



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES  
ACATLÁN

ESTUDIO DE LA POTENCIALIDAD DE LA EXPORTACIÓN  
DE MEZCAL A ESPAÑA.

SEMINARIO TALLER EXTRACURRICULAR  
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LICENCIADA EN RELACIONES  
INTERNACIONALES  
PRESENTA:  
MARÍA DOLORES MARTÍNEZ VÁZQUEZ

ASESORA: MTRA. CLAUDIA MÁRQUEZ DÍAZ

OCTUBRE, 2007



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Dedico el logro de éste trabajo a la Universidad Nacional Autónoma de México, institución que me formó dándome herramientas para desarrollarme profesionalmente.

A mi madre María Dolores y a mi hija Eilyfh Sofía, por llenarme de su amor y fortaleza en cada momento.

A las personas que me han acompañado durante el proceso de mi formación; amigos y familiares, así como a quienes con materiales, comentarios y conocimientos disiparon dudas enriqueciendo mi investigación.

De manera especial agradezco a Aracely Carbajal Quiroz porque al confiar en mi, me brindó la oportunidad de solventar mis estudios y en muchos momentos ha permanecido a mi lado para llevar a cabo valiosos proyectos como el que estoy culminando.

# Contenido

CAPITULO 1	6
PANORAMA DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS Y AGROINDUSTRIALES (CASO PARA BEBIDAS ALCOHÓLICAS MEXICANAS A PARTIR DEL TLCUEM).	6
1.1 Consideraciones de México para firmar Tratados de Libre Comercio.	7
1.2 El Proceso de Desgravación.	11
1.3 El efecto de la Apertura Comercial y de la Denominación de Origen para algunas bebidas mexicanas.	17
CAPITULO 2	22
DISPOSICIONES LEGALES Y COMERCIALES DEL MEZCAL A NIVEL INTERNACIONAL.	22
2.1 Principales países a los que se exporta mezcal.	23
2.2 Denominación de Origen.	25
2.3 Condiciones en el TLCUEM para la comercialización de bebidas alcohólicas.	29
2.4 Reglas de Origen para el Mezcal.	30
2.5 Fracción Arancelaria.	32
2.6 Procedimientos Aduanales.	34
2.7 Protecciones a la Industria Mezcalera.	45
2.8 Apoyos a las Exportaciones.	47
CAPITULO 3	50
PRODUCCION Y COMERCIALIZACIÓN DEL MEZCAL.	50
3.1 Reseña Histórica del Mezcal, un producto de exportación.	51
3.2 Obtención de maguey e Industrialización de Mezcal.	57
3.3 Variedades de Mezcal.	63
3.4 Principales Zonas Mezcaleras de México.	64
3.5 Oaxaca como región de producción del Mezcal.	67
3.6 Productores Regionales y las Grandes Industrias.	72
3.7 El Mercado Interno y el Mercado Exterior.	76
3.8 Costos y Derechos.	80
CAPITULO 4	88
FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA REALIZAR LA EXPORTACIÓN.	88
4.1 Investigación de probables Fuentes de Financiamiento.	88
4.2 Requisitos y documentación necesaria para el Financiamiento.	97
CAPITULO 5	99
ESPAÑA COMO MERCADO META.	99
5.1 Condición General de la Economía Española.	100
5.2 Condiciones para comerciar Mezcal Oaxaqueño.	106
5.3 Situación del consumo de bebidas regionales.	107
5.4 Condiciones para cubrir la demanda y acciones para publicitar el producto.	111
5.5 Marcas, Envase, Embalaje y Control de Calidad.	113
5.6 Logística, Promoción y Canales de Distribución.	118
CONCLUSIONES	122

# INTRODUCCIÓN

La competitividad de productos mexicanos en el comercio mundial ha sido creciente en los últimos años, lo que significa que hay posibilidades de ofrecer ventajas respecto a otros competidores.

Ejemplo de ello es el mezcal, el cual se perfila como un producto con futuro promisorio debido al incremento del consumo de bebidas regionales en diversos mercados internacionales. Las productoras mezcaleras se encuentran ahora en el proceso de pasar de un esquema global de comercio doméstico al internacional.

El estudio del Mezcal Oaxaqueño como alternativa viable de negocio para las empresas enfocadas a su producción, permite considerar si la potencialidad de exportación de mezcal a España es real como para asumirla como nicho de mercado que además fortalezca la cadena productiva del sector de bebidas alcohólicas.

La presente investigación conformada por cinco apartados, contiene elementos teóricos que ayudan a entender la manera en que se han generado las condiciones actuales del comercio exterior, donde el proceso de globalización es un fenómeno que ha producido cambios estructurales en las economías nacionales y en las relaciones comerciales internacionales.

El primer capítulo concierne al comercio exterior, donde se analiza la formación de bloques económicos, mediante la firma de tratados y acuerdos comerciales, que son las herramientas resultantes de ésta nueva forma de organización social mundial.

Derivado de lo anterior se busca determinar la manera en que han influido tanto la apertura comercial, como las medidas de desregulación comprendidas en acuerdos comerciales suscritos por México a partir de su adhesión al GATT, y en

particular con la firma del Tratado de Libre Comercio entre la Unión Europea y México (TLCUEM).

A partir de algunas propuestas teóricas que surgen para el estudio de la conformación de bloques como las economías de proximidad que replantea las condiciones de los centros y las periferias en la economía global ó de la integración administrada que implica el paso de una integración informal a formal de dos economías asimétricas.

En el segundo capítulo se hace referencia a los aspectos económicos, jurídicos, sociales y políticos que constantemente reflejan el replanteamiento de los escenarios que se han establecido bajo el nuevo esquema de relación internacional.

Se contempla la descripción de los aspectos legales definidos para la exportación de mezcal y otras bebidas espirituosas a España a partir de la firma del TLCUEM y el Acuerdo Sobre Reconocimiento y de Protección de las Denominaciones de Origen a la bebidas Espirituosas; así como las medidas de apoyo y protección que la política económica ha tenido a partir de entonces para este sector productivo.

De ésta manera el contenido de dicho capítulo detalla toda la normatividad nacional e internacional para regularizar el comercio del mezcal, y los requisitos que requiere para ser comercializado, pero también marca las irregularidades en que se ha caído al implementar dicho ordenamiento, como lo es una denominación de origen negociada a vapor que dejó de lado a muchos productores de mezcal y bebidas hermanas que pudieron beneficiarse dentro de la misma.

En él también se exponen las condiciones reales que tienen los participantes en la producción y comercialización del mezcal para obtener recursos y facilidades burocráticas que permitan hacer de esta rama agroindustrial, una actividad viable y con crecimiento

El tercer capítulo considera todos los elementos propios del producto desde sus orígenes históricos hasta la evolución cultural y económica que ha tenido en el tiempo.

Se analizan las ventajas regionales que resultan de la producción de mezcal en Oaxaca y de la repercusión de la expansión de la industria tequilera.

Aspectos también estudiados son los resultados ecológicos negativos generados, que además se traducen en una mala política de producción; así como el desplazamiento humano a consecuencia de la desprotección al campo. Factores que debieran revertirse y sería posible si se considerara el fortalecimiento de productores campesinos a la usanza tradicional.

Lo anterior es posible a partir del estudio de la cadena productiva del Maguey-Mezcal en el Estado de Oaxaca, donde se presentan los procesos de transformación que se han dado en cada eslabón que la conforma y las relaciones que entre ellos hay antes y después de las nuevas condiciones de comercialización.

Se hace énfasis en que la implementación tecnológica, el surgimiento de nuevas formas de organización social de producción, la necesidad de nuevos mercados con mejores canales de distribución, también sugieren la codificación de prácticas y documentos legales y comerciales que ayuden a fortalecer todo el proceso productivo.

Los elementos anteriores tienden a convertirse en los aspectos que permitan tener mayor visualización sobre la determinación de los costos de producción y del precio en mercado.

Lo anterior ha sido la consecuencia de la modernización en la producción de mezcal que exige una tendencia empresarial y no puede ser cubierta por todos los participantes de la cadena, por tanto limita su crecimiento, aunando que las

organizaciones se mueven en esquemas viciosos de acaparamiento y competencia desleal impidiendo una integración sana del sector.

En el capítulo cuatro se citan los mecanismos existentes en el sistema gubernamental para impulsar el financiamiento de proyectos que fortalezcan a ramas como la agroindustria específicamente del mezcal, se describen los requisitos y procedimientos para acceder a ellos y finalmente se presentan las condiciones de tasas de interés bajo las cuales se negocian dichos financiamientos, tomar en cuenta tal información puede ayudar a visualizar diferentes maneras de hacer viable un proyecto de exportación y sobre todo las posibilidades que pueden tener pequeños y grandes productores.

El quinto capítulo supone que la comercialización de mezcal se ha fortalecido a nivel nacional e internacional dada la demanda cada vez mayor de bebidas exóticas y con carácter regional, de lo cual se deduce la importancia para buscar tener la denominación de origen; generada además por el auge mezcalero de los años ochentas.

Es entonces que con elementos sólidos de las condiciones económicas, sociales, legales y comerciales tanto regionales como nacionales para el mezcal, se vincula la información que se obtiene del estudio del mercado español para bebidas con contenido alcohólico y entonces se determina la factibilidad de que el mezcal sea un producto con crecimiento potencial o no en las exportaciones mexicanas a España.

Para ello se toman en cuenta las características físicas, geográficas políticas y económicas de España, se analiza si las relaciones comerciales que ha mantenido con México además de su relación cultural puede influir en el hecho de que el mezcal tenga posibilidades de conquistar el mercado en ese país, el cual al ser parte de la UE requiere especificaciones de producción, sanitarias, de empaque y embalaje que pueden parecer un obstáculo para cubrir la demanda del producto.

Aunado a lo anterior se señalan los elementos de logística y canales de distribución que hay actualmente, la viabilidad que dan para que el mezcal pueda competir primero de manera significativa en el mercado español y posteriormente ocuparlo como impulso para posesionarse en otros mercados de la región.

Considerar acabados estos supuestos sería ambicioso, ya que lo planteado no deja de ser sino una visión particular de un amplio engranaje complejo y cambiante que merece la atención de ser estudiado y en medida de lo posible impulsado en todos los sentidos; teórica, técnica, social, política y económicamente.

## CAPITULO 1

### **PANORAMA DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS Y AGROINDUSTRIALES (CASO PARA BEBIDAS ALCOHÓLICAS MEXICANAS A PARTIR DEL TLCUEM).**

El Comercio Internacional es considerado como motor importante del crecimiento económico. Tal crecimiento es resultado del proceso de globalización en el que nos encontramos inmersos y que ha originado un nuevo enfoque de las relaciones internacionales.

Diversos analistas como Miguel Flores Bernés<sup>1</sup>, coinciden en el hecho de que la apertura comercial exitosa es posible si se acompaña de una apertura a los flujos de capital productivos que generen recursos frescos, mayor transferencia de tecnología, intercambio de mejores prácticas administrativas así como, más y mejores empleos. Con ésta perspectiva la intención de integrar regiones económicas coinciden con la aplicación de instrumentos bilaterales o colectivos de interés recíproco en aspectos económicos, estratégicos y políticos.

Por lo anterior se puede entender el hecho de que México en aras de esa integración a la nueva economía mundial sea un país con numerosos tratados de libre comercio que le ponen en condiciones estratégicas de mercado a nivel internacional, para llevarlos a cabo ha recorrido un largo proceso de reestructuración económica y política.

Los efectos que se han tenido a partir de la firma del tratado de Libre Comercio con la Unión Europea sobre la agricultura mexicana, pueden visualizarse a través de las reformas internas en las políticas estatales, así como en la evolución del comercio agrícola y la producción nacional de innumerables productos que han marcado una tendencia a su sofisticación.

---

<sup>1</sup> Flores, Bernés, Miguel. "¿Cómo se regularán los flujos de inversión a la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea?". En Revista Mexicana de Derecho Internacional Privado, Academia Mexicana de Derecho Internacional Privado y Comparado A.C. Edición I .No. 8, abril 2000.

En el caso de las bebidas alcohólicas por ejemplo, “México se ha incorporado a su comercio internacional en el momento en que la competencia es global y cuando incluso los países que tradicionalmente han dominado la industria, los europeos, han cambiado las reglas frente a la presión de los productores emergentes”<sup>2</sup>.

Puede considerarse que en las negociaciones, especialmente con Europa se ha propiciado que el sector de bebidas se fortalezca frente a otros mercados con características similares, como los de América del Sur y Sudáfrica. Logrando la oportunidad de desarrollar ventajas y crear nuevos nichos de mercado potenciales.

### **1.1 Consideraciones de México para firmar Tratados de Libre Comercio.**

Tener un contexto sobre la consideración de México para firmar acuerdos de libre comercio nos hace recordar las transformaciones ocurridas en los años ochenta y noventa debido a la liberalización del comercio mundial, la creciente integración de los mercados financieros, las políticas de desregulación, las normas sobre la competencia, los costos decrecientes en los transportes y comunicaciones (entre otros), dando como consecuencia la globalización de la economía mundial.

De esos cambios México no podía mantenerse ausente a raíz de su gradual y cada vez mayor inserción en la economía mundial, además de la cercanía al principal motor de dicha economía en los últimos tiempos, los Estados Unidos.

Cuando el gobierno mexicano inició su política de apertura comercial, se interpretó como la búsqueda de la diversificación y ampliación de mercados. La estrategia se basó primeramente en adherirse al Acuerdo General de Aranceles y Comercio (GATT), propiciando una primera liberalización unilateral sin reciprocidades directas en el sistema multilateral, paralelamente se pusieron en

---

<sup>2</sup> Horizonte Sectorial: <Mercados para el vino mexicano> en: *Revista de Comercio Exterior*, México Septiembre de 2004.

práctica una serie de políticas nacionales de transición para ayudar a los campesinos y productores nacionales a enfrentar la competencia en diferentes sectores de la economía que se veían afectados.

Por ejemplo, se decidió reducir la participación del Estado para crear en cambio nuevas instituciones y programas de desarrollo. En el caso de las políticas públicas agrícolas se abolió la Comisión Nacional de Subsistencias Populares (CONASUPO), se efectuaron una reforma ejidal con organizaciones donde las garantías de producción comunal y familiar disminuyeron, lo que propició visto de lejos una mayor dependencia hacia Estados Unidos.

Posteriormente se encaminó una política de firmar tratados de libre comercio con países y regiones donde se garantizaran compromisos recíprocos. Así desde que entró en vigor el Acuerdo de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá, el 1 de enero de 1994, México se transformó en un destino atractivo de inversiones extranjeras para muchas empresas transnacionales.

Posteriormente como parte de la política comercial con un claro objetivo liberalizador, el país suscribió nuevos acuerdos comerciales con otras naciones de la región en Centroamérica y América del Sur, así como con la Unión Europea (UE), Israel, la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA) y Japón entre otros.

Los ejes centrales de la apertura comercial han sido la expansión de las exportaciones y la atracción de la inversión extranjera directa como elementos dinamizadores del crecimiento económico, lo que ha dado como resultado la expansión de las exportaciones a una tasa anual del 11%, así como el aumento de la inversión extranjera directa cuyo stock aumentó de 15 100 millones en 1994 a 142 500 millones en 2003 además de que en el 2004 con la firma del Acuerdo de Asociación Económica con Japón (AAE México-Japón), las preferencias arancelarias otorgadas a países con Tratados de Libre Comercio (TLC),

representan el 97% del valor de sus ventas al exterior, ubicando a México como una potencia comercial mundial”<sup>3</sup>.

Con lo anterior podemos considerar que México es de las principales economías comerciales de América Latina, sostiene una participación del 40% del comercio de la región en el mundo y se presenta como un aliado valioso de la UE en América Latina<sup>4</sup>.

En la lógica de economías de proximidad, resulta más importante localizar actividades próximas a los centros de consumo para ahorrar tiempo y movimiento, que intentar desarrollar el tradicional comercio internacional<sup>5</sup>.

Bajo el esquema anterior es como en el mundo encontramos diversos procesos de regionalismo y dentro de los más importantes se pueden mencionar el TLCAN y la UE<sup>6</sup>. Este regionalismo tiene también asidero en la necesidad de fortalecer la capacidad de negociación de una región en particular frente a terceros.

Los procesos de regionalismo han conseguido establecer una nueva fase en las relaciones de los Estados. Así acuerdos como el TLCUEM encajan en ésta perspectiva de regionalismo abierto que propone a los sistemas jurídicos nacionales el reto de lograr una armonización regional de integración económica entre ellos, con una premisa principal:

---

<sup>3</sup> Secretaría de Economía – Subsecretaría de Negociaciones Comerciales Internacionales.”Reforma y apertura Comercial” en: [http:// www.economía-bruselas.gob.mx/html/reforma\\_estructural.htm](http://www.economía-bruselas.gob.mx/html/reforma_estructural.htm) 23/07/07

<sup>4</sup> *Ibíd.*

<sup>5</sup> Karin Hiebaum de Bauer. “Internacionalización mediante la globalización. El regionalismo y su apertura a la internacionalización” en: [www.monografias.com/trabajos/](http://www.monografias.com/trabajos/). Consultado el 23/07/07  
“Se enfatiza que productos de alta tecnología que tienden a nichos cambiantes de mercado tienden a localizarse próximos a los grandes centros de consumo, mientras que productos más estandarizados con mayor componente de mano de obra o materias primas en las periferias”.

<sup>6</sup> España concluye su adhesión a la Comunidad Europea en 1985 y con ello se rige bajo las normas de este bloque económico. Posteriormente en 1992 con el Tratado de Maastrich se introdujo una nueva forma de cooperación intergubernamental al sistema comunitario existente, creando la Unión Europea (UE).

Acercar los procesos productivos de comercialización y de consumo, entre naciones diferentes, hasta unirlos dentro de un espacio común, con reglas y procedimientos homogéneos.

En el proceso de globalización, de apertura y regionalismo, encontramos para el caso del TLCUEM, por un lado a México en su figura de Estado soberano y a la UE, en su naturaleza de Unión Económica, quienes se unen para la conformación de un “Mercado de Libre Comercio”.

Se asiste a una nueva etapa de relaciones mundiales en una realidad inédita para países como México, que requieren de estrategias económicas y políticas externas que se centren en la diversificación de sus relaciones comerciales, que busquen atraer inversión extranjera como la europea que se traduzca en una mejor infraestructura industrial, que garantice el acceso preferente y seguro de productos en uno de los mercados más grandes e importantes como lo representa la UE<sup>7</sup>.

Los inversionistas de ésta región saben que México cuenta con tres ventajas competitivas con relación al resto del mundo que contribuyen a incrementar los rendimientos sobre su capital, como son:

- ◆ Fuerza de trabajo joven, productiva y que ha demostrado tener calidad. Esto se refleja cuando las compañías que invierten y producen en México, son catalogadas como premios de calidad y productividad<sup>8</sup>.
- ◆ Su situación fronteriza con la economía más grande del mundo: EU y Canadá.

---

<sup>7</sup> Salvador De Lara, “El Acuerdo Global entre México y la Unión Europea: Primera Reunión del ConsejoConjunto”. En <http://www.sre.gob.mx/imred/difyext/transcripciones/radio01/sdelara.htm>. 16/08/07

<sup>8</sup> Palabras de Vicente Fox durante el Seminario Empresarial Sobre las prioridades en México en áreas de economía e inversión, en: <http://www.presidencia.gob.mx/actividades/index.php?contenido=4337> 20/08/07

- ◆ El cero impuesto para entrar en esos mercados.

Además se considera su posición geográfica en el continente Americano, el beneficio que representan sus litorales hacia los océanos Pacífico y Atlántico lo que otorga mayor valor geopolítico a México.

En contraparte los cambios estructurales que se han llevado a cabo y los que se pretenden realizar tanto en lo económico como en lo jurídico, beneficia al capital transnacional, y desbordan los problemas de pobreza y desigualdad no solo entre las comunidades regionales mexicanas sino entre las naciones, acrecentando la condición de maquila que tiene México<sup>9</sup>.

## **1.2 El Proceso de Desgravación.**

El hecho de que para México las preferencias arancelarias otorgadas a países con los que ha firmado Tratados de Libre Comercio, quienes representan el 97% del valor de sus ventas al exterior le otorga un carácter de potencia comercial, se contraponen al hacer un análisis en cuanto a que las expectativas creadas aun no tienen reflejo real en términos de crecimiento económico, desarrollo de industrias locales, mejora de la calidad de empleo, aumento de los salarios reales y otros indicadores que se esperaba fueran evidencias favorables.

Si se quiere evaluar en términos de la mayor incorporación de la industria nacional al desarrollo industrial, se puede considerar que la evolución de las estructuras de las exportaciones ha llevado a la falsa conclusión de que la liberalización habría convertido a México en una potencia exportadora de manufacturas. En efecto el peso que tenía la exportación de petróleo en las exportaciones, superior al 87 % a inicios de los ochentas se había reducido a más del 10 % en 2004 y en contrapartida las exportaciones totales a cerca del 87%<sup>10</sup>.

---

<sup>9</sup> [www.ciesas-golfo.edu.mx](http://www.ciesas-golfo.edu.mx) consultado el 21/11/06

<sup>10</sup> Datos del Registro Nacional de Investigaciones Extranjeras y de la Dirección de la de Inversión Extranjera/ Portal de la Secretaría de Economía, México, 2004.

De ésta forma, la política comercial en un principio alcanzó un alto grado de trato preferencial, pero al firmar sus socios comerciales nuevos tratados bilaterales con otras naciones de la región se mina su sitio privilegiado.

Al respecto podemos mencionar que en el caso de la firma del TLCUEM, el comercio exterior de México se ha enfrentado con diversos obstáculos:

- ◆ Con la ampliación de países miembros a la UE, se han introducido países con estructuras productivas parecidas a las de exportadores latinoamericanos, que los convierten en competidores directos con ventajas de localización y menores costos de transporte y comercialización.
- ◆ La preferencia que la UE otorga a países ACP<sup>11</sup>, es decir a países que en el pasado fueron colonias de algunos de los principales miembros de la Unión.
- ◆ El reto regional al firmar tratados comerciales como el del MERCOSUR- UE.
- ◆ El obstáculo final consiste en la propia estructura comercial comunitaria, donde el 60% del comercio de la UE es entre sus miembros, por lo que; aún si México logra en algún momento redireccionar sus ventajas competitivas, cabe preguntarse qué tanto puede incursionar en los mercados europeos, dada la estructura comercial de esa región.

Una solución a la situación planteada estaría más por el lado de la oferta, especialmente de aquella que es exportable basada en el conocimiento y agregación del valor, es decir el crecimiento endógeno atribuido a las empresas locales, que se convierten en actores principales de una estrategia de desarrollo

---

<sup>11</sup> Países de África, Caribe y Pacífico.

productivo que pondere la existencia de redes nacionales entre empresas y entre sectores<sup>12</sup>

Es necesario tomar conciencia de los sectores que detentan mayor riqueza y de la necesidad de acciones inclusivas y de mayor solidaridad. Por eso en función a lo expuesto aquí, se perfila el rubro de bebidas como uno de esos sectores que han estado reanimando la economía, en especial la producción de bebidas con contenido alcohólico como la cerveza, el tequila y el mezcal catalogados como productos potenciales a partir del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), y ocupando papel primordial entre las exportaciones de la industria agroalimentaria<sup>13</sup>.

Este auge también se ha hecho patente en Europa en donde además de obtener la denominación de origen se firma paralelamente al TLCUEM el “Acuerdo sobre el reconocimiento mutuo y protección de las denominaciones en el sector de bebidas espirituosas” en 1997, en él se señala:

“La UE se obliga a proteger y reconocer las denominaciones de origen del Tequila y Mezcal en los estados miembros, previéndose además que a partir de su entrada en vigor, únicamente los productores que cumplan con las normas oficiales, incluyendo la prueba de origen, podrán utilizar las denominaciones mexicanas. México por su parte se compromete al reconocimiento de las bebidas espirituosas<sup>14</sup> que produce la UE, que cuentan con denominación de origen y con su respectiva norma de calidad”.

---

<sup>12</sup> [http://www.cepal.org/comercio/agenda/4/21394/mexicotlc-vela\(2004\).pdf](http://www.cepal.org/comercio/agenda/4/21394/mexicotlc-vela(2004).pdf) consultado el 14/11/06

<sup>13</sup> Comisión de Agricultura/HCD, Para una evaluación de los efectos del TLCAN en el sector agropecuario. México. Datos básicos 1993-1998, México 1999.

<sup>14</sup> Bebida espirituosa: La definición técnica y legal de bebida espirituosa aparece recogida en el Reglamento CE 1576/89 (art. 1), en cuya virtud se entiende básicamente por bebida espirituosa la bebida alcohólica destinada al consumo humano, con caracteres organolépticos especiales, con una graduación mínima de 15%vol , obtenida por destilación, en presencia o no de aromas, de productos naturales fermentados, o por maceración de sustancias vegetales, con adición o no de aromas, azúcares, otros edulcorantes, u otros productos agrícolas. En [www.febe.com](http://www.febe.com) consultado 13/09/06.

Si bien es cierto que México es reconocido mundialmente por la cerveza, tequila y mezcal, también lo es que son sectores de capital extranjero o éste se asume como socio mayoritario. Nos referimos a Anheuser Busch, Seagram, Martell, Domec entre otros.

O sea que más que un país exportador, México se ha convertido en un lugar geográfico desde el cual exportan multinacionales usando los recursos naturales y mano de obra barata. Es aquí donde los flujos de capital se imbrican con los de mercancías, para imprimir una modalidad cualitativamente diferente a las relaciones económicas entre países, constituyendo así una de las características más importantes de la globalización.

Al analizar con un mayor precisión las relaciones comerciales a las que el TLCUEM ha dado lugar, es necesario extraer algunas lecciones útiles, tendientes a replantear el rumbo de estos años de vigencia del Tratado.

En primer término, conviene señalar que los resultados no han sido especialmente favorables para la economía mexicana. Enfatizando las condiciones de asimetría en las que se desarrollan los mercados regionales y su condición jurídica.

Otro elemento a destacar es que el uso de una política económica exterior adecuada debiera tener como objetivo mantener y mejorar la competitividad de los productos nacionales, alcanzar metas reguladoras y limitar el gasto del gobierno.

En su elaboración, el gobierno promueve los intereses comerciales confrontados por una carga fiscal intolerable o fuertes preferencias regulatorias. Es evidente que los intereses de los grupos empresariales influyen en la elaboración de la Política Económica, pero también se calcula en términos del país

---

a las circunstancias económicas regionales e internacionales, enganchándose de esta manera a una integración formal al comercio global.

Al referirnos a los productos exportables de México, el problema no se focaliza en los aranceles impuestos o con la reducción de los mismos, si no en las medidas no arancelarias, en donde se ha avanzado poco con la firma de tratados de libre comercio.

En el TLCUEM, por ejemplo, se reconoce la diferencia en el nivel de desarrollo entre México y la UE, sin embargo se supone como una etapa transitoria y por tanto sólo plantea un desfasamiento en el proceso de desgravación arancelaria.

La causa más importante de este comportamiento se debe a que tanto México como la UE han negociado tratados de libre comercio u otros acuerdos preferenciales que en última instancia ponen en desventaja a los exportadores mexicanos en el mercado comunitario y en algunos casos pasa lo mismo a la inversa, cuestión que se agrava con la desaceleración de la economía mundial.

En el Acuerdo, la UE se benefició al ser capaz de competir en iguales condiciones con los países con que México ya tenía tratados de libre comercio, lo que le permitiría recobrar y extender su presencia en el mercado mexicano e internacional.

En efecto, el TLCUEM aseguró a los capitales europeos equiparar los privilegios que Estados Unidos alcanzó en México con el TLCAN. De hecho, el comisario de comercio de la UE, Pascal Lamy ha afirmado que la UE alcanzó con México la paridad con el TLCAN dado que el TLCUEM no sólo cubre una desgravación arancelaria similar al TLCAN (en muchos casos mayor y más rápida), sino porque incluye capítulos como inversiones, compras gubernamentales, facilidades al comercio, políticas de competencia, y derechos de propiedad intelectual.

Por su parte, México esperaba beneficiarse del alto potencial de la inversión de esa región, de las transferencias de tecnología y aprovechar el amplio mercado europeo.

El TLCUEM, por tanto, es un mecanismo delineado con asuntos similares y bajo las normas de la Organización Mundial del Comercio (OMC), como lo fue también el TLCAN, sin embargo, la diferencia radica en las circunstancias y las premisas que dieron origen a su negociación y las expectativas en torno a sus resultados.

Cuando comenzaron las negociaciones con Estados Unidos y Canadá, 72.4% del comercio exterior de México estaba concentrado con los Estados Unidos, mientras que en 1998, año en que iniciaron las negociaciones del TLCUEM, el comercio de México con la UE representaba sólo 6.4% del total, pero en efecto su entrada en vigor llevo a la economía a un cambio significativo para su diversificación.

Por ello, podemos afirmar que mientras que el TLCAN fue negociado a la luz de la necesidad de crear un marco formal y normativo de los flujos de comercio ya existentes con Estados Unidos; el TLCUEM fue firmado basado en la premisa de diversificar la prevaleciente concentración de los flujos comerciales de México y a fin de atraer inversiones del mercado potencialmente grande en el mundo.

En ambos casos, la capacidad de negociación aun no se alcanza por lo que las expectativas planteadas al asumir una política de apertura comercial las seguimos esperando, a pesar de que en el caso del producto que estamos estudiando (mezcal), se liberalizó el arancel a tasa cero desde que entraran ambos tratados en vigor.

### **1.3 El efecto de la Apertura Comercial y de la Denominación de Origen para algunas bebidas mexicanas.**

Tanto la diversidad de destilados y sus apreciadas especies, cada uno con su biología, historia, región, sabor y gastronomía, que los convierten diferentes por origen, como el recordar que el tequila fue mezcal y que se le denominó por mucho tiempo “mezcal de Tequila” o “vino mezcal de Tequila” hacen inconsecuente la idea de que sea un producto genérico cuando en las diferentes latitudes, altitudes y climas de México hay agaves históricamente aprovechados para elaborar destilados.

Por esa razón con el nombre de mezcal se conocen la mayoría de los destilados de agave que se producen solamente en México. A algunos de ellos les acompaña el nombre de su lugar de origen “Mezcal de Oaxaca”. Unos son ya reconocidos localmente sólo por su lugar de origen “Bacanora”. Existen otros que debieron vivir en el clandestinaje, por ejemplo el “Raincilla”, cuyo nombre encubrió su identidad.

Los llamados mezcales, son productos étnicos únicos en el mundo, es una verdad poco entendida, mas aún, Mezcal es una palabra genérica que como el vino, requiere variadas delimitaciones geográficas tomando en cuenta su diversidad natural y cultural, que lo convierte en un patrimonio cultural.

En términos de normatividad, ha persistido la idea de encajonar el desarrollo de los mezcales al modelo del tequila.

El mezcal sigue siendo tratado como un producto de bajo nivel de diferenciación frente a la producción tequilera, cuando en su naturaleza nos muestra lo contrario.

Esta diversidad es la base de una mercadotecnia desaprovechada que como consecuencia dejó fuera a regiones productoras que han luchado y siguen luchando por un trato preferencial a través de la denominación de origen (Casos de Guanajuato y Zacatecas).

Hay quienes opinan que la declaratoria de la denominación de origen ciertamente fue un paso importante, pero hizo falta mayor precisión y sobre todo iniciar un proceso de diferenciación geográfica.

La palabra mezcal es un genérico que abarca a muchos productos diferentes; dentro de este hay regiones y especies, así como procesos de elaboración específicos que ameritarían ser diferenciados.

Esto permitiría el reconocimiento e impulso de por lo menos once productos diferentes, en lugar de la situación confusa actual en la que la persona que toma un mezcal no sabe con certeza lo que tiene en las manos.

Se podría elegir quizá entre un mezcal Bacanora de Sonora, un Tobalá de la Mixteca, un Papalote del Chilapan, un Tuch del Nayar, una Raicilla de la Sierra, sabiendo que cada uno tiene las características específicas que le proporciona la especie, el clima y el proceso de producción. Se podría quizá llegar a poco más de una decena de denominaciones de origen distribuidas en el país.

Ahora bien, los que se inclinan por esta opción señalan que la denominación de origen no implica sólo la garantía de origen, sino también de la autenticidad del proceso de elaboración. Para ello tiene asociado un reglamento y un consejo regulador.

Sin embargo es ilusorio pensar en tener un solo reglamento para todos los diferentes procesos de elaboración de mezcales y aún más, solo un consejo regulador para todo el país.

Se corre el riesgo de crear un consejo regulador con poca capacidad real de controlar y de un reglamento que por abarcar a todos sea tan general que no sea adecuado o que orille a la homologación de procesos que justamente pueden encontrar un valor agregado en sus diferencias.

Tener regiones y procesos más acotados, con consejos reguladores y reglamentos también acotados a cada condición permitiría un mejor desarrollo de cada producto en un esquema en el que todos saldrían ganando.

En la firma de reconocimiento de denominaciones de origen con Europa por ejemplo, México presentó sus dos propuestas (tequila y mezcal) mientras que la UE presentó una lista de alrededor de 50 bebidas que dada su diversidad geográfica amplía su número a un total de 182 aproximadamente.

Para Ana Guadalupe Valenzuela Zapata<sup>15</sup>; las industrias del tequila y mezcal han preferido la inmediatez, la apariencia de tener una denominación de origen que requiere de un ordenamiento y cumplimiento de lo que se ofrece al cliente, del inventario y disponibilidad de materia prima, y de la proyección a largo plazo.

Ella plantea renovar la Denominación de Origen del Mezcal (DOM) donde los mezcales tengan cada uno su propia historia y denominación, lo que significaría un trabajo conjunto de comunidades, etnobotánicos, antropólogos, geógrafos, historiadores, mercadólogos, químicos, agrónomos, legisladores, uniones de productores, de transformadores y gobiernos.

Además habrá de considerarse que la historia del mezcal en México se sigue escribiendo en nuestros días, a partir de cada zona geográfica o región cuyos ecosistemas no siguen los límites estatales impuestos por el hombre, como ha mostrado la Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO) en su primer acercamiento con el inventario de agaves y mezcales<sup>16</sup>.

---

<sup>15</sup> Valenzuela, Zapata, Ana Guadalupe." Mezcal, Historia diferente a la del tequila" [www.teoremaambiental.com.mx](http://www.teoremaambiental.com.mx) consultado el 19/10/06

<sup>16</sup> Comisión Nacional de la Biodiversidad. 2005. CONABIO. Diversidad y mezcales. Reporte Nacional de la diversidad de agaves utilizados en la producción de mezcal en México. Presentación de resultados 3 de febrero de 2005. Ciudad de México. En [www.semarnat.gob.mx](http://www.semarnat.gob.mx) Consultado el 13/05/2007

Es importante desarrollar cultivos con las condiciones de sostenibilidad de las regiones, consecuentemente, las industrias hermanas de tequila y mezcal sufren del mismo dolor: no hay agave para todos y el costo se eleva.

Parece ser un síntoma de desabasto que se conjunta con otros para generar crisis como lo es la cosecha de agaves de baja calidad (inmaduros), desmonte de poblaciones silvestres, adulteraciones, robos y otras más.

En el largo plazo, las economías que viven transformaciones estructurales como la nuestra, no deben construirse en base a productos copiados o con altos costos ambientales, sino que deben distinguir los propios en el mercado y enfatizar los rasgos que los llevan hacia la sustentabilidad.

Definitivamente hay ventajas comparativas en la diversidad que pueden ser capitalizadas a través del eco-etiquetado y de las indicaciones geográficas características primordiales del comercio justo.

Exigir la sincronía entre el etiquetado ecológico y las indicaciones geográficas es crucial porque la "sustentabilidad" está en proceso de construcción y el éxito de muchas historias específicas dependerá del etiquetado.

El patrimonio natural y cultural de cada bebida requiere ser estudiado antes de continuar con normas oficiales que generalicen y excluyan a todas las expresiones mezcaleras.

Las políticas gubernamentales mexicanas sobre las Denominaciones de Origen, a partir de las necesidades regionales y de competencia comercial requieren de innovaciones.

Las Indicaciones geográficas (IG's) son dinámicas, evolucionan y se retroalimentan para favorecer nuevas formas de Denominaciones de Origen, donde se tienda a un desarrollo sustentable.

Del sistema francés de regionalización se pueden discutir y adaptar conceptos como el *terroir*<sup>17</sup> y las prácticas tradicionales (*savoir-faire*)<sup>18</sup> para promover estrategias competitivas integradoras (región-proceso-calidad) en la producción de mezcales. En dicho sistema, la Denominación de Origen Mezcal es una IG de signo débil que ha seguido el esquema de la Denominación de Origen Tequila.

Lo anterior explica porque hasta ahora la tipificación de la DOM para sus productos se basa en la fuente y porcentaje de azúcares y por el añejamiento. En la estructura actual de las Denominaciones de origen (DO's) mexicanas no se han vislumbrado en su normatividad los factores que favorecen la diferenciación de los mezcales por sus regiones y procesos.

La Denominación de Origen Bacanora delimitó un área geográfica mucho menor a las anteriores con productos 100% de agave. Las regiones áridas por sus limitantes de agua, podrían diferenciar sus productos microregionales basados en su tipicidad a partir de pequeñas empresas.

Un diagnóstico de sustentabilidad para la Denominación de Origen Mezcal enfatizaría los efectos de la normatividad actual sobre: la conservación del patrimonio cultural y biológico; el posicionamiento en el mercado del mezcal; el desarrollo regional, los acuerdos locales para la producción y la calidad y la trazabilidad del producto.; la sobrevivencia de técnicas tradicionales, cultivares y especies de agave ancestralmente utilizadas.

---

<sup>17</sup> Salette, J. . Le concept de terroir: une logique pour l'étude du lien du terroir au produit. The concept of « terroir » a logical approach for the relationships between "terroir" and product. En: Le lien du terroir au produit. Comptes rendus de l'Académie d'agriculture de France 1998. 74 (3-18). Indica que "*un terroir es un sistema de interacciones complejas entre un conjunto de acciones y técnicas conducidas por el hombre, una producción agrícola y un medio físico, para valorizar un producto con una originalidad particular*"

<sup>18</sup> *Ibíd.* "saber-hacer"

## **CAPITULO 2**

### **DISPOSICIONES LEGALES Y COMERCIALES DEL MEZCAL A NIVEL INTERNACIONAL.**

En éste capítulo, se desarrollan los aspectos jurídicos y comerciales que se requieren para que el mezcal pueda ser exportado conforme a las regulaciones nacionales e internacionales.

Se hace referencia en primera instancia a la situación que tiene el producto en los mercados internacionales y se destacan aquellos países que según datos oficiales, representan mayores oportunidades.

Otro aspecto se enfoca a determinar la relevancia que tiene la denominación de origen del mezcal para facilitar su comercialización en Europa, por lo que se hace referencia de la manera en que se obtuvo a nivel internacional y se compara con otras denominaciones de origen para productos similares europeos, además de enfocar la relación que existe entre dicha denominación y la firma del TLCUEM y otros acuerdos que favorecen al mezcal.

La determinación de la fracción arancelaria del mezcal, de los requisitos aduanales que se requieren, así como las regulaciones que deben cumplirse al salir el producto y entrar en España es una información básica que facilita conocer el marco legal y de comercialización para poder llevar a cabo una exportación exitosa.

El capítulo termina con el análisis sobre los apoyos y protecciones existentes por parte del gobierno para la industria del mezcal.

## 2.1 Principales países a los que se exporta mezcal.

Durante 2006 las exportaciones crecieron 16.8% respecto al año anterior, debido principalmente a los mayores incrementos registrados con Europa (Alemania, España, Holanda, Bélgica y Francia entre otros) y se reporta que los 5 principales mercados de destino de las exportaciones mexicanas (EU., Canadá, España, Alemania, y Colombia) concentraron el 90.2% del total (225,677 mdd)<sup>19</sup>

Según los datos oficiales del Banco de Comercio Exterior, el mezcal, sobre todo el proveniente de Oaxaca (aunque también el de otros estados), se exporta a países de América, Europa y Asia.

Los datos registran que se exporta más de lo que se consume en el país, aclarando que los registros pertenecen solamente a las marcas registradas y que no reflejan la gran producción artesanal y el consumo local que se realiza en el país.

En cuanto a exportaciones por capítulo en millones de dólares, se tiene que sobre bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre las exportaciones sufrieron la siguiente variación:

TABLA 1: Monto de exportaciones de bebidas alcohólicas.

Monto 2006	Monto 2007	Variación absoluta	Variación relativa
197mdd	253mdd	57mdd	28.7mdd

FUENTE: "Comercio Exterior de México por Regiones", Enero de 2007 en [www.bancomext.mx](http://www.bancomext.mx)

Los destinos de las exportaciones de mezcal sin montos ciertos que se registran son.

<sup>19</sup> "Comercio Exterior de México por Regiones", Enero de 2007 en [www.bancomext.mx](http://www.bancomext.mx)

CUADRO 1: Países destino de exportaciones de mezcal

América	Europa	Asia
Argentina	Alemania	Hong Kong
Bolivia	España	Japón
Canadá	Francia	Taiwán
Colombia	Grecia	Turquía
Chile	Italia	
Ecuador	Países bajos	
El Salvador	Portugal	
EUA	Reino Unido	
Guatemala	Suecia	
Honduras	Suiza	
Panamá		
Paraguay		
Peru		
Uruguay		
Venezuela		

FUENTE: “Comercio Exterior de México por regiones” [www.bancomext.mx](http://www.bancomext.mx) consultado el 11/12/2006

## 2.2 Denominación de Origen.

Las Denominaciones de Origen (DO's) surgieron en Francia al menos hace cien años, para establecer una manera de asegurar la calidad de un producto por su origen y la tradición de su proceso.

Mezcal no se refiere a un lugar, no es un topónimo u origen y puede ser usado también para nombrar:

- ◆ Agave-alimento, al tallo y vaina de las hojas de plantas del género agave que por cocimiento transforman sus polisacáridos en azúcares.
- ◆ Bebidas destiladas, los destilados provenientes de fermentos de los jugos azucarados de “cabezas o piñas” de agave cocido (i. e. mezcal de Oaxaca, vino mezcal de Tequila)
- ◆ Agave plantas del género *Agave*, cuyos tallos y vainas son aprovechadas mediante la cocción (i.e. mexcalmetl, mezcal azul)<sup>20</sup>.

Mezcal, entonces es similar al whisky y a las eaux-de-vie francesas todos grupos de destilados con una materia prima en común, mas sin referencia de su origen. Los productos Bacanora, Tequila o Tuxca, son nombres dados a mezcales reconocidos en una región de origen o de mercadeo, por lo tanto están más diferenciados por su origen.

No obstante en México, una denominación de origen (DO) es el nombre de una región geográfica del país que sirve para designar un producto originario de la misma y cuya calidad o característica se deban exclusivamente al medio geográfico comprendido en este los factores naturales y humanos.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Valenzuela, Zapata Ana G. “Signos distintivos en los alimentos y bebidas mexicanas: Una propuesta a partir de la denominación de origen del mezcal”, consultado en [ana.valenzuela@gmail.com](mailto:ana.valenzuela@gmail.com) 13 /08/07

<sup>21</sup> Gobierno de Oaxaca. Denominación de Origen 1 abril 2002. en: [wwwhttp// gobierno de oaxaca.gob.mx /mezcal](http://www.gobierno.de.oaxaca.gob.mx/mezcal)

Según el Instituto Mexicano de Propiedad Intelectual una DO es una modalidad de propiedad industrial. El estado mexicano es el titular de la DO y la autorización de uso se otorga a través del IMPI<sup>22</sup>.

Para la Organización Mundial del Comercio las Indicaciones IG's funcionan como derechos de propiedad intelectual así como para la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, mientras que en el sistema francés y europeo son signos que aseguran la calidad de acuerdo a un origen (*terroir*) y un (*saber-hacer*) *savoir-faire* .

De acuerdo a la clasificación de Boy<sup>23</sup> la DOM podría tipificarse como una IG débil. Con menores oportunidades de producir ventajas competitivas integradoras a partir de la diferenciación estratégica de regiones y procesos *terroir* y *savoir-faire*.

Para los efectos de la declaración de protección DOM, se estableció como región geográfica la comprendida por los estados de Oaxaca, Guerrero, Durango, San Luis Potosí, y Zacatecas, particularmente en el estado de Oaxaca la zona denominada "La región del mezcal" que incluye los distritos de Sola de Vega, Miahuatlán, Yautepec, Tlacolula (Santiago Matatlán), Ocotlán, Ejutla, y Zimatlán<sup>24</sup>.

En sus enunciados, la DOM protege a los productores de Oaxaca, Guerrero, San Luis Potosí, Zacatecas, Durango, Guanajuato y más recientemente Tamaulipas, que producen bebidas a partir de la destilación de las especies de agave mencionadas en la NOM-070- SCFI- Mezcal-1994.

---

<sup>22</sup> Secretaría de Economía -IMPI. 2002. Signos distintivos. Guía del usuario. Dirección Divisional de marcas 42.

<sup>23</sup> Boy L. 2002. Propriété intellectuelle: l'agriculture en première ligne avec l'accord ADPIC. En: Economie et Strategies Agricoles. Nouveaux enjeux pour l'Agriculture. Demeter: París.

<sup>24</sup> Op.cit

Bajo este marco el mezcal es reconocido como un producto originario y exclusivo de México.

Como ya se indicó la denominación de origen del mezcal fue reconocida a nivel internacional por la Organización Mundial de la Propiedad intelectual (OMPI); con ello queda delimitada la producción y envasamiento de origen de mezcal a los territorios (que marca la propia denominación de origen) y se reconoce entonces que el mezcal es un producto exclusivamente de México.

Se registró el 9 de Marzo de 1995 por la Organización Mundial de la propiedad intelectual con sede en Ginebra Suiza<sup>25</sup>.

Con éste proceso legal se formaliza una de las ventajas del mezcal para el mercado de la Unión Europea, contar con la denominación de origen que garantiza su calidad y procedencia.

Como complemento la UE, interesada en proteger sus denominaciones de origen a nivel internacional y como gran productor de bebidas espirituosas que cuentan con dicha denominación (whisky, coñac, brandy etc.) conjuntamente con México consumidor de éstas bebidas y productor de las propias (tequila y mezcal), firman el “Acuerdo sobre reconocimiento mutuo y de protección de la denominación de origen de las bebidas espirituosas” con el fin de mejorar las condiciones de comercialización para dichas bebidas.

En este panorama la problemática de regionalización de bebidas mexicanas se encuentra de la siguiente forma, existen tres denominaciones específicas para tres tipos de aguardientes (tequila, sotol y bacanora) bien definidas, pero que no

---

<sup>25</sup> Valenzuela, A.G., P. Marchenay, L. Berard, y R. Foroughbakhch . “Conservación de la diversidad de cultivos en las regiones con Indicaciones Geográficas”. Comparación del tequila y calvados. Revista Sociedades Rurales, Producción y medio ambiente. Jalisco, México UAG 2004 N° 5 (8)

usan ni podrían usar la palabra genérica mezcal ya que acordaron por separado la regionalización de sus productos.

Por otro lado, la denominación de origen del mezcal que incluye, sin diferenciarlas, a muy diversas regiones, especies y procesos.

Si bien la OMC en su capítulo ADPIC representa el instrumento multilateral para la protección de mayor alcance, no se establece métodos de operación que permitan la perennidad de la calidad de los productos, su tipicidad, sus tradiciones de producción, ni la conservación del origen.

La actual normatividad mexicana, tipifica los mezcales a partir de la sustitución de sus azúcares y su añejamiento, parecido a la NOM del Tequila y recientemente imitado por la Denominación de origen del Sotol.

Hace falta una gestión local (micro regional), otra regional y posteriormente una nacional sobre los tipos y normatividades para las versiones de los mezcales mexicanos que podrían favorecer un inventario mas completo de patrimonios<sup>26</sup>.

Evidentemente, un diagnostico sobre la doctrina y operación del sistema de DO's mexicanas revelaría la urgente necesidad económica, ecológica, social y política de nuevas reglas del juego que permitan ventajas para competir y un desarrollo sustentable.

Por tanto el nombre mezcal ofrece una cierta identidad que obviamente representa ventajas en el mercado y que enfatiza la desventaja de los excluidos.

---

<sup>26</sup> Valenzuela, Zapata Ana G. "Signos distintivos en los alimentos y bebidas mexicanas": Una Propuesta a partir de la Denominación de Origen del Mezcal en RESPYN vol 8 n°2 Abril-Julio 2007, en: [www.respyn.uanl.mx](http://www.respyn.uanl.mx)

### **2.3 Condiciones en el TLCUEM para la comercialización de bebidas alcohólicas.**

El TLCUEM es el referente institucional que garantiza el acceso preferencial y seguro de los productos mexicanos a Europa, uno de sus instrumentos convenidos es el Acuerdo de asociación Económica Concertación Política y Cooperación entre México y la UE, al que también se hace referencia como Acuerdo Global (AG).

En materia de cooperación, el Acuerdo beneficia al mezcal con apoyar técnica y financieramente el desarrollo económico del país. Se atiende principalmente a empresas pequeñas y microempresas y paralelamente se cuenta con otro instrumento; el Sistema de Análisis de Riesgos y Puntos Críticos de Control (HACCP) que al adoptar y hacer cumplir normas técnicas pretende no obstaculizar el comercio de productos mexicanos.

Se cuenta en el Acuerdo con un comité Especial de Cooperación Aduanera y reglas de Origen y de un comité Especial de Normas Sanitarias y Fitosanitarias que entre otras cosas establece que para la UE, las bebidas espirituosas como el mezcal, requieren como requisito para el exportador mexicano cumplir con las regulaciones para el embotellado y etiquetado, así como el pago de impuestos especiales a bebidas alcohólicas.

También se creó un consejo Conjunto integrado por miembros ministeriales del gobierno de México, del Consejo de la UE y de la Comisión Europea (CE), que supervisan la aplicación del tratado.<sup>27</sup>

Actualmente las políticas sobre bebidas alcohólicas se han homogeneizado entre los Estados miembros. Esto debido a la oferta existente y a las presiones que ejerce la CE para brindar mayores facilidades a estos productos.

---

<sup>27</sup> López Ayón, Sergio. 'La Solución de Controversias en el Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación entre México y la Unión Europea' en: México- UE, el AAECPC, sus aspectos fundamentales . México, DF, Miguel Ángel Porrúa ,2002.

En la UE existe un código para la autorregulación de bebidas espirituosas.<sup>28</sup>Elaborado por diferentes asociaciones y uniones de productores y comerciantes de cerveza, vinos, licores y demás bebidas espirituosas; se conoce como el Código Neerlandés.

Existe además una Legislación europea sobre el etiquetado y empaque de bebidas destiladas.

En los mercados europeos, el servicio de comercialización de bebidas alcohólicas lo realizan organizaciones privadas autorizadas por el gobierno y sujetas a las medidas de control de alcohol<sup>29</sup>. Por ello los países que tienen intercambio comercial en este rubro, tienen condiciones específicas acordadas en los tratados comerciales, para la exportación de éste tipo de bebidas.

Se debe tener en cuenta que el mezcal es un producto mexicano que cuenta con características apreciadas por los consumidores europeos como la autenticidad, el valor cultural, la elaboración del producto por parte de un sector marginado de la población como es el indígena. Elementos que pueden contribuir a la valoración del mezcal como producto de consumo europeo.

#### **2.4 Reglas de Origen para el Mezcal.**

Las reglas de origen son los requisitos que un producto debe cumplir para ser considerado originario de un lugar o zona, lo cual determina su comercialización transfronteriza bajo los acuerdos de comercio internacional.

Son la herramienta que permiten discriminar las mercancías y servicios que gozan de preferencias arancelarias.

---

<sup>29</sup>BANCOMEX: Guía de exportación sectorial de alimentos procesados en [www.bancomext.com.mx/bancomext/portal](http://www.bancomext.com.mx/bancomext/portal) Consultado el 10/10/06

Para probar el origen de una mercancía se requiere del certificado de origen, documento que permite la implementación del régimen preferencial.

De acuerdo con el texto del TLCUEM, la relación de aranceles aplica a bienes originarios de los territorios de las partes o a aquellos procesados lo suficiente como para conferirles origen con, “procesamiento suficiente”. Se extiende a la aplicación de una técnica u operación física o química que cambia las propiedades de los insumos originales.

En el caso del mezcal ya se abordó la determinación de un trato arancelario preferencial al contar con denominación de origen, además debido a que la norma oficial del mezcal requiere que sea envasado y exportado de origen propicia mayor beneficio para la conservación de la calidad y proyección del producto en el mercado.

Al firmarse el Acuerdo sobre Bebidas Espirituosas, que contiene disposiciones de aplicación bilateral sobre no discriminación y reciprocidad, se establece que en la comunidad quedan como denominaciones protegidas mexicanas la del Mezcal y la del Tequila, mismas que solo podrán ser utilizadas en las condiciones previstas en la legislación y reglamentación mexicanas.

De esta manera la protección a estas denominaciones se amplía de tal forma que contarán con reconocimiento y protección en los países miembros de la UE y de conformidad con el acuerdo:

“Se protegerán las denominaciones de bebidas espirituosas originarias de la UE y de México, se garantizarán la adopción de medidas para que las denominaciones protegidas no sean utilizadas para designar o presentar una bebida espirituosa que no sea originaria de cualquiera de las dos partes ; se podrán utilizar únicamente estas denominaciones en las condiciones establecidas en sus respectivas legislaciones; no permitiendo que se usen términos tales como “Clase”, “Tipo”, “Imitación”, o “Modo”, que puedan causar confusión con respecto al origen de los productos y será posible extender la protección establecida en

este acuerdo a otras denominaciones de bebidas espirituosas de interés para cualquiera de las partes”<sup>30</sup>

## **2.5 Fracción Arancelaria.**

La fracción arancelaria consiste en la asignación de un código aceptado universalmente para cada tipo de mercancía que se comercializa en los mercados internacionales; su función entre otras es facilitar el comercio internacional, definiendo la situación arancelaria del producto, es decir conocer que tipo de arancel que debe pagar el producto en cuestión dentro del país y cuales debe pagar en las aduanas extranjeras, a que régimen esta sujeto (general, preferencial o exención).

Al mezcal se le clasifica en varias fracciones arancelarias que se refieren a “las demás bebidas espirituosas”. Por lo tanto se incluyen otras bebidas alcohólicas diferentes del mezcal sin incluir al tequila que tiene su fracción arancelaria exclusiva. Además de considerar la presentación en la que se exporte.

Por lo anterior es importante señalar que en nuestro caso se identifica al mezcal con la fracción arancelaria 22089091, elegida por su presentación (también se consideran otras dos citadas en la tabla que se muestra a continuación), ya que no es posible obtener un registro por separado del mezcal, esto explica que no se refleje su evolución en el mercado sino de manera conjunta con otras bebidas<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> ibíd.

<sup>31</sup> [www.pgserviciosaduanales.com](http://www.pgserviciosaduanales.com) consultado el 13/11/2007

TABLA 2. Fracciones Arancelarias donde puede incluirse el mezcal.

Fracción arancelaria	Descripción	Categoría
22089078	Otras bebidas espirituosas destiladas naturales de alcohol etílico con volumen menor a 80	1 libre de arancel desde 1 de Julio de 2001.
22089091	Recipiente de 2 litros o menos	5 libre de arancel a más tardar tres años después de entrar en vigor el TLC.
22089099	Recipientes mayores a 2 litros	5 libre de arancel a más tardar tres años después de entrar en vigor el TLC

Fuente: SECOFI: Tarifas arancelarias del TLCUEM VOL2 (Méx. DF. Talleres Gráficos de la Nación 2000) pp595.

Desglosando la fracción 22089091 se tiene que con los primeros cuatro dígitos 2208, se consideran todos los demás, es decir, el conjunto que pertenece al alcohol etílico sin desnaturalizar de grado alcohólico volumétrico inferior al 80% en recipientes de contenido superior a 2lts.

Dentro de ellos:

- ◆ Mezcal
- ◆ Tequila
- ◆ Sotol
- ◆ Bacanora
- ◆ Vodka y ron producidos en el país.

220890 – Los demás: Esta partida comprende por una parte cualquiera que sea su grado alcohólico en nuestro caso de estudio el apartado “C”:

Todas las demás bebidas espirituosas no comprendidas en cualquiera otra partida de éste capítulo

22089091 Contenido del recipiente de dos litros o menos

2208909990: En la UE, el código de mercancía dentro del sistema TARIC, para el mezcal añade dos dígitos.

“Los demás”, para la cual como ya mencionamos no hay restricción y para su importación se establece el pago de derecho de aduana.

Por lo tanto actualmente el mezcal en todas sus presentaciones se encuentra en tasa 0, lo que indica que es libre de arancel. Sólo está sujeto en su importación a los impuestos especiales tanto al consumo de alcohol.

## **2.6 Procedimientos Aduanales.**

Es importante enunciar las fuentes formales para realizar una operación de exportación. Estas son:

La ley aduanera que entró en vigor el 1 de Julio de 1982 y fue modificada para actualizarla con los cambios que el país ha sufrido en éste rubro desde su ingreso al GATT en 1986. Junto con la Ley General de Impuesto de Importación y Exportación, y otras leyes que regulan el tráfico de mercancías, transportación, despacho aduanero y otras actividades que de ello derivan.

Los aspectos más importantes para realizar el proceso de exportación los contienen los artículos 35 y 36 donde se establecen los criterios para que el productor/exportador de productos considere al realizar diversos trámites y expedir algunos documentos de tal forma que lleve con éxito una operación de exportación. Entre ellos se enuncian:<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> [www.solucionpymes.com.mx](http://www.solucionpymes.com.mx) consultado el 17/02/2007

### **Pedimento de Exportación:**

Es la forma oficial aprobada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público SHCP, que debe ser presentada por conducto de un apoderado o agente aduanal.

Se acompaña generalmente de la factura comercial o cualquier documento que exprese el valor de las mercancías y de otros documentos que comprueben el cumplimiento de regulaciones y restricciones no arancelarias en caso de ser necesarios.

Es presentada en el módulo aleatorio de la aduana mexicana. Este documento debe contener la siguiente información:

- ◆ Especificación de la base gravable de impuestos de exportación y de importación del país destino.
- ◆ Descripción de la mercancía, peso, volumen cantidades y el valor comercial especificado en la factura.
- ◆ Datos completos de la compañía exportadora, datos del comprador, país que importa t país destino de la mercancía.
- ◆ Referencia de impuestos de exportación cuando así se requiera.
- ◆ Condiciones de venta.

### **Factura Comercial:**

La Factura Comercial y/o la Pro forma (son requeridas según el destino del envío) es un documento indispensable para el proceso de importación o exportación de mercancías.

En la misma se declara el contenido y valor del envío. De acuerdo a la descripción detallada del contenido del envío, se gravan los derechos e impuestos aduaneros correspondientes. Además, la Dirección General de Aduanas puede solicitar documentación adicional cuando el producto que se envía lo requiera.

Con ella se garantiza la plena identificación de la mercancía, lo que en caso de pérdida o robo le permitirá al exportador agilizar la reclamación procedente ante la compañía de seguros. La presenta la empresa exportadora y debe contener lo siguiente:

- ◆ Aduana de salida del país de origen y aduana de entrada al país destino.
- ◆ Nombre y dirección del vendedor o del embarcador.
- ◆ Nombre y dirección del comprador o consignatario.
- ◆ Descripción detallada de la mercancía.
- ◆ Cantidades peso y medidas del embarque.
- ◆ Precio de cada mercancía enviada, especificando el tipo de moneda y señalar su equivalencia en moneda nacional.
- ◆ Tipo de divisa utilizada.
- ◆ Condiciones de la venta (FOB, CIF, LAB, CFR).
- ◆ Lugar y fecha de expedición, si la factura se compone de dos o más hojas, éstas deben numerarse consecutivamente.

#### **Documento de embarque o transporte:**

Funge como prueba del derecho para ingresar la mercancía al país destino. Lo emite el transportista o agente de carga, en él indica la mercancía y condiciones en las que se encuentra y su destino. Este documento tiene los siguientes atributos:

- ◆ Es una evidencia del contrato del transporte.
- ◆ Es un recibo de la mercancía embarcada.
- ◆ Es un documento de título de propiedad de las mercancías, sin el cual no se pueden retirar las mismas.
- ◆ En ciertas modalidades (transporte marítimo y multimodal) es un título negociable.

### **Certificado de Origen:**

Se debe anexar para desaduanamiento de las mercancías. En el caso de España se utiliza el EUR1 que es el de conformidad para productos originarios de países no miembros de la UE. Para obtener el trato preferencial del TLCUEM se tiene que usar éste certificado o bien una declaración sobre la factura de venta, la nota de entrega u otro documento comercial que describa los productos detalladamente. Este documento lo solicita el exportador a la Secretaría de Economía para el llenado previo de la solicitud y la entrega de documentos que comprueben que el producto cumple con las reglas de origen para el tratado.

### **Carta de instrucciones al agente aduanal o de carga**

Es emitida por el exportador autorizando llevar a cabo el despacho aduanero.

### **Lista de empaque:**

Permite a diferentes agentes que participan en el proceso de exportación identificar las mercancías y saber qué contiene cada caja o bulto del embarque. Es una garantía para el exportador y un complemento de la factura comercial.

Es entregada al transportista y se requiere indicar la fracción arancelaria de la mercancía, el valor peso y volumen, además de describir el tipo de empaque y embalaje utilizados.

### **El certificado Fitosanitario Internacional:**

Lo emite la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA).

Existen otros documentos que solicitan los países importadores, como la certificación de buenas prácticas comerciales.

Los requisitos nacionales para la exportación para el mezcal son:

**Registro Federal de Contribuyentes:**

Con el se comprueba la existencia legal de la empresa, lo expide la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP).

**Registro de marca:**

Es un nombre, término, símbolo, diseño o cualquier signo visible o bien una combinación de ellos, que sirva para distinguir un producto o servicio de otros de su misma clase o especie.

Existen cuatro tipos de marcas nominativas, innominadas, tridimensionales y mixtas. Este trámite se realiza ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI). Es importante registrar la marca para protegerla en todo el territorio mexicano y puede hacerse en el extranjero. Sirve para evitar imitación o copia del producto y que pudieran aprovechar su reputación comercial.

**Código de barras:**

Elemento que ayuda a la identificación de productos para hacer más eficiente y preciso el manejo de la información. Los números de los artículos permiten una identificación única de cada producto en cualquier parte del mundo. Para su obtención es necesario acudir a la Asociación Mexicana de Estándares para el Comercio Electrónico.

**Marbetes:**

Según el artículo e fracción XIII de la Ley de Impuesto Especial sobre producción y Servicios (LIEPS), representan “la forma valorada que constituye el signo distinto de control fiscal y que se adhiere a los envases que contengan bebidas alcohólicas con capacidades que no exceda 5000 mililitros. Este elemento

es indispensable en términos de la ley, de lo contrario se comete un delito. Para obtenerla se deberá acudir a la SHCP.

### **Registro en el Padrón Sectorial de Exportadores:**

Se registrarán en la Dirección General de Aduanas las empresas que pretendan exportar mezcal, esto para llevar un control de marcas y poder tener datos precisos de exportación de ésta bebida.

### **Certificado Fitosanitario:**

Es un documento indispensable para la exportación de mezcal ya que por ser un producto agroindustrial debe pasar por ciertos controles que indiquen que cumple con los estándares de calidad establecidos. Se obtiene en la Dirección General de Sanidad Vegetal de la Secretaría de Agricultura y desarrollo Rural.

### **Disposiciones Jurídicas para el Mezcal**

Las leyes vigentes y disposiciones jurídicas que deben ser observadas para la elaboración y comercialización nacional e internacional del mezcal son:

- ◆ Régimen Jurídico del Comercio Exterior: Que es el conjunto de normas y principios que rigen o regulan directa o indirectamente el intercambio de mercancías, servicios y capitales entre México y los mercados internacionales y la solución de sus controversias. Descansa en el artículo 131 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos<sup>33</sup>
- ◆ Ley Aduanera: En ella se regula la entrada y salida de territorio nacional de mercancías y de los medios en que se transportan y conducen así como de el despacho aduanero y los hechos o actos que deriven de éste o de dicha entrada o salida de mercancías.

---

<sup>33</sup> En él se establece la facultad de la federación de gravar mercancías que se importen o exporten o que pasen en tránsito por territorio nacional y da al ejecutivo la facultad de aumentar o disminuir gravámenes a fin de regular el comercio exterior en beneficio del país.

- ◆ Ley de Comercio Exterior (LCE): Tiene como objeto regular y promover el Comercio Exterior, incrementar la competitividad de la economía nacional, propiciar el uso eficiente de los recursos productivos del país, integrar la economía mexicana a la internacional y contribuir al bienestar de la población. Principalmente al regular las facultades del ejecutivo en disposiciones arancelarias y de comercio exterior; de la SE en cuestión de reglas de origen, prácticas desleales, y mecanismos de promoción a las exportaciones.
- ◆ Ley de la Propiedad Industrial: De conformidad con el punto 4 de la Declaración General de Protección a la Denominación de Origen “mezcal” y que hace referencia a las especies de agaves y regiones permitidas para la elaboración de mezcal.
- ◆ Ley Federal Sobre Metrología y Normalización: La razón de ésta ley es adecuar la legislación nacional a las reglas de comercio mundial en lo referente a sistemas de medición y de normalización. Es importante que los productos de exportación cumplan con las especificaciones técnicas que obligadamente estén contenidas en la Norma Oficial Mexicana NOM. En materia de metrología se establece el Sistema de Unidades de Medida y la obligatoriedad de la medición en transacciones comerciales y de indicar el contenido neto de los productos envasados. En materia de normalización coordina las actividades de normalización nacional, certificación y verificación. La Secretaría de Relaciones Exteriores SER tiene facultad para emitir criterios generales de interpretación de ésta ley.
- ◆ Ley de Vida Silvestre: Legalmente la extracción del maguey silvestre es regulada por la Ley de Vida Silvestre y la Ley Forestal que exigen que las personas o comunidades que se encuentran involucradas en el aprovechamiento de PFNM silvestres como el maguey, contraten a un prestador de servicios técnicos que les haga un estudio de las existencias y posibilidades de extracción y que tramite avisos de

aprovechamiento, informando por escrito acerca de las tasas de extracción cada tres meses. Según estas leyes también debe de comprobarse la procedencia de todo el maguey que se transporta y almacena, mediante facturas. En los hechos estas leyes no se han implementado y ninguna comunidad tiene legalizados sus aprovechamientos ni los movimientos de maguey, aunque ya numerosas comunidades están solicitando estudios técnicos pues las amenazas son cada vez más fuertes de que se va a ejercer la ley. Al parecer el boom mezcalero que parece estar en puerta lleva a los campesinos a aceptar la imposición de esta ley. Por otro lado, existen apoyos del gobierno, mediante el Programa de Desarrollo Forestal PRODEFOR, para pagar los estudios técnicos.

- ◆ Ley General de Salud: Declara la advertencia de salud de leyendas de abuso de consumo, o producto nocivo especificando para el caso del mezcal “El abuso perjudica la salud”.
- ◆ NOM- 070 -SCFI -1994, Bebidas Alcohólicas -Mezcal - Especificaciones, la Norma Oficial del Mezcal: Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 12 de junio de 1997 es la que rige la elaboración del mezcal en México. Establece las obligaciones que deben cumplir los usuarios autorizados para producir o comercializar mezcal. Es una norma que se ha criticado mucho y ha causado muchas inconformidades, ya que enlista a tan sólo cinco de las más de veinte especies de maguey empleadas para elaborar mezcal. No incluye el agave cuperata, que es el maguey mezcalero de Guerrero, ni a la gran mayoría de los magueyes mezcaleros de México, ni siquiera los de Oaxaca. Lo que se puede ver es que la normatividad para la comercialización del mezcal es mucha, compleja, burocrática y cara. Implica que haya instancias oficiales de verificación, laboratorios de análisis químicos, complicadas exigencias de etiquetado, envasado, embalaje y almacenamiento. Para productores pobres la única alternativa es organizarse y obtener financiamiento

para poder hacerle frente a toda esta larga lista de requerimientos. Pero la realidad es que la sobre regulación es tal que obliga a mantener a la producción artesanal de mezcal y su comercialización en la ilegalidad.

Solo los productores muy poderosos pueden acatar todas estas regulaciones por lo que se exponen los principales problemas para la comercialización del mezcal.

- Impuestos (65%)
- Falta de infraestructura
- Desconocimiento del mercado más allá de lo local y regional
- Falta de acceso a la información
- Mantener una buena calidad
- Competir con el tequila, que se produce más barato y tiene menos carga de impuestos.

Existen otras disposiciones que se establecen como la maduración del agave de 8 y 10 de años.

Para envasar el mezcal se demuestra su calidad (no adulteración) y su procedencia genuina de la región establecida en la denominación de origen, para verificarlo está la norma mexicana **NMX-2-012** bajo la cual se hace un muestreo del producto, donde se establece:

El etiquetado, que debe ser con impresión permanente legible con la significación inferior en español que contiene:

- Palabra mezcal
- Maraca comercial registrada en México
- Contenido Neto
- Tipo y categoría a la que pertenece
- % de alcohol en volumen a 20°C

- Para mezcal tipo I % de contenido de agave
- Nombre o razón social (RFC de Contribuyentes)
- Nombre o razón social, domicilio y RFC del envasador
- La leyenda “Hecho en México”
- En su caso leyendas “Envasado en México” ó “Envasado de Origen”.

Sobre el embalaje esta NOM establece que se deben usar para este producto, cajas de cartón ó de otro material apropiado, que tengan la debida resistencia y que ofrezcan la protección adecuada a los envases para impedir su deterioro, y que a la vez faciliten su manejo en el almacenamiento y distribución de los mismos, sin riesgo. También se especifica que deben anotarse los datos necesarios para identificar al producto y todos aquellos que se juzguen convenientes, tales como las precauciones que deben tenerse en el manejo y uso del embalaje.

Por otro lado se establece sobre su almacenamiento, que el producto terminado debe almacenarse en locales que reúnan los requisitos sanitarios que se señalen en las disposiciones legales correspondientes.

### **Disposiciones Jurídicas aplicables al Mezcal en la UE**

Existen algunos aspectos para productos agroalimentarios en cuanto a calidad, producción y exportación e importación que se rigen en la UE y por tanto se observan jurídicamente en España. Estas son:

- ◆ Las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP)

Designa la denominación de un producto cuya producción, transformación y elaboración deben realizarse en una zona geográfica determinada, con unos conocimientos específicos reconocidos y comprobados.

- ◆ Las Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP)

Son aquellos que poseen alguna cualidad determinada u otra característica que puede atribuirse a un origen geográfico y cuya producción, transformación o elaboración tiene lugar en la zona geográfica delimitada de la que también toma su nombre

Certificaciones de Características Específicas (ETG) de productos agrícolas, que suelen conocerse como Especialidades Tradicionales Garantizadas.

- ◆ Reglamento (CEE) N° 2081/92 y sus modificaciones:

Regula los sistemas de calificación de calidad (DOP) y (IGP).

- ◆ Reglamento (CEE) N° 2082/92:

Regula las (ETG) y tiene por objeto destacar la composición, modo de elaboración o transformación tradicional de un producto.

- ◆ Reglamento (CEE) N° 2092/91:

Regula la agricultura ecológica y alimentos de calidad diferenciada. Se puede definir como un compendio de técnicas agrarias que excluye normalmente el uso, en la agricultura y ganadería, de productos químicos de síntesis con el objetivo de preservar el medio ambiente.

Para protección del Consumidor

La directiva 95/59/EC “European Product Safety”, emitida por la Comisión Europea establece la obligación para todos los bienes de consumo vendidos en la Unión Europea, de llevar una garantía de seguridad.

## **2.7 Protecciones a la Industria Mezcalera.**

Los objetivos de la política comercial mexicana se formularon originalmente desde 1996, cuando se dio a conocer el Programa de Política Industrial y Comercio Exterior, en plena efervescencia de las firmas de tratados de libre comercio con miras a:

- ◆ El acceso a mercados extranjeros y
- ◆ La atracción de inversión extranjera directa.

Siguiendo con esa línea, la administración federal que inició en el año 2000, elaboró el Programa de Comercio Exterior y Promoción de Inversión, el cual en lo relativo a los acuerdos comerciales señala<sup>34</sup>.

“Que la estrategia de México para enfrentar y aprovechar los beneficios de la globalización se centra en asegurar el acceso preferencial de los productos mexicanos a los principales mercados del mundo”.

Para ello se presenta “Una selección de regiones con las cuales negociar: Norteamérica por ser el mercado más grande del mundo y aprovechar la vecindad geográfica. Latinoamérica por ser un mercado natural para los empresarios mexicanos. Europa por ser el principal mercado para la diversificación de las exportaciones mexicanas”<sup>35</sup>.

---

<sup>34</sup> Apartado 3.1 del Programa de Política Industrial y Comercio Exterior 1996. Citado por: José Luis Calva. “La Economía Nacional y la Agricultura de México a tres años de operación del TLCAN” en: [www.scholar.google.com](http://www.scholar.google.com) Consultado el 13/12/06

<sup>35</sup> *Ibid.*

El acceso de mercados extranjeros y la atracción de inversión extranjera directa, son objetivos que invariablemente y de manera recurrente aparecen en los textos de los tratados de libre comercio suscritos por México, pero que no han logrado cristalizar en los términos como se pretendía en el discurso oficial de esos años.

En este tenor México suscribió con varios países Acuerdos de Promoción y Protección Recíproca de Inversión (APRI), como mecanismo para dar certidumbre jurídica en todo lo relacionado a inversiones para los países firmantes. Lo anterior se realiza ante el aumento de la demanda de capital e insumos del exterior por parte de los exportadores mexicanos, lo que sin embargo ha afectado a las cadenas productivas nacionales.

Muestra de ello es que la mayoría de las empresas de alimentos y bebidas con capacidad exportadora son financiadas con capital foráneo o tienen alianzas estratégicas con empresas extranjeras. Entre 1999 y 2004 las empresas con IED en alimentos y bebidas invirtieron en México más de 4 300 mdd, lo que equivale casi al 11% de la IED efectuada en ese lapso por todas las empresas foráneas del sector manufacturero.

A pesar de estas aparentes ventajas, los empresarios mezcaleros necesitan capital, capacidad empresarial, social, y aliados para poder avanzar en la conquista del financiamiento o inversión. Se tienden a replantear estrategias que hagan competitivo sus productos.

“Se requiere de promoción para el mezcal a nivel nacional, pues sabemos de la imperiosa necesidad de obtener más inversión para el producto y dotarlo de mayor publicidad y sistema de regularización”.

Por lo tanto la propuesta de fortalecer el sector en el exterior tendrá éxito si se comienza por juntar esfuerzos entre los productores, comercializadores y autoridades gubernamentales para impulsarlo primero en el interior.

## 2.8 Apoyos a las Exportaciones.

La industria del mezcal, debe ser vista como una joya nacional, como sucede con el cognac en Francia o el whisky en Escocia. “Si el mezcal lo permite, se hará de él una próspera industria”.

Para Raumiez Pérez Blanco quien es productor y comercializador de mezcalero 300 000 familias mexicanas dependen de la producción de mezcal que se estima, anualmente, entre los 4.5 y 5 millones de litros (apenas 3 por ciento de la producción total de tequila que es de 140 millones). De los seis estados que actualmente trabajan en el proceso de elaboración de este aguardiente, solamente Oaxaca produce 50% del total nacional<sup>36</sup>.

Son apenas un centenar de empresas las que lo fabrican, como la Gusano Rojo que además exporta el producto y obtiene ganancias por alrededor de 50 millones de pesos en 40 países. Esta marca es la líder mundial porque no hay otra más grande en el mundo, productora del mezcal, seña. Otra empresa líder es Beneva, la cual factura más de 35 millones de pesos y vende mezcal en Japón, Estados Unidos y algunos países de Europa<sup>37</sup>.

Raumiez Pérez afirma que esta industria debe ser valorada a nivel internacional y que por ello se pidió que la Cámara de Diputados aprobará un techo presupuestal de 20 millones de pesos para el 2006 con el fin de promover la imagen de la bebida.

“Además se ganó un exhorto de los diputados a la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) para que ejerciera 99 millones de pesos para proyectos productivos ese año, pues hay por lo menos 50 proyectos de empresas mezcaleras que no han comenzado a trabajar porque dicha dependencia no ha ejercido los recursos desde el 2004”.

---

<sup>36</sup> *Ibíd.*

<sup>37</sup> *Ibíd.*

Acepta que sí hay apoyo financiero desde el gobierno federal, sin embargo, el problema son las trabas burocráticas que, en lugar de ayudar, estorban a los emprendedores.

SAGARPA tiene siete u ocho fondos financieros a los que pueden acceder los productores de mezcal, pero muchos productores no tienen la capacidad de gestión ni tampoco la capacidad de presentar proyectos concretos para que se les otorguen recursos.

La principal figura que se utiliza en esta industria son las Sociedades de Producción Rural, la cual permite obtener más fondos de apoyo del gobierno y donde normalmente se organizan dos tipos de empresas, la de producción rural y la sociedad anónima.

Esto pudiera frenar un poco la situación de que existan 100 empresas con alrededor de 200 marcas registradas en los estados de Oaxaca, Guerrero, San Luis Potosí, Durango, Zacatecas, Tamaulipas y el municipio de Torresmochas, Guanajuato; pero existen centenares, quizá miles de palenques que producen licor artesanal que se vende a granel sin registro, marca ni marbete<sup>38</sup>.

Los apoyos que por medio de BANCOMEXT el gobierno aporta se realizan bajo proyectos de exportación en tres niveles:

- ◆ Nacional
  - Información
  - Asesoría
  - Capacitación
  - Asistencia Técnica

---

<sup>38</sup> Cruz García Carmen. <Mezcal, una bebida con historia> en: [www.oaxaca.contralinea.com.mx](http://www.oaxaca.contralinea.com.mx)  
Consultado el 21/02/07

- ◆ Corporativo
  - Integración de proyectos
  - Coordinación
  - Seguimiento y evaluación
  
- ◆ Red Internacional
  - Misiones de exportaciones
  - Misiones de compradores
  - Ferias internacionales
  - Seminarios de inversión

A pesar de todo el mezcal como producto competitivo no ha sido lo suficientemente cuidado, ni comercial ni jurídicamente, lo que ha propiciado una gran laguna legal que suscita ambivalencias en el sector gubernamental y en la iniciativa privada nacional e internacional para generar inversiones de capital en dicha industria, por lo cual se ha ocasionado que las comunidades productoras al verse marginadas implementen nuevas formas de organización legal, financiera y comercial que les permita subsistir ante la descomunal transformación de oligopolios comerciales.

## **CAPITULO 3**

### **PRODUCCION Y COMERCIALIZACIÓN DEL MEZCAL.**

En Oaxaca, el Sistema Producto Maguey- Mezcal enfrenta diversos problemas estructurales que afectan a los eslabones de su cadena productiva (producción de maguey, producción de mezcal, envasamiento de mezcal y su comercialización), tales como:

La ausencia de planeación del cultivo del maguey, que deriva en la presencia de periodos críticos recurrentes y en la creciente dependencia de la producción primaria a los intereses de la industria del tequila.

La desvinculación entre los eslabones de la cadena productiva.

La falta de organización de los productores para defender sus intereses.

El predominio de pequeñas fábricas de mezcal artesanales, poco eficientes, descapitalizadas y carentes de mecanismos de participación en los mercados y el predominio de pequeñas plantas de envasamiento, descapitalizadas, con insuficiente infraestructura y equipamiento, mas orientadas al mercado local.

Afecta también la escasa cultura empresarial y la nula promoción y publicidad del mezcal envasado, que limita la penetración del mezcal a mercados potenciales, en especial al mercado internacional.

El descoordinado e insuficiente apoyo gubernamental a los eslabones de la cadena productiva entre otras problemáticas como desmonte de cultivos y acaparamiento de maguey.

Para acercarnos un poco mejor a la comprensión de todo el proceso y su situación actual es que a continuación se analizan tanto los aspectos históricos, económicos, regionales y técnicos que la producción de mezcal implica para Oaxaca.

### **3.1 Reseña Histórica del Mezcal, un producto de exportación.**

La palabra "mezcal" se deriva de las palabras náhuatl Met e Ixalli que significan "agave cocido al horno". De acuerdo a la Norma Oficial Mexicana (NOM), el mezcal es una bebida alcohólica que se obtiene por la destilación y rectificación de los mostos (o jugos) preparados directamente con los azúcares extraídos de las cabezas maduras de los agaves, mismas que son previamente cocidas y sometidas a fermentación alcohólica<sup>39</sup>.

Los mezcales son parte intrínseca de la cultura rural mexicana. Su origen se remonta a más de 10,000 años cuando los pueblos recolectores-cazadores empezaron a cocer los quiotes y cabezas de los magueyes en hornos de piso, para preparar el mexcalli, alimento nutritivo que se conserva por varios días y que permitió aliviar la necesidad de buscar comida para el plazo inmediato, así como disponer de tiempo para realizar otras actividades. Esto contribuyó a la creación de condiciones que posibilitaron la domesticación del maíz y otras plantas y al inicio de la agricultura que desembocó en la sedentarización<sup>40</sup>.

La fermentación del mexcalli fue un paso casi natural. Los pueblos del occidente de México la adoptaron como su principal bebida embriagante, mientras que en el Altiplano Central se desarrolló la cultura del aguamiel y el pulque, posible por las especies de magueyes que allí se encuentran.

La historia del último paso para preparar mezcal; la destilación, aún es polémica. Hay una explicación que sostiene que es de origen prehispánico mientras que otra afirma que fue una técnica traída por los españoles, quienes a su vez la aprendieron de los árabes.

---

<sup>39</sup> Ulises Torrentera, *Mezcalaria*, México D.F El Farolito, 2001.

<sup>40</sup> Illsley Granich Catarina. *Biodiversidad, campesinos y la tradición mezcalera mexicana*. En [www.coinbio.com/docs/Articulos/Mezcal.pdf](http://www.coinbio.com/docs/Articulos/Mezcal.pdf). Consultado el 15/12/06

Una tercera explicación, que gana cada vez más fuerza, es que la destilación para mezcal fue introducida inicialmente por los filipinos que llegaron a Colima en la Nao de China, y que producían la tuba, destilado de coco<sup>41</sup>.

Lo que es incuestionable es que los mezcales se encuentran presentes, hasta el día de hoy, en la vida ritual y espiritual de los pueblos indígenas de México.

Los mezcales aparecen en los mitos originarios, relacionados con el tlacuache, el origen del fuego y el tabaco.

Se ofrenda mezcal en los ritos propiciatorios de lluvia, en las ofrendas de agradecimiento de la cosecha y de adoración del agua, en las fiestas patronales y en las celebraciones familiares cotidianas como el nacimiento, la muerte, para pedir a la novia y para celebrar las bodas, así como en el manejo de conflictos y en la celebración de acuerdos intercomunitarios.

Oaxaca se caracteriza por su producción artesanal de mezcal, es así que con los criterios anteriores, la aparición del mezcal se considera un producto de la conjunción de dos visiones del mundo: La europea a través del proceso de destilación con el alambique de cobre, y la indo americana por su riqueza en variedad de agaves para el consumo de pulque (fermentado en forma natural) durante los ritos y ceremonias.

La producción de agave mezcalero cobra importancia socioeconómica a partir de la década de los años veinte del siglo pasado, se expresa con el establecimiento del número de palenques, incremento de la producción de mezcal, la generación de empleos a nivel local y regional y por tanto de ingresos; con ello se activaron otros rubros de la economía local como el pequeño comercio de mercancías de consumo en las comunidades, la región y el estado.

---

<sup>41</sup> Karina Avilés *"El mezcal es de origen prehispánico, no español"*  
[www.jornada.unam.mx/2004/04/19](http://www.jornada.unam.mx/2004/04/19) Consultado el 3/03/2007

También se debe señalar que el dinamismo económico de la producción de agave y mezcal ocasionó desigualdades sociales y económicas en la región, que se manifestaron en la conformación de dos tipos de productores con roles distintos en las actividades productivas: productores campesinos que únicamente sembraban agave mezcalero y otro grupo de productores que sembraban agave y elaboraban mezcal.

Esta etapa de auge persiste prácticamente hacia 1980, cuando se configura una etapa de crisis ocasionada por factores macroeconómicos, altos costos de producción, bajos precios del mezcal, y la disminución de materia prima (agave), que se asoció a factores climáticos en ese periodo. La superficie de cultivo se redujo hasta un 50%.

En el contexto actual, los procesos de cambio en las estructuras territoriales, tienen sus expresiones en los sectores productivos locales y en la reproducción socioeconómica de los grupos y agentes sociales y productivos.

Con la expansión del capitalismo y la presentación a la vez de nuevas formas de globalización<sup>42</sup>, el papel de los procesos tecnológicos es decisivo en los procesos de cambios y transformaciones, ya que las innovaciones tecnológicas (información, comunicación, legales entre otros) resuelven el rumbo de la globalización.

Basándonos en lo anterior podemos explicarnos el hecho de que en Oaxaca el proceso de de globalización adquiere singular relevancia, debido a que los

---

<sup>42</sup> Méndez. A. Transformaciones territoriales y estrategias de supervivencia en la región del Soconusco del estado de Chiapas, México. Tesis Doctoral. Departamento de Geografía. Universidad de Barcelona. Barcelona España.2005.

“En ella se sostiene que a partir del siglo XIV, durante la expansión del capitalismo se han presentado formas de globalización que adquieren mayor auge a finales del siglo XIX. Se puede notar en que las acciones y relaciones socioeconómicas, políticas y culturales son relevantes, porque traspasan los ámbitos locales y nacionales; es decir, de ser estrictamente nacionales, propias y exclusivas de un país pasan a ser esencialmente internacionales adquiriendo un doble carácter de competencia: económica privada en el que intervienen individuos, compañías y organizaciones empresariales; y económica pública en la que interviene el Estado con funciones específicas de regulación normativa. lo anterior se define como una relación jerarquizada entre lugares y regiones del planeta que se resume en la existencia de zonas centrales y zonas periféricas.

sistemas productivos campesinos constituyen parte importante de la economía del Estado contribuyendo significativamente al autoconsumo familiar.

Un ejemplo es sin duda el proceso productivo de la producción de agave y mezcal realizado por los productores campesinos de Oaxaca puesto que se encuentran sujetos a factores y efectos de carácter global, territorial y tecnológico, que exigen su eficiencia productiva y de competitividad.

Las determinaciones de carácter global se articulan y adquieren su máxima expresión con la apropiación temporal de los recursos productivos (como ocurrió en 1986 y en el periodo 2000-2002) por los productores de Tequila de Jalisco, quienes ante la expansión mundial de su mercado relacionado con la demanda del tequila, incursionaron a la “Región del mezcal” para extraer el agave mezcalero y orientarlo a la producción de tequila.

La incursión de los tequileros trajo consigo fenómenos de recomposición de actividades y la especialización de la agricultura en las familias campesinas, mediante la producción intensiva de agave mezcalero para abastecer el mercado del tequila, fundamentalmente.

Estos rasgos han modificado el entorno social en el interior de las familias campesinas en la región y se expresan en las estrategias de reproducción social y en la dinámica económica productiva.

Muestra de lo anterior es el resultado que se observa en las actividades agrícolas referentes al cultivo y producción de agave mezcalero, que se realiza originalmente en condiciones de monocultivo o asociado con cultivos de maíz, frijol o garbanzo en la misma parcela.

En los arreglos organizativos para la producción- reproducción intervienen una serie de combinaciones de actividades y responsabilidades que guardan sinergia para lograr un solo objetivo:

Mantener la reproducción socioeconómica y biológica de las Unidades Socioeconómicas Campesinas (USEC) productoras de agave y mezcal en la “Región del Mezcal” en Oaxaca. De tal suerte que la actividad agrícola continúa siendo el eje central de las actividades productivas a pesar de la diversificación de las actividades económicas en el medio rural.

Así al aparecer los tequileros en el escenario regional oaxaqueño, cambian el proceso; la tecnología utilizada por los productores de tequila asume un papel relevante en el proceso industrial al contribuir a la productividad y competitividad del sector, que se expresa en el incremento de la demanda del tequila en el mercado mundial.

Esto establece diferencias en los precios relativos que determinan las ventajas comparativas al utilizar en el proceso de elaboración azúcares naturales y artificiales provenientes de especies diferentes de agaves, previamente permitido por la Norma Oficial para la elaboración de tequila.

A diferencia, en la agroindustria del agave mezcalero en Oaxaca, la diversidad de especies de agaves al igual que la producción de mezcal, caracterizan su falta de uniformidad productiva, por lo tanto, las singularidades son diferentes dentro de la región, de comunidad en comunidad y de cada palenque, cuyo resultado o producto final (mezcal) define las características organolépticas<sup>43</sup> propias y distintivas.

El proceso tecnológico utilizado en la producción de mezcal por ser eminentemente rústico y artesanal al transmitirse de generación en generación; genera condiciones por las cuales la productividad y competitividad se muestran

---

<sup>43</sup> [www.consumaseguridad.com/web/es/investigacion/2002/02/25/954](http://www.consumaseguridad.com/web/es/investigacion/2002/02/25/954) Consultado el 22/02/07

“Son el conjunto de descripciones de las características físicas que tiene el materia en general, como por ejemplo su sabor, textura, olor, color. Todas estas sensaciones producen al probar una experiencia agradable o desagradable”.

reducidas, además de la falta de integración industrial, ausencia de investigación básica aplicada, y de paquetes tecnológicos modernos.

Ante esta problemática es necesario el diseño de una política institucional integral de impulso y fomento a la agroindustria del mezcal practicada por campesinos de Oaxaca, en ella se deben incluir las ventajas ofrecidas por el geoespacio en el que se desarrollan las actividades productivas e incluir las perspectivas que ofrecen los nichos de mercado existentes para los productos tradicionales en los mercados mundiales.

De esta manera llegamos a las condiciones del mezcal como producto de exportación y podemos concluir que ante los efectos de la globalización y las condiciones socioeconómicas impuestas a los sistemas de producción campesinos, se pone a discusión su viabilidad, generando respuestas que conducen a la permanencia y persistencia de los sistemas productivos campesinos.

La falta de integración industrial de la agroindustria del agave mezcalero ha limitado su productividad y competitividad comercial, sin embargo, muestra un potencial productivo determinado por su denominación de origen, que ofrece ventajas para su inserción en nichos de mercado específicos en el contexto global.

Es necesario que las instancias gubernamentales en sus tres niveles de gobierno: federal, estatal y municipal, consideren en sus políticas de desarrollo tanto socioeconómico como productivo; las potencialidades que ofrecen los sistemas de producción campesinos como fuente de ingresos y empleo para la producción rural.

### **3.2 Obtención de maguey e Industrialización de Mezcal.**

En Oaxaca la siembra del agave se realiza en terrenos diversos; con inclinación acentuada hasta los Valles Centrales.

El territorio ocupado en gran parte por la Sierra Madre del Sur es muy basto dado que en su superficie se presentan diversas variedades de condiciones, altitudes, microclimas y de suelos donde se reproducen ecosistemas con características particulares.

Los suelos de las zonas mezcaleras suelen ser atacados por la erosión y dado el nivel de pobreza y lo accidentado de los terrenos es difícil mecanizar el proceso de cultivo.

Las mejores características que se pueden aprovechar es la de suelos arcillosos que permitan grados de humedad y obtención de nutrientes.

Solo en la zona de valles y mesetas se puede sacar ventaja de un cultivo intensivo, es decir planeado específicamente para el producto, utilizando insumos específicos para la producción como abonos, fertilizantes y pesticidas, además de los proporcionados por las características físicas como leña y agua<sup>44</sup>.

En este caso se utilizan diferentes tipos de reproducción avalados por la NOM070 como son la plantación de semillas y producción de hijuelos con control genético, las plantaciones pueden acelerar mediante procesos artificiales la maduración y reproducción.

En cambio los magueyes silvestres son especies que crecen en zonas forestales y florecen solo una vez al final de su vida, que dura entre 7 y 12 años.

La planta justo antes de florecer concentra sus jugos y mieles en el tallo oculto por las hojas, es momento de cosecharlo para producir mezcal.

---

<sup>44</sup> [www.oeidrus.oaxaca.gob.mx](http://www.oeidrus.oaxaca.gob.mx) Consultado el 15/02/07

La cosecha del maguey se realiza de enero a mayo, justo antes de lanzar su inflorescencia<sup>45</sup>. Para entonces la producción de mezcal dará inicio de la siguiente manera:

### **Selección de las mejores plantas:**

A partir de la cosecha del agave se seleccionan las plantas que alcancen por lo menos ocho años de edad, y después se procede a la "jima" (corte de las pencas y extracción de la "piña").



Fuente: [www.eumed.net](http://www.eumed.net) consultado el 25/05/2007

### **Cocimiento:**

Posteriormente, las "piñas" (corazón del agave) se colocan en un horno natural, que consiste en una excavación circular formando un gran recipiente recubierto de piedra, cuyo energético para cocinar las "piñas" son rocas previamente calentadas con leña, hasta alcanzar el "rojo vivo". El proceso de cocimiento se cumple en cuatro días.

---

45 Catherine Isley. "Manejo campesino del maguey papalote de Chilapa". [www.cifor.org.mx](http://www.cifor.org.mx)  
Consultado el 2/04/07



Fuente: [www.eumed.net](http://www.eumed.net) consultado el 25/05/2007

### **Molienda:**

Las "piñas" así cocinadas se cortan en trozos y se someten a maceración en molinos artesanales tipo egipcio, con una gran piedra circular de tracción animal.



Fuente: [www.eumed.net](http://www.eumed.net) consultado el 25/05/2007

### **Fermentación:**

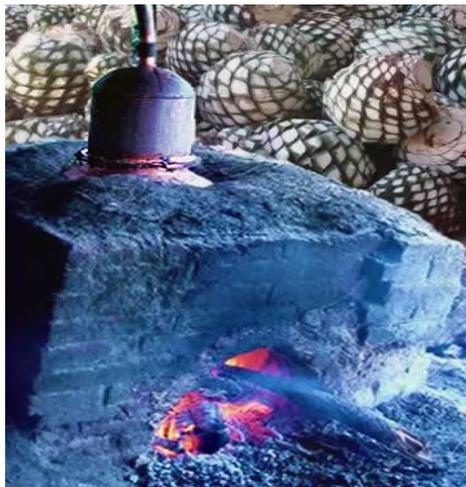
El mosto o jugo resultante se coloca en tinajas de madera donde fermenta en forma natural durante cuatro o cinco días (dependiendo de la temperatura ambiente).



Fuente: [www.eumed.net](http://www.eumed.net) consultado el 25/05/2007

### **Destilación:**

Procede la doble destilación, para obtener un alcohol natural, homogéneo y de alta calidad.



Fuente: [www.eumed.net](http://www.eumed.net) consultado el 25/05/2007

### **Homogeneización:**

Está referida a la redestilación de la porción e mezcal de baja graduación denominada comúnmente “colas” o “shishe” con la finalidad de aumentar su graduación alcohólica; una vez efectuada la redestilación se procede al ajuste de grado alcohólico ubicándolo entre los 42 y 50 ° G.L.

Es en este paso del proceso donde, algunos productores empeñados en lograr costos de producción mas bajos para aumentar su margen de utilidad, no reparan en elaborar las mezclas “en frío” donde mezcal de baja graduación se mezcla con alcohol de caña.

### **Almacenamiento:**

La gran mayoría de palenques utilizan recipientes de plástico de reuso para almacenar temporalmente el producto destinado a la venta, se trata de garrafones de 20 lts. y/o tambos de 200 lts. Sólo en pocos casos se dispone de barricas de roble de 180 lts.

### **Envasamiento:**

Existen grandes diferencias entre las envasadoras de mezcal en lo referente a la realización del proceso de envasamiento; la mayoría son pequeñas y en ellas predomina el desempeño de las actividades de envasamiento en forma manual, otras cuentan con una línea completa de envasado e incluso plantas de tratamiento de agua y laboratorio de control de calidad.

Actualmente existen tres formas para producir el mezcal: la artesanal, la tradicional y la moderna. En la tabla 3 que a continuación se detalla se muestran las características que implican cada una. También permite notar los beneficios que pueden destacarse y cual es la que actualmente puede tener mayor ventaja comercial.

TABLA 3: FORMAS DE PRODUCCIÓN DEL MEZCAL

Formas de producción/actividad	Producción artesanal	Producción tradicional	Producción moderna
Especie (s) de agave	Varias, sobre todo las silvestres	Una sola, preferentemente el espadín (agave angustifolia haw)	Uso exclusivo de maguey espadín
Cocimiento	En horno de tierra	En horno de piedra o tierra	En horno de piedra o autoclaves
Molido o triturado	Con mazos de madera o de piedra	En molinos con rueda de piedra jalada por bestias de tiro	Con desgarradoras mecánicas
Fermentación	En cueros de res, ollas de barro o canoas	En tinas de madera fabricadas ex profeso	En recipientes cilíndricos de acero
Destilación	En ollas de barro con carrizo como tubería	En alambiques de cobre con el uso de leña	En alambiques de cobre o acero de mayor capacidad con uso de leña o gas
Producción	Muy pequeña. Su uso se reserva para las fiestas patronales, normalmente no se comercializa	Para consumo casero y comercial	Eminentemente comercial
Características del mezcal	Inmejorable. Sabor suave y complejo. Olor característico. No produce resaca	De buena calidad. Fuertes variaciones en sus características en función del toque particular que cada productor le imprime	De buena calidad, sin grandes variaciones en sus características, con sabores menos complejos y aromáticos
Productores	Indígenas zapotecos, generalmente alejados de las vías de comunicación principales	Principalmente indígenas zapotecos cercanos a las vías de comunicación y a los centros urbanos	Indígenas y mestizos que viven cerca de los centros urbanos más importantes
Nivel de marginación de las comunidades	Alto y muy alto	Medio y alto	Bajo y medio

Fuente: Blomberg, Lennart. "Tequila, Mezcal y Pulque", Editorial Diana, México, 2001.pp243-244.

### 3.3 Variedades de Mezcal.

Hay distintas variedades o tipos de mezcal: joven, reposado, añejo, minero, pechuga y gusanito. A continuación se muestran algunas de ellas:

Tipo I: Mezcal 100% de agave. Elaborado con los mostos que únicamente contienen azúcares provenientes de los agaves.

Tipo II: Mezcal con otros azúcares. Elaborado con un 80% de los mostos de los agaves, a los que se les adiciona un 20% de otros azúcares.

Ambos tipos de mezcal son susceptibles de clasificarse según las categorías que muestra la tabla 4.

TABLA 4: DE VARIEDADES DE MEZCAL

NOMBRE	DESCRIPCIÓN
JOVEN	Mezcal obtenido directa y originalmente con los azúcares extraídos de los agaves, susceptible de ser enriquecido, para el caso del mezcal tipo II hasta con 20% de otros azúcares.
REPOSADO	Mezcal que se almacena por lo menos 2 meses en recipientes de madera de roble blanco o encino para su estabilización, susceptible de ser abocado*.
AÑEJO	Mezcal sujeto a un proceso de maduración de por lo menos de un año en recipientes de madera de roble blanco o encino, susceptible a ser abocado <sup>46</sup> .
MEZCAL DE PECHUGA	Por lo que respecta al mezcal de pechuga, el proceso de producción es idéntico, con la variante que, en la etapa de fermentado, se adicionan frutas: ciruela pasa, piña, chabacano y manzana; razón por la cual el mosto resultante, después de la destilación, confiere al mezcal de pechuga su sabor dulce y afrutado.

Fuente: Blomberg, Lennart. “Tequila, Mezcal y Pulque”, Editorial Diana, México, 2001.pp243-244.

<sup>46</sup>Abocado: Procedimiento para suavizar el sabor del mezcal, mediante la adición de uno o más productos naturales, saborizantes o colorantes permitidos en las disposiciones legales correspondientes. En Perez Blanco Raumiez. Rojo Cereza: Narraciones de Mezcal y Eros, IAN, México,2004.

### 3.4 Principales Zonas Mezcaleras de México.

México es el centro de origen de la familia Agavacea, a la cual pertenecen ocho géneros, entre ellos el género Agave.

De las 273 especies descritas de esta familia que se distribuye en el continente americano (desde Dakota del Norte, EUA, hasta Bolivia y Paraguay), en México se encuentra la mayor diversidad con 205 especies, de las cuales 151 son endémicas<sup>47</sup>.

Los estados más ricos en número de especies son Oaxaca, Chihuahua, Sonora, Coahuila, Durango y Jalisco.

El agave cuenta con diferentes especies dentro de su familia; *Potatorum zucc*, *Angustifolia weber*, *haw*; es una planta silvestre originaria de México y se encuentra distribuida en la mayoría de los 31 estados de la República es la principal planta mezcalera.

El mezcal, al igual que el champagne, sólo es posible obtenerlo en la región del mezcal que comprende los estados de Oaxaca, Guerrero, Durango, San Luis Potosí y Zacatecas; y particularmente en la región del mezcal que se localiza en el Estado de Oaxaca y que comprende los distritos de Sola de Vega, Miahuatlán, Yautepec, Tlacolula, Ocotlán, Ejutla y Zimatlán.

---

<sup>47</sup> [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com) "Especies que solo se encuentran en un lugar determinado".

Figura 1: Regiones del MEZCAL



FUENTE: mezcald@oaxaca.gob.mx 12/12/06

El adjetivo “colectivo” implica que el recurso biológico es manejado por una amplia gama de actores que incluye comunidades, ejidos y pueblos, así como por otras agrupaciones de individuos cuyas actividades principales se relacionan con el establecimiento de acuerdos y reglas consensuadas entorno a la conservación y al uso de los recursos biológicos en cuestión y su coordinación, además sobre los beneficios de la apropiación y las formas colectivas de gestión<sup>48</sup>.

A pesar de la importancia económica que históricamente han tenido los recursos biológicos de cada región, en México tenemos poco documentada su presencia al momento de iniciarse jurídicamente la propiedad social, es decir, en el proceso de reparto agrario.

Esta deficiencia en información es especialmente relevante toda vez que una forma de darle mayor valor a los productos obtenidos de los recursos biológicos colectivos, consiste en diferenciar la identidad y el origen del producto.

Dado que la mayoría de las comunidades campesinas e indígenas de nuestro país fueron dotadas como ejidos y comunidades agrarias, fue el derecho

<sup>48</sup> [www.sra.gob.mx/internet/agronuevo/num3/tovar\\_marzo2005](http://www.sra.gob.mx/internet/agronuevo/num3/tovar_marzo2005) Consultado el 28/12/06

agrario el ordenamiento jurídico que constituyó la lógica social de apropiación de la tierra y sus frutos.

Sin embargo, los expedientes agrarios han sido poco estudiados como fuente de información relacionada con los recursos naturales existentes, los nombres asociados al mismo, su forma de aprovechamiento y su importancia económica.

El proceso para rescatar ese tipo de información es arduo, a ello debemos que en la actualidad tengamos una serie de problemáticas en producción y comercialización que se agudiza en el proceso de industrialización de muchos productos.

En el caso del de mezcal, en muchas entidades es el resultado de conocimientos transmitidos de generación en generación. Los mezcaleros o palenqueros (a la destilería se le conoce en Oaxaca como palenque) han incorporado nuevos elementos para mejorar la elaboración del destilado de cocimiento de piñas de agave de lo cual la diferenciación de nombre y variedades del producto.

Ejemplos de lo anterior los tenemos asociados con denominaciones de origen y con derechos de propiedad intelectual, específicamente relacionados con los nombres de espacios geográficos, indígenas y campesinos en el desarrollo de avisos, nombres y marcas comerciales.

Para fortalecer la competitividad de los productores del mezcal agave y generar un mejor desarrollo económico, el Senador Antonio Mejía Haro, tiene la intención de impulsar y promover proyectos productivos y de investigación que conlleven a una mayor producción de mezcal y de maguey<sup>49</sup>.

Dicha modificación a la norma significaría un mayor beneficio para los que se dedican a la producción del mezcal, además, de que se aprovecharía la mayor

---

<sup>49</sup> [www.prd.senado.gob.mx/noticia.php?di=326](http://www.prd.senado.gob.mx/noticia.php?di=326) consultado el 25/03/2007

cantidad de piñas de agave mezcalero maduro; ya que el mezcal tipo 2 permite una mejor adaptación de los requerimientos en el mercado, como son olor, color, sabor, y con ello mejorar la comercialización y competitividad de la bebida.

Sin embargo el riesgo de dicha modificación es caer en el modelo del tequila que al permitir la producción con menor porcentaje de azúcares facilitó la industrialización que benefició a un puñado de familias que se hicieron millonarias y luego facilitaron la inversión de transnacionales en dicho sector, los pequeños productores fueron los grandes perdedores.

En el caso del mezcal caer en este tipo de economías de escala trae consigo la homogenización del producto al plantar clones de un tipo de planta y con ello uno de los valores agregados, la diversidad por tipo de agave y forma de producción<sup>50</sup>.

### **3.5 Oaxaca como región de producción del Mezcal.**

Las propuestas de reforma a la Norma 070 que enuncia la producción de 2 tipos de mezcal el 100% agave y el 80% agave y 20% de otros azúcares, ha propiciado una polémica sobre las formas de producción y a quienes se beneficia<sup>51</sup>.

Lo que se plantea es la posibilidad de producir mezcal 51% agave y 49% de azúcares, lo que implicaría potencializar la industrialización del mezcal siguiendo el modelo del tequila. De tal forma que se ocuparía menos maguey y más aditivos.

Por otro lado el uso de sólo un tipo de especies (contenidas en la norma y cultivadas en grandes plantaciones ex profeso) generaría la pérdida de la selva baja y especies de ese ecosistema y la homogeneización genética del agave; por consiguiente el fracaso productivo por el daño del suelo y la decreciente

---

<sup>50</sup> Porter, M. "Estrategia competitiva, técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia". México 1994. Ed. CECOSA.

"las estrategias genéricas para competir son: Liderazgo en costos, diferenciación y enfoque".

<sup>51</sup> Paula Monaco Felipe. "Aumenta el gusto por el mezcal, empieza a competir con el tequila". En La Jornada, México 29 03 07, Sección de Gastronomía

producción de maguey. Se perdería lo que ha sucedido durante siglos de producción con la utilización de diversas especies silvestres

Al respecto Jorge Larson sostiene; “Respetar y promover la diversidad biológica y cultural es la estrategia más barata y benéfica para todos en la industria mezcalera”<sup>52</sup>.

La problemática no es sencilla por tanto es necesario analizar el contexto económico, social y cultural que vive la “Región del mezcal”<sup>53</sup>.

El estado de Oaxaca, en particular los Valles Centrales se caracteriza por:

- ◆ Altos índices de marginalidad y extrema pobreza para la mayoría de sus habitantes, se refleja en productores con bajos niveles de educación, desnutridos, mal alimentados y con problemas de salud; bajos ingresos y viviendas de precarias construcciones y servicios.
- ◆ Bajos niveles de producción y productividad agropecuaria y forestal en la mayoría de los productores.
- ◆ Desempleo, subempleo rural y emigración.
- ◆ Una amplia brecha ente la tecnología generada y su uso.

El Estado de Oaxaca es el principal productor de agave mezcalero, este se concentra en la “Región de Mezcal” ubicada en los Valles Centrales de Oaxaca, geoeconómicamente se integra por 7 Distritos Políticos: Tlacolula, Yautepec, Ocotlán, Miahuatlán, Ejutla, Zimatlán y Sola de Vega; conjuntamente aportan el 85% de la producción estatal y nacional, y se ha desarrollado desde hace poco más de 50 años; en la que ha tenido periodos de auge y crisis asociado a factores de orden político y económico.

---

<sup>52</sup> Ibid

<sup>53</sup> Ramales Osorio, Martín Carlos y Barragán Ramírez, Ma. Luisa “La Industria del mezcal y la economía oaxaqueña” en: Observatorio de la economía Latinoamericana 2002 <http://www.eumed.net/eursecon/ecolat/mx/> consultado el 12/07/06

Territorialmente la “Región del Mezcal”, es el espacio local donde las familias campesinas desarrollan sus actividades productivas y su reproducción socioeconómica.

Desde la concepción territorial de un espacio geográfico socioeconómico, se caracteriza porque poco más de 10 000 familias campesinas realizan actividades orientadas al cultivo de agave mezcalero en superficies de bajo potencial agronómico en condiciones de marginación que se articula a su complejidad histórica; es decir, como grupo social ha cargado con el peso de la sociedad actual que lo ocupa, pero también lleva consigo elementos que le han dejado los grupos sociales de tiempos anteriores; cuyas expresiones en el ámbito local se asocia con la etapas de auge y crisis de la actividad productiva del agave mezcalero.

En los distritos políticos que integran la “Región del Mezcal” la población se comprende de 497 198 habitantes, el 47.4% son hombres y el 51.9% mujeres.

El 38.2% de la población es menor de 15 años y teóricamente dependiente de la población de 15- 60 años, por lo que se presenta una estructura poblacional que demanda servicios de educación y salud principalmente<sup>54</sup>.

La población se encuentra dispersa en 1683 comunidades, de las cuales el 48.1 % tiene una población entre 50 y 99 habitantes; sólo 8 localidades tienen una población que supera los 10 000 habitantes.

La dispersión demográfica plantea un serio reto para proporcionar bienes y servicios a la población, que se encuentra agrupada en 102 766 hogares que se concentran principalmente en los distritos e Miahuatlán, y Tlacolula con el 22.3% y 22.6% respectivamente, condición asociada a la mayor concentración poblacional de esos distritos.

El número de miembros por hogar es de 4.7 en promedio y se observa en algunos distritos que la jefatura doméstica femenina se incrementa dado el papel de la mujer en los procesos de reproducción socioeconómica de los grupos domésticos, relacionado entre otras cosas a la creciente migración de la fuerza

---

<sup>54</sup> Antonio J. “Sostenibilidad y Agroindustria del agave en las Unidades Socioeconómicas Campesinas de los Valles Centrales de Oaxaca”. Tesis Doctoral. Programa en Estrategias para el Desarrollo Agrícola Regional. Colegio de Posgraduados. Puebla, México, D.F 2004.

laboral masculina. En consecuencia, se genera por ejemplo la feminización de la agricultura<sup>55</sup>.

Como lo muestra la tabla 5, la población de la región se encuentra dedicada principalmente a las actividades primarias; de una población económicamente activa (PEA) de 143 366 personas, el 53.9% se encuentran en el sector primario, el 22.1% en el sector secundario y el 23.2% en el sector terciario, la región ocupa el 13.3% de PEA estatal.

TABLA 5: Porcentajes de la PEA por actividades en la Región del Mezcal

<i>.Distritos</i>	Total	Primario	Secundario	Terciario	No/especificado
<i>Zimatlan</i>	15823.9	45.8	19.3	33.5	0.7
<i>Tlacolula</i>	33108.8	42.8	30.5	26.0	0.5
<i>S de Vega</i>	16757.8	70.4	15.3	12.9	1.0
<i>Ejutla</i>	12703.3	61.0	19.1	18.4	1.0
<i>Ocotlán</i>	21410.4	42.3	26.3	30.2	1.0
<i>Miahuatlán</i>	34227.5	58.4	20.1	20.6	0.8
<i>Yautepec</i>	9732.0	74.6	9.7	13.5	1.4
	143 366.0	53.9	22.1	23.2	0.8

**Fuente:** Ramírez, J, et al. “Política Agrícola y Reforma Institucional en el Sector Agropecuario 1980-1992”. Colegio de Posgraduados, México, D.F. 1995

El cultivo de agave mezcalero en la “Región del Mezcal” es realizado por un poco mas de 100 comunidades de las cuales aproximadamente el 40% corresponden a municipios; agencias municipales y rancherías las restantes<sup>56</sup>, por orden de importancia se ha intensificado en los distritos de Yautepec y Tlacolula y en menor grado en Miahuatlán, Ejutla y Zimatlán.

<sup>55</sup> Ramírez, J, et al. “Política Agrícola y Reforma Institucional en el Sector Agropecuario 1980- 1992”. Colegio de Posgraduados, México, D.F. 1995

<sup>56</sup> De acuerdo a la Ley de 1942 del Estado Libre y Soberano de Oaxaca, un municipio, es un pueblo con un mínimo de 2 mil habitantes, una agencia municipal con 500 o más habitantes, la ranchería es un núcleo de población formado con hasta 500 habitantes.

En la mayoría de los distritos las actividades agropecuarias, se desarrollan sobre una estructura agraria altamente fragmentada, en condiciones de minifundio en el caso del mezcal, el número de familias que directa o indirectamente realizan actividades referentes al cultivo del agave, se estiman alrededor de 15 mil.

Un rasgo interesante es que la lengua indígena que predomina es el zapoteco en la mayor parte del distrito de Tlacolula, donde también se habla el español; a diferencia de los demás distritos donde solo se habla el español.

Este rasgo lingüístico expresa la marcada etnicidad en el distrito de Tlacolula, ligada a instituciones de cohesión social como el sistema de cargos para participar y contribuir al desarrollo comunitario, por un lado, y por otro para preservar los usos y costumbres en lo individual y colectivo mediante la guelaguetza y el tequio respectivamente.

No siendo así en las comunidades de otros distritos en los que repercuten directamente las transformaciones socioculturales dando paso a factores encierran a la economía oaxaqueña en un círculo vicioso de pobreza.

La productividad del trabajo es baja debido a los bajos niveles de escolaridad, la deficiente alimentación y la mala salud de la mayor parte de los oaxaqueños.

De esa manera, las bajas remuneraciones salariales se traducen, de un lado, en escaso poder de compra real (que se refleja en un escaso estímulo a invertir en bienes de capital por parte de las empresas) y en poca capacidad de ahorro (que se refleja en una escasa oferta de capital para financiar la nueva inversión de crecimiento económico), del otro.

### **3.6 Productores Regionales y las Grandes Industrias.**

La pequeña producción industrial capitalista de la comunidad rural en los países del tercer mundo se basa en la unidad familiar. La supervivencia o el crecimiento de estas formas de la pequeña producción han tenido lugar en el contexto de expansión horizontal, concentración vertical e integración del capitalismo.

La producción rural implica una compleja combinación de producción doméstica para el autoconsumo y para el intercambio, aparejada con pequeñas formas de capital industrial y mercantil. La globalización y los cambios en los mercados presentan nuevas condiciones al desenvolvimiento de esa forma de producción, con los que el productor enfrenta circunstancias nuevas.

Estos cambios incluyen oportunidades de competir en otros mercados que ofrecen la posibilidad de obtener incrementos en el ingreso y el mejoramiento en su nivel de bienestar. Al mismo tiempo acarrea retos que tiene que enfrentar, tales como la oportunidad de acceder a mayor información, a fuentes de capital y a la adquisición de tecnología adecuada para alcanzar una producción exitosa.

Esta es la dinámica en la que se encuentra la pequeña producción industrial ubicada en la parte central del estado de Oaxaca. Sustentada en la pequeña producción familiar, la producción rural de mezcal, pasa por una etapa con mayores expectativas, con la expansión de su mercado a nivel nacional e internacional, en la que algunas de sus unidades de producción han iniciado un desarrollo de orientación capitalista, o sea, han aumentado algunos aspectos de su inversión en trabajo y capital, buscando no sólo del mercado mayor y más seguro, sino de asesoría técnica y la incorporación de mejoras tecnológicas.

Una estrategia del productor, como respuesta a estas circunstancias nuevas, ha sido la de participar en el proceso de construir una organización basada en la asociación de productores con lo cual se pasa de una actividad netamente familiar a una actividad con una base más amplia. Existen varias formas de hacer esto:

- ◆ Integración de los productores organizados en empresas particulares cuyos protagonistas contribuyen con capital, tecnología y mercadotecnia.

- ◆ La asociación con otros productores para aprovechar economías de escala, defender intereses colectivos y mejorar su acceso al mercado.

Como ejemplo de la primera los intermediarios de la industria rural del mezcal tuvieron el interés de integrar el proceso completo en el cual se incluye desde la producción agrícola hasta la venta del producto.

En el segundo caso, algunas organizaciones de productores rurales han optado por esa forma, e incluyen a los productores agrícolas de las mismas comunidades.

Se distinguen varios actores del entorno entre los que se encuentran las instituciones gubernamentales de apoyo, las normativas, financieras, y el grupo de envasadores que constituyen la alternativa de integración del proceso productivo.

La formación de tales organizaciones puede originarse desde fuera del grupo de productores y desde arriba impulsado por factores externos; esto ha sucedido cuando influye un intermediario, el gobierno, o los líderes de una organización regional. También puede proceder de un impulso interno, como resultado de un proceso de diálogo entre los productores o por el liderazgo de alguien que convence a los demás. Este fue el aspecto predominante que hubo al inicio de la formación de las organizaciones de productores de mezcal<sup>57</sup>.

En un estudio sobre la Presencia de las Organizaciones de Productores Rurales en la Agroindustria del Mezcal del Estado de Oaxaca, México, se muestran las siguientes tablas:

---

<sup>57</sup> Fernández Ma. Teresa y Fernando Rello. "La organización de productores en México". Diconsa, México, 1984.

TABLA 6: Organizaciones de Productores de la Agroindustria del Mezcal de Oaxaca.

Figura Asociativa	Sociedad de Producción Rural (SPR)	Sociedad en Solidaridad Social (SSS)	Unión de Ejidos y Comunidades (E.Y.C)	Asociación Civil (A.C)	Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL)	
Número	8	2	3	1	1	N= 15
Porcentaje	53.3	13.4	20	6.7	6.7	100

**Fuente:** Marcial Ramírez Jaime. <Presencia de las Organizaciones de Productores Rurales en la Agroindustria del Mezcal del Estado de Oaxaca, México>. En Revista *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, Mayo- Agosto 2002, número 21 División Académica de Ciencias Económico Administrativas (DACEA); Universidad Juárez Autónoma de Tabasco UJAT.

Se pueden apreciar los tipos de figura asociativa donde la Sociedad de Producción Rural es la más numerosa con más de 53% de las agrupaciones estudiadas.

Esta figura ha sido promovida por los agentes gubernamentales debido a que proporciona la capacidad para la adquisición de créditos ante instituciones bancarias y porque los integrantes tienen la posibilidad legal de hacer aportaciones a capital.

Se puede decir que las figuras precursoras fueron las Sociedades en Solidaridad Social, poco a poco al tener mayores beneficios fueron abandonadas para conformar a las SPR. La tendencia de las agrupaciones para cambiar a la más dinámica es porque les permite solicitar créditos a la banca y depende de la disponibilidad del esquema nacional y la capacidad de gestión de los líderes para conseguirlos.

Las demás organizaciones que no han mostrado tendencia al cambio parecen estar más dispuestas a continuar dependiendo de los apoyos gubernamentales a

las zonas marginadas para mantener su membresía con ingresos ocasionales determinados por los procesos electorales estatales y nacionales.

TABLA 7: Número de Organizaciones e Integración del Proceso Productivo.

Número de Organizaciones	Productores de maguey	Palenques	Envasa	Proceso comercial	Maquila	Índice de integración.
4= 26.67%	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	1.00
2= 13.33%	No	Sí	No	No	No	0.20
9= 60.00%	Sí	Sí	No	No	No	0.40
15= 100.00 %	11	13	4	4	4	

Fuente: Marcial Ramírez Jaime. <Presencia de las Organizaciones de Productores Rurales en la Agroindustria del Mezcal del Estado de Oaxaca, México>. En Revista *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, Mayo- Agosto 2002, número 21 División Académica de Ciencias Económico Administrativas (DACEA); Universidad Juárez Autónoma de Tabasco UJAT.

Puede verse el número de organizaciones que han logrado abarcar el proceso de producción y comercialización. El de producción incluye la producción de agave o maguey, la integración de productores individuales y las instalaciones para envasar su propio producto. El proceso de comercialización implica que lo realizan ellos mismos o que tiene acuerdos con empresas comercializadoras.

Los datos obtenidos fuera del cuestionario, permitieron saber que dos de esas asociaciones son utilizadas por inversionistas para asegurar la provisión de maguey y mezcal. Los inversionistas por su parte son intermediarios frente a los agentes gubernamentales para la obtención de apoyos económicos a cambio de asegurar su participación en eventos políticos.

Además podemos ver que nueve agrupaciones no han logrado obtener envasadora y menos lograr la comercialización a través de la organización. Por consiguiente se puede concluir que han alcanzado la mayor integración del proceso productivo un porcentaje del 27% de las organizaciones, indicador de un factor interno que manifiesta la tendencia de su actividad hacia la producción y comercialización.

Las que muestran un índice de de integración medio son aquellas que se han integrado y sólo han podido aprovechar los recursos de apoyo individual sin que integren socios con capital. La de menor integración son aquellas que no tienen una base reconocida entre los productores de agave y dependen de la dinámica.

### **3.7 El Mercado Interno y el Mercado Exterior.**

En la actualidad la participación del mezcal de Oaxaca en el mercado Nacional es muy baja, del volumen total de mezcal producido en la entidad sólo el 8.3% se comercializa como mezcal envasado en las principales ciudades y puntos de atracción turística y fronterizos, y tan sólo 5 marcas de mezcal tienen mayor presencia frente a otras bebidas competidoras.

Por otro lado la gran mayoría de productores de maguey tienen mayores expectativas a corto y mediano plazo en vender su maguey a los compradores de Jalisco, ya que la entidad hasta el año de 2003, seguía siendo la principal abastecedora de materia prima de la industria tequilera y por tanto los productores de mezcal quedaron desplazados del mercado y a expensas de las políticas y prácticas comerciales de los acopiadores.

Es por eso que el siguiente análisis hace énfasis en la relación de producción y consumo del mezcal en los ámbitos regionales, nacionales e internacionales.

Se entiende por demanda al llamado Consumo Nacional Aparente (CNA), la cantidad de determinado bien o servicio que el mercado requiere, y que se expresa como sigue:

$$\text{Demanda} = \text{CNA} = \text{Producción nacional} + \text{importaciones} - \text{exportaciones}$$

En 1994, de 2 millones 875 mil litros producidos de mezcal el 78 por ciento (o 2 millones 238 mil litros) se consumieron en el mercado nacional y el resto (el 22 por ciento o 637 mil litros) se exportaron a diferentes países de América, Europa y Asia; para el año 2000 la situación fue exactamente la contraria, es decir,

de la producción total (8 millones 400 mil litros) el 44 por ciento (o 3 millones 700 mil litros) se consumieron en el mercado nacional y el 56 por ciento restante (o 4 millones 700 mil litros) se exportaron a diferentes países de los tres continentes anteriormente mencionados.

**TABLA 8: CONSUMO NACIONAL APARENTE Y EXPORTACIONES**

Año	Producción nacional (litros)	CNA (litros)	CNA, % de la prod. total	Exportaciones (litros)	Exportaciones, % de la prod. nacional
1994	2 875 000	2 238 000	78.0	637 000	22.0
1995	4 109 820	2 997 594	72.9	1 112 226	27.1
1996	5 875 000	4 015 000	68.0	1 860 000	32.0
1997	7 220 000	3 940 000	54.6	3 280 000	45.4
1998	8 500 000	4 500 000	53.0	4 000 000	47.0
1999	9 000 000	4 300 000	47.7	4 700 000	52.2
2000	8 400 000	3 700 000	44.0	4 700 000	56.0

**FUENTE:** Anexo Estadístico del Sexto Informe de Gobierno de Diódoro Carrasco Altamirano (1998) y del Segundo Informe de Gobierno de José Nelson Murat Casab (2000)

Lo anterior ha significado para la pauperizada entidad oaxaqueña, es de manera aparente, la generación de una mayor cantidad de empleos (que los oaxaqueños tanto necesitan para salir de la pobreza y la marginación) y la entrada de una buena cantidad de dólares como resultado de las exportaciones.

En 1994, se exportó mezcal por 1 millón 274 mil dólares y para el año 2000 por 79 millones 900 mil dólares. Cabe señalar, que entre los años (1999-2001) el agave había tendido a encarecerse como consecuencia de su acaparamiento por parte de productores de tequila del Estado de Jalisco, en consecuencia el precio del mezcal se ha disparado también. Mientras que en 1994 una tonelada de agave costaba en promedio 135 pesos con 60 centavos, para 1999 ya costaba mil 147 pesos con 20 centavos y el año anterior la tonelada rondaba los 5 mil pesos. De

esa manera, los productores de mezcal han incrementado el precio del mismo: en 1994 el precio promedio de exportación de un litro de mezcal era de 2 dólares, para 1999 era de 5, para el año 2000 de 17 y actualmente está entre los 25 y los 30 dólares. En consecuencia, las ventas de mezcal han disminuido.

**TABLA 9: EXPORTACIONES EN VOLUMEN Y EN VALOR.**

Año	Exportaciones (litros)	Exportaciones (dólares)
1994	637 000	1 274 000
1995	1 112 226	1 392 256
1996	1 860 000	5 580 000
1997	3 280 000	11 480 000
1998	4 000 000	16 000 000
1999	4 700 000	23 500 000
2000	4 700 000	79 900 000

**FUENTE:** Anexo Estadístico del Sexto Informe de Gobierno de Diódoro Carrasco Altamirano (1998) y del Segundo Informe de Gobierno de José Nelson Murat Casab (2000)

**TABLA 10: PRECIOS DE EXPORTACIÓN EN DÓLARES Y EN PESOS.**

Año	Precio promedio de exportación (Dls. Por litro)	Tipo de cambio	Precio promedio de exportación (Pesos por litro)
1994	2.0	3.39	6.78
1995	2.5	6.50	16.25
1996	3.0	7.59	22.77
1997	3.5	7.95	27.83
1998	4.0	9.24	36.96
1999	5.0	9.56	47.8
2000	17.0	9.47	161.0

**FUENTE:** Anexo Estadístico del Sexto Informe de Gobierno de Diódoro Carrasco Altamirano (1998) y del Segundo Informe de Gobierno de José Nelson Murat Casab (2000)

Cómo consecuencia de este boom exportador (estancado en 1999 y 2000), el número de palenques se incrementó: en 1994 existían 123 palenques (o unidades productoras de mezcal) y para el año 2000 ya eran 582. En este aspecto, el gobierno del Estado ha venido jugando un importante papel mediante inversiones que han permitido la rehabilitación de algunas de esas unidades productoras, de las cuales dependen numerosas familias de la pauperizada región de los Valles Centrales de la entidad oaxaqueña. Esta industria da empleo a 29 mil 192 personas aproximadamente.

La industria del mezcal es una de las pocas con las que cuenta el Estado de Oaxaca, misma que pese a todos los obstáculos (como el encarecimiento del agave y la adulteración por parte de algunos productores desleales) ha sido capaz de generar empleos y divisas para una entidad bastante urgida de mejores condiciones de vida.

En este contexto, el gobierno estatal y nacional deben ser lo suficientemente sensibles para impulsar un mayor despegue de esta importante industria. Esta industria puede coadyuvar a romper el círculo vicioso de la pobreza en que se encuentra encerrada la entidad, ya que en la misma se cuentan con importantes ventajas comparativas.

Algunas instituciones de educación superior existentes en la entidad están realizando actividades de investigación y asesoría para el cultivo del agave en regiones muy erosionadas (y muy pobres también) como la mixteca. De esa manera, actualmente se cultiva agave y se empieza a producir mezcal en regiones del Estado distintas a los Valles Centrales.

Lo anterior junto con las exigencias de atributos de calidad giran el interés por cubrir las normas oficiales obligatorias que en el capítulo 2 se analizaron, y por otra, una diversidad de normas privadas voluntarias que surgen a raíz de la implementación de nuevas exigencias en el mercado internacional y a veces por el sector productivo a fin de defender su posición competitiva y mercado.

Dichos atributos de calidad que operan también como “intangibles assets”, es decir, atributos asociados al prestigio, fama, tradición o costumbre, por lo general se identifican a través de formas de propiedad intelectual que ya se ha señalado, han dado pie a las marcas comunitarias, denominaciones geográficas y prácticas de comercio justo.<sup>58</sup>

Esta variante de comercio busca la equidad entre países en desarrollo y desarrollados, donde se reconoce la asimetría y se trata de proteger y crear puntos de conciencia sobre prácticas ancestrales de producción, uso de la naturaleza, etnias, género y en general cualidades culturales para preservar.

El eco-etiquetado y las indicaciones geográficas, mecanismos que lo caracterizan, no están exentos de discusiones polarizadas, pero tienen una virtud valiosa; en su intención están llenas de contenido positivo. El eco-etiquetado se basa en la racionalidad del uso y el consumo de recursos y productos y en ser veraces en las reivindicaciones que asociamos a un producto. Es una práctica respetuosa para con los ciudadanos de tierras distantes y tiempos futuros.

En la ley y en la práctica de las marcas comerciales hay una tradición y un marco jurídico que se debe considerar cuidadosamente al implementar esquemas de etiquetado con contenido ambiental. La compatibilidad entre ambos sistemas ayudará a dejar atrás visiones del eco-etiquetado que lo perciben como una barrera no arancelaria al comercio.

### **3.8 Costos y Derechos.**

Analizar los costos de producción en relación a las ganancias obtenidas, permite tener un punto de vista objetivo de la viabilidad de un producto en el mercado, aunado a ello las condiciones de una política fiscal que beneficie a la cadena productiva en su totalidad puede reflejar con mayor certeza dicha viabilidad. Para

---

<sup>58</sup> Bifani, Patricia. “Enfoque de género en los marcos de formulación y gestión de políticas forestales”. En [www.rlc.fao.org/proyecto/FODEPAL/](http://www.rlc.fao.org/proyecto/FODEPAL/) consultado el 28/12/06

mezcal basándose en el estudio realizado por el Sistema Producto Maguey-Mezcal<sup>59</sup>, se muestra lo siguiente:

En una fábrica tradicional operada por su propietario el concepto más importante de los costos de producción de mezcal es el costo de la materia prima puesta en palenque que representa el 54% del total, el costo de contratación de la mano de obra que representa el 30% y la adquisición de leña empleada en el horneado y calentamiento de olla de destilado representa el 14%.

TABLA 11: Costos variables y fijos de producción de mezcal (Palenque Propio)  
(Cantidad de maguey empleado: 3,000 kg.)

CONCEPTOS	MONTO(\$)	%
1.- Materia Prima		
Maguey en campo	3 509.00	40.300
Corte	726.00	8.338
Acarreo	440.00	5.053
Subtotal	4 675.00	53.692
2.- Leña		
Horneado	491.00	5.639
Destilación	755.00	8.671
Subtotal	1 246.00	14.310
3.- Mano de obra		
Horneado	407.00	4.674
Molienda	554.00	6.362
Fermentación	322.00	3.698
Destilación	1 274.00	14.631
Otros	25.00	0.287
Subtotal	2 582.00	29.694
4.- Pago de alquiler de palenque		
Efectivo	0.00	0
Mezcal	0.00	0
Trabajo	0.00	0
Subtotal		
5.- Otros Gastos		
Energía eléctrica	65.00	0.746
Agua	24.00	0.275
Sulfato o urea	3.00	0.034
Alimentación del caballo	60.00	0.689
Pago de impuestos	12.00	0.137
Otros	40.00	0.459
Subtotal	204.00	2.342
Totales	8 707.00	100

Fuente: Sistema Producto Maguey Mezcal 2004 [www.asda.com.mx](http://www.asda.com.mx)

<sup>59</sup> Fuente: Sistema Producto Maguey Mezcal, 2004 en: Plan Rector del Sistema Producto Maguey-Mezcal en [www.asda.com.mx](http://www.asda.com.mx) consultado el 21/12/2006

Fórmula

$$U = I T - C T$$

Dónde

U= Utilidad

I T= Ingresos totales

C T= Costos totales fijos

INGRESOS: Venta de mezcal= 333 lts. X \$ 40.00 = \$ 13 320.00

UTILIDAD: \$ 13 320 – 8 707.00= \$ 4 613.00

COSTO DE PRODUCCIÓN/ LITRO DE MEZCAL = \$ 8 707.00 / 333 lts. =  
\$26.147<sup>60</sup>

Los productores de mezcal que no poseen palenque, recurren al alquiler de las instalaciones y equipos para procesar su maguey; en este caso la materia prima representa el 50%; la leña el 13%, la mano de obra el 27% y el alquiler del palenque el 9%, del costo total de la producción respectivamente. Cabe señalar que el productor paga el alquiler del palenque a su propietario, en especie y representa aproximadamente el 10% del volumen del mezcal obtenido.

---

<sup>60</sup> Cantidad de materia prima requerida (maguey en campo) para producir un litro de mezcal es de 9 Kg.

TABLA 12: COSTOS DE PRODUCCIÓN DE MEZCAL (PALENQUE ALQUILADO)

CONCEPTO	MONTO \$	%
1.- Materia Prima		
Magüey en campo	3 509.00	37.25
Corte	726.00	7.70
Acarreo	440.00	4.68
Subtotal	4 675.00	49.63
2.- Leña		
Horneado	491.00	5.22
Destilación	755.00	8.23
Subtotal	1 246.00	13.45
3.- Mano de obra		
Horneado	407.00	4.33
Molienda	554.00	5.89
Fermentación	322.00	3.42
Destilación	1 274.00	13.53
Otros	20.00	0.20
Subtotal	2 582.00	27.37
4.- Pago de alquiler de palenque		
Efectivo	0.00	0
Mezcal	875.00	9.29
Trabajo	0.00	0
Subtotal	875.00	9.29
5.- Otros gastos		
Energía eléctrica		
Agua		
Sulfato o urea	2.0	0.02
Alimentación del caballo		
Pago de impuestos		
Otros	36.0	0.37
Subtotal	38.00	0.39
TOTALES	9 421.00	100

Fuente: Sistema Producto Magüey Mezcal 2004 [www.asda.com.mx](http://www.asda.com.mx)

Cantidad de maguey empleado: 3 000 kg. / (Año 2004)

INGRESOS: Venta de mezcal = 333 lts. x \$ 40.00 = \$ 13 320.00

UTILIDAD: \$ 13 320.00 – 9 421.00 = \$ 3 899.00

COSTO DE PRODUCCIÓN / LITRO DE MEZCAL = \$ 9 421.00 / 333 lts. = \$ 28.291

Costos de mezcal envasado:

Con la finalidad de posibilitar un análisis detallado de la composición de los costos totales de producción y del precio del mezcal envasado, se tomaron en consideración los datos de dos empresas envasadoras representativas de las existentes en Oaxaca.

TABLA 13: Análisis del Costo de Producción y Precios del Mezcal Envasado  
(Julio 2004)

Botella estándar de 750 ml. / mezcal blanco

Concepto	Monto \$	Concepto	Monto \$
1.- Costos Directos		2.- Costos Indirectos	
1.1 Materias Primas e Insumos		2.1 Gastos de Venta	
Mezcal		Sueldos	0.69
Mezcal bco.	22.50	Comisiones 3%	3.80
Gusano de maguey	2.00	Transporte	1.00
Botellas		Tel y Com.	0.30
Estándar	6.00	Papel y ut.	0.10
Tapas		Prom. y Publ.	0.80
Tapa/ plástico	0.30	Viajes int.	0.36
Etiquetas		Otros	0.30
Frontal	1.00	Gastos Administración	
Cuello	0.45	Sueldos	2.30
Contra etiqueta	0.20	Tel y com.	0.30
Marbete	0.15	Pap. y útiles	0.12
Código de Barras y Lote	0.10	Vigilancia	0.12
Empaques		Cobranza	0.25
Caj. Cartón estándar	1.20	Asesoría cont.	0.30
Caj. Cartón lujo		Asesoría juríd.	0.25
Adornos		Viáticos y transportes	0.20
Botella estándar	1.00	Combustibles	0.20
Otros		Otros	0.25
Banda de garantía	0.60	Total costos indirectos.	11.64
Mano obra directa		Total Costos directos e ind.	51.23
Trabajadores de producción	.90	Utilidad 20%	10.25
Maniobras	.15	Precio base	61.48
Otros		IEPS (50%)	30.74
E. eléctrica	0.32	Importe max.	92.22
Material de Laboratorio	0.82	Descuento al distribuidor 30%	41.50
Mantenimiento	1.10	Total	138.33
Depreciación de equipo	0.80	IVA aplicado a Imp. máximo	13.83
Total costos directos.	39.59	Precio por botella	106.00
		Precio por caja (12 bot.)	1272.00

Fuente: Sistema Producto Maguey Mezcal 2004 [www.asda.com.mx](http://www.asda.com.mx)

El cuadro anterior constituye un claro ejemplo de la composición de los costos totales del envasado, es decir, de la composición del precio del mezcal envasado; donde el mezcal presenta el 57% de los costos directos del envasado y el 44% los costos directos e indirectos, la utilidad que recibe el envasador sólo representa el 10% del total de los costos directos e indirectos en tanto que la carga por concepto de Impuesto Especial Sobre Productos y Servicios (IEPS= 50% sobre el precio de facturación e IVA 15%), casi duplican el costo del mezcal.

La cadena de distribución (mayoreo, medio mayoreo y menudeo) recibe el 30% del precio, incluido el IEPS; así 750 ml. de mezcal, cuyo costo a granel puesto en fábrica es de \$22.50, llega al consumidor final a un precio de \$138.00 con IVA incluido.

Lo anterior repercute en el mercado ya que además del auge tequilero, dicha industria ha impuesto en el mercado destilados de agave que son bebidas que utilizan agaves no permitidos por la NOM del tequila o utilizan otros azúcares y alcohol de caña en el proceso. El precio de venta es realmente bajo, va de \$14 a \$40 pesos; mermando el mercado mezcalero.

Cabe señalar que solo el 30% de los envasadores o sea catorce están debidamente regularizados en cuanto a su situación fiscal, por lo que sus marcas son las que tienen mayor presencia en los mercados; de éstas únicamente la mitad están en condiciones de exportar, aunque sólo cuatro de ellas lo hacen.

Aunado a lo anterior, se debe mencionar que toda la investigación a la que se hace referencia, expone la condición actual del mezcal en el régimen fiscal que en realidad es poco favorable.

En el año 2000, por el amparo de 150 empresas envasadoras de diversas bebidas alcohólicas, se llegó a un acuerdo de establecer un sistema de pago del IEPS por categorías (el mezcal era una de las 18 categorías). Se acordó una cifra

de \$12.90 por litro como cuota fija, el cargo era del envasador sin afectar al resto de la cadena comercial.

En 2002 la SHCP con la intención de recaudar mayores recursos de bebidas y tabacos, modifica unilateralmente el acuerdo y regresa al antiguo régimen del pago Ad valorem. En consecuencia, todas las bebidas alcohólicas quedaban obligadas en el pago por concepto IEPS con un 60% del precio de facturación, poco después, en el mismo año se reduce por decreto presidencial a un 50%.

Los resultados han sido los siguientes:

- ◆ La excesiva y complicada contabilidad que se exige por medios magnéticos e internet, esta en discordancia con la situación real que poseen los productores, quienes tienen que pagar servicios para realizar dichos trámites.
- ◆ La legislación fiscal impide que las pequeñas fábricas productoras puedan ser inscritas en el régimen de pequeños contribuyentes y por tanto no pueden emitir factura.
- ◆ No se permite auto facturación de quienes envasan para esas pequeñas fábricas.
- ◆ Se condiciona la entrega de marbetes por lo que se obstaculizan las ventas de los envasadores en el mercado nacional.
- ◆ Los trámites en el padrón de exportadores son muy complejos y ello provoca que los envasadores inscritos, no puedan continuar en él, reduciendo las oportunidades de exportación.

Además existe una actitud persecutoria con la aplicación de fuertes multas, la ejecución sistemática de auditorias, retraso de trámites, entre otras cosas que crean un ambiente poco propicio para el desarrollo de la industria del mezcal.

## CAPITULO 4

### FUENTES DE FINANCIAMIENTO PARA REALIZAR LA EXPORTACIÓN.

El objetivo fundamental de la banca de desarrollo (NAFIN) es apoyar con recursos financieros a la exportación, es decir, incrementar y diversificar el volumen y valor de las ventas de bienes mexicanos en el extranjero, mediante la canalización de recursos a la pre-exportación, de existencias y de exportación.

En ésta parte de la investigación se exponen las posibilidades de financiamiento que tienen los productores de mezcal en todos los eslabones de la cadena productiva, los requisitos formales para poder llevar a cabo tan importante proceso y las condiciones que pueden hacer viable optar por el financiamiento.

#### **4.1 Investigación de probables Fuentes de Financiamiento.**

El Sistema Financiero Mexicano se apoya en la banca de fomento que promueve mediante el desarrollo económico del país, por medio de mecanismos financieros y técnicos que impulsan a sectores y regiones, así como actividades prioritarias a través de la banca múltiple.

Estas fuentes constituyen el apoyo financiero gubernamental que se otorga directamente o a través de la banca de primer piso

Para fines de nuestro estudio nos centraremos sólo las instituciones de banca de desarrollo como Nacional financiera que absorbió al Banco Nacional de Comercio Exterior y que tienen los mismos programas de financiamiento.

#### **Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT):**

Atiende a todos los estados del país y a las empresas con potencial de exportación, es decir, a exportadores directos e indirectos e incluso a compradores extranjeros que realizan importaciones de bienes y servicios producidos en México.

Para garantizar eficiencia y competitividad en el comercio exterior en todas sus fases; preexportación, exportación, importación y sustitución de importación de bienes y servicios este organismo está facultado para:

- ◆ Otorgar apoyos financieros.
- ◆ Brindar asesoría financiera a los eslabones involucrados en la comercialización internacional, incluso conjuntamente con otras instituciones de crédito gubernamentales y privadas.
- ◆ Promover las exportaciones mexicanas y otorgar apoyos financieros a empresas comercializadoras de exportación, consorcios y entidades análogas de comercio exterior.

Bancomext opera con un plan que elabora un consultor certificado quien proporciona un monto del proyecto al 50%, para lo cual se manejan diferentes esquemas que son<sup>61</sup>.

- ◆ Esquema Simplificado de Financiamiento para la Pequeña y Mediana Empresa.
- ◆ Esquema Financiero para el pequeño exportador.
- ◆ FACE: Se refiere al financiamiento automático de cartera de exportación, mediante el cual las empresas pueden descontar las cuentas por cobrar y cuya fuente de pago se encuentre respaldada por una póliza de seguros de Bancomext. Es un mecanismo alternativo de financiamiento para empresas que teniendo proyectos viables no son sujeto de crédito por su elevado apalancamiento.
- ◆ GLIEX: Es la Garantía Líquida para el Impulso de las Empresas, se trata de otra etapa de promoción que se desarrolla en conjunto con la Banca Comercial. Mediante éste esquema se busca reactivar el

---

<sup>61</sup> Promoción a Europa 2007 en portal bancomext [www.bancomext.com.mx](http://www.bancomext.com.mx) consultado el 28/03/07

otorgamiento de créditos con los bancos a las PYMES que cuenten con proyectos viables de exportación. Se permite a la banca comercial compartir riesgo crediticio con BANCOMEXT, estará disponible para capital de trabajo, ventas de exportación y proyectos de inversión.

### **Nacional Financiera, S.N.C. (NAFIN)**

La sociedad, con el fin de fomentar el desarrollo integral del sector industrial y promover su eficiencia y competitividad, canalizará apoyos y recursos y tendrá facultad para:

- ◆ Promover, encausar y coordinar la inversión de capitales.
- ◆ Promover el desarrollo tecnológico, la capacitación, la asistencia técnica y el incremento de la productividad.
- ◆ Ser agente financiero del Gobierno Federal en lo relativo a la negociación, contratación y manejo de créditos al exterior que se otorguen por instituciones extranjeras privadas, gubernamentales e intergubernamentales.
- ◆ Gestionar y en su caso, obtener concesiones, permisos y autorizaciones para la prestación de servicios públicos para el aprovechamiento de recursos naturales.
- ◆ Realizar los estudios económicos y financieros que permitan determinar proyectos de inversión prioritarios, a efecto de promover su realización entre inversionistas potenciales.
- ◆ Fomentar la reconversión industrial, la producción de bienes exportables y la sustitución eficiente de importaciones.

## **Financiera Nacional Agropecuaria (FINAA)**

Tendrá por objeto el financiamiento a la producción primaria, agropecuaria y forestal, las actividades complementarias de beneficio, almacenamiento, transportación, industrialización y comercialización que lleven a cabo los productores acreditados.

La facultad se encamina principalmente a:

- ◆ Procurar que los apoyos y recursos que canalice, propicien el desarrollo integral de los productores acreditados.
- ◆ Promover y realizar proyectos que satisfagan necesidades del sector rurales las distintas zonas del país o que propicien el mejor uso de los recursos de cada región.
- ◆ Promover el desarrollo tecnológico, la capacitación y el incremento de la producción y de la productividad de las empresas del sector rural.
- ◆ Gestionar y obtener concesiones y permisos para la prestación de servicios públicos o para el aprovechamiento de recursos naturales.

Financiar la adquisición de insumos, maquinaria y equipo que se requiera para las actividades productivas con el fin de aprovechar las condiciones del mercado.

## **Uniones de Crédito**

También existen las Organizaciones Auxiliares de Crédito, que son un tipo especial de sociedad anónima de capital variable, surgieron para facilitar el acceso a los pequeños productores al financiamiento bancario.

Las Uniones de Crédito son organizaciones que sirven como puente entre los bancos que captan recursos de la comunidad, y los productores que requieren fondos para proyectos específicos.

Entre otras se pueden mencionar para impulsar al mezcal oaxaqueño:

- ◆ Unión de Crédito del Soconusco
- ◆ Unión de Crédito de productores de café de Oaxaca
- ◆ Unión de Crédito agropecuaria e industrial de los estados de Chiapas y Oaxaca “Pajal ya'kac tic”
- ◆ Unión de Crédito Industrial y Comercial de Oaxaca

En general cualquier fuente de financiamiento antes de otorgar un crédito realiza un análisis preliminar que contempla:

- ◆ La calidad moral del cliente (visita de instalaciones)
- ◆ Situación financiera (últimos estados financieros presentados por el solicitante) y que el monto solicitado, no exceda el 100% de su capital contable.
- ◆ Que la empresa no sea de reciente creación, a menos que sea un proyecto de inversión.

El estudio del crédito tiene como objetivo principal evaluar a las empresas con base en su capacidad administrativa, permanencia en el mercado, situación financiera, rentabilidad, capacidad de pago y la solvencia moral y económica.

Al momento que canaliza un crédito BANCOMEXT, otorga un porcentaje de financiamiento hasta del 100% del precio de venta de los bienes y servicios de exportación y de los que se comercialicen en el mercado nacional, con plazos que van de 90 a 360 días. El crédito cuando es en moneda extranjera por lo general se otorga en dólares americanos, la otra forma más frecuente es en moneda nacional.

Las amortizaciones serán de:

Hasta 90 días: Capital más intereses al vencimiento.

91 a 360 días: Capital más interés mensual.

Las tasas que se manejan para los créditos son las siguientes:

- ◆ Tasas de Interés Nacionales:
  - Certificado de la Tesorería de la Federación (CETES)

“Instrumentos de deuda gubernamental denominado en moneda nacional, emitidos por la Tesorería de la Federación con un doble propósito: financiar el gasto público y regular flujos monetarios. Son títulos de crédito al portador que consignan la obligación del gobierno Federal a pagar su valor nominal al vencimiento”<sup>62</sup>.

Es considerada una “tasa líder” ya que determina el comportamiento de todas las demás tasas del mercado. Los CETES a un plazo de 28 días determinan el nivel de los intereses bancarios. Su precio se determina mediante subastas realizadas por el Banco de México, todos los martes de cada semana donde se determina su tasa de interés con base en su demanda.

Tabla 14 Certificados de la Tesorería de la Federación (CETES).

Unidad de Medida: Tasas anualizadas a 28 días

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Diciembre</b>	17.05	6.29	6.88	6.06	8.5	8.22	7.04
<b>PROMEDIO</b>	<b>15.24</b>	<b>11.31</b>	<b>7.09</b>	<b>6.23</b>	<b>6.82</b>	<b>9.20</b>	<b>7.19</b>

Fuente: Elaboración propia con datos del Banco de México. Indicadores económicos, en <http://dgcnesyp.inegi.gob.mx/cgi-win/bdieintsi.exe/Consultar> consultado el 21/01/2007

<sup>62</sup> <http://www.vector.com.mx/cgi-bin/internet-vip.sh/vecsfp?contenedor=28040000&elemento=28040201> consultado el 15/02/07

Gráfica 1: Certificados de la Tesorería de la Federación (CETES) a 28 días



Fuente: Banco de México. Indicadores económicos, en <http://dgcnesyp.inegi.gob.mx/cgi-win/bdieintsi.exe/Consultar> consultado el 21/01/2000

### Tasa de Interés Interbancaria de Equilibrio (TIIE)

“Tasa de interés a distintos plazos calculada por el Banco de México con base en cotizaciones presentadas por las instituciones de banca múltiple mediante un mecanismo diseñado para reflejar las condiciones del mercado de dinero en moneda nacional”<sup>63</sup>.

Tabla 15 Tasa de Interés Interbancario de Equilibrio (TIIE)

Unidad de Medida: Tasa anual a 28 días

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
<b>Diciembre</b>	18.39	7.94	8.26	6.4	8.93	8.72	7.34
<b>PROMEDIO</b>	<b>16.96</b>	<b>12.89</b>	<b>8.17</b>	<b>6.83</b>	<b>7.15</b>	<b>9.61</b>	<b>7.51</b>

Fuente: Elaboración propia con datos del Banco de México. Indicadores económicos, en <http://dgcnesyp.inegi.gob.mx/cgi-win/bdieintsi.exe/Consultar> 21/01/2007

<sup>63</sup> <http://www.vector.com.mx/cgi-bin/internet-vip.sh/vecsfp?contenedor=28040000&elemento=28040201> consultado el 15/02/07

Gráfica 2: Tasa de Interés Interbancaria de Equilibrio (TIE) a 28 días



Fuente: Banco de México. Indicadores económicos, en <http://dgcnesyp.inegi.gob.mx/cgi-win/bdieintsi.exe/Consultar> 21/01/200

- ◆ Tasas de Interés Internacionales
  - Prime Rate.

“Es la tasa preferencial a la que prestan los bancos comerciales, en los mercados de dinero Nueva York y Chicago. La tasa de interés (Prime Rate) constituye una tasa mundial que varía constantemente en función de la demanda del crédito y de la oferta monetaria; pero también en función de las expectativas inflacionarias y los resultados de la cuenta corriente en la balanza de pagos de los Estados Unidos de América”<sup>64</sup>.

<sup>64</sup> [http://www.condusef.gob.mx/Seccion\\_Fija/glosario/glosario\\_esp/t.html](http://www.condusef.gob.mx/Seccion_Fija/glosario/glosario_esp/t.html) 15/02/07

Tabla 16: Bank Prime Loan Rate Changes: Historical Dates of Changes and Rates

DATE	VALUE
12/12/2001	4.75
12/12/02	4.25
12/06/03	
15/12/2004	5.25
13/12/2005	7.25

Fuente: Board of Governors of the Federal Reserve System, en [http://beginnersinvest.about.com/gi/dynamic/offsite.htm?zi=1/XJ/Ya&sdn=beginnersinvest&cdn=money&tm=6&gps=128\\_220\\_1020\\_524&f=00&tt=14&bt=1&bts=0&zu=http%3A//research.stlouisfed.org/fred/data/irates/prime](http://beginnersinvest.about.com/gi/dynamic/offsite.htm?zi=1/XJ/Ya&sdn=beginnersinvest&cdn=money&tm=6&gps=128_220_1020_524&f=00&tt=14&bt=1&bts=0&zu=http%3A//research.stlouisfed.org/fred/data/irates/prime) consultado el 21/01/2007

- London Interbank Offered Rate (LIBOR)

“Es el acrónimo de London Interbank Best Ofert Rate. Es la mejor tasa intercambiaria de Londres, la cual fija el costo del dinero a nivel mundial. Esta tasa es publicada para periodos de 1, 3, 6 ó 12 meses en la página "USDRECAPS" del sistema Reuters a las once horas, tiempo de Londres”<sup>65</sup>.

Tabla 17: London Interbank Offered Rate (LIBOR)

Month	LIBOR IN USD						
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Dec	6.00%	2.45%	1.45%	1.46%	3.10%	4.82%	5.38%
	6.85%	3.74%	2.17%	1.37%	2.19%	4.09%	5.36%

Fuente: British Bankers Association (BBA)

<sup>65</sup> <http://www.bancomext.comBancomext/aplicaciones/glosario/nvglosario.jsp?seccion=182&letra=l>  
15/02/07

## 4.2 Requisitos y documentación necesaria para el Financiamiento.

La operación activa más representativa de un banco es el otorgamiento de un crédito, pues a través de ésta operación el banco adquiere la calidad de acreedor. Por medio del contrato de apertura de crédito, se puede obligar a dos cosas: tener a disposición del acreditado, una suma de dinero ó contraer una obligación por él. Por su parte el cliente, se obliga a restituir las cantidades puestas a su disposición por el acreditante o pagar la obligación que contrajo con aquel.

Para ser sujeto de crédito se deben cumplir los siguientes requisitos:

- ◆ Ser persona física o moral con actividad: económica, industrial, comercial o de servicios.
- ◆ Contar con estados financieros (Balance y Estado de Resultados) vigentes y auditados.
- ◆ Requisitos para abrir una cuenta de cheques:
  - Alta ante SHCP
  - Cédula de Identificación Fiscal
  - Comprobante de domicilio
  - Acta Constitutiva

Identificación del Representante Legal.

- ◆ Información de la Empresa:
  - Tamaño de la Empresa
  - Giro
  - Número de empleados
  - Productos
  - Volumen de producción
  - Experiencia importadora/exportadora.
- ◆ Abastecimiento de insumos.

Tomando en cuenta la información anterior y en base a las referencias obtenidas para el estudio de la cadena productiva del mezcal<sup>66</sup>, encontramos que el financiamiento crediticio para el cultivo del maguey, enfrenta dificultades dado que los regímenes de tenencia comunal y ejidal son predominantes en la “Región del Mezcal”.

El acceso de los productores al crédito se obstaculiza por carecer de garantías hipotecarias y por tratarse de un cultivo cuyos beneficios se obtienen a mediano plazo, siendo poco atractivo para las fuentes de financiamiento crediticio.

Otro factor que dificulta el acceso al crédito, es la escasa solidez de los grupos y organizaciones de productores. Quienes carecen de garantías que satisfagan los requerimientos de las fuentes de financiamiento, en parte por el escaso valor del total de los activos contenidos en un palenque (frecuentemente no rebasan los \$30 000); además de la situación incierta en donde se realizan las operaciones de compra y venta de mezcal y la ubicación de los palenques muchas veces en zonas comunales que impiden ser elegibles para un crédito.

Se requiere del diseño de esquemas de financiamiento crediticio que se complementen con los recursos provenientes de instituciones públicas federales y estatales y de otros organismos internacionales. Habrá que tomar en cuenta con todas las reservas que ha implicado mundialmente el sistema de “Comercio Justo”.<sup>67</sup>

---

<sup>66</sup> Op.cit pág.58

<sup>67</sup> El mercado alternativo o justo, y sus variantes como el orgánico solidario, son fruto de las iniciativas que como su nombre indica promueven un comercio equitativo entre los países desarrollados por un lado y en desarrollo del otro. La ventaja que ofrece es la lucha por permanecer en el mercado conquistando la sensibilidad para consumir productos diferenciados ó artesanales que tienden a desaparecer en la era global.

## **CAPITULO 5**

### **ESPAÑA COMO MERCADO META.**

España ha experimentado cambios notables en sus intercambios comerciales sobre todo desde su incorporación a la UE. Sus exportaciones por tal motivo han crecido más rápido, incrementando la participación española en el intercambio mundial.

Paralelamente el sector industrial español profundamente reestructurado a partir de los años ochenta, se ha orientado de forma natural hacia el mercado mundial; tanto en exportaciones como en importaciones.

España ofrece al empresario mexicano condiciones para ser un buen punto de partida y centro de operaciones para el resto de Europa.

Algunos motivos para la selección del país son:

- ◆ El idioma común (castellano), que facilita las negociaciones
- ◆ Influencia cultural de España en México
- ◆ La existencia del TLCUEM y el Acuerdo sobre Bebidas espirituosas.
- ◆ Dada la amplitud territorial de España se elige Barcelona como destino de exportación por ser la segunda ciudad en importancia y su gran afluencia turística y comercial.

En el caso específico del mezcal, se puede decir que a pesar de un panorama adverso en la cadena productiva maguey- mezcal, se deben reorientar los puntos positivos para generar oportunidades y hasta fortalezas si se cuidan atentamente los movimientos en el sistema productivo y comercial.

Es así que hacer un estudio del posible mercado de mezcal en España abre una expectativa no sólo de nicho comercial, sino también de integrar en nuestras prácticas de producción y transacciones, modelos alternativos que han surgido como los alimentos exóticos (de alto contenido regional como los Tex-Mex,

orgánicos y sobre todo la reorganización de productores como el movimiento de Comercio Justo, que pudieran dar alternativas a quienes no alcanzan estándares internacionales en el mercado global como la mayoría de los pequeños mezcaleros oaxaqueños.

Es claro que el producto mezcal tiene grandes retos, pero visualizar posibles soluciones al interior y exterior del proceso es emergente.

### **5.1 Condición General de la Economía Española.**

La situación económica en España ha sido creciente en las últimas décadas, lo que la coloca en una posición adecuada para penetrar en su mercado. Es un país desarrollado miembro de la UE que adoptó el euro como moneda común.

España es una monarquía constitucional de Europa sur occidental que ocupa la mayor parte de la península Ibérica; limita al norte con el mar Cantábrico, Francia y Andorra; al este con el mar Mediterráneo; al sur con el mar Mediterráneo y el océano Atlántico y al oeste con Portugal y el océano Atlántico.

La dependencia británica de Gibraltar está situada en el extremo meridional de España. Las islas Baleares en el Mediterráneo y las islas Canarias en el océano Atlántico, frente a las costas del Sahara Occidental y Marruecos, constituyen las dos comunidades autónomas insulares de España.

También son parte integrante del Estado español, aunque estén situadas en territorio africano, las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla, así como tres grupos de islas cerca de África: el Peñón de Vélez de la Gomera y las islas de Alhucemas y Chafarinas.

La extensión de España, incluidos los territorios africanos e insulares, es de 505,990 km<sup>2</sup>. Madrid es la capital y la principal ciudad del país.

Existen servicios de transportación aérea entre las principales ciudades del mundo y España, con la operación de 33 aeropuertos internacionales en prácticamente todo el país, España asegura los servicios de transportación.

El sistema portuario de España incluye 44 puertos considerados de general interés. Para dar una idea de la importancia estratégica y económica del sistema portuario español, un 85% de las importaciones totales de España y un 70% de las exportaciones pasan a través de estos puertos. Los principales puertos de España son: Barcelona, Algeciras y Valencia.

Figura 2 Mapa portuario de España.



Tabla 17: Ficha técnica de España

<b>Ciudad capital</b>	Madrid
<b>Habitantes (2005)</b>	43.975.000 (8.5% inmigrantes)52.2 millones turistas al año
<b>Población urbana</b>	76%
<b>Densidad demográfica</b>	77.7 habitantes por km2
<b>Población principales ciudades (Miles)</b>	Madrid: 3,092 Barcelona: 1.582 Valencia: 780 Sevilla: 709 Zaragoza: 626 Málaga: 547 Murcia 391
<b>Índice de pobreza (medido por niveles educación, exclusión social, riqueza y salud)</b>	14%
<b>Analfabetismo funcional (incapacidad para interpretar lo que se lee)</b>	17%
<b>Esperanza de vida</b>	79 años
<b>Superficie</b>	504.750 km2

Fuente: [www.guiadelmundo.com.mx](http://www.guiadelmundo.com.mx) consultado el 13/03/2007

España es el 5° país de Europa Occidental con mayor población (43.9 millones de habitantes a 2007<sup>68</sup>, de los cuales el 8.5% corresponde a inmigrantes), con un ingreso per cápita de 19.642 euros anuales; es la 5ª economía después de Alemania, Reino Unido, Francia e Italia y se sitúa actualmente en términos absolutos dentro de las 10 economías de mayor tamaño entre los países occidentales. Por lo que se refiere al salario mínimo, éste es de 540 euros (enero 2006).

En el contexto europeo, la economía española se ubica en una posición intermedia, relativamente ventajosa: pequeña entre las más grandes y grande entre las pequeñas, que es consecuencia del rápido proceso de transformación y

<sup>68</sup> [www.guiadelmundo.com](http://www.guiadelmundo.com) consultado el 27/08/07

de los cambios estructurales a lo largo de los últimos 30 años, en que ha transitado desde una posición de atraso relativo a integrarse plenamente en el grupo de las economías occidentales más avanzadas.

Desde el punto de vista internacional, España solía exportar mano de obra e importar capital. Ahora, importa mano de obra y exporta capital.

Por otra parte, como miembro de la Unión Europea, tiene un espacio geográfico libre de barreras comerciales con más de 375 millones de consumidores.

En lo que a tasas de empleo se refiere, España mantuvo una situación estable con un crecimiento líder en comparación con el resto de sus socios europeos, de manera que el proceso de convergencia que inició con su adhesión a la Unión Europea en 1985 realmente se encuentra progresando.

Tabla 18: Indicadores Económicos del comercio entre México y España

Indicadores económicos	2001		2002		2003	
	Esp.	Mex	Esp.	Mex.	Esp.	Mex
PIB % real	1.4	2.9	4.2	3.1	3.0	3.4
PIB a precios corrientes (mil millones dls)	639.1	881.0	683.5	1.039.7	768.4	1.124.6
Ingreso per cápita (miles de dls)	6.2	16.9	6.8	17,4	7.2	18.2
Inflación (%)	3.98	3.1	5.2	3.1	3.3	3,4
Exportaciones totales (mil millones dls)	164.7	156.3	187.9	182.6	213.7	186.7
Importaciones totales (miles millones dls)	170.5	208.9	196.8	200.1	221.4	277.9
Saldo balanza comercial (miles millones dls)	-5.8	-52.6	-8.8	-75.7	-7.5	-91.2
Tipo de cambio bancario Eur./US (diciembre 2004)	11.32	.7943	11.32	.7369	10.77	.8447
Inversión extranjera directa total (miles millones dls)	4.0	-1.8.0	20.9	-33.62	24.5	N/d

Fuente: World Trade Atlas, Banco de España y Banco de México.

España consiguió un crecimiento del 3.4% en 2005, el más elevado en cuatro años, pese a que aumentó el impacto negativo del sector exterior.

Las claves del crecimiento son:

- ◆ La demanda nacional sigue tirando del PIB; en 2007, creció un 5.3%,
- ◆ La construcción mejoró un 5.9% y el consumo de las familias un 4.4%.
- ◆ El diferencial de crecimiento con la zona del euro fue de 2.1 puntos.

Productividad: España no deja de perder terreno. En 2005, la revisión de la contabilidad nacional elevó las cifras de empleo, pero como contrapartida, el escenario productivo quedó muy bajo. Para el 2006, no se presentaba un escenario muy positivo, siendo que el gobierno esperaba que la productividad se acelerara en tasas cercanas al 0.7%<sup>69</sup>.

La inflación española no consigue abandonar el 3%, mientras que el índice de precios al consumidor (IPC) de la zona del euro sigue moderándose, lo que deja un saldo negativo para la economía nacional: el diferencial de precios continúa situado por encima de 1.5 puntos, nivel considerado peligroso para la competitividad de las empresas españolas, que no dejan de perder atractivo frente a sus vecinos europeos.

Ahorro: Los consumidores empiezan a cambiar sus hábitos. El elevado nivel de deudas acumuladas, junto al comienzo de subidas de los tipos de interés por parte del Banco Central Europeo, han convencido a las familias de que deben moderar sus gastos e incrementar sus ahorros para afrontar los futuros pagos de sus créditos e hipotecas.

---

<sup>69</sup> [www.cofaceiberica.com](http://www.cofaceiberica.com) consultado el 20/07/07

Perspectivas 2007: La economía gozaría de buena salud. La fortaleza de la demanda interna, el repunte de las inversiones, el saneamiento de las finanzas públicas y la potencia del turismo se han aliado en favor de la actividad y pueden compensar con creces los puntos negros de cara al futuro: la falta de competitividad, los altos precios, la ausencia de una reforma laboral ante la fuerte entrada de inmigrantes y el agotamiento del mercado laboral.

Mucho tendría que ver la recuperación europea en la bonanza de la economía nacional, siendo que los pronósticos de Coface, una de las principales aseguradoras de crédito, apuntan a una aceleración del PIB en la zona euro del 1.5% del PIB; sin embargo, esta recuperación se ve amenazada por China, con crecimientos del 8%, en contraste con los de la zona euro, menores al 2% y de EE.UU., del 4%.

En ese escenario, el gobierno esperaba en 2006, mantener el ritmo de crecimiento en 3.3%. La Comisión Europea, algo más prudente, pronosticó un 3.1%<sup>70</sup>

Calificación riesgo-país<sup>71</sup>: En diciembre, 2004, Standard & Poor's otorga la máxima calificación a la deuda española, privilegio del que gozan una minoría de países de la Unión Europea.

Por otro lado, Coface, en su Guía de Riesgo País 2007 (enero, 2007) elevó a España a los primeros puestos con la máxima calificación. Para esta aseguradora de crédito, los incidentes de impago se reducen hasta un nivel ligeramente inferior a la media mundial.

La bonanza económica explica el excelente diagnóstico.

<sup>1</sup> AAA. Los *ratings* son valoraciones de solvencia que analizan las emisiones de activos financieros.

---

<sup>69</sup><http://www.bancomext.com/Bancomext/aplicaciones/glosario/nvglosario.jsp?seccion=182&letra=l> consultado el 15/02/07

<sup>71</sup> [www.cofaceiberica.com](http://www.cofaceiberica.com) consultado el 21/07/07

Así, al evaluar el nivel de riesgo de la deuda, hacen que invertir en un país sea más o menos atractivo. Standard & Poor distingue entre calificaciones a largo y corto plazo. Entre las primeras, la calificación más alta es la AAA, que supone una máxima capacidad para cumplir con los compromisos financieros hasta la D que es la más baja, aunado a signos más o menos, añaden un matiz a cada categoría.

## **5.2 Condiciones para comerciar Mezcal Oaxaqueño.**

Existen entre España y México, importantes vínculos de carácter social y cultural que han favorecido la estrecha cercanía entre ambas naciones, dando cauce a una buena relación comercial y a una mejor disposición al conocimiento mutuo de las preferencias de los consumidores.

En 2005, México fue el proveedor número 19 de España y su cliente número 10. Por su parte, España fue el 11 proveedor de México y el cliente número 3 de México, después de Estados Unidos y Canadá.

El comercio bilateral ha estado determinado, tanto por los ciclos económicos internos de ambos países como por los internacionales, lo que ha provocado altibajos en su balanza comercial. Así, en 1994, los intercambios comerciales totalizaron 2,326 millones de dólares (mdd), 1,521 mdd en 1996 y 3,593 mdd en 2003.

España y México son socios naturales ya que existe afinidad de aspectos culturales y sociales que permiten introducir los productos mexicanos de calidad de manera permanente.

España goza de estabilidad económica y un marco legal que permite certeza en las negociaciones. Propicia la diversificación de mercados porque tiene poco más de 40 millones de habitantes y acceso preferencial a 350 millones de socios además de un ingreso per capita alto (alrededor de 18 mil euros anuales).

Algunas diferencias que se perciben en la cultura de negocios y que habría que considerar al pretender exportar al mercado español son:

El negociador español es directo, claro y preciso en sus planteamientos. Es un empresario puntual

Negocia preferentemente en su idioma en especial si son empresas de países hispanos parlantes.

En cuentas a menudeo se consideran créditos de 90 días.

Las negociaciones suelen ser vistas en contextos amistosos.

### **5.3 Situación del consumo de bebidas regionales.**

El mercado europeo se caracteriza por ser básicamente de compradores y es resultado directo de la amplia gama de oferentes y diversidad de productos que hacia él confluyen. Este hecho es una manifestación del poder de negociación que caracteriza a los importadores de esta región y de la fuerte competencia que se establece entre los proveedores, particularmente de terceros países.

Por regla general, el consumidor europeo es racional y selectivo respecto de la calidad de los productos que desea adquirir, el balance calidad/precio es un factor determinante en sus decisiones de compra.

Es importante destacar que en Europa los compradores reciben mucha información respecto de las características, virtudes y origen de los productos, tanto de los que son elaborados dentro de la región como de los importados. Consecuentemente, proveer de información amplia y suficiente a los distribuidores es un factor que hay que tener en cuenta en el momento de iniciar un plan de negocios para exportar a este mercado.

La principal preocupación de los distribuidores europeos es satisfacer las necesidades de sus clientes, por ello no estarán interesados en colocar

excedentes de producción que se ofrezcan y que difieran sustancialmente de las preferencias de los consumidores. Así, los exportadores deben considerar la probabilidad de efectuar modificaciones e incluso rediseñar su producto para adaptarlo a requerimientos específicos.

En el caso de bebidas espirituosas se observa que en términos generales la demanda de bebidas alcohólicas continúa creciendo, lo que convierte al mercado europeo en un destino atractivo para la exportación de bebidas mexicanas.

Al respecto, cabe señalar que el volumen de consumo de tequila en toda Europa es de aproximadamente un millón de cajas anuales, sin embargo se considera una desventaja el que exista una producción local en Europa (Tequila importado a granel y embotellado en Bélgica, Alemania u otros países) que compite fuertemente en precio con el auténtico 100% agave elaborado completamente en México.

En comparación con el mezcal es un riesgo que no se corre ya que la norma oficial establece que será envasado de origen, sin embargo el consumo de tequila sigue representando la más fuerte competencia para posesionarse en Europa.

Actualmente el mayor volumen de mezcal envasado para exportar corresponde al tipo joven o blanco con gusano de maguey en botella comercial de línea para Europa con capacidad de 750 mlts. Destacando por su presencia las marcas; Gusano Rojo, Montalbán, Tehuana, Donahí y Beneva.

México cuenta con una serie de elementos a su favor, especialmente en aquellos productos de probada calidad y reconocida trayectoria, como es el caso de algunas bebidas alcohólicas (tequila, mezcal y cerveza).

En la última década se ha observado un serio interés del consumidor europeo hacia las comidas de carácter “exótico”. Si bien esta connotación puede apoyar la introducción de productos autóctonos de México en el mercado europeo,

lo cierto es que al día de hoy, la mayor parte de las empresas que explotan el concepto no son necesariamente de capital mexicano.

Sería interesante potenciar la introducción de productos alimenticios con campañas publicitarias que refuercen el origen “Producto Auténtico Mexicano”, lo que debe llevar aparejado la promoción de la calidad de la materia prima.

Para incursionar con éxito en el mercado europeo, es muy importante contar con la certificación del producto, otorgada por la UE misma con la que cuenta el mezcal.

Es preciso considerar que la situación de la exportación del mezcal oaxaqueño según los datos de 2004 por un volumen de 710 000 litros, apenas superior a lo exportable en 1994 que fue de 637 000 litros.

La explicación radica en la llamada crisis del agave hacia finales de los noventas debido al acaparamiento de agave por productores de tequila, lo que ocasionó que los envasadores de mezcal incrementaran el precio de exportación de 3 dls en 1994 a una fluctuación entre 5 y 8 dls actualmente. El resultado un tanto en desventaja para el mezcal que perdió competitividad frente al tequila.

En cuanto a las tendencias de consumo per cápita de bebidas con alto contenido alcohólico el consumo mas bajo lo tiene Italia con 2 litros, Alemania y Francia con 3 y España con nueve litros. El consumo de Tequila en toda Europa es de un millón de cajas anuales.

Tabla 19 Consumo Europeo per capita de bebidas alcohólicas.

Producto	Consumo P.C (litros)	% Participación
cerveza	75	62
tequila	4	3
mezcal	0.5	0

**Fuente:** Elaboración propia con datos del Ministerio de Economía de España.

La demanda de bebidas alcohólicas ha aumentado en un 17% en los últimos años por lo que el mercado europeo se convierte en un mercado atractivo para la exportación de bebidas alcohólicas de origen mexicano como el mezcal.

Específicamente en España se encontró que la situación de comercialización y consumo de bebidas espirituosas en las siguientes condiciones.

Las principales bebidas no se producen dentro del país, por lo que las importaciones aparecen como un recurso imprescindible para la supervivencia del sector.

El mercado mundial de bebidas espirituosas se encuentra en manos de grandes grupos empresariales con estrategias que se basan en un intenso comercio internacional.

Se considera que alrededor del 58% del mercado español de bebidas espirituosas es cubierto con productos importados.

El whisky escocés representa el 78% de todo el whisky consumido en ese país, las marcas de ginebra cubren el 37% de las demandas de consumidores españoles y el 61% los rones.

Las exportaciones españolas más importantes de bebidas espirituosas, están representadas por el brandy con un monto de 221,400 hectolitros y cuyo destino lo absorbe principalmente Filipinas, China, Alemania y México.

El consumo se estima en 4.5 litros de bebidas espirituosas por persona al año de los que 75% es consumido en hosterías y restaurantes.

Las comunidades autónomas que registran los consumos de bebidas espirituosas más elevados son por orden; Cataluña, Asturias y La Rioja y en sentido inverso el consumo más bajo se da en Castilla-La Mancha, Extremadura y Galicia.

En función del tamaño de la comunidad, los consumos más elevados de bebidas espirituosas tienen lugar en los grandes centros urbanos, y van decreciendo a medida que se reduce el núcleo de población.

Las viviendas unipersonales y parejas sin niños muestran mayores preferencias en el consumo, mientras que los índices se reducen entre las parejas con hijos como las familias con más de 5 miembros. También se observa un mayor consumo entre jóvenes y mujeres que trabajan.

Considerando lo anterior, la principal tarea en la comercialización de mezcal en España es dirigir los objetivos hacia un mayor posesionamiento y a definir canales de distribución y logísticas adecuadas que le permitan competir frente a un mercado donde la variedad impera y limita por el desconocimiento del producto, pero que puede alcanzar grandes oportunidades con una estrategia de promoción adecuada.

#### **5.4 Condiciones para cubrir la demanda y acciones para publicitar el producto.**

Para desarrollar este apartado considero que es de utilidad aludir la relación que tiene el mezcal respecto al tequila desde un punto de vista favorable, ya que es indudable la presencia del Tequila en los mercados internacionales, su mejor posesionamiento ha sido producto de grandes esfuerzos de promoción y publicidad realizadas por las empresas tequileras en las últimas dos décadas.

Sin embargo el mezcal puede aprovechar mucho el camino recorrido y sacar ventajas de los parecidos y diferencias, esto es, el mezcal siendo destilado de agave con características organolépticas (olor y sabor ahumado y a maguey) mas definidas que el tequila (la cual es una bebida más neutra), permite que el consumidor extranjero una vez degustándolo y contando con información sobre su elaboración; mas artesanal y con una fuerte carga cultural, fácilmente optará por consumir el mezcal.

Por otro lado y de acuerdo a la consulta realizada por el Ingeniero Victor Manuel Chagoya (Presidente de la COMERCAM) estima que en corto plazo podrían incrementarse los volúmenes de mezcal envasado de exportación llegando a duplicarse para que en el mediano plazo se incursione más agresivamente en la exportación afrontando los retos implícitos<sup>72</sup>..

Tales retos son el sostener el volumen de exportación y preservar los niveles de producción que satisfagan la demanda, que actualmente puede tener dos consideraciones de peso:

El agave tequilero ha tenido una disminución que puede ser favorable para el mezcal, que entraría al mercado internacional como producto alternativo con características propias, si por otro lado, los eslabones en la cadena productiva logran tejer de manera más sólida condiciones que les permita interna y externa presentarse como organizaciones sistemáticas y consolidadas que garanticen la producción venta y distribución de acuerdo a las necesidades de la demanda.

Lo anterior tiene todavía a nivel interno muchos retos por vencer, si se considera que hay dos vertientes en la producción de mezcal la artesanal que se realiza por comunidades regionales y familiares que no han contado con el apoyo y las condiciones para hacer frente a la paulatina industrialización que ha propiciado el oligopolio desarticulado que ni regional, nacional e

---

<sup>72</sup> Chagoya, M. Victor. "Programa de desarrollo integral de la Industria del mezcal". México, SEDAF1993

internacionalmente ha podido de manera real hacer frente a un mercado mundial que se rige por alianzas.

Por otro lado, la real desventaja que produjeron los acuerdos de libre comercio al sentar condiciones que ponen en desventaja los productos nacionales, ya que si bien se han dado facilidades como las denominaciones de origen y las desregulaciones arancelarias, también es cierto que los productos de importación a nivel nacional han dado origen a menor consumo del producto, y en los mercados internacionales con la gran diversificación de productos no se ha podido ganar una permanencia respecto a productos históricamente fuertes como el whisky, vodka, ginebra, entre otros.

### **5.5 Marcas, Envase, Embalaje y Control de Calidad.**

Uno de los puntos más importantes para hacer eficiente una exportación es cuidar los aspectos de control de la mercancía durante su transportación para ello es importante enumerar las condiciones requeridas en cuanto registro de marca, envase, embalaje y control de calidad, en la UE.

#### **Marcas**

Existe una sucesión de trámites en la obtención de una marca registrada ante el IMPI como hemos acotado ya en otro apartado. Pero es importante dejar en claro que realizar tal proceso en cada país donde se comercializa un producto ofrece seguridad y ventajas.

Cada país establece las condiciones para el registro, en España<sup>73</sup> por ejemplo, al igual que en México al presentarse la solicitud de registro es posible declarar una fecha de primer uso o manifestar que nunca se ha usado, lo que le da una posibilidad de uso en un plazo de cinco años.

---

<sup>73</sup> [www.masmarcas.com](http://www.masmarcas.com) consultado el 10 /08/07

Hay tres alternativas de registro de marca en España:

### **Marca Nacional**

Incluye: la posibilidad de tener el respaldo de uso de marca a partir de la fecha de expedición hasta 10 años con la facilidad de ser renovable el permiso, se expide un certificado por la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM).

### **Marca Comunitaria**

Incluye todo lo anterior más la posibilidad de especificar hasta tres clases de nomenclátor internacional.<sup>74</sup>

La obtención del título por la Oficina de Amortización del Mercado Interior de la UE (OAMI).

### **Marca Internacional**

Además de lo anterior ofrece la posibilidad de proteger una marca en varios países mediante una sola solicitud.

### **Envase**

Tiene como objetivo principal darle al producto perecedero los atributos necesarios para, sobrevivir a una gran cantidad de peligros que se pueden presentar durante el almacenamiento, el transporte y la distribución, por lo que es necesario tener en cuenta las distancias entre el lugar de origen y el destino de las exportaciones.

Generalmente las botellas utilizadas para bebidas alcohólicas en el mercado europeo difieren de las del producto envasado de origen.

---

<sup>74</sup> Relación de entidades poblacionales menores a un municipio (aldeas, caseríos, villas, entre otras).  
Consultado el 25/03/2007 en [www.terra.es](http://www.terra.es)

## **Embalaje**

Es importante asegurar que el producto llegue sin problemas de conservación y presentación. Usualmente para el mezcal se usan cajas flejadas en palletes.

## **Empaque y etiquetado**

Hay reglamentaciones, que a pesar de los esfuerzos para lograr una armonización de normas entre los países miembros de la Unión Europea, todavía existen diferencias.

En general, se adhieren marcas e impresos de caracteres legibles e indelebles con nombre del país de origen, especificaciones del producto y su manejo, con el fin de que no sea necesario abrir el embalaje para corroborar el contenido.

La etiqueta deberá tener la siguiente información, preferentemente en el idioma del país receptor:

- ◆ Nombre del país de embotellado.
- ◆ Cantidad de ingrediente, volumen en centilitros.
- ◆ Grado de alcohol (con símbolo de % vol).
- ◆ El contenido indicando el volumen en cifra y letra (Mínimo cuatro milímetros de altura en la botella por litro) así como el nombre y graduación en la cara de la botella.
- ◆ Se debe utilizar la llamada letra “e” para un sistema mediado del contenido de la botella como la cantidad de indicación o graduación y el nombre.
- ◆ Nombre del comerciante y dirección del fabricante, del empacador o vendedor europeo establecido.

En la parte frontal de la etiqueta se debe encontrar la información siguiente:

- ◆ La marca incluyendo el símbolo de marca registrada.

- ◆ El logo.
- ◆ Nombre del producto.

En la contra etiqueta (parte posterior) se presenta información referente a:

- ◆ Otros requisitos de información adicional como la NOM, país de origen, nombre del producto, nombre del importador, embajador y otros.

Además se requiere del uso del Código EAN (European, article numbering) que proporciona seguridad al cliente o comercializador ya que permite su rastreo al momento de la transportación

### **Control de Calidad**

Los procedimientos HACCP (Análisis de Riesgos y Control de Puntos Críticos en el Proceso) se aplican a las industrias procesadoras de alimentos. La Unión Europea estipula que estas empresas deben identificar cada parte del proceso que tenga un efecto de salubridad en sus productos y además se comprometen a mantener y revisar las medidas acordadas para lograr la seguridad para el consumidor en base a los lineamientos del HACCP. Otro de los procedimientos que se utilizan para la aprobación de alimentos procesados es la aplicación de la Ley de Aditivos Aprobados.

En ella se establecen las cantidades de sustancias nutritivas que se pueden agregar a los productos alimenticios.

En Europa hay además, una regulación para la producción, la transformación, los sistemas de control y la información sobre los productos orgánicos, es decir, los productos cuya agricultura no está alterada con productos químicos. Dicha norma determina:

En cuanto a envases y elementos complementarios utilizados se emplean los siguientes:

## **Botellas**

Predomina el empleo de botella de vidrio nueva de línea, sobre la botella reciclada, en capacidades de 50ml. 250ml. 750ml. y 1lt. Se prefieren los tipos “tequileras” (redonda y cuadrada), festival y ginebra, en menor medida diseños de lujo.

## **Tapas**

Las tapas de rosca utilizadas son de plástico y están incluidas en el precio de la botella, solamente las botellas con diseños de lujo, utilizan tapa de madera.

## **Bandas y Marbetes**

Estos se utilizan para garantizar la inviolabilidad de la botella. Las bandas son termo- encogibles, es decir se adhieren al cuello de la botella con aplicación de calor y los marbetes pueden ser de papel y material plástico que se adhieren al cuello de la botella.

## **Etiquetas**

La etiqueta principal de la botella, debe contener la información que exige la NOM-030SCFI: Información comercial, declaración de cantidad-especificaciones.

## **Empaque y embalaje**

Predomina el uso de cajas de cartón con separadores para 12 botellas de 500, 750 y 1000ml. para 24 botellas de 250ml. Únicamente los envasadores grandes imprimen en el exterior del empaque la información de la empresa y del producto una especificación en España como miembro de la UE, es que se deben usar cajas de cartón reciclable.

## **5.6 Logística, Promoción y Canales de Distribución.**

Es de vital importancia señalar que uno de los elementos de costos más importantes por su incidencia con el precio de la exportación de los productos, es el que se refiere al transporte de los mismos. Por lo tanto, escoger la ruta más adecuada, segura y que vaya acorde con el presupuesto, requiere de cuidado y conocimiento.

En el caso del producto que estamos estudiando se hizo una cotización de exportación inicial de mezcal que se concreta en 10 cajas de mezcal, siendo un volumen pequeño, el contenedor será compartido con empresas cuyos productos tengan el mismo destino que el nuestro.

El sistema bajo el cual se efectuará la operación es la de Costo Seguro y Flete (CIF)

En condiciones CIF el vendedor debe también contratar un seguro y pagar la prima correspondiente, a fin de cubrir los riesgos de pérdida o daño que pueda sufrir la mercadería durante el transporte.

El comprador ha de observar que el vendedor está obligado a conseguir un seguro sólo con cobertura mínima. Si el comprador desea mayor cobertura necesitará acordarlo expresamente con el vendedor o bien concertar su propio seguro adicional.

El término CIF exige al vendedor despachar las mercaderías para la exportación.

Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o por vías navegables interiores.

Obligaciones del Vendedor.

- ◆ Entregar la mercadería y documentos necesarios

- ◆ Empaque y embalaje
- ◆ Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- ◆ Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- ◆ Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes )
- ◆ Flete y seguro(de lugar de exportación al lugar de importación)

Obligaciones del Comprador.

- ◆ Pago de la mercadería
- ◆ Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes )
- ◆ Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- ◆ Flete y seguro (lugar de importación a planta)
- ◆ Demoras

#### **Cotización solicitada Veracruz – Barcelona<sup>75</sup>:**

La carga es de 10 cajas con 12 botellas de 75ml, cada caja es de 50 x 40 cm. y se calculan 10 kilos por cada caja, el puerto de salida es Veracruz y el de entrada Barcelona.

Flete Marítimo: \$50.00 usd ton/m<sup>3</sup> (MINIMO \$65.00 USD)

Consolidación: \$15.00 usd ton/m<sup>3</sup>      Doc Fee:      \$15.00 usd

Recargo Manejo Cargas Especiales: \$350.00 usd (Bebidas alcohólicas)

Es importante que el importador cuente con REGISTRO SANITARIO ya que si no cuenta con el no puede importar la mercancía.

#### **Promoción y Canales de Distribución:**

El objetivo de la promoción es establecer un vínculo entre el exportador y el comprador, a través del cual se den a conocer las ventajas de los productos que

---

<sup>75</sup>[www.victoriagroup.co.uk](http://www.victoriagroup.co.uk) consultado el 13 /02/07

se ofrecen y el lugar y tiempo en el que estarán disponibles. Los resultados de la promoción son mejores, cuando previamente se ha definido un segmento o nicho de mercado específico.

Existen diversas formas de promover los productos mexicanos en el mercado internacional, entre las que cabe señalar:

- ◆ Envío por correo de folletos y catálogos
- ◆ Elaboración de un catálogo de productos en Internet
- ◆ Participación en misiones de compradores y de vendedores
- ◆ Encuentros de negocios (foros)
- ◆ Participación en ferias y exhibiciones
- ◆ Promoción de la oferta exportable

Dentro de los distintos mecanismos de promoción de exportaciones, la participación en ferias y exhibiciones puede considerarse como uno de los más eficaces para penetrar el mercado europeo.

Una vez que se han establecido los contactos adecuados es muy importante dar seguimiento y mantener comunicación constante, ágil, concreta y oportuna con el cliente.

La participación en ferias y exhibiciones facilita la comunicación directa con clientes potenciales, los contactos personales, la observación de los competidores y de las tendencias del mercado; además permite ubicar el producto desde el punto de vista de su competitividad en el mercado destino.

Para el mezcal al ser un producto que todavía no tiene una posesión de mercado amplia.

Se recomienda como canal de distribución buscar distribuidores directos que realicen la comercialización en tiendas especializadas y supermercados, además una alternativa valiosa puede ser la distribución del producto en restaurantes y

hoteles, destacando con la ayuda de una estrategia promocional su característica de producto artesanal.

Finalmente en la tabla 20 muestra una síntesis de los elementos que se deben considerarse para decidir llevar a cabo la exportación de mezcal a España y buscar estrategias que incrementen las posibilidades de éxito.

Tabla 20: Análisis FODA de la exportación de Mezcal a España

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>• País de primer mundo</li> <li>• Estabilidad económica</li> <li>• Mismo lenguaje</li> <li>• Buenas relaciones</li> <li>• Historia Común</li> <li>• TLCUEM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación geográfica</li> <li>• Población concentrada en pocas ciudades</li> </ul>
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acceso a la UE</li> <li>• Crecimiento económico del país</li> <li>• Incremento en la calidad de vida de sus habitantes</li> <li>• Gran movilidad de turismo</li> <li>• Población concentrada en pocas ciudades</li> <li>• Atracción por destilados (ser bebida alternativa al tequila)</li> <li>• Afinidad cultural en negociaciones</li> <li>• Crecimiento económico</li> <li>• Incremento en la calidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alta competencia indirecta</li> <li>• Productos similares a precios más bajos</li> <li>• Lejanía con México</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

## CONCLUSIONES

Durante el desarrollo de éste estudio, se ha visto la transición que ha sufrido el rubro de bebidas en la economía nacional e internacional, pero fundamentalmente se revisaron aquellos aspectos que han promovido un cambio sustancial en la producción y comercialización del mezcal para poder determinar si éste es un mercado con oportunidades potenciales en España.

El primer factor corresponde a la gradual inserción de México a la dinámica del libre mercado y con ello las condiciones estructurales que se fueron haciendo en la economía nacional y su respaldo jurídico para cristalizar al final Tratados de libre comercio, que como se ha dicho fueron pactados más por la presión de los nuevos protagonistas del mercado, las compañías transnacionales respondiendo a intereses de los países fuertes.

Se hizo evidente que la apertura comercial con la finalidad de la diversificación mas una política interna que facilitara el crecimiento de las exportaciones, así como la inversión extranjera en la economía para alcanzar estándares de calidad y modernización, proyectó a México como una economía regionalmente fuerte que le facilitó la firma de tratados internacionales.

Este contexto explica que haya crecido el interés de otros países con mayor desarrollo (caso de España), en fomentar la aceleración del crecimiento en sectores como el de alimentos y bebidas.

En el caso del mezcal se hizo referencia en primer lugar al TLCAN por ser el parámetro principal para definir si lo pactado después en el TLCUEM ha arrojado los beneficios esperados por los impulsores de la apertura comercial, enfatizando que en ambos la asimetría de las economías fue y sigue siendo un obstáculo para proyectar ventajas aún en aquellos sectores que según la teoría de Economías de Escala, tienen “ventajas competitivas o regionales”, (como es el caso del mezcal).

Se sostiene la idea de que la orientación exportadora de la economía mexicana fomenta la producción de artículos que enfrentan una fuerte competencia de productos extranjeros subsidiados, por tanto son altamente vulnerables a las fluctuaciones de los precios mundiales y generan márgenes de utilidad mínimos.

Además, las ventas en el exterior cada vez tienden más a gestionarse por compañías foráneas, lo que minimiza los beneficios para aquellos productos como el mezcal que aún tiene un arraigo de producción comunitaria, sobre todo en la zona que se eligió estudiar, Oaxaca.

Bajo tales circunstancias la inicial tendencia a diversificar el comercio exterior y propiciar independencia respecto a la economía de Estados Unidos, no resultó una estrategia exitosa, particularmente en el caso de Europa, puesto que en los últimos años es una región que ha integrado nuevos miembros y algunos con economías muy parecida a la nuestra, se añade que al firmar la UE tratados de libre comercio con otros países y regiones, el trato preferencial otorgado a México pierde ventajas.

Sin embargo no es posible detenerse ante panoramas adversos, sin considerar lo que puede hacerse para aprovechar los escenarios vigentes:

Uno sería respecto a que en materia de cooperación, el TLCUEM, mediante el Acuerdo Global garantiza el acceso preferencial y seguro a un mercado grande que en el mundo es muy fuerte, las estrategias de posesionarnos de él, si bien no son sencillas, pueden crearse aprovechando adecuadamente los apoyos técnicos y financieros que el sector empresarial, aún aquel pequeño o incipiente puede tener de Europa, como se establece en la firma del AG.

Retomar el planteamiento del presidente de la COMERCAMM, el ingeniero Víctor Manuel Chagoya, en el sentido de aprovechar la crisis actual del mercado tequilero que tiende a caer en la insuficiencia para abastecer la demanda a nivel mundial, debido a la escasez de producción de agave tequilero.

Tal oportunidad es crear una alianza entre dos (o más si se consideran los errores de la denominación de origen) industrias hermanas, para impulsar el desarrollo del sector y no de los productos, esto permitiría fortalecer a nivel internacional la imagen de una organización sistemática y productiva que daría el sitio que corresponde a todos los productos que lo involucran, tequila, mezcal, sotol, bacanora, etcétera. Además cabría la posibilidad de hacer frente en el mercado tanto nacional como internacional a bebidas que provienen de Europa y que rigen el mercado mundial, como ginebra, whisky y vodka.

Es importante conocer la cadena productiva agave mezcal y con ello los procesos que presentan debilidades y oportunidades para poder hacer un sistema sano y con crecimiento en el que se cuiden en manera de lo posible todos los elementos; desde los límites para explotar los recursos silvestres, como el respeto a la norma de cultivo de especies y por ende el cuidado de los tipos de producción que permita no solo la variedad del producto, sino la oportunidad de desarrollo de los diferentes productores, grandes y pequeños.

En reconocimiento a las persistentes comunidades regionales productoras de mezcal a la usanza tradicional, se considera que aunque hay mucho camino por recorrer, una de las alternativas para productos como el mezcal es el Comercio Justo, que busca establecer relaciones económicas más equilibradas entre los mercados consumidores de países industrializados y los productores de las economías emergentes.

Si bien todo el comercio mundial se rige por estándares de control cada vez más sofisticados, la realidad lleva a la posibilidad cada vez menor de alcanzarlos en un desarrollo desigual para las pequeñas empresas, misma que abundan en países como el nuestro pero que como se ha dicho deberán pugnar por un espacio de oportunidad en los esquemas de financiamiento y ayuda técnica nacional e internacional.

El mercado alternativo o justo, y sus variantes como el orgánico solidario, son fruto de las iniciativas que como su nombre indica promueven un comercio equitativo entre los países desarrollados y en desarrollo (léase España- México).

La ventaja que ofrece es; luchar por permanecer en el mercado conquistando la sensibilidad para consumir productos diferenciados ó artesanales que tienden a desaparecer en la era global.

Para el mezcal se considera que no han sido la apertura comercial ni las medidas desregulatorias factores que favorezcan la potencialidad de un mercado en España, quizá el uso de estrategias que lo presenten como una bebida alternativa al tequila y dar a conocer las características que lo convierten en artesanal pueda ayudar más que pensar en un apoyo de la política comercial vigente.

Insistir en el mercado español a pesar de todo es importante puesto que existe un acercamiento social y cultural que favorece no sólo las relaciones comerciales entre ambos países, sino que puede aprovecharse como punto de entrada estratégico para conquistar otros mercados.

Si se piensa en que el mezcal aunque con muchos productos en la competencia española puede llegar a tener mayor consumo por la tendencia de la gente a consumir productos exóticos regionales (Tex-Mex) y también con características orgánicas y ecológicas.

Se debe considerar que productos mexicanos como la cerveza, tequila y mezcal gozan de especial reconocimiento en el mercado de España, lo cual favorece su comercialización pero no la garantiza, en medio hay mucho por hacer en cuanto a promoción nacional e internacional, además de cuidadosamente elegir canales de distribución que garanticen su auge a mediano plazo.

Esto representa todavía luchar por el acceso que acaparan las cadenas macro distribuidoras y comercializadoras por un lado, y vencer las trabas

burocráticas que conlleva el financiamiento del producto que favorece a unos y tiende a eliminar a otros; favorece y premia a productores accionistas y restringe el acceso a comunidades legendariamente productoras.

## FUENTES DE CONSULTA

### **BIBLIOGRÁFICAS**

Antonio J. "Sostenibilidad y Agroindustria del agave en las Unidades Socioeconómicas Campesinas de los Valles Centrales de Oaxaca". Tesis Doctoral. Programa en Estrategias para el Desarrollo Agrícola Regional. Colegio de Posgraduados. Puebla, México, D.F 2004.

Blomberg, Lennart. "Tequila, Mezcal y Pulque", Editorial Diana, México, 2001.

Boy L. Propriété intellectuelle: l'agriculture en première ligne avec l'accord ADPIC. En: Economie et Strategies Agricoles. Nouveaux enjeux pour l'Agriculture. Demeter: París.

Comisión de Agricultura/HCD, Para una evaluación de los efectos del TLCAN en el sector agropecuario. México. Datos básicos 1993-1998, México 1999.

Chagoya, M. Victor. "Programa de desarrollo integral de la Industria del mezcal". México, SEDAF1993.

Dávila Aldas, Francisco,R. *"La Unión Europea y el TLCAN"* en: Uniones Monetarias e Integración en Europa y las Américas. Ediciones y Gráficos Eon, México 2000

Eco, Humberto. Cómo se hace una tesis. Gedisa, Barcelona,2006

Fernández Ma. Teresa y Fernando Rello. "La organización de productores en México". Diconsa, México, 1984.

López, Ayon Sergio. *"La Solución de Controversias en el Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación entre México y la Unión Europea"* en: México- UE, el Acuerdo de Asociación Económica, Concertación

Política y Cooperación, sus aspectos fundamentales. México, DF, Miguel Ángel Porrúa, 2002.

Méndez. A. "Transformaciones territoriales y estrategias de supervivencia en la región del Soconusco del estado de Chiapas", México. Tesis Doctoral. Departamento de Geografía. Universidad de Barcelona. Barcelona España.2005.

Pérez Blanco Raumiez. Rojo Cereza: "Narraciones de Mezcal y Eros", IAN, México.

Piñón, Antillón, Rosa María. *"La Asociación Estratégica entre la Unión Europea, América Latina y el Caribe: ¿Mito o realidad?"*. En: La Cumbre de Guadalajara 2004: ¿Una alianza histórica o una asociación estratégica entre la Unión Europea, América Latina y el Caribe?, ECSA México, Friedrich Ebert Stiftung, UNAM, CELARE, IELEPI, IEIE, ITAM, 2004.

Porter, M. "Estrategia competitiva, técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia". México 1994. Ed. CECOSA.

Programa en Estrategias para el Desarrollo Agrícola Regional. Colegio de Posgraduados. Puebla, México, DF 2004.

Ramírez, J, et al. "Política Agrícola y Reforma Institucional en el Sector Agropecuario1980- 1992".\_Colegio de Posgraduados, México, DF. 1995

Ramírez, Solano Ernesto. *"Instituciones e Instrumentos en países en desarrollo"*. En: Moneda,Banca y Mercados Financieros. Ed. Pretince Hall, Pearson Educación de México, México,2001

SECOFI: Tarifas arancelarias del TLCUEM VOL2 (Méx. DF. Talleres Gráficos de la Nación 2000)

Secretaría de Economía -IMPI. 2002. Signos distintivos. Guía del usuario. Dirección Divisional de marcas.42.

Torrentera, Ulises. "Mezcalaria". México, DF, El Farolito, 2001.

## **HEMEROGRÁFICAS**

Flores, Bernés, Miguel. <¿Cómo se regularán los flujos de inversión a la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea?>. En *Revista Mexicana de Derecho Internacional Privado*, Publicación de la Academia Mexicana de Derecho Internacional Privado y Comparado A.C. Edición I .No. 8, abril 2000. Pp 1-15

Horizonte Sectorial: <Mercados para el vino mexicano> en: *Revista de Comercio Exterior*, México Septiembre de 2004, pp. 841-843

Marcial Ramírez Jaime. <Presencia de las Organizaciones de Productores Rurales en la Agroindustria del Mezcal del Estado de Oaxaca, México>. En *Revista Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, Mayo- Agosto 2002, número 21 División Académica de Ciencias Económico Administrativas (DACEA); Universidad Juárez Autónoma de Tabasco UJAT.

Paula Monaco Felipe. “Aumenta el gusto por el mezcal, empieza a competir con el tequila”. En *La Jornada*, México 29 03 07, Sección de Gastronomía

Valenzuela, A.G., P. Marchenay, L. Berard, y R. Foroughbakhch . “Conservación de la diversidad de cultivos en las regiones con Indicaciones Geográficas”. Comparación del tequila y calvados. *Revista Sociedades Rurales, Producción y medio ambiente*. Jalisco, México UAG 2004 N° 5 (8): Pp 7-22

## **REFERENCIAS ELECTRÓNICAS**

Apartado 3.1 del Programa de Política Industrial y Comercio Exterior 1996. Citado por: José Luis Calva. *“La Economía Nacional y la Agricultura de México a tres años de operación del TLCAN”* en: [www.scholar.google.com](http://www.scholar.google.com) 13/12/06

Avilés, Karina. *“El mezcal es de origen prehispánico, no español”*

[www.jornada.unam.mx/2004/04/19](http://www.jornada.unam.mx/2004/04/19) 3/03/2007

BANCOMEX: Guía de exportación sectorial de alimentos procesados en

[www.bancomext.com.mx/bancomext/portal](http://www.bancomext.com.mx/bancomext/portal) 10/10/06

Bifani, Patricia. *“Enfoque de género en los marcos de formulación y gestión de políticas forestales”*. En [www.rlc.fao.org/proyecto/FODEPAL/](http://www.rlc.fao.org/proyecto/FODEPAL/) 28/12/06

Calva, José Luis. *“La Economía Nacional y la Agricultura de México a tres años de operación del TLCAN”* en: [http://scholar www.google.com](http://scholar.google.com) 13/12/06

Catherine Isley. *“Manejo campesino del maguey papalote de Chilapa”*.

[www.cifor.cgiar.org/publications](http://www.cifor.cgiar.org/publications) 2/04/07

Comercio Exterior de México por Regiones, Enero de 2007 en [www.bancomext.mx](http://www.bancomext.mx)

Comisión de Agricultura/HCD, Para una evaluación de los efectos del TLCAN en el sector agropecuario. México. Datos básicos 1993-1998, México 1999.

[http://www.cepal.org/comercio/agenda/4/21394/mexicotlc-vela\(2004\).pdf](http://www.cepal.org/comercio/agenda/4/21394/mexicotlc-vela(2004).pdf) 14/11/06

Comisión Nacional de la Biodiversidad. 2005. CONABIO. Diversidad y mezcales. Reporte Nacional de la diversidad de agaves utilizados en la producción de mezcal en México. Presentación de resultados 3 de febrero de 2005. Ciudad de México. En [www.semarnat.gob.mx](http://www.semarnat.gob.mx)

Cruz García Carmen. *<Mezcal, una bebida con historia>* en:

[www.oaxaca.contralinea.com.mx](http://www.oaxaca.contralinea.com.mx) 21/02/07

Datos del Registro Nacional de Investigaciones Extranjeras y de la Dirección de la de Inversión Extranjera/ Portal de la Secretaría de Economía, México, 2004.

[www.ciesas-golfo.edu.mx](http://www.ciesas-golfo.edu.mx) 21/11/07

“El mezcal busca un despegue comercial como el tequila” en:

[http://www.licorea.es/variop/p2\\_articleid/63](http://www.licorea.es/variop/p2_articleid/63) 27/12/06

Isley Granich Catarina. *Biodiversidad, campesinos y la tradición mezcalera*

*mexicana*. En [www.coinbio.com/docs/Articulos/Mezcal.pdf](http://www.coinbio.com/docs/Articulos/Mezcal.pdf). 15/12/06

Karin Hiebaum de Bauer. “Internacionalización mediante la globalización. El regionalismo y su apertura a la internacionalización” en: <http://www.monografias> 23/09/07

Palabras de Vicente Fox durante el Seminario Empresarial Sobre las prioridades en México en áreas de economía e inversión,

en: <http://www.presidencia.gob.mx/actividades/index.php?contenido=4337> 20/08/07

Promoción a Europa 2007 en portal bancomext [www.bancomext.com.mx](http://www.bancomext.com.mx) 28/03/07

Ramales Osorio, Martín Carlos y Barragán Ramírez, Ma. Luisa (2002) “La Industria del mezcal y la economía oaxaqueña” en: Observatorio de la economía Latinoamericana <http://www.eumed.net/eursecon/ecolat/mx/> 12/07/06

Salvador De Lara, “El Acuerdo Global entre México y la Unión Europea: Primera Reunión del Consejo Conjunto” en:

<http://www.sre.gob.mx/imred/difyext/transcripciones/radio01/sdelara.htm>. 16/08/07

Secretaría de Economía – Subsecretaría de Negociaciones Comerciales Internacionales. “Reforma y apertura Comercial” en: [http:// www.economía-bruselas.gob.mx/html/reforma\\_estructural.htm](http://www.economia-bruselas.gob.mx/html/reforma_estructural.htm) 23/09/07

Sistema Producto Maguey Mezcal, 2004 en: Plan Rector del Sistema Producto Maguey- Mezcal [www.asda.com.mx](http://www.asda.com.mx) 21/12/2006

Valenzuela, Zapata, Ana Guadalupe. Mezcal, Historia diferente a la del tequila.  
[www.teoremaambiental.com.mx](http://www.teoremaambiental.com.mx) 19/10/06

Valenzuela, Zapata Ana G. "Signos distintivos en los alimentos y bebidas mexicanas": Una Propuesta a partir de la Denominación de Origen del Mezcal en RESPYN vol 8 nº2 Abril-Julio 2007, en: [www.respyn.uanl.mx](http://www.respyn.uanl.mx) 17/07/07

[www.bancomext.gob.mx](http://www.bancomext.gob.mx) 22/10/06

[www.ciesas-golfo.edu.mx](http://www.ciesas-golfo.edu.mx) 21/11/06

[www.cofaceiberica.com](http://www.cofaceiberica.com) 20/07/07

[www.consumaseguridad.com/web/es/investigacion/2002/02/25/954](http://www.consumaseguridad.com/web/es/investigacion/2002/02/25/954) 22/02/07

[www.guíadelmundo.com](http://www.guíadelmundo.com) 27/08/07

[www.febe.es/](http://www.febe.es/) 07/09/06

[www.masmarcas.com](http://www.masmarcas.com) consultado el 10 /08/07

[mezcal@oaxaca.gob.mx](mailto:mezcal@oaxaca.gob.mx)

[www.oeidrus.oaxaca.gob.mx](http://www.oeidrus.oaxaca.gob.mx) 15/02/07

[www.prd.senado.gob.mx/noticia.php?di=326](http://www.prd.senado.gob.mx/noticia.php?di=326) 25/03/2007 18:32

[www.pgserviciosaduanales.com](http://www.pgserviciosaduanales.com) 13/12/2007

[www.solucionpymes.com.mx](http://www.solucionpymes.com.mx) 17/02/2007

[www.sra.gob.mx/internet/agronue\\_vol/num3/tovar\\_marzo2005](http://www.sra.gob.mx/internet/agronue_vol/num3/tovar_marzo2005) 28/12/2006

[www.teoremaambiental.com.mx](http://www.teoremaambiental.com.mx) 19/10/06

[www.terraes](http://www.terraes) 25/03/07

[www.victoriagroup.com](http://www.victoriagroup.com) 13 /02/07

<http://www.vector.com.mx/cgi-bin/internet-vip.sh/vecsfp?contenedor=28040000&elemento=28040201> 15/02/07

[http://www.condusef.gob.mx/Seccion\\_Fija/glosario/glosario\\_esp/t.html](http://www.condusef.gob.mx/Seccion_Fija/glosario/glosario_esp/t.html) 15/02/07

<http://www.bancomext.com/Bancomext/aplicaciones/glosario/nvglosario.jsp?seccion=182&letra=l> 15/02/07

[http://beginnersinvest.about.com/gi/dynamic/offsite.htm?zi=1/XJ/Ya&sdn=beginnersinvest&cdn=money&tm=6&gps=128\\_220\\_1020\\_524&f=00&tt=14&bt=1&bts=0&zu=http%3A//research.stlouisfed.org/fred/data/irates/prime](http://beginnersinvest.about.com/gi/dynamic/offsite.htm?zi=1/XJ/Ya&sdn=beginnersinvest&cdn=money&tm=6&gps=128_220_1020_524&f=00&tt=14&bt=1&bts=0&zu=http%3A//research.stlouisfed.org/fred/data/irates/prime) 21/01/2007