



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



Departament
d'Economia i
Ciències Socials

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Dpto. de Economía y Ciencias Sociales

Análisis de la industria del Agave-Tequila en México: malas prácticas en un sector en auge.

Trabajo Fin de Máster

Máster Universitario en Economía Agroalimentaria y del Medio Ambiente

AUTOR/A: Llamada Ibarra, Emiliano

Tutor/a: Martínez Gómez, Víctor David

CURSO ACADÉMICO: 2023/2024

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA Y CIENCIAS SOCIALES

Máster Universitario en Economía Agroalimentaria y del Medio
Ambiente



Análisis de la industria del Agave-Tequila en México: malas prácticas en un sector en auge.

TRABAJO FIN DE MÁSTER

Presentado por:

Emiliano Llamada Ibarra

Dirigido por:

Víctor D. Martínez Gómez

Valencia, diciembre de 2023

Datos del Trabajo Fin de Máster

Autor: Emiliano Llamada Ibarra

Tutor/a: Víctor Martínez Gómez

Título: Análisis de la industria del Agave-Tequila en México: malas prácticas en un sector en auge.

Resumen

La agroindustria del Agave-Tequila ha experimentado un notable crecimiento de mercado en los últimos años, generando un impacto positivo tanto en la economía del país como en aquellos que trabajamos en el sector. La bebida más representativa de México no solo ha alcanzado una presencia global, sino que se ha convertido en un símbolo cultural profundamente arraigado en nuestras tradiciones. A pesar de estos logros notables, existen aspectos críticos en el sector que de manera frecuente pasan desapercibidos. Alguno de ellos es el impacto ambiental asociado con la actividad, que no es más que un síntoma de malas prácticas que han persistido durante años. En este Trabajo de Fin de Máster (TFM), mi objetivo es reflexionar sobre las diversas prácticas perjudiciales que persisten en diferentes sectores de la actividad. desde las prácticas oligopólicas implementadas por empresas tequileras, las crisis cíclicas de desabasto y sobreproducción de agave, la turistificación con intereses particulares, así como la creciente extranjerización de la industria. Este análisis busca visibilizar las problemáticas de la agroindustria como un primer paso para reconocer y abordar estas cuestiones con el fin de generar un futuro mas sostenible para el entorno ecológico y social que hace posible esta bella actividad.

Palabras Clave

agave, tequila, productores, empresa, industria, sector, mercados, agrotourismo, deforestacion, extranjeros, cultura.

Title

Analysis of the Agave-Tequila industry in Mexico: bad practices in a booming sector.

Abstract

The Agave-Tequila industry has experienced notable market growth in recent years, generating a positive impact on both the country's economy and those of us who work in the sector. The most representative drink of Mexico has not only achieved a global presence, but has become a cultural symbol deeply rooted in our traditions. Despite these notable achievements, there are critical aspects in the sector that often go unnoticed. One of them is the environmental impact associated with the activity, which is nothing more than a symptom of bad practices that have persisted for years. In this Master's Thesis (TFM), my objective is to reflect on the various harmful practices that persist in different sectors of activity. from the oligopolistic practices implemented by tequila companies, the cyclical crises of shortage and overproduction of agave, touristification with particular interests, as well as the growing foreignization of the industry. This analysis seeks to make visible the problems of agribusiness as a first step to recognize and address these issues in order to generate a more sustainable future for the ecological and social environment that makes this beautiful activity possible.

Keywords

Agave, tequila, producers, company, industry, sector, agave growers, markets, agrotourism, deforestation, foreigners, culture.

Títol

Anàlisi de la indústria de l'Atzavara-Tequila a Mèxic: males pràctiques en un sector en auge.

Resum

L'agroindústria de l'Atzavara-Tequila ha experimentat un notable creixement de mercat en els últims anys, generant un impacte positiu tant en l'economia del país com en aquells que treballen en el sector. La beguda més representativa de Mèxic no sols ha aconseguit una presència global, sinó que s'ha convertit en un símbol cultural profundament arrelat en les nostres tradicions. Malgrat estos assoliments notables, existeixen aspectes crítics en el sector que de manera freqüent passen desapercebuts. Algun d'ells és l'impacte ambiental associat amb l'activitat, que no és més que un símptoma de males pràctiques que han persistit durant anys. En este Treball de Fi de Màster (*TFM), el meu objectiu és reflexionar sobre les diverses pràctiques perjudicials que persisteixen en diferents sectors de l'activitat. des de les pràctiques *oligopòlicas implementades per empreses *tequileras, les crisis cícliques de *desabasto i sobreproducció d'atzavara, la *turistificacion amb interessos particulars, així com la creixent *extranjerización de la indústria. Esta anàlisi busca visibilitzar les problemàtiques de l'agroindústria com un primer pas per a reconéixer i abordar estes qüestions amb la finalitat de generar un futur mes sostenible per a l'entorn ecològic i social que fa possible esta bella activitat.

Paraules claus

atzavara, tequila, productors, empresa, indústria, sector, mercats, agrotourismo, deforestacion, estrangers, cultura.

ÍNDICE DE CONTENIDO

1. Introducción.....	1
1.1 Objetivos	4
1.2 Metodología	4
1.3 Referencia de areas de estudio	6
1.4 Ámbito geográfico de estudio.....	6
2. Relaciones entre Agaveros y Tequileros.....	9
2.1 Contexto y conformación de la Industria tequilera.....	9
2.2 Tamaño de la Industria Tequilera	10
2.3 Crisis cíclicas de sobreproducción y desabasto	13
2.4 Alquiler de tierras en la industria tequilera	21
2.5 Modelos de alquiler	22
3. Extranjerización de la industria	26
3.1 Dinámicas de la inversión extranjera	26
3.2 Envasado del tequila en el extranjero	29
4. Agroturismo en el sector.	34
4.1 Declaraciones institucionales	34
4.2 El caso de Mundo Cuervo.....	36
5. Conclusiones.....	44
Bibliografía.....	49
Anexos.....	54

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Comparativa de la conformacion de la Industria Tequilera respecto a otras industrias en el Sector de Bebidas Alcohólicas en la Economía Mexicana.	2
Tabla 2. Criterios para determinar el tamaño de las unidades económicas.	11
Tabla 3. Distribución de las Unidades Económicas dentro de la industria tequilera.....	11
Tabla 4. Relación entre superficie sembrada, consumo de agave, producción de tequila y precio por kg de agave.....	15
Tabla 5. Marcas tequileras con participación extranjera.....	27
Tabla 6. Distribución territorial de envasadoras registradas en el CRT.	30
Tabla 7. Itinerario de actividades de Mundo Cuervo	38
Tabla 8. Grado de relación del trabajo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).....	54

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Evolución Anual del Valor de las exportaciones de tequila en dólares.....	3
Figura 2. Distribución territorial de la Denominación de Origen Tequila.....	7
Figura 3. Distribucion de la industria tequilera según tamaño de las empresas.....	12
Figura 4. Porcentajes de producción bruta según tamaño de las empresas tequileras.	13
Figura 5. Teorema de la Telaraña.	14
Figura 6. Fluctuación anual del precio del agave.....	18
Figura 7. Consumo de agave en toneladas.	19
Figura 8. Superficie sembrada de agave anual.....	21
Figura 9. Exportaciones en forma expresada en millones de litros.....	30

1. Introducción

Indudablemente, la industria del agave-tequila es una de las más representativas de México y ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos 20 años. La demanda internacional ha transformado esta bebida en un fenómeno de consumo global.

El tequila ha posicionado a México como un referente en el ámbito de las bebidas alcohólicas, y solo en Estados Unidos, según el Distilled Spirits Council of the United States, se vendieron 30 millones de botellas en el año 2022.

La agroindustria ha experimentado distintas etapas desde su origen. En sus inicios, a mediados del siglo XVIII, la actividad se realizaba en la clandestinidad, ya que la Corona española establecía la prohibición de la bebida. Posteriormente, en nuestra joven nación del siglo XIX, formó parte de los símbolos para la construcción de identidad nacional. Ya entrados en el siglo XX, se consolidó como una actividad económica vital para una buena región del occidente del país.

En el siglo XX, el sector experimentó transformaciones significativas, impulsadas por dos eventos clave: la promoción de la bebida durante el auge del cine mexicano denominado la "Época de Oro" y la escasez de whiskey en los Estados Unidos durante la Segunda Guerra Mundial, donde el tequila se convirtió en un sustituto ideal en el mercado.

A partir de entonces, el tequila ha experimentado transformaciones, como la mejora en la tecnificación del proceso y la siembra del agave. Sin lugar a dudas, un hito fundamental para la industria fue la obtención del distintivo de Denominación de Origen, siendo la primera en el país. Aunque hay algunos antecedentes desde la década de 1940, fue con el "Arreglo de Lisboa" (un marco jurídico internacional para proteger las denominaciones de origen), cuando adquirió una seriedad y relevancia internacional que sigue siendo crucial para la actividad hasta el día de hoy.

Como parte de las estrategias para fortalecer la denominación, tanto por parte del Estado como de los industriales tequileros, surge el Consejo Regulador del Tequila (CRT), un organismo no gubernamental con la facultad de verificar y certificar el cumplimiento de la Norma del Tequila

(NOM-006-SCFI-2012) y hacer valer las condiciones de la Denominación de Origen Tequila (DOT).

Comencemos nuestro análisis describiendo de manera concisa el agave y el tequila. El Agave Tequilana Weber variedad azul es el que se utiliza para la producción de tequila. Esta planta fue clasificada en 1905 por el botánico Franz Weber, por eso lleva su nombre. Durante su crecimiento, le lleva de 5 a 8 años lograr sus mayores grados de azúcar. Durante todo el cultivo y cuidado de la planta, las labores se realizan prácticamente con métodos tradicionales.

El Tequila se hace mezclando azúcares que provienen al menos 51% Agave Tequilana Weber, variedad azul, y el 49% restante puede ser de otras fuentes naturales de azúcar.

En cambio, el Tequila 100% de agave se elabora solo con azúcares del Agave Tequilana Weber, variedad azul.

Tanto la producción del tequila como el cultivo del agave deben realizarse dentro del territorio establecido por la Declaración de Protección a la Denominación de Origen Tequila. Para que un producto pueda llevar el nombre tequila, su elaboración debe seguir rigurosamente la Norma Oficial Mexicana para el Tequila (NOM-006-SCFI-2012).

Según cifras del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica (2019) la industria del tequila representa el 16% de la actividad económica dentro del conjunto de bebidas alcohólicas producidas en el país. Tan solo detrás de la industria cervecera.

Tabla 1. Comparativa de la conformación de la Industria Tequilera respecto a otras industrias en el Sector de Bebidas Alcohólicas en la Economía Mexicana.

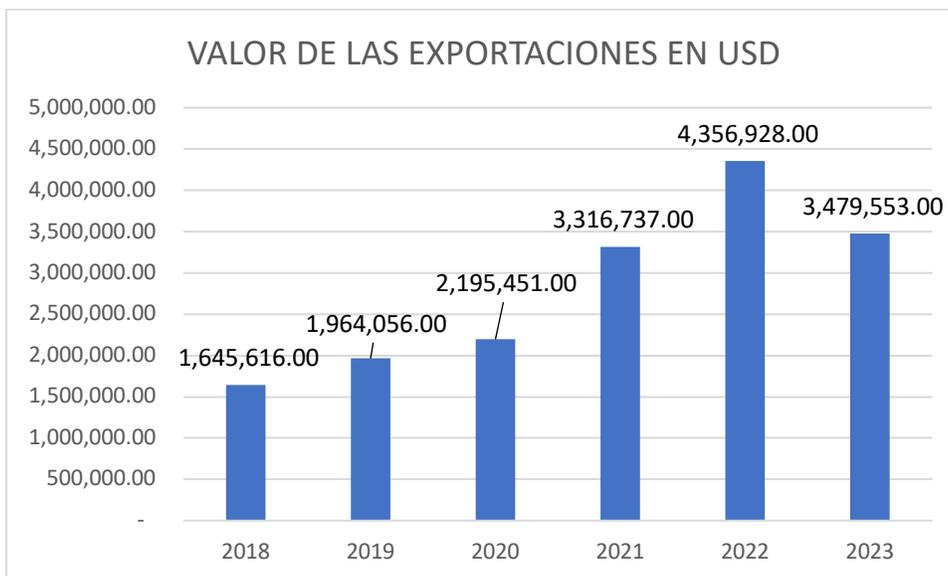
ACTIVIDAD ECONOMICA	UD. ECONOMICAS(%)	PERSONAL OCUPADO(%)	PRODUCCION BRUTA(%)
ELABORACION DE CERVEZA	6.2	46.4	74.9
ELABORACION DE BEBIDAS ALCOHOLICAS A BASE DE UVA	5.6	8.5	4.5

ELABORACION DE RON Y OTRAS BEBIDAS DESTILADAS DE CAÑA	3.6	2.9	1.6
ELABORACION DE BEBIDAS ALCOHOLICAS DESTILADAS DE AGAVE	64.4	38.2	18.6
ELABORACION DE OTRAS BEBIDAS ALCOHOLICAS	20.2	4	0.4
TOTAL	100	100	100

Fuente: *Elaboración propia a partir de datos proporcionados por el Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica en su Colección de estudios sectoriales y regionales: Conociendo la Industria del Tequila y el Mezcal (2019).*

El Tequila ha alcanzado un éxito internacional, con presencia en más de 101 países en todo el mundo. Se estima que entre 2018 y septiembre de 2023, la industria ha alcanzado un valor de 16 mil 958 millones de dólares en exportaciones.

Figura 1. *Evolución Anual del Valor de las exportaciones de tequila en dólares.*



Fuente: *Elaboración propia a partir de datos proporcionados por el Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica en su Banco de Información Económica(2023).*

Según cifras del Gobierno de Mexico (2020) respecto al Agave, se estima que se sembraron 120 mil hectáreas en 2020, durante ese año cosecharon alrededor de 20 mil hectáreas, generando un rendimiento de 77.6 toneladas por hectárea. El valor total de la producción de agave tequilero en el país durante 2020 alcanzó los 31,339 millones de pesos mexicanos (1.832 millones en dolares).

El presente de la industria del agave-tequila experimenta un crecimiento constante, implementando procesos continuos para mejorar el producto final. Estrategias como la diversificación del mercado, la promoción internacional y el agroturismo están consolidando aún más a esta industria.

Sin embargo, dentro de la agroindustria, surgen problemáticas con el desarrollo de la actividad, algunas que acompañan al sector desde hace muchos años y que persisten o se agudizan con el tiempo y otras nuevas que plantean retos enormes.

Es probable que algunas de las problemáticas más visibles para la sociedad sean el creciente impacto ambiental, evidenciado por los considerables volúmenes de deforestación para la siembra del agave, así como la contaminación de los ríos y el suelo con las vinazas resultantes del proceso de destilación. Sin embargo, para quienes formamos parte de la agroindustria agavera-tequilera, estos son solo síntomas de problemáticas más profundas que busco visibilizar y describir en este trabajo de fin de master (TFM).

1.1 Objetivos

Sí bien en el sector existen numerosas problemáticas, este trabajo final de máster tiene como objetivo general analizar prácticas específicas que se dan dentro de la actividad, las cuales fortalecen la posición de algunos actores, en este caso, los industriales tequileros.

1.2 Metodologia

Este Trabajo Fin de Máster se estructura de la siguiente manera: empiezo por el capítulo I, que corresponde a la introducción, la cual da cabida al planteamiento del problema y la justificación de la presente investigación. Posteriormente, con los objetivos y continúo con la metodología de investigación para terminar con el ámbito de estudio.

En el segundo capítulo realizo una revisión de la literatura para abordar las constantes crisis de sobreproducción y desabasto que han acompañado a la industria desde mediados del siglo XX hasta la actualidad. En este contexto, agrego cómo las tequileras y los actores con poder en el sector negocian con la tierra, principalmente mediante diversos contratos de alquiler.

Posteriormente, en el capítulo III, abordo la presencia de inversión extranjera, la cual, a través de sus estrategias comerciales y operativas, ha influido considerablemente en los procesos de producción, generando inquietudes en torno a la autenticidad y las costumbres arraigadas en la industria.

En ese sentido, realizo una revisión para identificar quién posee las principales marcas tequileras y qué tan mexicanas o no siguen siendo. Además, busco describir estrategias comerciales y operativas, como el envasado del tequila en otros países, así como la participación de celebridades en la promoción de esta bebida, que debilitan el papel de los pequeños tequileros locales.

En el capítulo IV, abordo un tema muy importante para la industria: el agroturismo. Esta herramienta ha sido fundamental para la promoción no solo del tequila, sino también de nuestro paisaje, cultura y tradiciones, contribuyendo a consolidar la bebida a niveles globales. Sin embargo, no se encuentra exenta de malas prácticas, donde pocos actores han logrado acaparar beneficios para sí mismos. Abordaremos cómo ha surgido esta actividad, el papel de la declaración del "Patrimonio Cultural Mundial" de la UNESCO y otras intervenciones estatales que han propiciado el éxito de nuestra región como atractivo turístico. De esta manera, analizaremos quién tiene un papel predominante en dicha actividad.

En el con el capítulo V, abordo las conclusiones.

Este trabajo adopta un enfoque cualitativo, utilizando como fuente principal de información revisiones de literatura y documentos oficiales para la recopilación de cifras y datos (manuales, informes, artículos). Además, se recurrió al contenido disponible en sitios web de medios de comunicación, tanto mexicanos como internacionales.

Cabe destacar que durante los últimos 10 años de mi carrera laboral, he formado parte de una productora agrícola dedicada al cultivo de agave, con ventas a importantes empresas tequileras

ubicadas en estas regiones. Considero que esta experiencia me proporciona el conocimiento necesario para llevar a cabo esta investigación de manera efectiva.

1.3 Referencia de áreas de estudio

Este estudio se centra en la industria del Agave-Tequila. La producción de tequila se caracteriza por contar con una denominación de origen, la cual está oficialmente delimitada a ciertas áreas geográficas específicas de México.

Según cifras oficiales del Consejo Regulador del Tequila, hasta agosto de 2023, se tiene registrado un total de 194 productores de tequila que a su vez conforman un conjunto de 2,386 marcas registradas de tequila. Respecto al número de productores de agave constituyen más de 25,000 agaveros registrados ante el CRT.

1.4 Ámbito geográfico de estudio

El área de estudio corresponde a la superficie contemplada por la Denominación de Origen Tequila (DOT), que abarca un total de 110 mil kilómetros cuadrados distribuidos entre cinco entidades federativas. La denominación de origen se compone de la siguiente manera:

- Jalisco, con sus 125 municipios.
- Guanajuato, con 7 de sus 46 municipios.
- Michoacán, con 30 municipios de 113.
- Nayarit, con 8 municipios de 20.
- Tamaulipas, con 11 municipios de 43.

El punto más alto dentro de la Denominación de Origen Tequila (DOT) se encuentra en el estado de Jalisco, específicamente en el Nevado de Colima, que alcanza una altura de 4,330 metros sobre el nivel del mar. No obstante, la DOT abarca un territorio tan diverso que incluye zonas montañosas, áreas bajas y extensas regiones costeras

Figura 2. Distribución territorial de la Denominación de Origen Tequila.



Fuente: a partir de captura de Google Maps (2023).

Dentro de los 181 municipios que conforman la Denominación de Origen viven un total de 10,941,486 personas, según el último censo de población y vivienda realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en 2020.

En esta investigación, nos enfocaremos tanto en todo el territorio de la DO así como en el estado de Jalisco ya que es la zona con mayor actividad en la agroindustria. Entre los municipios más destacados se encuentran Tequila, El Arenal, Amatitán, así como otros en los Altos como Atotonilco el Alto, Arandas y Tepatitán. Estos municipios son centrales para las actividades de producción de agave y albergan destiladoras de gran relevancia. Además, en la región de Valles se encuentra la declaración del paisaje agavero como "Patrimonio Cultural" por parte de la UNESCO

2. Relaciones entre Agaveros y Tequileros

2.1 Contexto y conformación de la Industria tequilera

La relación histórica entre los productores agaveros y los industriales del tequila ha sido históricamente tensa, con un claro desequilibrio de poder en favor de los tequileros. Al realizar un análisis histórico, podemos identificar momentos clave que han contribuido a esta complicada dinámica.

En México, diversas bebidas alcohólicas destiladas se elaboran a partir del agave. Sin embargo, durante un largo período, el tequila fue la única de estas bebidas que obtuvo una legislación por parte del Estado, tanto a nivel nacional como internacional. Esto se debió en gran medida a su profunda historia, que se remonta a la época colonial, desempeñando un papel fundamental en la construcción del mito y la identidad mexicana.

Esta protección estuvo respaldada por el hecho de que los productores de tequila eran en su mayoría terratenientes, hacendados y criollos con recursos políticos y económicos importantes para promover y expandir esta actividad geográficamente, con el respaldo del Estado (Macías).

Ya entrado el siglo XX, y específicamente a partir de la década de 1940, la industria del tequila experimentó un notable crecimiento, y fueron los mismos productores de tequila quienes desempeñaron un papel fundamental al presionar, gestionar y cabildear para que el tequila obtuviera el reconocimiento de denominación de origen.

Lo que había comenzado siglos atrás finalmente se consolidó en 1974 con la firma del "Tratado de Lisboa", otorgando a la denominación de origen reconocimiento mundial. Es importante señalar que en la Unión Europea, la Denominación de Origen (DOT) no fue reconocida hasta 1997.

Esto llevó a la creación del Consejo Regulador del Tequila por parte de la industria, surge como un organismo no gubernamental encargada de supervisar las buenas prácticas a lo largo de todo el proceso de producción, desde la siembra del agave hasta el producto final. Sin embargo, la estructura del CRT (Consejo Regulador del Tequila) fue integrada por actores que tenían participación en la industria lo cual los convertiría juez y parte de la actividad.

Para ejemplificar lo mencionado, en sus inicios, la denominación de origen se limitaba para regiones específicas dentro de Jalisco, como las zonas de Valles y Altos. Sin embargo, en la actualidad, esta denominación se ha expandido para incluir otros estados de México, Lo que originalmente se consideró para definir la denominación de origen, como la tradición regional, factores climáticos y prácticas agrícolas, eventualmente se amplió debido a la influencia y el poder de los tequileros por dinamizar la actividad.

La capacidad de organización y gestión por parte de los industriales tequileros no solo se ha limitado hacia el reconocimiento de la industria sino también a como se dan los procesos dentro de ella, permitiéndoles intervenir en el ciclo de producción de la materia prima, el agave. Esta intervención se ha realizado con la lógica de garantizar el abastecimiento de agave para la producción de tequila, y ha dado lugar a prácticas que impactan a los agaveros.

Las constantes crisis cíclicas de sobre producción y desabasto, el acaparamiento y las formas en que se vinculan los agaveros y tequileros a través de contratos de alquiler de la tierra para la integración vertical de los procesos de la industria son estrategias para mitigar la capacidad de acción del sector agavero.

En esta capítulo abordaremos cada uno de los puntos mencionados en el párrafo anterior, comenzando por hacer una revisión de que posición tiene el sector tequilero dentro de la industria, revisando datos sobre cómo se configura su participación.

De esta manera podemos determinar si existen prácticas oligopólicas. Un oligopolio se caracteriza por la existencia de un número limitado de productores (empresas) en comparación con un gran número de compradores (Harris, 1997). En el contexto de las prácticas oligopólicas, esto implica que unas pocas empresas tienen una influencia significativa sobre los precios del mercado y controlan una parte sustancial de los procesos de producción. Dado que son pocos los actores con tanto poder, pueden unirse para definir precios y cantidades que les beneficien.

2.2 Tamaño de la Industria Tequilera

El Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica clasifica como "Unidades Económicas" a las plantas industriales dedicadas a actividades productivas, como la producción de Tequila. Según sus criterios, una unidad económica se considera "grande" si emplea a 251 personas o más.

Tabla 2. Criterios para determinar el tamaño de las unidades económicas.

Criterios para determinar el tamaño de las unidades económicas (DOF), 2009.	
Personas ocupadas	Tamaño
0-10	Micro
11--50	Pequeñas
51-250	Medianas
251 y mas	Grandes

Fuente: Elaboración propia a partir de Diario Oficial de la Federación (2009).

Al analizar los datos correspondientes al sector del Tequila, se observa que únicamente hay 7 Unidades Económicas que cumplen con el criterio de emplear a 251 personas o más. Cabe destacar que todas estas unidades están ubicadas en el estado de Jalisco.

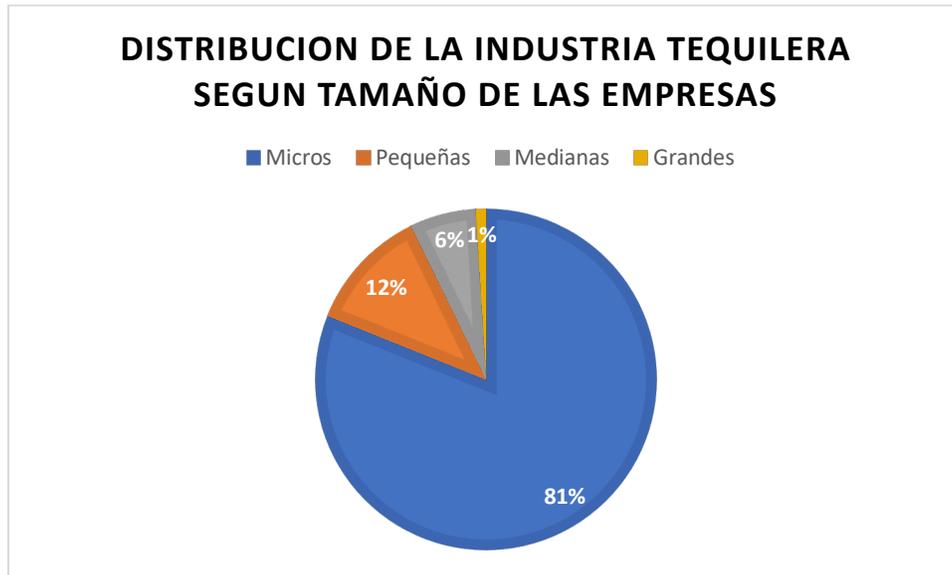
Tabla 3. Distribución de las Unidades Económicas dentro de la industria tequilera

Unidades Económicas Grandes	Estado	Municipio	Tequilera
1	Jalisco	Amatitan	Grupo Herradura
1	Jalisco	Arandas	Casa Centinela
3	Jalisco	Atotonilco	Tequila 7 Leguas, Tequila Don Julio y Tequila Patron
1	Jalisco	Guadalajara	Jose cuervo
1	Jalisco	San Pedro Tlaquepaque	Destileria Rio de Plata

Fuente: Elaboración propia a partir de datos proporcionados por el Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica en su Colección de estudios sectoriales y regionales: Conociendo la Industria del Tequila y el Mezcal (2019).

Estas 7 unidades económicas representan tan solo el 0.9% del total de empresas en el sector, mientras que las microempresas tienen una presencia significativa, abarcando el 81% de la industria.

Figura 3. Distribución de la industria tequilera según tamaño de las empresas.

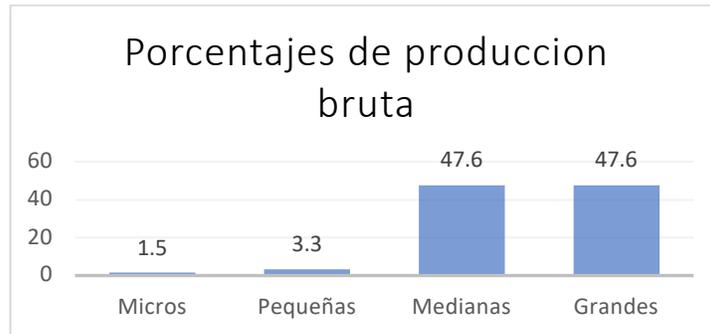


Fuente: *Elaboración propia a partir de datos proporcionados por el Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica en su Colección de estudios sectoriales y regionales: Conociendo la Industria del Tequila y el Mezcal (2019).*

Macias (2009) en su artículo sobre la mundialización del tequila nos habla como solo en 2005, cuatro tequileras (Cuervo, Sauza, Herradura y Cazadores) habían producido el 65% del tequila total, Además, el 86% del agave producido ese año fue consumido por las 20 principales compañías de tequila. A pesar del tiempo la situación no ha cambiado sustancialmente.

Aunque la mayoría de la industria tequilera está compuesta por micro y pequeñas empresas, la producción de tequila se concentra en empresas medianas y grandes, representando un total del 95% de la producción bruta.

Figura 4. Porcentajes de producción bruta según tamaño de las empresas tequileras.



Fuente: *Elaboración propia a partir de datos proporcionados por el Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica en su Colección de estudios sectoriales y regionales: Conociendo la Industria del Tequila y el Mezcal (2019).*

Según cifras oficiales del Consejo Regulador del Tequila, hasta agosto de 2023, se tiene registrado un total de 194 productores de tequila que a su vez conforman un conjunto de 2,386 marcas registradas de tequila. Si hacemos una comparativa respecto al número de productores de agave constituyen una fracción mínima, representando menos del 1%, en comparación con los más de 25,000 productores de agave registrados ante el CRT.

Como hemos observado, la industria se encuentra inmersa en una dinámica en la que la concentración de la actividad económica prevalece en las grandes empresas, mientras que las pequeñas empresas contribuyen con una producción limitada.

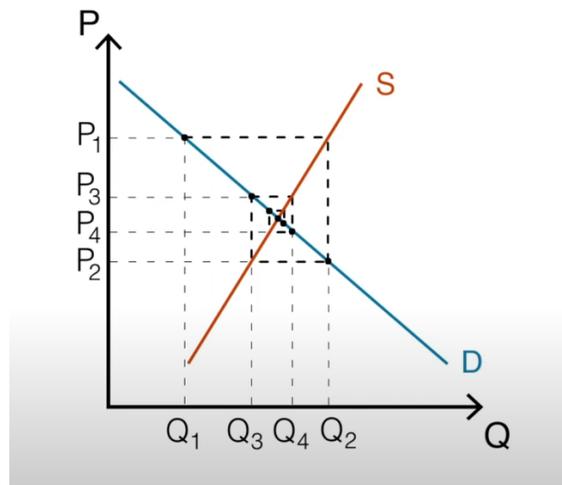
2.3 Crisis cíclicas de sobreproducción y desabasto

Es importante profundizar en un problema constante de la industria del agave, que son las crisis cíclicas de sobreproducción y desabasto, ya que esto puede favorecer a la industria tequilera al reducir los costos de la materia prima, pero al mismo tiempo puede tener efectos económicos perjudiciales para los agaveros, como se detallará a continuación.

Para abordar el fenómeno de las crisis de desabasto y sobreproducción del agave, resulta importante adentrarse en una teoría comercial conocida como el "Teorema de la Telaraña" (Ezekiel, 1938). Esta hipótesis se fundamenta en la idea de que los agricultores planifican su producción según el año anterior. Por ejemplo, si en el año previo los precios fueron favorables,

esto atraerá a más agricultores a sembrar en el siguiente ciclo, lo que eventualmente causará una baja en los precios. Como resultado de estos precios desfavorables, muchos productores podrían abandonar la actividad, provocando una reducción en la oferta al siguiente año y, en consecuencia, un aumento de precios. Este ciclo se perpetúa en una especie de bucle.

Figura 5. Teorema de la Telaraña.



Fuente: *captura de E.4 Modelo de telaraña fluctuación convergente/ Oferta y demanda - Microeconomía*

Para prevenir esta situación, es esencial contar con información de mercado, datos sobre las producciones en distintas regiones, capacidad de venta y contratos de comercialización, entre otros elementos. Sin embargo, en muchas ocasiones, estos recursos no están al alcance de los agricultores (Del Pino, 2016). La responsabilidad recae en la industria y otras organizaciones comerciales, como la industria tequilera y el Consejo Regulador del Tequila, quienes sí tienen la capacidad de diseñar un plan estratégico coherente en colaboración con los agricultores para evitar tales circunstancias.

En ese sentido, inestabilidad en la oferta de agave para tequila se debe a la lucha de poder que existe entre agaveros e industriales, son diversas las formas de manipulación, desinformación y especialmente la falta de planificación en la producción agavera (Macías y Valenzuela 2009). Si a esto le agregamos los largos ciclos de cosecha, que alternan entre escasez y sobreproducción profundizan que la industria no sea tan dinámica y eficiente de cara a los

nuevos retos del mercado. A continuación se hace un recorrido histórico sobre esta fluctuación de precios.

Como mencioné anteriormente, la falta de planificación en la siembra de agave ha dado lugar a fluctuaciones significativas en la oferta y los precios perjudicando directamente a los agaveros, lo cual se ha vuelto más evidente a partir de la segunda mitad del siglo XX, cuando el tequila adquirió una importancia considerable en el mercado.

Al clasificar la revisión histórica desde 1960 hasta 2023, podemos identificar las alzas y bajas de precios más significativas. En cuanto a las alzas, destacan los periodos de 1987 a 1989, 1999 a 2003 y la que está ocurriendo actualmente, que se inició en 2017 y se extiende hasta principios de 2023.

Además, se ha identificado que los periodos de precios a la baja se extienden a lo largo del tiempo, como por ejemplo, desde 1960 hasta 1980, el precio del agave era apenas de 77 centavos por kilo. de 1995 a 1998, y el periodo de 2004 a 2015. (Macías y Valenzuela. 2009).

Tabla 4. *Relación entre superficie sembrada, consumo de agave, producción de tequila y precio por kg de agave.*

AÑOS	SUPERFICIE SEMBRADA(h)	CONSUMO DE AGAVE (miles t)	PRODUCCION DE TEQUILA (millones lt)	PRECIO POR KG (\$)
1983	14,000.00	84.00	65	\$ 4.13
1987	32,000.00	190.00	56	\$ 9.56
1995	14,900.00	278.70	104.3	\$ 0.15
2000	35,000.00	615.00	181.1	\$ 8.00
2005	145,600.00	688.80	209.7	\$ 1.70
2010	100,316.30	1,015.10	257.5	\$ 1.70

2015	67,060.88	788.90	228.5	\$ 6.00
2020	120,262.22	1,138.80	374	\$ 23.00
2023	199,635.52	2,018.70	537.7	\$ 30.00

Fuente: *Elaboracion propia a partir de Macías y Valenzuela (2009), Llamas(2000), estadísticas del Consejo Regulador del Tequila (2023).*

Estas caídas y subidas de precio que han acompañado al sector comienzan cuando México atravesaba una crisis económica en la década de los setenta que resultó en el cierre de muchas fábricas y en que otras operaran solo de manera temporal, lo que llevó a una menor demanda de agave y, como consecuencia, a una disminución en la oferta. Posteriormente, en la década de los ochenta, el precio del agave experimentó un crecimiento gradual, lo que motivó a muchos productores a reemplazar sus siembras de granos y parcelas de pastoreo por cultivos de agave. Un ejemplo de este cambio se refleja en el hecho de que en 1983 había catorce mil hectáreas sembradas, y para 1987, esta cifra ya había aumentado a treinta y dos mil hectáreas (Llamas, 2000). Sin embargo, este aumento en la oferta hizo que los precios cayeran de manera significativa, llegando a disminuir hasta un 83% durante la década de 1987 a 1998.

Consecuencia de esta caída en los precios, originó el movimiento popular conocido como "Barzón Tequilero". Este movimiento campesino se formó en 1995 en el Valle de Tequila, Jalisco, con el propósito de exigir una mejora en el precio del agave y la posibilidad de establecer relaciones comerciales directas con las destilerías de tequila. Una de las causas principales de la sobreproducción de agave es la existencia de numerosos intermediarios en la cadena de suministro. El movimiento Barzón Tequilero también pedía a las autoridades de los diferentes niveles de gobierno a participar en la búsqueda de soluciones a estos problemas (Llamas, 2000).

En 1995 tan solo se consumió el 42.66% de las 653,200 toneladas de agave disponibles para ese año, además las tequileras siempre han tenido stock propio de materia prima. Esto desencadenaría tensiones en el sector ya que el "Barzón Tequilero" bloquearía fábricas y

vialidades mientras que la industria exigía la intervención de las autoridades. Los 8 líderes este movimiento social fueron encarcelados por el delito de extorsión.

Paradójicamente, durante esa misma etapa, a finales de los años noventa, comenzó un auge en la demanda del tequila. El crecimiento en el consumo fue exponencial, aumentando en un 54% en comparación con lo que se había registrado en 1995. Sin embargo, a pesar de este crecimiento, solo se pudo consumir el 57% del agave disponible. Esto llevó a que aproximadamente 200 millones de plantas de agave se pudrieran en los campos durante los años 1996 a 1998.

Mientras el consumo de tequila seguía en aumento y alcanzaba niveles récord, los agricultores habían dejado de sembrar agave. Esto resultó en una disminución significativa en el número de plantas de agave disponibles para su cosecha. Para el año 2000, solo se registraban alrededor de 107 millones de agaves, lo que representaba un 47% menos en comparación con la cantidad existente entre 1995 y 1997.

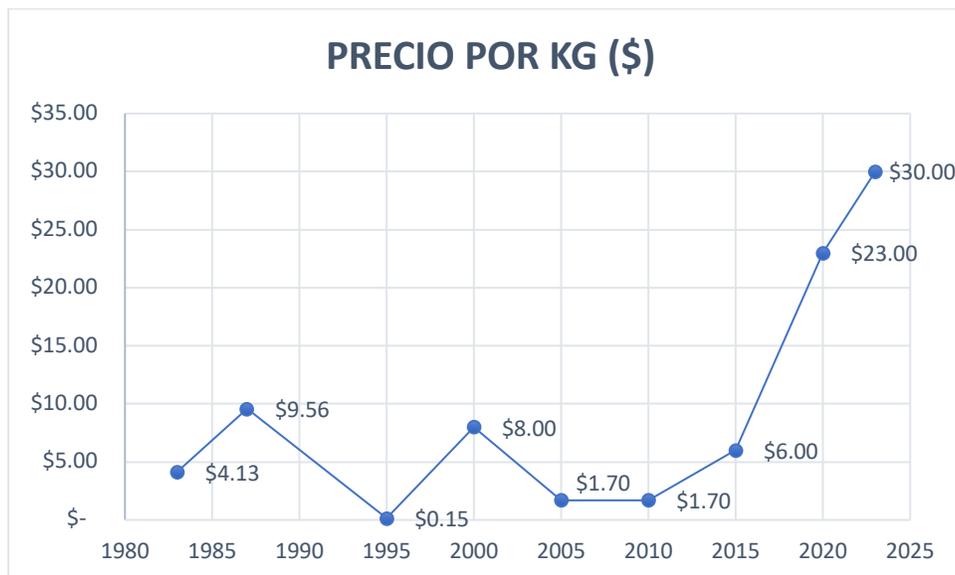
Entre 1998 y 2003, la industria del tequila experimentó una crisis sin precedentes debido a la escasez de materia prima. La producción, que alcanzó los 190 millones de litros en 1999, disminuyó drásticamente a 140 millones de litros en 2003. Este declive generó ganancias significativas para aquellos que tenían agave listo para cosechar, ya que el precio por kilo llegó a alcanzar los 16 pesos.

Si en pleno 1999 momento de la crisis de desabasto, se registraron 23,500 hectáreas en toda la Denominación de Origen Tequila (DOT), Para 2005, este número se había multiplicado seis veces, alcanzando un total de 145,600 hectáreas como resultado de la fiebre por el agave descrita anteriormente.

A pesar de que la industria tequilera continuaba su crecimiento, alcanzando niveles históricos de producción alrededor de los 242 millones de litros en 2006, no fue suficiente para absorber la totalidad del agave disponible, que en ese momento rondaba las 1.22 millones de toneladas. De estas, solo se utilizaron 778 mil toneladas, lo que provocó una caída significativa en el precio de la materia prima.

Lo que hasta 2003 se pagaba en 16 pesos por kilo de agave, entre 2005 y 2007 caeria hasta los 1.70 pesos lo cual no llegaba a cubrir los gastos de producción lo cual haria muy complicada su comercialización. Entonces sucedió lo que había pasado ya en otras crisis de sobreproducción, pasarse a otros cultivos como el maíz; en 2007, 39 mil hectáreas de agave fueron destinadas a otra actividad como la siembra de maíz lo que volvería a sentar las bases para otra escasez y así se repetiría este círculo vicioso.

Figura 6. Fluctuación anual del precio del agave.

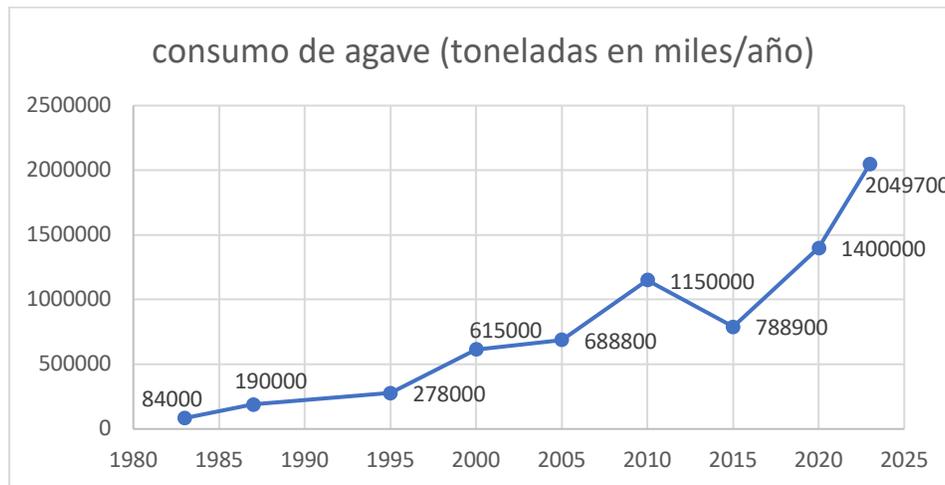


Fuente: Elaboración propia a partir de (Macías y Valenzuela, 2009), (Llamas, 2000), (Herrera, 2018), (Hernandez, 2023).

Desde 2007 hasta mediados de la década pasada, se observó un decrecimiento en la producción de agave, a pesar de que la producción de tequila y el consumo de agave continuaron creciendo. Para ejemplificar esto, en 2005 había 145 mil hectáreas de agave, y la industria había consumido 688 mil toneladas. Esta tendencia se mantuvo hasta la llegada de la década de 2010, cuando se hizo más evidente la correlación entre la disminución en la producción de agave y su creciente consumo.

En 2010, aproximadamente 100 mil hectáreas de agave estaban sembradas, y se habían consumido un poco más de un millón de toneladas, como podemos apreciar en la gráfica (figura 7). Este escenario era la puerta para una nueva crisis de escasez.

Figura 7. Consumo de agave en toneladas.



Fuente: *Elaboración propia a partir de estadísticas del Consejo Regulador del Tequila (2023)*

Nos remontamos a 2012, México vivió elecciones presidenciales que marcaron un cambio en el panorama político y económico. Enrique Peña Nieto, abanderado del Partido Revolucionario Institucional (PRI), ganó las elecciones, y durante su sexenio, Peña Nieto impulsó la marca turística "MEXICO" con el objetivo de posicionarla para fomentar el turismo y la economía. La industria del tequila se convirtió en una de las estrategias clave para alcanzar este objetivo.

Peña Nieto logró abrir nuevos mercados internacionales para el tequila, destacando especialmente el caso de China. Este logro se materializó a través de la cooperación del Ministerio de Salud y la Comisión de Riesgos del país asiático, quienes permitieron la libre comercialización del tequila en su territorio lo cual haría crecer la exportaciones hasta un 158% durante los meses posteriores.

Cabe mencionar que durante ese período, la esposa de Peña Nieto, Angélica Rivera, reconocida actriz de telenovelas en México, protagonizó una novela titulada "Destilando Amor". La trama de esta producción estaba ambientada en la región del Valle de Tequila, México, y contribuyó a posicionar en el imaginario social mexicano la construcción hollywoodense del estilo de vida de quienes trabajamos en el sector. Más adelante, profundizaré en este aspecto.

Lo anterior y aunado al constante crecimiento histórico del sector tanto a nivel nacional como internacional nos da como resultado la actual crisis de desabasto que estamos presenciando

hasta el día de hoy, como diría el escritor estadounidense Mark Twain: "la historia nunca se repite, pero muchas veces rima".

Durante la última década, el tequila ha experimentado una creciente demanda del mercado. Sin embargo, en el periodo comprendido entre 2010 y 2018, la producción de agave ha experimentado una disminución, lo que ha ocasionado un notable aumento en el precio del agave (véase la figura 6 y 8).

Como consecuencia de esta situación, no solo los agricultores han retomado la siembra de agave, sino que también otros actores ajenos a esta dinámica han mostrado interés, considerándolo como un modelo de inversión rentable.

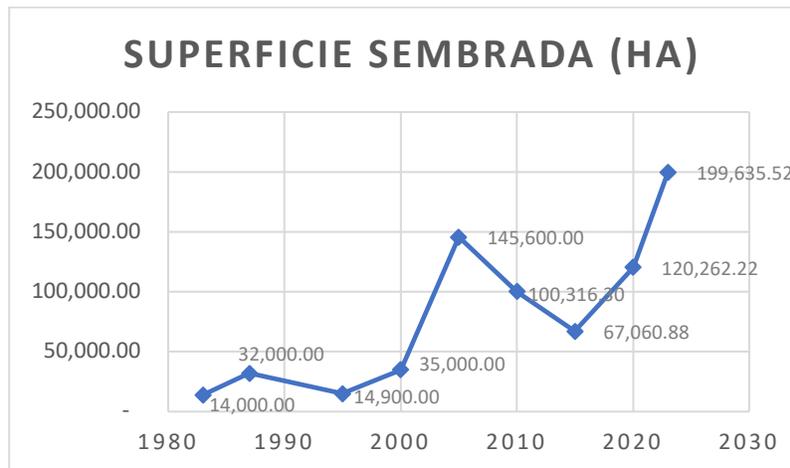
Esta fiebre del agave ha dado origen a nuevos modelos de negocio, como el caso de "JIMA", una plataforma digital que brinda "oportunidades de inversión" en el agronegocio sin requerir conocimientos especializados. La plataforma ofrece a sus potenciales clientes la posibilidad de convertirse en "empresarios agaveros". (Content, 2021)

Este modelo de negocio ha ido ganando terreno y se ha vuelto más común. Al realizar una búsqueda en Google con frases como "invierte en agave", el buscador nos presenta varias opciones de empresas que han surgido en los últimos años debido a la situación en el sector.

Es importante señalar que el sector agavero está experimentando una atomización sin precedentes en la actividad. En 2012, el padrón de agaveros del Consejo Regulador del Tequila (CRT) contaba con la participación de 7 mil personas con plantaciones. Actualmente, dicho sector ha visto un aumento significativo, con más de 25 mil personas registradas. (El Economista, 2022)

Esto ha propiciado que la superficie sembrada de agave alcance niveles nunca vistos en el sector. En el presente año 2023, al corte de septiembre, está a punto de llegar a las 200 mil hectáreas cultivadas, sin tener en cuenta lo que se siembra fuera de la Denominación de Origen, que forma parte del mercado negro.

Figura 8. Superficie sembrada de agave anual.



Fuente: *Elaboración propia a partir de (Macías y Valenzuela, 2009), (Llamas, 2000), (Herrera, 2018) y (Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera, 2023)*

En 2023, la superficie sembrada superó la registrada en 2020 en casi 80 mil hectáreas. Como se observa en la gráfica, la situación es compleja y se debe a la falta de información y la débil vinculación entre los actores de la industria. Cabe destacar que esta tendencia tiene un impacto ambiental que podría ser irreversible.

Por otro lado, la industria tequilera aprovecha la coyuntura y se fortalece. Sin embargo, busca involucrarse en la dinámica de la producción de agave para consolidar sus planes de abastecimiento de materia prima, la manera en que opera en el territorio coloca al sector agavero y a los propietarios de tierras en una posición de desventaja.

2.4 Alquiler de tierras en la industria tequilera

Parte significativa de esta sobreproducción recae en la responsabilidad de las grandes tequileras. Cabe destacar que, como estrategia para fortalecer su posición predominante en el sector, estas compañías han incursionado en el alquiler de terrenos, como parte de una integración vertical del proceso

Herrera (2018), aborda el concepto de "integración vertical" como una estrategia económica destinada a mantener el control de toda la cadena productiva. Esta estrategia tiene como objetivo eficientar los procesos y reducir tanto los costos de producción como los costos de transacción. Por lo general, estas prácticas son adoptadas por grandes empresas industriales y

se caracterizan por ser estrategias completamente verticales, ya que al controlar todas las fases productivas, se prescinde de la participación de muchos otros actores.

Para las grandes tequileras representa un modelo atractivo para integrar ya que les entregan más poder sobre el proceso, optimizan gastos e incluso en épocas de escasez y pueden prescindir de numerosos proveedores.

Para establecer esta dinámica en el mercado, entran en juego contratos con pequeños agaveros. Aunque estos agricultores se benefician de tener una promesa de compra, pierden un control significativo sobre el proceso. Están obligados a cumplir cada condición del contrato, y en caso de incumplimiento, se imponen sanciones económicas, especialmente si no se alcanzan los niveles deseados de grados Brix o pesaje. Este tipo de acuerdo es desproporcionado, pero asegura la materia prima para la industria.

A pesar de que la industria tequilera y el Consejo Regulador del Tequila han optado por contratos de compra-venta para mitigar las crisis de desabasto, también han decidido arrendar tierras y establecer sus propias explotaciones para garantizar el suministro de agave. Estas tierras se alquilan a pequeños agricultores con poca capacidad de negociación, mediante diversos contratos que pueden ser de alquiler directo con destiladoras o en modalidades como aparcería o mediería.

2.5 Modelos de alquiler

Existen dos tipos de propietarios en la industria: aquellos que alquilan sus terrenos y prescinden de la actividad, y los agricultores que cultivan agave en sus propias tierras, buscando agregarle valor. (Herrera, 2018)

En este contexto, un reducido segmento de productores y propietarios puede acceder a tres tipos de arrendamiento:

Arrendamiento: Se dividen en dos tipos. Por un lado, los arrendatarios de tierras que posteriormente ofrecen terrenos para plantar agave, actuando como intermediarios o "coyotes". Por otro lado, están los arrendadores propietarios de tierra que alquilan directamente a las industrias tequileras.

Profundizando en el funcionamiento de este modelo, el arrendatario asume la responsabilidad total de la actividad y sus gastos. Esto incluye desde el costo de la plantación y su mantenimiento hasta la renta anual del terreno. El propietario de la tierra obtiene como único beneficio el pago correspondiente por el uso de la tierra, y el periodo de arrendamiento puede oscilar entre 5 y 10 años. Durante este tiempo, los arrendatarios tienen el control exclusivo sobre la tierra.

Los arrendatarios imponen restricciones al propietario, impidiéndole sembrar maíz u otros cultivos para consumo propio, así como pastorear ganado que pueda dañar el agave. Una dinámica común en este modelo es que, con frecuencia, el propietario de la tierra se convierte en jornalero de su propia tierra al ser empleado por la tequilera, generando así un doble ingreso.

Según Herrera (2018), en el municipio de Tequila, el 36% de las tierras arrendadas pertenecen a las grandes tequileras, lo que destaca la influencia significativa de estas empresas en el control de la tierra en la región.

Aparcería: Este tipo de contrato implica que el propietario cede su terreno a la industria a cambio de recibir una parte de los beneficios de la cosecha. Al igual que en el arrendamiento común, es frecuente que el propietario se convierta en jornalero en su propia tierra.

Sin embargo, este tipo de contrato ha sido menos utilizado debido a la escasa incertidumbre en el precio del agave, lo que lo convierte en un acuerdo de alto riesgo para el propietario. Sin embargo, para la industria resulta beneficioso, ya que, independientemente de si el precio del agave es alto o bajo, siempre necesitará esta materia prima.

Es importante señalar que, en este tipo de contrato, las tequileras no suelen prohibir a los propietarios utilizar la tierra con otros fines agrícolas, como la siembra de maíz o el pastoreo, lo que brinda una mayor flexibilidad al propietario en comparación con otros modelos de contrato.

Mediería: Este modelo, consiste en que tanto el propietario de la tierra como el interesado en ella aportan recursos económicos y de capital de trabajo en un 50% cada uno. Cuando se obtiene ganancia de la cosecha, se reparte en partes iguales. En mi experiencia laboral de los

últimos 10 años en una empresa agavera, hemos seguido este modelo con la empresa extranjera Campari. A pesar de sonar como una forma viable de organización, la empresa tequilera generalmente tiene más capacidad económica y laboral, exigiendo al pequeño productor que invierta lo mismo, lo cual no siempre es posible debido a sus condiciones.

Es importante señalar que este tipo de arrendamiento se observa con mayor frecuencia en las periferias de la Zona de Denominación de Origen (DOT). Al encontrarse alejadas de las operaciones centrales de las tequileras, resulta más conveniente llegar a acuerdos con los propietarios para la operación conjunta de la producción. Como mencioné anteriormente, suele ser beneficioso establecer un equilibrio en la capacidad de operación y gastos, optando por una división del 50-50, a diferencia de algunos contratos que pueden imponer una propuesta del 65-35, dando a las tequileras más control sobre el proceso, incluso al momento de la cosecha donde pueden elegir las mejores partes del terreno.

La gestión compartida de la explotación permite al agavero tener un mayor margen de negociación ante diversas situaciones. Desde acordar la división del agave durante la cosecha desde el inicio de la siembra hasta la distribución de los surcos de trabajo. Además, en el caso de la cosecha, cada parte puede realizar sus labores en momentos determinados sin depender del otro, incluso llegando a acuerdos previos para comercializar la parte de agave que le corresponde.

Es relevante destacar que, a pesar de estas ventajas, estos modelos son simplemente instrumentos de la integración vertical de la industria por parte de las tequileras, que buscan controlar todos los procesos de la cadena productiva. Esto, sin embargo, conlleva consecuencias significativas como el desplazamiento de los propietarios de tierras, el crecimiento desmesurado del monocultivo y sus consecuencias ambientales, así como el control artificial sobre los precios e insumos.

Aunque la compra garantizada para los productores de agave puede motivar la adopción de estos modelos de contrato, es importante señalar que no abordan las problemáticas más profundas a lo que nos enfrentamos en el gremio. La avanzada edad de los propietarios de tierras, la escasez de mano de obra especializada requerida para el agave, la promoción del monocultivo y la incertidumbre en los precios son circunstancias que la industria utiliza para imponer sus reglas siempre a su favor.

3. Extranjerización de la industria

El desarrollo de la industria tequilera a escala mundial ha estado históricamente vinculado a la inversión extranjera. El constante aumento en la demanda de tequila ha generado un atractivo considerable para grandes consorcios internacionales, los cuales han destinado grandes inversiones para impulsar tanto la capacidad productiva como las ventas de tequila. Estos consorcios han identificado en la industria del tequila oportunidades valiosas en un mercado que no hace más que crecer y crecer.

La globalización del consumo de la bebida, ha generado un escenario propicio para que las inversiones internacionales tengan una presencia cada vez más fuerte. Como consecuencia de estas inversiones de capital, a través de dinámicas o como la compraventa de marcas tequileras, fusiones, inversiones conjuntas y acuerdos de participación, nos enfrentamos a la necesidad de replantear cómo estas prácticas se alinean o chocan con nuestras arraigadas costumbres y tradiciones en la producción de tequila.

El impacto de estas inversiones extranjeras junto a sus estrategias comerciales y de marketing no se limitan a la dinámica económica sino tienen un profundo impacto en los valores culturales que asociamos con el tequila, la narrativa en torno al tequila impuesta por estos actores se ve modificada por nuevas y distintas perspectivas y preferencias. Lo que nos hace plantearnos como podemos seguir teniendo una presencia global sin perder la autenticidad y riqueza cultural que ha caracterizado a esta industria desde hace muchos años.

3.1 Dinámicas de la inversión extranjera

Haciendo una revisión sobre la primera incursión de empresas extranjeras en la industria tequilera, encontramos que la reconocida marca canadiense Seagram's fue la primera en adquirir una participación en La Martineña en 1967, según señala Macías (2009). Este evento marcó el inicio de una dinámica que ha continuado fortaleciéndose en los últimos años.

Sin embargo, la dinámica de las inversiones extranjeras en la industria tequilera es sumamente activa. Un caso destacado es el de Sauza, una de las principales marcas de tequila. En 1977, una parte de Sauza fue adquirida por la empresa española Pedro Domecq, la cual posteriormente compró la totalidad de la marca. En 2005, Pedro Domecq vendió Sauza a la empresa francesa Pernod Ricard. Más tarde, Pernod Ricard la cedió a Fortune Brands, una

compañía estadounidense que la comercializó a través de su filial llamada Beam Global, también estadounidense. Finalmente, en 2006, Bacardi, con sede en Puerto Rico, obtuvo los derechos para su comercialización (Macías, 2009).

A continuación, presento una tabla donde recopilé información sobre la propiedad de las principales tequileras.

Tabla 5. Marcas tequileras con participación extranjera.

PRINCIPALES MARCAS TEQUILERAS	FUNDACION	AÑO DE LA INVERSION	PARTICIPACION EXTRANJERA	NACIONALIDAD
Sauza	1873	1970`S	Pedro Domecq, Fortune Brands, Bacardi	Francia y Puerto Rico
La Martineña	1882	1970`S	Seagram`s	Canada
Viuda de Romero	1882	1980`s	Pedro Domecq	Francia
Cazadores	1922	2002	Bacardi Limited	Puerto Rico
Don Julio	1942	2002	Diageo 50%	Reino Unido
La Madrileña	1911	1960`s	La Madrileña	España
Herradura	1870	2007	Brown-Forman Corporation	Estados Unidos
El Patron	1989	2018	Bacardi Limited y Patron Spirits	Puerto Rico y Estados Unidos
Tequila Ocho	1937	2005	San Francisco World Spirits Competition	Estados Unidos
Tequila Olmeca	1980	2009	Pernord Ricard	Francia
Tequila Espolon	1996	2008	Campari	Italia
Tequila Casamigos	2013	2018	Diageo	Reino Unido

Fuente: *Elaboracion propia a partir de (Macías y Valenzuela, 2009), (Sanchez, 2017)*

Es fundamental destacar que en esta tabla no se incluyeron marcas de tequila que continúan siendo mexicanas, como Jose Cuervo (con sus diversas presentaciones) o Tequila 7 Leguas o el mismo Tesoro de Don Felipe. Estas marcas son muy populares, y para este ejercicio se han considerado únicamente las marcas más antiguas que se encuentran en manos extranjeras.

Se han dejado en manos extranjeras marcas emblemáticas con una rica historia en la industria, lo que contribuye a una mayor internacionalización del sector. Aunque existen casos exitosos de marcas de tequila que se mantienen nacionales, como Tesoro de Don Felipe, que demuestran una calidad excepcional con procedimientos tradicionales, estas marcas a menudo carecen de la capacidad financiera y operativa necesaria para competir con las estrategias comerciales implementadas por las grandes empresas.

En una entrevista en marzo de 1998 para el periodico *La Jornada*, Felipe Camarena Orozco, dueño de Tesoro de Don Felipe, pronuncio una frase que sigue siendo vigente: "sólo hay dos tipos de tequileros: los que vendemos tequila y los que venden botellas". En ese sentido, podemos abordar otra situación que refuerza el pensamiento de Don Felipe Camarena y profundiza la extranjerización: las celebridades y sus marcas de tequila.

¿Qué comparten celebridades como Kendall Jenner, Nick Jonas, Justin Timberlake, Dwayne Johnson, Michael Jordan, Daddy Yankee, George Clooney y otros? Todos ellos tienen participación en la industria con sus propias marcas de tequila.

La problemática que encuentro en esto es variada y abarca desde cuestiones como la apropiación cultural, la competencia con marcas locales tradicionales o la saturación del mercado me parecen falta de responsabilidad social por parte de estas personalidades.

Aunque hay notables casos de éxito, como el de George Clooney, expropietario de Tequila Casamigos, una marca reconocida por su calidad en el proceso y que llegó a ser tan destacada que fue adquirida por Diageo, la mayoría de estos artistas parecen aprovechar el auge del tequila en los Estados Unidos (el principal destino de las exportaciones de esta bebida) para lucrarse de una tradición que no les pertenece. Este aprovechamiento por parte de celebridades que carecen de una conexión cultural auténtica con las tradiciones del tequila también puede ser percibido como una forma de apropiación cultural.

La competencia con marcas locales, sumada a la saturación del mercado, puede resultar perjudicial para las pequeñas empresas que buscan consolidarse en la industria. Estas empresas carecen de la proyección y el alcance en marketing que poseen las celebridades, y el modus operandi de estas figuras es muy similar al de las grandes empresas tequileras: cuentan con una sólida capacidad operativa y económica. Tanto las celebridades como algunas de las grandes empresas con inversión extranjera parecen enfocarse en la idea de que la actividad se trata de generar grandes cantidades de dinero a través de industrializar el proceso y producir miles y miles de litros de tequila. Sin embargo, esto va en contra del verdadero significado de la tradición del tequila, algo que las pequeñas tequileras locales entienden profundamente.

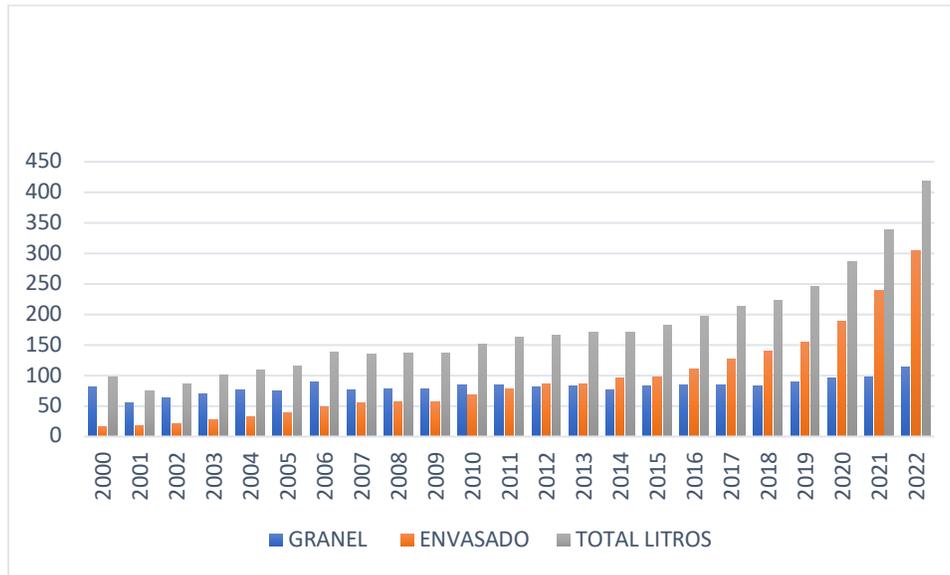
Esta tendencia en la industria del tequila, marcada por la participación de celebridades, refleja una dinámica en la que los valores culturales y la responsabilidad social pueden quedar en segundo plano. En este escenario, la importancia de preservar la autenticidad cultural y considerar el impacto social y ambiental se vuelve esencial para asegurar un desarrollo sostenible y respetuoso en la industria del tequila.

3.2 Envasado del tequila en el extranjero

Otra dimensión que vale la pena abordar relacionada con las prácticas que consolidan la posición de las empresas extranjeras en la industria del tequila son los procesos comerciales, como el caso de las exportaciones en forma. Es decir, la manera en que se exporta el tequila, ya sea a granel o envasado. Haciendo una revisión de las cifras de exportación que se encuentran en el CRT (Consejo Regulador del Tequila) desde el año 2000 al 2023, se han exportado 4,076 millones de litros de esta bebida.

De los 4,076 millones de litros de tequila exportados entre 2000 y 2022, el 46.7% se ha exportado en forma de granel. Lo que significa que 1,905 millones de litros se envasaron fuera del país.

Figura 9. Exportaciones en forma expresada en millones de litros.



Fuente: Elaboración propia a partir de estadísticas del Consejo Regulador del Tequila (2023)

Si bien, como podemos apreciar en la tabla, esta dinámica se ha ido revirtiendo en los últimos años, aún queda mucho por hacer. Si realizamos una revisión en el padrón de envasadores autorizados hasta el mes de octubre de 2023 por parte del Consejo Regulador del Tequila (CRT), observamos que hay 284 envasadoras fuera de México distribuidas en 31 países, de las cuales un 46% se encuentra en Estados Unidos, con un total de 132 envasadoras.

Tabla 6. Distribución territorial de envasadoras registradas en el CRT.

DISTRIBUCION TERRITORIAL DE ENVASADORAS REGISTRADAS EN EL CRT	
NUMERO DE ENVASADORAS	REGION
164	MEXICO
132	ESTADOS UNIDOS
36	RESTO DE AMERICA
11	ASIA
83	EUROPA
17	OCEANIA
5	AFRICA

Fuente: Elaboración propia a partir de estadísticas del Consejo Regulador del Tequila (2023)

Respecto al registro de envasadoras en México hasta octubre de 2023, según el padrón del CRT, se contabilizan 163 envasadoras dentro de la Denominación de Origen Tequila (DOT) y una fuera de ella, ubicada en el estado sureño de Veracruz. Resulta irónico que el CRT haga esta distinción dentro del territorio nacional pero permita la proliferación fuera del país. Ni el gobierno de México ni el Consejo Regulador del Tequila (CRT) establecen un envasado de origen. A pesar de que el CRT es responsable de certificar y verificar que estas envasadoras extranjeras trabajen bajo los requerimientos de la Denominación de Origen, surge la pregunta: ¿Cómo pueden supervisar que la envasadora registrada en Irak o Indonesia se apegue a los lineamientos y estándares de calidad, dada su limitada capacidad operativa?

Para respaldar la idea de que un envasado de origen es factible, podemos considerar el caso de la Denominación de Origen Utiel-Requena, ubicada en la provincia de Valencia, España. Esta es una denominación protegida que se aplica exclusivamente a los vinos producidos en esta región. Según los Estatutos de la Denominación de Origen Protegida Utiel-Requena y su Consejo Regulador (2023), específicamente en su artículo 12, se establece lo siguiente:

"En el registro de instalaciones de embotellado se inscribirán todas aquellas que dispongan de instalaciones físico-mecánicas con capacidad propia para envasar y embotellar vino por cuenta propia o ajena y que se encuentren ubicadas en el interior de la zona de producción definida en el pliego de Condiciones de esta D.O.P."

De este modo, el vinicultor de la Denominación de Origen Utiel-Requena tiene la seguridad de que un marco jurídico protege no solo la calidad y autenticidad de su producto, sino también la reputación e integridad de la denominación, que es un gran diferenciador en el mercado.

Una parte significativa del valor agregado del tequila se pierde con estas prácticas, las cuales son aprovechadas por sectores ajenos a nuestra industria local. Además, la posibilidad de generar nuevas oportunidades de empleo en nuestro territorio se diluye, permitiendo que tanto empresas tequileras extranjeras como las respectivas envasadoras acaparen parte del proceso.

En ese sentido, recuperando una entrevista que le realizó el medio *El Financiero* a Luis Fernando Felix Fernandez presidente de la Camara de la Industria Tequilera (2023) cuando se le pregunto sobre que opinaba de la participacion de capital extranjero en la indsutria el contesto: "existen empresas mexicanas que construyeron un sólido patrimonio y marcas

rentables, por lo que la suma de la participación de inversionistas extranjeros permite continuar con el crecimiento de la categoría lo importante es que los empleos se quedan en México, en específico en la zona que comprende la de Denominación de Origen; como sector apoyamos a la industria mexicana y los capitales que vengan a fortalecerla, independientemente del país de origen, siempre que estén apegados a la normatividad, serán bienvenidos”.

Considero que estas declaraciones son simplemente un discurso vacío, ya que contrastan con lo que he venido expresando. Por ejemplo, el tequila de Daddy Yankee se envasa en Puerto Rico. ¿Dónde está la creación de empleo al comprar tequila a granel, equivalente a una marca blanca, y llevarlo a su país solo para envasarlo y lanzar una campaña de marketing? Crear empleo significaría involucrarse en todo el proceso, desde la preparación y siembra del agave hasta su cosecha y posterior destilación, para finalmente envasarlo en México. Eso sería verdaderamente creación de empleo y una contribución económica significativa para la region.

Por mencionar otro caso muy destacado, podemos referirnos a la tequilera "Sauza", propiedad del grupo Beam Suntory de origen estadounidense. Este tequila se envasa tanto en México como en España, Japón y, por supuesto, Estados Unidos. Esta dinámica se fortalece considerablemente lo que menciono en el párrafo anterior.

Quisiera concluir este capítulo añadiendo un caso que encontré durante la revisión de los datos sobre las envasadoras extranjeras. Se trata de una situación que podría considerarse incluso ofensiva para nuestra cultura y para muchas personas, un acto de racismo. En España, existe una envasadora llamada "DESTILERIAS CAMPENY, S.A", la cual embotella un tequila denominado "Los Panchitos". La palabra "Panchitos" es utilizada en España de manera despectiva para referirse a las personas de origen latino. Esto, además de burlarse de nuestras costumbres y ser capitalizado por personas oportunistas, me lleva a cuestionar nuevamente el papel del Consejo Regulador del Tequila (CRT). Si no tiene la capacidad de prevenir estos detalles.

4. Agroturismo en el sector.

Parte de lo que ha distinguido al tequila y su valor agregado con otros mercados es su capacidad de diversificación, me refiero a la capacidad del sector para poder generar derrama económica y social a través del agroturismo. Según Guerrero-Campon (2012), el concepto de agroturismo carece de una definición unánime y varía dependiendo del contexto, país y condiciones jurídicas. Como consecuencia de esta diversidad de interpretaciones, el desarrollo del concepto se ha implementado de manera distinta en cada uno de los lugares donde se desarrolla.

En este caso, el agroturismo se ha posicionado como una actividad muy importante para el sector, enfocándose de manera más específica en una región en particular de la Denominación de Origen Tequila (DOT): el Valle de Tequila, Jalisco, y sus áreas circundantes. Esta región ha sabido capitalizar de manera efectiva lo que la industria representa en términos de tradición e identidad en el imaginario no solo de los mexicanos, sino también de numerosos visitantes internacionales.

Parte de como se concibe al modelo turístico del sector lo podemos encontrar en declaraciones de la Secretaría de Turismo de Jalisco, en una entrevista con el periódico *El Economista* titulada "¿Qué podemos encontrar en la Ruta del Tequila?", declaró: "La siembra y cosecha del agave, la materia prima del tequila, se ha convertido en una experiencia atractiva y popular, especialmente desde que la pandemia impulsó la búsqueda de actividades al aire libre. Los turistas pueden sumergirse en los campos de agave, realizar recorridos a pie o a caballo, y aprender sobre el proceso de cultivo y cosecha de esta planta, que tarda hasta siete años en madurar".

la Ruta del Tequila, como comúnmente se conoce a la región, recibe entre 1 y 1.4 millones de turistas de distintas partes del mundo (Ortega, 2023). Esta zona atrae a una diversidad de visitantes, desde grupos grandes en excursión hasta parejas, familias y amigos, abarcando varios segmentos del turismo.

4.1 Declaraciones institucionales

Para contextualizar cómo la práctica del agroturismo ha impactado en el sector, es necesario retroceder 19 años, desde el año 2004, el pueblo de Tequila forma parte del programa nacional

denominado "Pueblos Mágicos" por la Secretaría de Turismo Federal. Esta distinción estatal se otorga a regiones rurales del país que poseen un potencial turístico. El programa implica la realización de inversiones públicas y la incentivación de inversiones privadas para mejorar y embellecer las regiones rurales con potencial turístico. Es importante destacar que estas inversiones no están dirigidas específicamente a sectores agrícolas.

La inversión económica realizada por este programa se centró en el mejoramiento urbano del pueblo de Tequila. Esto incluyó acciones como el traslado del cableado eléctrico al subsuelo, mejoras viales, mantenimiento y pintura tanto de templos religiosos como de fachadas en el centro histórico del pueblo, y la ampliación de banquetas hasta la implementación de señalización bilingüe. En una segunda etapa, se inició con la infraestructura hotelera y la ampliación de carreteras que conectan al pueblo (Hernandez, 2009).

Por otra parte en Julio de 2006, la UNESCO declaró a la región, gracias a su paisaje agavero y antiguas instalaciones de tequila, como Patrimonio Mundial Cultural y Natural de la Humanidad. Esta distinción fue otorgada por la Organización Internacional debido a su "Valor Universal Excepcional". A través de esta designación, la región y su disfrute, así como su protección y cuidado tendrán que ser reconocidos como un bien universal que debería ser apreciado por todas las naciones del mundo.

Lo anteriormente mencionado sirvió como plataforma para impulsar el crecimiento de la actividad turística en la región y construir la idea de mexicanidad, cultura y costumbres que se buscaba promover y aprovechar.

Una vez que hemos contextualizado el panorama del turismo en la región, es crucial cuestionarnos: ¿La implementación de reconocimientos internacionales y nacionales fortalece la posición de poder de los industriales tequileros? ¿Quiénes han sido los beneficiados de esta actividad turística? ¿Existe inclusión en la actividad económica derivada del turismo que abarque a todos los actores de la industria?

Para plantearnos una respuesta, es importante realizar una revisión histórica de cómo se gestionó la declaración de Patrimonio Mundial por parte de la UNESCO. Según Hernández (2009), son el Estado y los grupos de élite (y actualmente, organismos internacionales como la UNESCO) quienes definen qué posee un valor patrimonial y qué no. A pesar de que, sin su

intervención, los usos, costumbres y prácticas culturales ya se llevaban a cabo, ahora han sido visibilizados e intervenidos por estos grupos de poder, ya sean de nivel nacional o supranacional.

En ese sentido la declaración de Patrimonio Mundial no se dio de forma orgánica sino fue gestionada por los grupos que concentran más poder dentro de la industria que son los tequileros, el Consejo Regulador del Tequila (CRT) y la Cámara Nacional de la Industria Tequilera, y por supuesto de la mano del Estado Mexicano.

Comencemos por analizar cómo está configurada la declaración de la UNESCO en la geografía de la Denominación de Origen Tequila (DOT). La declaración abarca los municipios de Tequila, Arenal, Amatitán y Teuchitlán, ya que son los lugares de origen de la producción de agave, del tequila y de su comercialización. Sin embargo, es importante señalar que esta región representa apenas poco más del 2% de toda la Denominación de Origen, la cual está conformada por 181 municipios distribuidos en 5 estados.

Si revisamos el último corte del padrón de empresas tequileras y sus domicilios, registrado por el Consejo Regulador del Tequila hasta el 31 de octubre de 2023, podemos identificar que de las 164 empresas registradas, 44 están ubicadas en los municipios que comprenden la declaración de Patrimonio Cultural de la UNESCO. Es relevante destacar que gran parte de estas 44 empresas son de tamaño menor y representan una cuota menor en el mercado. Sin embargo, entre ellas también se encuentran empresas de renombre como Cuervo o Casa Herradura.

4.2 El caso de Mundo Cuervo

Son estas grandes empresas las que han sabido capitalizar el mercado turístico del sector gracias a su capacidad de operación. El caso de la empresa Cuervo es muy evidente, con su concepto “Mundo Cuervo” ha transformado la manera de promocionar la tradición del tequila.

“Mundo Cuervo” ofrece una experiencia integral en el mundo del tequila y el agave, que incluye servicios desde transporte, recorridos por los campos agaveros hasta visitas a la destiladora La Rojeña, que también se presta para la realización de eventos sociales, culturales y festividades. En México, solo existen dos trenes de pasajeros en funcionamiento: uno en el norte del país, conocido como “el Chepe”, que recorre el estado de Chihuahua, y el segundo es un tren

denominado "Tequila Express" que comparten las principales tequileras que dominan la actividad turística (Jose Cuervo, Herradura y Sauza), sale del centro de la capital jalisciense, Guadalajara, directo al municipio de Tequila.

Este modelo de turismo inspirado en algún parque de Disney ha generado derrama económica y empleos, en el caso de "Mundo Cuervo" emplea a 250 personas sin embargo el perfil de personas que emplea la empresa no corresponde a locales sino a personas que requieren un mayor grado de capacitación como el dominio del inglés por lo que jóvenes de Guadalajara se ven atraídos por la idea de emplearse ahí, dejando para los locales las tareas más pesadas como obrero, albañil, peon entre otras actividades similares (Hernandez, 2009)

Tequila empezó a recibir turismo a mediados del siglo XX con la incursión y promoción de Javier Sauza, expropietario de otra de las grandes empresas del sector. Sin embargo, en ese momento, las actividades turísticas se limitaban a visitar las antiguas fachadas de las destilerías, recorrer el centro histórico, que en esa época no contaba con los apoyos financieros del programa "Pueblos Mágicos", y comprar tequila en las numerosas vinaterías del pueblo.

Con la llegada de "Mundo Cuervo", la dinámica cambió radicalmente y pronto se empezaron a ofrecer recorridos por campos agaveros, destiladoras, experiencias gastronómicas y la posibilidad de consumir alcohol en estas actividades. Jose Cuervo ofrece diversas modalidades de "experiencias". A continuación, se presenta el itinerario de dos enfoques turísticos ofrecidos por la empresa.

Tabla 7. Itinerario de actividades de Mundo Cuervo

"ITINERARIO AMANECER"

El pueblo de Tequila seducirá tus sentidos (Tren - Autobús)

Duración: 11 hrs, (De tiempos aproximados).

09:00 hrs. / **Salida de Jose Cuervo Express®** de la Estación de Ferrocarriles Mexicanos (Ferromex) a Tequila, Jalisco

09:30 hrs. / Catado educativo guiado por un Experto Tequilero

11:00 hrs. / Llegada a Tequila

11:35 hrs. / Ingreso a instalaciones de Mundo Cuervo: visita al Centro Cultural Juan Beckmann Gallardo y a Fábrica La Rojeña

13:00 hrs. / Tiempo libre para comer y conocer el Pueblo Mágico de Tequila

16:15 hrs. / Espectáculo Mexicano

18:00 hrs. / Llegada a los campos de agave para demostración de jima

18:30 hrs. / Abordaje y salida de autobús

20:00 hrs. / Llegada a Casa Cuervo – EDISA

"ITINERARIO ATARDECER"

Campos, el origen de la historia (Autobús - Tren)

Duración: 11 hrs, (De tiempos aproximados).

09:00 hrs. / Salida en autobús de Casa Cuervo - EDISA a los campos de Jose Cuervo®

10:30 hrs. / Llegada a los campos de agave para demostración de jima

12:45 hrs. / Ingreso a instalaciones de Mundo Cuervo: visita al Centro Cultural Juan Beckmann Gallardo y a Fábrica La Rojeña

14:00 hrs. / Tiempo libre para comer y conocer el Pueblo Mágico de Tequila

16:15 hrs. / Espectáculo Mexicano

18:00 hrs. / Salida a bordo de Jose Cuervo Express® a la Estación de Ferrocarriles Mexicanos (Ferromex)

18:30 hrs. / Catado educativo guiado por un Experto Tequilero

20:00 hrs. / Llegada a la estación de Guadalajara

Fuente: <https://www.mundocuervo.com/esp/jose-cuervo-express/experiencias/elite/>

Al examinar el itinerario de Jose Cuervo, resulta evidente que la mayor parte del tiempo se destina a permanecer dentro de las instalaciones o en traslados entre campos y destilerías. Aunque la experiencia abarca un total de 11 horas, solo se destinan 3 horas libres para explorar los servicios y amenidades que podrían ofrecer actores más locales del pueblo.

Jose de Jesus Hernandez, Doctor en Antropología Social del Colegio de Michoacan en su estudio llamado "Tequila: centro mágico, pueblo tradicional. ¿Patrimonialización o privatización?" ha recopilado algunos testimonios de extrabajadores de la empresa Cuervo. Sobre como visualizan el modelo de turismo que desempeña la empresa:

"Cuervo se está adueñando del pueblo, como en su tiempo lo intentó hacer don Francisco Javier Sauza. Y se vale porque nadie respinga, nadie presenta otras propuestas y siempre habrá alguien interesado en sacar provecho. Ellos están haciendo su lucha y lo están haciendo muy bien" (Maravillas, Filiberto/JJHL, 2005). Filiberto Maravillas, ex empleado del Banco de Desarrollo Rural, ex empleado de Cuervo y Sauza, ex policía y actualmente fontanero de la Junta de Aguas de Atizcoa.

También en el estudio se puede encontrar el testimonio de Anselmo Enríquez, ex empleado del Banco Industrial, ex empleado de Cuervo, agricultor y expendedor de periódicos y revistas de la localidad:

"El problema es que la derrama económica no alcanza a reflejarse en el pueblo [...]. Cuando arreglaron las banquetas y enterraron el cableado, yo disminuí mis ventas y el terregal perjudicó mis revistas, libros, calendarios; ahora que llegan los turistas, los encierran todo el día en La Cuervo, ahí comen, beben, compran playeras, tequila y ni a comprar un chicle salen. Por eso mucha gente no entiende porqué se dice que es un beneficio ser pueblo mágico. Es un beneficio para ellos, pero el pueblo sigue tan jodido como siempre" (Enríquez, Anselmo/JJHL, 2005).

La inversión de la industria tequilera, su modernización y la implementación de actividades turísticas han generado condiciones económicas en la región. Esto se refleja en la creación de nuevos empleos que, en general, son relativamente bien remunerados. Además, se generan empleos indirectos, donde los residentes locales aprovechan las actividades secundarias de la

industria para obtener ganancias, aunque con márgenes más limitados. Es importante destacar que, si bien la iniciativa de estas grandes casas tequileras ha sido fundamental para atraer a tantos turistas, estos pasan la mayor parte de su tiempo consumiendo y participando en actividades dentro de las instalaciones de estas empresas.

El programa "Pueblos Mágicos" se ha dedicado a embellecer el centro histórico de la ciudad; sin embargo, ha tenido un impacto limitado ya que las instalaciones de las tequileras también se encuentran en esta área. Además, el diseño del consumo turístico en el sector se basa en tours que llevan a los visitantes por recorridos demostrativos de los procesos del tequila, lo que limita las opciones de actividades de ocio fuera de sus instalaciones.

Esta estructura también dificulta que los turistas tomen conciencia de las problemáticas existentes en la industria, como las que hemos estado hablando en este TFM, desde las relaciones desiguales de poder hasta las externalidades ambientales generadas, sin mencionar que no existe un tratamiento sustentable de los residuos que genera el sector turístico en la zona. Lo que se busca es crear un entorno placentero donde los visitantes conozcan los procesos del tequila, al mismo tiempo que se oculta el impacto social y ambiental que estos generan. De esta manera, confirmamos que la actividad turística también fortalece la dinámica de poder e influencia de los industriales tequileros.

Ahora como hemos visto, la inclusión de la actividad turística en el sector no solo está limitada por una declaración territorial nacional y supranacional sino por fuertes intereses económicos y sociales que no contemplan otros valores en la Zona de Denominación de origen como patrimonio cultural y capital social.

En la industria del tequila, es común tener un conocimiento extenso sobre el agave y los procesos de producción, pero se presta poca atención a quienes somos como productores, cómo nos organizamos y cómo experimentamos los procesos de nuestra agricultura, de porque hemos productores con grandes extensiones de tierra y otros que apenas pueden acceder a ella. La industria se encarga de visibilizar u omitir selectivamente los procesos históricos y culturales de los cuales puede o no obtener rentabilidad.

Siguiendo la dinámica de lo que no se visibiliza en la industria podemos encontrar distintos perfiles de explotaciones las cuales encontramos cultivos donde predominan los procesos

tradicionales, también aquellos cultivos en los que se preserva el valor ecológico y se trabaja de forma ecológica de las tierras y otros cultivos con estrategias de producción completamente industriales.

Para ilustrar la discrepancia entre la representación idealizada y la realidad, tomemos como ejemplo un caso dentro de la dinámica de los "Tours" organizados por las casas tequileras en la "ruta del tequila". En uno de los predios de la ruta, se presenta la figura de un jimador, un trabajador especializado en el agave encargado de cortar las piñas maduras utilizando una herramienta en forma de cuchilla circular. Esta labor causa asombro debido a la mezcla de técnica, fuerza y coordinación necesaria para darle la característica forma redonda a la piña cosechada. Para agregar un toque folklórico al espectáculo, al jimador se le viste con trajes típicos de la región y se le vincula incluso espiritualmente con la planta.

Sin embargo, es importante destacar que esta representación dista considerablemente de la realidad vivida por los miles de jimadores que desempeñan esta labor de manera cotidiana. La figura del jimador presentada en el espectáculo turístico no refleja las verdaderas condiciones de vida y trabajo de estos jornaleros, y sirve como un ejemplo claro de cómo se puede ocultar la realidad.

Hernández (2013) aborda la organización del territorio a partir de la declaración del paisaje agavero como Patrimonio Cultural. El clasifica en dos áreas distintas: *la periferia* y *la semiperiferia* las regiones que están fuera de esta demarcación. En *la periferia*, ubicada en zonas geográficamente distantes de la demarcación pero aún dentro de la Denominación de Origen Tequila, los agricultores enfrentan desafíos significativos para modernizarse debido a recursos económicos limitados. Además, les resulta difícil acceder a canales de distribución, tanto para la materia prima como para los tequilas artesanales.

La ausencia del respaldo por parte del Estado, que ha demostrado ser un impulsor clave en otras regiones, complica aún más su capacidad para integrarse en la exitosa corriente de la industria tequilera.

Por otro lado, *la semiperiferia*, ubicada más cerca de los centros de poder, presenta un escenario diferente. A diferencia del abandono experimentado en la periferia, estas regiones siempre están susceptibles a la expansión de la industria tequilera. Motivada por el crecimiento

económico, esta expansión aprovecha su proximidad al núcleo del sector. Comúnmente, estas áreas son destinadas a la producción industrial de agave, desplazando otros cultivos que también forman parte del paisaje y podrían contribuir a la seguridad alimentaria de las comunidades locales.

5. Conclusiones

El propósito de este trabajo fue analizar las problemáticas existentes en la agroindustria del Agave-Tequila, que han surgido debido a malas prácticas en el sector, especialmente por parte de los actores que conforman la industria tequilera. Se llevó a cabo un esfuerzo teórico y, a través de una larga revisión de la literatura, se buscó fortalecer este análisis mediante la incorporación de datos, cifras, declaraciones y otros elementos disponibles para la comprensión de las problemáticas.

Este trabajo se encontró con algunas limitaciones que impactaron el proceso de investigación. Una de ellas fue la dificultad para acceder a información clave del sector, como cifras económicas y totales de producción. Además, la escasez de literatura actualizada presentó un desafío, ya que tuve que basarme en artículos con más de 20 años desde su publicación.

Otro obstáculo fue la anonimización de los datos económicos, lo cual complicó el análisis detallado necesario para abordar los objetivos de la investigación de manera más precisa. Estas limitaciones, aunque presentes, fueron gestionadas con el fin de obtener resultados sólidos en la medida de lo posible.

En este sentido, las conclusiones a las que he llegado son las siguientes:

Es innegable que la organización y la capacidad de gestión de la industria tequilera desde sus orígenes han sido fundamentales para establecer los marcos jurídicos, regulatorios y de protección que actualmente respaldan la actividad tal es el caso de la Denominación de Origen. Este proceso ha impulsado la rápida tecnificación del sector y ha propiciado las condiciones económicas para la inyección de inversiones tanto a nivel nacional como internacional.

No obstante, la concentración de poder que ha experimentado el sector a medida que ha crecido se atribuye en parte al papel desempeñado por el Estado, considero que ha dejado de hacer lo que le corresponde, y cuestiones como la responsabilidad de vigilancia y control para un adecuado desempeño de toda la cadena productiva las ha dejado en manos de la industria tequilera, que juega el papel de juez y parte.

Ante este escenario de debilidad institucional, la industria tequilera adopta prácticas que perjudican a otros actores, como es el caso de los productores agaveros. Como revisamos en el capítulo II, la escasa comunicación entre agaveros y tequileros en la planificación de la siembra del agave deriva en la falta de información disponible para los productores, quienes desconocen la necesidad de materia prima que demanda la industria tequilera.

Durante las constantes crisis de escasez, son los productores agaveros quienes asumen el riesgo del largo proceso del agave, con todos los desafíos que esto implica. Dado que se trata de una planta perenne que tarda de 5 a 8 años en madurar para la cosecha, suele resultar costosa en términos económicos. Además, estos productores se enfrentan no solo a condiciones climáticas a menudo desfavorables, sino también a la presencia de plagas que amenazan el cultivo.

En las crisis de sobreproducción, son los productores agaveros quienes enfrentan las mayores pérdidas. Cuando el agave está listo para la cosecha, la jima debe ser inmediata para evitar el riesgo de pudrición de la planta. Esto deja al agavero en una posición con escaso margen de negociación, llevándolo a ceder a los precios que la industria tequilera, a través de intermediarios, está dispuesta a ofrecer.

Como se describió en este trabajo, el 95% de la producción de tequila está controlado por unas pocas grandes tequileras, que representan apenas el 1% del sector tequilero. Esto visibiliza la existencia de prácticas oligopólicas en la fijación de precios, ya que estas empresas concentran una parte significativa de la actividad.

Por otro lado, el sector agavero está altamente atomizado, lo que dificulta la necesidad de organización para abordar esta problemática. A pesar de que la industria tequilera, a través del Consejo Regulador del Tequila, ha propuesto varios modelos de colaboración conjunta, estos no resultan ni justos ni equitativos. Más que un modelo de colaboración para la producción de agave, parece ser una estrategia para el acaparamiento de tierras a través de los modelos de contrato y alquiler en los que están dispuestos a colaborar.

Mi reflexión sobre esta problemática es que falta la voluntad necesaria para cambiar el rumbo, donde el eslabón más básico de la cadena productiva pueda contar con certeza y condiciones más favorables que dignifiquen su actividad, esencial para la industria tequilera. Actualmente,

estamos viviendo una nueva fiebre del agave que tendrá efectos devastadores para muchos agricultores que han apostado por el crecimiento de la industria, y parece que a nadie le importa.

Por otro lado, la creciente extranjerización de la industria tequilera ha profundizado aún más la difícil relación entre agaveros y tequileros, y no solo entre ellos, sino también con las micro y pequeñas empresas tequileras. Aunque estas últimas no representan grandes volúmenes de productividad, conforman la mayoría de la industria tequilera, aportando diversidad a la actividad. Esto resulta ser un motivo de análisis, ya que son estas empresas las que aún conservan las formas tradicionales de la actividad. En muchas ocasiones, las grandes tequileras en manos extranjeras aprovechan este "Know-How" para internalizarlo en sus procesos, pero a escalas industriales que, en mi opinión, terminan desdibujando el valor agregado original de la industria.

Los procesos comerciales abordados en el capítulo III, implementados por propietarios extranjeros, restan en lugar de sumar a la industria. El embotellamiento del tequila en otros países, por ejemplo, va en contra de lo que conforma el valor agregado de la bebida. Es importante considerar que la falta de una regulación de envasado de origen implementada por el Consejo Regulador del Tequila, y aún más importante, la ausencia de legislación por parte del Estado para garantizar que todo el proceso sea completamente mexicano, fortalece la posición de poder e incentiva la participación de consorcios internacionales en la industria sin ninguna responsabilidad social.

Es precisamente la falta de responsabilidad social, evidente en la integración vertical de procesos como el alquiler de tierras para sus propias explotaciones de agave, la que precariza la posición del agavero.

Por otro lado, la apropiación cultural no está ausente en el sector. Aunque esto es resultado del éxito global del tequila, especialmente en países como Estados Unidos, donde celebridades de Hollywood aprovechan la coyuntura comercial para ingresar a la industria, sería beneficioso establecer restricciones que favorezcan a las pequeñas tequileras nacionales que buscan consolidarse.

Por estas razones, se puede considerar que las celebridades carecen de responsabilidad social cuando se involucran en esta industria. La ambición desmedida, el afán de lucro, las estrategias comerciales con megapresupuestos y la falta de conexión cultural son síntomas de una realidad que estamos viviendo y permitiendo. Nada contribuye positivamente al hecho de que un tequila lleve el nombre "818", haciendo referencia a un código postal de las zonas más exclusivas de California, sin que la propietaria de dicho tequila sea consciente del impacto social y ambiental que genera.

Se puede deliberar que es poco probable que una micro y pequeña empresa pueda competir comercialmente contra la proyección de estas celebridades, las cuales no solo atomizan la industria sino que también desvirtúan la esencia de lo que significa la bebida para nuestra región y para el país

Es por ello que se puede confirmar que la inversión extranjera sí altera los procesos de la industria y puede ser vista como una estrategia para implementar prácticas oligopólicas.

Finalmente, en el capítulo IV se realizó una descripción de cómo se implementó la actividad agroturística en el sector y cómo ha venido desarrollándose. En ese sentido, podemos identificar que las malas prácticas persisten incluso en sectores de la industria que han experimentado un crecimiento reciente. Hemos analizado la importancia que ha tenido la tequilera Jose Cuervo en la construcción de la narrativa de nuestra cultura, que comprende desde el paisaje agavero hasta los procesos de destilación de la bebida. Sin embargo, esa visión limitada que responde únicamente a una modalidad de negocio dista mucho de lo que, en mi opinión, podría ofrecer todo el sector.

Considero que se pierde la oportunidad de generar conciencia, tanto ambiental como social, para quienes visitan nuestra región. Existen numerosos desafíos pendientes que requieren mejoras significativas para transformar la vida de quienes la habitamos, y la actividad turística podría ser una estrategia eficaz para su visibilización.

Incluso la posibilidad de una declaración de tal índole por parte de la UNESCO tenía la oportunidad de beneficiar y modificar la concepción y preservación del paisaje. También pudo haber contribuido a mejorar las condiciones de vida a través de la economía, la educación, el acceso a la salud y el respeto a nuestras costumbres y tradiciones. Sin embargo, esta

perspectiva ha sido aprovechada de manera oportunista por unos pocos, generando una realidad paralela a la que vivimos.

Por su parte, el papel del Estado, en lugar de alinearse con lo que debería ser beneficioso, ha fortalecido una narrativa que transforma el sector en una suerte de "Disneylandia del agroturismo". A través de la política, se ha construido una narrativa única y predominante para nuestro sector, alejándolo de lo auténtico y real.

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) otorga un reconocimiento denominado Sistema Importante del Patrimonio Agrícola Mundial (SIPAM), la máxima distinción que identifica espacios únicos resaltando sus valores paisajísticos, agronómicos, culturales y antropológicos.

El objetivo principal de esta distinción es identificar, apoyar y proteger sistemas agrícolas que han contribuido y enriquecido al mundo con paisajes, biodiversidad, conocimientos y cultura. Estos sistemas representan la esencia de lo que debería ser el desarrollo sostenible. En México, existen dos designaciones, una de ellas es el Sistema Agrícola de Chinampas en Ciudad de México (2018), y la segunda es Ich Kool: Milpa Maya de la Península de Yucatán, México (2022).

Es importante ajustarse a los lineamientos y valores perseguidos por esta distinción podría generar mejores condiciones dentro de un sector que está transformando de manera significativa el paisaje agavero y el territorio en aras de maximizar las utilidades económicas. Esta orientación está generando repercusiones ambientales nunca antes vistas en la región, y de seguir así, el daño podría ser irreversible.

No obstante, para lograr esto, es esencial contar con la participación de todos los actores dentro del sector, incluyendo a los consumidores. Necesitamos la presencia permanente del Estado, que debe ir más allá de ser simplemente una entidad sancionadora; debe desempeñar el papel de un auténtico mediador, facilitando la creación de condiciones más propicias para la sostenibilidad. Siempre tener presente que "sin maguey no hay mezcal, pero sin territorio no hay identidad".

Bibliografía

Colectivo Por La Autonomía (2022, 29 de marzo). El tequila, el agave y las confusas medidas “cero deforestación”. Desinformemonos. <https://desinformemonos.org>

Consejo Regulador del Tequila, (2023). Estadísticas. México: Consejo Regulador del Tequila. <https://www.crt.org.mx/EstadisticasCRTweb/>

Conselleria de agricultura, desarrollo rural, emergencia climática y transición ecológica. (2023). Orden 20/2023, de 6 de julio, de la conselleria de agricultura, desarrollo rural, emergencia climática y transición ecológica, que aprueba los estatutos de la denominación de origen protegida Utiel-Requena y su consejo regulador [2023/7771] num. 9637 / 12.07.2023. Diari oficial del Ajuntament de Valencia. <https://utielrequena.org/wp-content/uploads/2023/07/ESTATUTOS-20-2023-DE-6-DE-JULIO-DOGV-12-07-23.pdf>

Coria Ocampo, M. A. (2015, julio 1). Destilería. La Tequilera más antigua de Guadalajara. Crónica Jalisco. <https://www.cronicajalisco.com/notas/2015/46413.html>

Del Pino, D. (2016, 9 de febrero). Cómo nos atrapa la Telaraña de los Precios. DavidDelPino. <https://www.daviddelpino.com/como-nos-atrapa-la-telarana-de-los-precios/>

El Financiero. (2022, noviembre 14). Oro Azul Asociados busca satisfacer la creciente demanda de agave azul. El Financiero. <https://www.elfinanciero.com.mx/mundo-empresa/2022/11/14/oro-azul-asociados-busca-satisfacer-la-creciente-demanda-de-agave-azul/>

El País. (2023, julio 13). La sobreproducción de agave en México genera una alerta climática. <https://elpais.com/mexico/2023-07-13/la-sobreproduccion-de-agave-en-mexico-genera-una-alerta-climatica.html>

González, M., & Ramírez, R. (2016). Necesidades de información y comportamiento informativo de los agricultores de agave azul de Tequila, Jalisco: Un estudio de caso. Investigación Bibliotecológica, 30(69). <https://doi.org/10.1016/j.ibbai.2016.04.016>

Hernández López, J. de J. (2009). Tequila: Centro mágico, pueblo tradicional.

¿Patrimonialización o privatización? Andamios, 6(12), 41-67.

<https://www.scielo.org.mx/pdf/anda/v6n12/v6n12a3.pdf>

Hernández López, J. J., & Hernández López, E. M. (2011-2012). La vida social del agave tequilero. Carta Económica Regional, 23/24.

<http://repositorio.cualtos.udg.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/266/1/La%20vida%20social%20del%20agave%20tequilero.pdf>

Hernández López, J. de J. (2007). El paisaje agavero: expansión y estetización. Ecología Cultural Política y nuevas formas de creación de valor. (Tesis de Doctorado en Antropología Social). El Colegio de Michoacán.

<https://colmich.repositorioinstitucional.mx/jspui/handle/1016/240>

Hernández, N. (2023, 8 de abril). Precio del agave enfrenta a productores y tequileros. Milenio.

<https://www.milenio.com/negocios/precio-del-agave-enfrenta-a-productores-y-tequileros>

Herrera-Pérez, L., Valtierra-Pacheco, E., Ocampo-Fletes, I., Tornero-Campante, M. A., Hernández-Plascencia, J. A., & Rodríguez-Macías, R. (2018). Esquemas de contratos agrícolas para la producción de Agave tequilana Weber en la región de Tequila, Jalisco. Agricultura, Sociedad y Desarrollo, 15(4).

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-547220

Huerta, J. C. (2021, 10 de agosto). El tequila era mexicano... ahora famosos extranjeros se lo apropiaron. El Financiero. <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/2021/08/10/el-tequila-era-mexicano-ahora-los-famosos-extranjeros-se-lo-apropiaron/>

Huerta, J. C. (2022, junio 29). El mundo bebe más tequila: Exportación crece 31% en 1er semestre de 2022. El Financiero. <https://www.elfinanciero.com.mx/estados/2022/06/29/el-mundo-bebe-mas-tequila-exportacion-crece-31-en-1er-semestre-de-2022/>

INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía). 2019. Conociendo la Industria del Tequila y el Mezcal. Colección de estudios sectoriales y regionales.

<https://www.inegi.org.mx/app/biblioteca/ficha.html?upc=702825189600>

Sanchez, S. (2019, 18 de enero). Jose Cuervo y Sauza, los tequilas más vendidos en el mundo. EXPANSION. <https://expansion.mx/empresas/2019/01/18/jose-cuervo-y-sauza-los-tequilas-mas-vendidos-en-el-mundo>

Sanchez, S. (2017, 23 de junio). Las marcas de tequila son cada vez menos mexicanas. EXPANSION. <https://expansion.mx/empresas/2017/06/23/las-extranjeras-le-roban-mercado-a-las-tequileras-mexicanas>

Mariscal, M. (2015, 26 de mayo). Sin eco las peticiones de los agaveros. Cronica Jalisco. <https://www.cronicajalisco.com/notas/2015/43988.html>

Maldonado, S. (2019, 27 de septiembre) Terminara 2019 con 600 millones de agaves sembrados. Brunonoticias. <https://brunonoticias.com/terminara-2019-con-600-millones-de-agaves-sembrados/>

Partida, J. C. (2012, 21 de mayo). Productores de agave esperan nuevo auge. La Jornada. <https://www.jornada.com.mx/2012/05/21/estados/028n1est>

Orozco Martínez, J. L. (2011). Las relaciones de poder en los intercambios comerciales de la cadena productiva del tequila y su incidencia en la competitividad de la rama industrial (Tesis doctoral). ITESO. <https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/1281/OROZCO%20Jos%c3%a9Luis%202011.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Ortega, P. (2023, julio 25). Ruta de Tequila en Jalisco, un viaje a la mexicanidad y el orgullo cultural. El Economista. <https://www.economista.com.mx/los-especiales/Ruta-de-Tequila-en-Jalisco-un-viaje-a-la-mexicanidad-y-el-orgullo-cultural-20230724-0131.html>

Llamas, Jorge A. (2000). "La génesis social del Barzón del agave." Revista Espiral. Estudios sobre Estado y Sociedad. Vol. VI No. 17.

<http://148.202.18.157/sitios/publicacionesite/pperiod/espisal/espisalpdf/Espiral17/E121-145.pdf>

Luna Zamora, R. (2019). Tequilandia: Un acercamiento a la bioeconomía del tequila y del mezcal (Segunda edición). Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades. <http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/.Tequilandia>

Rogelio Luna. (2001). "El Mestizaje y el tequila". Sincronía, Revista electrónica UdG.

<http://sincronia.cucsh.udg.mx/mestiz.htm>

Macías, Alejandro y Ana Valenzuela. 2009. El tequila en tiempos de la mundialización. Comercio Exterior, Vol. 59, Núm. 6.

https://www.academia.edu/39020790/El_Tequila_en_tiempos_de_la_mundializaci%C3%B3n_Macías_y_Valenzuela_Zapata_2009

Macías M., Alejandro. (2001). "El cluster en la industria del tequila en Jalisco, México" Agroalim. V.13, No.13, diciembre. https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-03542001000200005

Romo, P. (2022, noviembre 14). Tequila romperá récord en todos sus indicadores del 2022. El Economista. <https://www.eleconomista.com.mx/estados/Tequila-rompera-record-en-todos-sus-indicadores-del-2022-20221113-0063.html>

Ramírez Blanco, M. (2023, enero 31). Agave, berries y aguacate encarece precio de la tierra en Jalisco, roba terreno al maíz y al ganado. UDGTV. <https://udgtv.com/noticias/agave-berries-y-aguacate-encarece-precio-de-la-tierra-en-jalisco-roba-terreno-al-maiz-y-al-ganado/61161>

Romo, P. (2012, mayo 4). Productores de tequila advierten déficit agavero. El Economista. <https://www.eleconomista.com.mx/estados/Productores-de-tequila-advierten-deficit-agavero-20120503-0015.html>

Torres-García, I. (2021, febrero 17). ¡Sin maguey no hay mezcal, pero sin territorio no hay identidad!. Sociedad Científica Mexicana de Ecología. <https://scme.mx/sin-maguey-no-hay->

[mezcal-pero-sin-territorio-no-hay-identidad/](#)

Rivera, M. (1998, marzo 1). El boom del tequila. La Jornada.

<https://www.jornada.com.mx/1998/03/01/mas-rivera.html>

Millington, A. (2021, septiembre 15). La historia de cómo George Clooney se convirtió en el actor mejor pagado y todo gracias al tequila. Business Insider Mexico.

<https://businessinsider.mx/george-clooney-empresa-tequila-casamigos/>

Romo, P. (2017, diciembre 14). Aumenta 200% precio de agave. El Economista.

<https://www.eleconomista.com.mx/estados/Aumenta-200-precio-de-agave-20171214-0026.html>

Notimérica/EP. (Fecha de publicación: 17 de junio). Presidente de México se declara consumidor de tequila y lo impulsará en todo el mundo.

<https://www.notimerica.com/sociedad/noticia-mexico-pena-nieto-declara-consumidor-tequila-promete-impulsar-producto-todo-mundo-20140617023518.html>

Anexos

Tabla 8. Grado de relación del trabajo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Objetivos de Desarrollo Sostenibles	Alto	Medio	Bajo	No procede
ODS 1. Fin de la pobreza.		○		
ODS 2. Hambre cero.		○		
ODS 3. Salud y bienestar.			○	
ODS 4. Educación de calidad.			○	
ODS 5. Igualdad de género.			○	
ODS 6. Agua limpia y saneamiento.			○	
ODS 7. Energía asequible y no contaminante.				○
ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.			○	
ODS 9. Industria, innovación e infraestructuras.	○			
ODS 10. Reducción de las desigualdades.			○	
ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.			○	
ODS 12. Producción y consumo responsables.			○	
ODS 13. Acción por el clima.			○	
ODS 14. Vida submarina.				○
ODS 15. Vida de ecosistemas terrestres.			○	
ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.			○	
ODS 17. Alianzas para lograr objetivos.			○	

Fuente: Objetivos de Desarrollo Sostenible de la agenda 2030.

Para abordar las problemáticas tratadas en este Trabajo Fin de Máster, ha sido complicado relacionar los Objetivos de Desarrollo Sustentable de la Agenda 2030 en un sentido positivo, ya que se realiza una crítica de lo que considero se está haciendo mal. En ese caso, es importante señalar que hay actores dentro de toda la industria que se han ido alineando gradualmente a prácticas tanto sociales como sustentables más beneficiosas; no obstante, siguen siendo manifestaciones menores.