

UN ENFOQUE DE CADENAS GLOBALES DE VALOR PARA EL ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA DEL TEQUILA. EL IMPACTO DEL TRASLADO DE LA GOBERNANZA EN LOS OBJETIVOS DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN TEQUILA

Gabriela Reyes Sánchez¹

RESUMEN

Bajo un escenario de globalización y libre mercado, la industria del tequila ha incursionado en el mercado internacional desarrollando nuevas estrategias empresariales. La modificación en la organización de las compañías es la más relevante, manifestando un cambio radical de empresas familiares y artesanales a grandes grupos empresariales. La corporativización de la industria tequilera ha sido un paso previo para la intervención de grandes grupos transnacionales de bebidas alcohólicas, que actualmente incluyen al tequila en su cartera de productos, convirtiéndolo así, en un subcampo del campo internacional de bebidas alcohólicas (Macías y Valenzuela, 2009). Además, la adquisición total o parcial de las principales empresas tequileras por parte de grandes empresas extranjeras transnacionales, implica que muchas de las decisiones actuales correspondan más a los intereses de estos grupos que a los de la industria en su conjunto.

Se plantea que el proceso de extranjerización de la industria tequilera ha modificado los términos de poder en la cadena de valor del tequila, trasladando la gobernanza del productor al comprador, proceso en el cual el papel del Consejo Regulador ha sido elemental. Como resultado de este traslado se ha fracturado el vínculo entre el producto, el lugar de origen y los factores relacionados con la tipicidad. Por tanto, se pone en tela de juicio el éxito de la protección de la denominación de origen tequila como un instrumento, cuyo argumento de

¹ Licenciada en economía, UNAM FES Acatlán, gab.reyes.sanchez@gmail.com

protección, dice atraer implicaciones positivas hacia la protección del conocimiento, dando lugar a que los productores aumenten sus ingresos y su calidad de vida, y así, impulsar la dinámica de la economía rural en su totalidad. De manera que se logre la apropiación de la dinámica por parte de los actores locales, a fin de que participen en los procesos de toma de decisiones y consecuentemente lograr una distribución equitativa de los beneficios.

CONCEPTOS CLAVE: Denominación de Origen (DO), Cadena Global de Valor (CGV), Gobernanza.

DESARROLLO DE LA PONENCIA

Desde épocas remotas, los agaves o magueyes han proporcionado a las poblaciones mexicanas valiosos recursos económicos, entre los que se destacan las bebidas. Particularmente el tequila, se produce a partir de una variedad conocida como agave azul. En el caso de esta bebida inicialmente llamada vino mezcal tequila, existe información acerca de que la comunidad indígena de Amatitán lo producía a finales del siglo XVII (Huerta y Luna, 2015). Entonces, a partir de Amatitán el cultivo y producción del mezcal tequila se esparció hacia la villa de Tequila y otras poblaciones de su entorno (Claudio Jiménez, citado por Huerta y Luna, 2015). Debido a su ubicación cercana al camino al puerto de San Blas, donde se abastecían las nuevas colonias españolas del noroeste de México, entonces la bebida comenzó a abastecer no solo la región donde se producía. Además, la consumación de la independencia en 1821, les permitió a los fabricantes del tequila iniciar su comercialización en la ciudad de México. Aunque se consideraba que solo el denominado “populacho” conformado por la clase baja, al finalizar la revolución mexicana, en la intensa búsqueda de identidad nacional, el Estado promovió la revalorización de las artes e industrias populares como símbolos de la auténtica identidad mexicana. Fue así, que se mostraron la vida ranchera de Jalisco (consumidor de Tequila) como la representación más simbólica del México premoderno. De manera que, durante la época de Oro del cine mexicano, se revalora el tequila como rasgo de identidad, mostrando un

estereotipo del mexicano como un rancharo bebedor de Tequila. Incluso la industria cinematográfica de Hollywood, divulgó este estereotipo. Inusitada fue la cuantiosa publicidad a esta bebida espirituosa que coadyuvó para que, cuando estalló la Segunda Guerra Mundial, el tequila fuera el sustituto ante la escasez del whisky (CRT, 2015a).

En la actualidad con el rápido proceso de globalización, que implica la apertura comercial y la presencia de productos mexicanos en el extranjero, el tequila no fue la excepción en la búsqueda de expandir su oferta a mercados internacionales. Situación que exaltó a la par la preocupación de que el producto sufriera falsificación o adulteración que pusiera en peligro la reputación de la calidad del tequila genuino. Ante esto, los industriales tequileros se movilizaron y solicitaron al gobierno mexicano apoyo para conseguir la protección de la bebida por medio del reconocimiento internacional de las denominaciones de origen (DO). Entonces, la importancia del reconocimiento y protección del tequila, es sobre todo el garantizar al consumidor la genuinidad de la bebida (Olmedo, 2010). Pero esto va más allá, la DO para el tequila sería de suma importancia pues representaría un producto cultural y étnico, que había logrado constituirse como producto representativo de la cultura mexicana.

La literatura, señala que los productos vinculados al origen muestran los atributos de calidad vinculados a los lugares geográficos donde han sido producidos y, con el tiempo, adquieren una reputación gracias a la indicación geográfica (IG) que les identifica. Entonces, el producto vinculado al origen puede convertirse en el eje central de un círculo virtuoso de calidad dentro de un sistema territorial, lo que significa que su promoción por medio de un proceso de relacionado a una IG puede tener efectos positivos que se reforzarán con el paso del tiempo. Primordialmente dará lugar a que los productores aumenten sus ingresos y la calidad de vida, e impulsará la dinámica de la economía rural en su totalidad; esto conducirá a la apropiación de la dinámica por parte de los actores locales, a fin de que participen en los procesos de adopción

de decisiones y de medidas relativos a los productos IG, y a la consecución de una distribución equitativa de los beneficios entre los actores. Adicionalmente deben existir medidas orientadas a la conservación y la mejora de los recursos naturales locales como la biodiversidad, el paisaje, los suelos y el agua, para las futuras generaciones (Vandecandelaere, Arfini, Belletti, Marescotti, 2010). Se argumenta que la promoción y la conservación de dicha calidad vinculada al origen pueden contribuir al desarrollo rural, la diversidad alimentaria y la posibilidad de elección de los consumidores.

Por ello, es importante reconocer que la protección de las indicaciones geográficas sea algo más que la mera protección de los nombres geográficos debido a la triple asociación entre el producto, el lugar de origen y los factores relacionados con la calidad (Rangnekar, 2004). El Arreglo de Lisboa, tratado internacional relativo a la protección de las denominaciones de origen, entendidas como: "denominación geográfica de un país, de una región, o de una localidad que sirva para designar un producto originario del mismo y cuya calidad o características se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos" (OMPI, 2015). El respaldo de la DO se requiere como marco regulatorio para mantener la especificidad, autenticidad, calidad y prestigio legitimados, pues identifica no solo el lugar geográfico de donde vienen los insumos principales y se elabora, sino que específicamente señala el agave particular que debe utilizarse, la composición de la bebida y los pasos de su elaboración. Gracias a esto, se identifica a los productos con DO como mercancías con criterios de calidad estandarizada reguladas por el Estado, a quien pertenece la DO (Rodríguez, 2007).

A pesar de la existencia de una gran variedad de bebidas destiladas de agave que guardan un vínculo con el territorio y además, también son tradicionales de México, el tequila fue la primera y por mucho tiempo la única que logró la protección del Estado en escalas nacional e

internacional (Macías y Valenzuela, 2009). Entonces, el 19 de diciembre de 1974 se publicó en el Diario Oficial de la Federación la resolución del 22 de noviembre de 1974 de la entonces Secretaría de Industria y Comercio, por la cual se otorgó la protección a la denominación de origen tequila estableciéndose un territorio de origen que a la fecha actual comprende 181 municipios: todos los municipios del estado de Jalisco, es decir 125, 8 municipios de Nayarit, 7 municipios de Guanajuato, 30 municipios de Michoacán y 11 municipios de Tamaulipas (CRT b, 2015).

Hasta la fecha, la normatividad que reglamenta la producción del tequila ha sufrido diversas modificaciones con el fin de hacer frente al continuo crecimiento de la demanda del tequila, y a problemas de abastecimiento de la materia prima. Los industriales lograron que el Congreso Federal modificara la norma disminuyendo sus exigencias de calidad, lo que se manifestó con cambios en la norma el 13 de octubre de 1977, el 3 de noviembre de 1999, y el 26 de junio de 2000. En la primera modificación se autoriza que el tequila se produzca con el 70% de alcoholes derivados del agave azul, mientras que el restante 30% puede provenir de cualquier otro tipo de endulzantes; además se logró ampliar la zona geográfica incluyendo al Estado de Tamaulipas (OMPI, 2001). La segunda modificación fue para la ampliación del territorio que comprende la denominación de origen Tequila para que se incluya el Municipio de Marcos Castellanos del Estado de Michoacán (Diario Oficial, 1999). Y la última modificación los industriales negociaron otra reducción en la exigencia de azúcares derivados del agave azul, hasta alcanzar la proporción de los 51% de azúcares derivados del agave azul y 49% otros azúcares. “En aras de aumentar la cantidad, se degradó la calidad” (Luna, 2003).

Bajo este escenario, la industria del tequila ha incursionado en el mercado internacional desarrollando nuevas estrategias empresariales. Una muy importante es en relación a las modificaciones fundamentales en la organización de las compañías, donde se manifiesta un

cambio radical de empresas familiares y artesanales a grupos empresariales. La corporativización de la industria tequilera ha sido un paso previo para la intervención en el campo económico empresarial del tequila de grandes grupos transnacionales de bebidas alcohólicas, que incluyen al tequila en su cartera de productos (Macías y Valenzuela, 2009). Éste es un poderoso subcampo, en el que el gobierno mexicano no establece el envasado de origen, además de que la verificación del Consejo Regulador del Tequila (organización no gubernamental) no tiene el peso suficiente para evitar esa situación. Al campo económico empresarial del tequila se han integrado cada vez más grupos transnacionales de otros campos económicos que adquieren las principales empresas tequileras, y lo convierten cada vez más en un subcampo del campo internacional de bebidas alcohólicas; de manera que muchas de las decisiones actuales corresponden más a los intereses de estos grupos que a los de la industria como tal; debido también a que grandes grupos extranjeros han adquirido de modo total o parcial las principales empresas tequileras, además de que los procesos de compraventa, fusiones, inversiones conjuntas, acuerdos de participación y separaciones entre los grupos transnacionales han sido tan intensos que los orígenes jaliscienses y familiares de las principales marcas de tequila sólo quedan como un vestigio de la historia (Macías y Valenzuela, 2009).

Un problema latente existe cuando se “evoluciona” a una producción masiva y estandarizada, donde las fuentes de suministro globalmente dispersos conducen a un debilitamiento de las asociaciones territoriales y terrestres entre el producto y el consumidor. En este contexto, los productores de IG o subproductos deben lidiar con el poder económico de diversos intermediarios (procesadores, distribuidores y minoristas), para llegar al consumidor. Ante la participación mayor de los procesadores que han penetrado cada vez más cadenas de suministro para controlar sustancialmente la mayoría de los aspectos del proceso de producción las posibilidades de mejora para los productores se vuelven más complejas (Rangnekar, 2004).

Asimismo, los procesos de producción y sus ubicaciones geográficas a una escala global han rebasado fronteras nacionales (Dicken, 1998), lo que ha facilitado la dispersión de las actividades productivas a través del espacio, y donde las empresas transnacionales y sus redes de producción global se parecen a una telaraña de empresas independientes, pero interconectadas, en donde las empresas del centro actúan como agentes estratégicos en el corazón de la red, controlando la información importante, las habilidades y los recursos necesarios para que la red global funcione eficientemente (Reich, 1991). Debido a esto, el comercio internacional de bienes y servicios no debe considerarse como una multitud de transacciones basadas en el mercado entre partes independiente, sino como redes de integración funcional de actividades de producción dispersas internacionalmente (Gereffi, 2001). Estas cuestiones se pueden analizar mediante un marco global de las cadenas de productos, entendiendo por cadena de productos a toda la gama de actividades que intervienen en el diseño, producción y comercialización de un producto (Gereffi, 1999). Entre la variedad de términos que se han utilizado para describir las relaciones complejas de red que componen las empresas en el mercado global, el concepto de "cadena de valor" es actualmente la alternativa ampliamente adoptada, debido a que se percibe como el análisis más amplio de las actividades de la cadena (Gereffi, 2001). Es entonces, el análisis de cadenas globales de valor (CGV) es una metodología para el estudio de la organización internacional de industrias, donde se destaca el valor relativo de las actividades que se requieren para llevar un producto de servicio desde la concepción, a través de las diferentes fases de la producción - que implica una combinación de transformación física y la entrada de diversos servicios a la producción - la entrega al consumidor final y disposición final después de su uso.

Bajo el análisis CGV se ha puesto de relieve el papel que desempeñan las empresas especialmente potentes denominadas empresas líderes (lead firms) que influyen directa o indirectamente en la organización de la producción mundial, la logística y los sistemas de

comercialización, esto a través de las estructuras de gobierno que crean (Gereffi, 2001). Se reconoce como gobernanza a la capacidad de una empresa en la cadena de influir o condicionar las actividades de otras empresas en la cadena (Gereffi, 2001). Los tres enfoques principales para la gobernanza que han surgido en literatura son: la gobernanza como conducir, la gobernabilidad como la coordinación y la gobernanza como la normalización (Gibbon P., Bair J. y Ponte S., 2008).

Descripción de la cadena de comercialización del tequila

Bajo un análisis de la cadena de producción-comercialización del tequila, atendiendo la industria en su conjunto y teniendo en consideración que la ubicación de esta se encuentra en una región protegida por denominación de origen. Mediante un marco de cadenas globales de valor, a saber una cadena de productos se refiere a toda la gama de actividades que intervienen en el diseño, producción y comercialización de un producto (Gereffi, 1999). También, con la visión de la cadena de productos básicos como una "red de procesos de trabajo y de producción, cuyo resultado final es un producto terminado" (Hopkins y Wallerstein, 1994). Si la globalización en la esfera productiva implica la integración funcional entre las actividades dispersas internacionalmente (Dicken, 1998: 5), entonces la perspectiva de la cadena de valor es un medio eficaz para la conceptualización de las formas que adopta esta integración, así como para examinar la estructura y la dinámica de las industrias globales de las naciones y empresas donde estas cadenas funcionan (Gereffi, 2001). Se cambia el enfoque de la producción por sí solo a toda la gama de actividades, desde el diseño hasta la comercialización, y se problematiza la cuestión de la gobernabilidad - cómo se organizan y gestionan cadenas- (Gereffi, Humphrey, Kaplinsky, Sturgeon, 2001).

El hecho de que algunas empresas influyen directa o indirectamente en la organización de la producción mundial, la logística y los sistemas de comercialización, a través de las estructuras

de gobierno que crean; pone en relieve la importancia de la comprensión de cómo operan estas cadenas de valor, no solo para el desarrollo de las empresas, sino para examinar cómo esta integración puede ser gestionada con el fin de producir efectos positivos para la mayoría de los participantes (Gereffi, Humphrey, Kaplinsky, Sturgeon, 2001). Al decidir la forma de gestionar las redes de comercio y producción en las industrias globales, las empresas líderes pueden pertenecer a dos tipos diferentes de redes económicas internacionales, que pueden denominarse, respectivamente, cadenas productivas dirigidas al productor y cadenas productivas dirigidas al comprador (Gereffi, 1994 y 1999). Las cadenas productivas dirigidas al productor son aquellas en las que los grandes fabricantes, comúnmente transnacionales, juegan los papeles centrales en la coordinación de las redes de producción (incluyendo sus vínculos hacia atrás y hacia adelante), un ejemplo clásico de estas es la industria automotriz. Por su parte, las cadenas productivas destinadas al comprador se refieren a aquellas industrias en las que los grandes detallistas, los comercializadores y los fabricantes de marca juegan papeles de pivotes en el establecimiento de redes de producción descentralizada en una variedad de países exportadores, este modelo se ha hecho común en las industrias del vestido (Gereffi, 2001).

La importancia de la gobernabilidad para el análisis de GVC surge de las formas de organización a través de las cuales se establece y gestiona una división del trabajo entre las empresas líderes y otros agentes económicos involucrados en la conceptualización, producción y distribución de bienes en las industrias globales. Es decir, todas las decisiones acerca de qué tipo de producción, la calidad, y la distribución; así como a las normas, especificaciones, qué tecnologías se deben utilizar para hacerlo, esto a través de todos los proveedores y subproveedores, además de las estrategias detrás de las decisiones tomadas y gestión métodos elegidos para ponerlas en práctica, y los sistemas a través de los cuales sus resultados son monitoreados (Gibbon, Bair y Ponte, 2008).

Un aspecto fundamental de la investigación de la cadena global de valor es como el "valor" en sí es conceptualizado y medido. Hay varios indicadores que se han utilizado para tratar de evaluar el valor en las cadenas globales, entre los cuales están las ganancias, el valor agregado y el aumento de precios. El primero, está en relación a la distribución de las ganancias, como el principal indicador de la proporción de los ingresos globales en el análisis de la cadena de valor. La medida más apropiada es generalmente rendimiento del capital invertido, y el concepto de "renta" se puede utilizar si la prima resultante para la iniciativa empresarial o la propiedad puede ser sostenida por encima de las tasas de la industria de beneficio normales (Kaplinsky, 1998). El segundo; valor agregado, como la distribución del valor añadido a lo largo de la cadena. Las cuotas de valor agregado se pueden calcular para diferentes eslabones de la cadena. Una segunda manera de calcular el valor añadido es mirar a su distribución por países o regiones, a partir de datos internacionales de importación y exportación para obtener aproximaciones de acciones nacionales de valor añadido. Informes de la industria, así como la investigación primaria con actores de la cadena son otras maneras de obtener información relevante. Y el tercero; el aumentos de precios, este tiende a ser el indicador más fiable del valor resultante para diferentes actores de una cadena, sugiere que cuanto mayor sea el margen sobre ventas, mayor es la proporción de las rentas de la cadena de valor. Sin embargo es erróneo porque aumentos de precios en sí significan muy poco menos que estén relacionados con el volumen de las transacciones, así como a las actividades que subyacen a los incrementos en el precio (Gereffi, 2001).

Dadas las dificultades inherentes a estas y otras medidas de valor, analistas cadena global de de valor tienen que ser pragmático y ecléctico en la recopilación de indicadores múltiples a través de fuentes primarias y secundarias, y en centrarse en aquellos segmentos de la cadena que son de mayor importancia para las industrias y los países objeto de la investigación (Gereffi, 2001).

En la cadena productiva del tequila, participan varios agentes económicos, que pueden o no pertenecer a la misma empresa y que, por su ubicación en la cadena, pueden tener una posición estratégica diferente. El primer eslabón en la cadena del tequila son los productores agaveros, su contribución es esencial para dar inicio a la producción del tequila, pues proveen la materia prima (agave tequilana weber variedad azul) necesaria para su elaboración. Según datos del Consejo Regulador del Tequila (CRT), para el 2015 la cadena productiva agave-tequila tan solo en Jalisco genera alrededor de 60 mil empleos directos y es sustento de más de 30 mil familias que participan a lo largo de toda la cadena. Entre los ocupados en este sector hay 17 mil 500 agricultores, quienes cultivan 100 mil hectáreas de agave mexicano en 181 municipios de cinco estados del país (CRT, 2015e). En este punto vale destacar que la actividad de cultivo y posterior cosecha del agave tequilana weber variedad azul, debe realizarse de acuerdo con los lineamientos de la Declaratoria General de Protección a la Denominación de Origen Tequila y la NOM del Tequila; en donde se establece que para que pueda ser utilizado en la fabricación de tequila debe cumplir con dos requisitos, esto es, 1) su cultivo debe realizarse dentro de una zona geográfica delimitada por la declaratoria general de denominación de origen, y 2) debe estar registrado en el organismo de certificación del Tequila (CRT, 2015d). Entonces, los encargados de realizar el cultivo y cosecha del agave son señalados de manera generalizada - al menos así lo es para el CRT- como “los productores de agave” o “productores agaveros”, quienes se encargan de todas las tareas requeridas en los campos de agave, desde el desmonte y preparación del terreno para la plantación, hasta la cosecha y limpia del mismo a la industria (Goubin, 2010, citado por Hernández, 2014). Con el crecimiento de la industria tequilera, la promoción de la modernización del campo agavero se hizo posible gracias a un proceso de transformación del cultivo agavero en una agricultura industrializada, llevándolo a una nueva división del trabajo que semeja al paisaje agavero con la extensión de un complejo fabril (Hernández, 2104).

Con el fomento de actividades agroindustriales en el campo agavero surge el fenómeno denominado como jornalización; ó también conocido como proletariado agrícola entendido como una creación de la industria (Hernández, 2014). Dentro del atractivo turístico en la región tequilera, cuando se habla del campo agavero se habla de un personaje cuya figura se ha convertido en el símbolo de la exitosa agroindustria tequilera: el jimador², quien finalmente es solo un jornalero no dueño de la tierra donde trabaja, no cosecha algo que haya cultivado, y en caso de ser él mismo el cultivador, el resultado de su trabajo está orientado para abastecer a las grandes destiladoras. Por lo tanto bajo el paisaje agavero se encuentra una realidad preocupante: la pérdida de agricultores y el aumento de jornaleros como una de las transformaciones debidas a la modernización de la industria en un contexto de globalización (Hernández, 2014). Y este proceso de transición es resultado, entre muchos otros factores, del largo proceso de maduración del la cosecha o “jima”, que toma más de siete años; y que para un agricultor sin recursos no resulta costoso cultivar agave por su propia cuenta, y en muchos casos el dueño de un predio termina contratado como jornalero en su propia tierra.

Por otra parte, las labores requeridas para el cultivo moderno de agave se enumeran de la siguiente manera (Hernández, 2014): 1) preparación del terreno; 2) plantación; 3) cultivo; 4) aplicación de fertilizantes; 5) control de plagas y enfermedades y 6) cosecha.

Entre los actores en el campo agavero, Hernández (2014) hace un análisis detallado donde describe las actividades de cada uno de estos: plantadores, jimadores, tumbadores, macheteros, arrieros, rodadores, rajadores, cuadrillas de mantenimiento, tractoristas, vendedores de planta, secadores de planta, ingenieros agrónomos y las organizaciones agaveras. Que en su conjunto, desempeñan toda la labor del primer eslabón en la cadena de

² Seudónimo designado para las personas que realizan la "jima", que es básicamente cortar las pencas del agave para obtener la piña o corazón del agave, que será cocida para extraer los jugos básicos para elaborar tequila.

comercialización del tequila. Estos actores de los campos agaveros mexicanos tienen una diversidad de formas de organización social y de división del trabajo a partir de la actividad que desempeñan, ya que, cabe señalar que existe una especialización de cada uno de estos. De manera que, en el contexto de modernización e intensificación de producción, se da lugar a un proceso de transformación del cultivo agavero en una agricultura industrializada y este a su vez, ha llevado a una gran diversidad de funciones especializadas y a la mano de obra que las realiza convertida en jornaleros.

Continuando con la cadena de comercialización del tequila, los actores que localizamos en el siguiente eslabón son a los industriales del tequila que forman parte central de la cadena productiva, pues realizan todo el proceso de transformación de la materia prima para la producción de la bebida. Este proceso de fabricación contempla varias etapas que se enlistan de manera general en los siguientes puntos (ESauza, 2015): Cocimiento piñas de las cabezas de agave; Molienda de las piñas de las cabezas de agave; Extracción de mieles y residuos de bagazo; Formulación; Fermentación; Destilación.

Finalmente el tequila obtenido en la destilación, puede tener los siguientes destinos: Dilución y envasado como Tequila Blanco; Venta de Tequila a granel (aplicable únicamente para la categoría “Tequila”); Abocamiento y envasado como Tequila Joven u Oro; Maduración y envasado como Tequila Reposado; Maduración y envasado como Tequila Añejo y; Maduración y envasado como Tequila Extra Añejo.

Según datos del CRT existen 160 empresas de diferentes tamaños y tradiciones, todas verificadas y certificadas por esta institución (Anexo 1) (CRT, 2015e). Sin embargo, a pesar de que son muchas las unidades económicas que conforman esta industria, la creciente industrialización de la misma ha promovido la marcada prosperidad en tan solo cuatro

empresas a mencionar: Cuervo, Sauza, Herradura y Cazadores. Este conjunto de empresas han liderado un proceso de de concentración de la industria, respondiendo a los intensos cambios organizativos para responder a las exigencias de una industria que en la actualidad se encuentra integrada a los mercados internacionales (Macías y Valenzuela, 2009). Sin embargo, a pesar de que la organización de la industria tequilera se traduzca en un oligopolio donde el control lo concentran las empresas mencionadas con anterioridad, su éxito económico ha permitido el ingreso de múltiples pequeñas y medianas empresas. Por su parte, la experiencia de visitar las destilerías ubicadas en el municipio de Tequila, además de ser un atractivo turístico, proporciona la ocasión de observar esta magna diferencia. En el caso de Sauza y Cuervo, sus grandes instalaciones, totalmente industrializadas y modernizadas, manifiestan su poderío dado que sus capacidades de producción son extraordinarias.

Por ejemplo, en la destilería la Rojeña propiedad de la empresa Casa Cuervo, ubicada en el centro de Tequila Jalisco, solo se produce el 10% de todo lo que comercializa la empresa, y el resto se produce en otra destilería en Arandas ubicada a unos 190 kilómetros de Tequila, también propiedad de Cuervo. Y a manera de dar una estimación de la capacidad productiva de Cuervo, en la Rojeña aún produciendo solo el 10 %, se requieren de 180 a 200 toneladas diarias de agave, en cada uno de sus dieciséis hornos de mampostería se tiene la capacidad hasta para cuarenta toneladas de agave, posteriormente el área de fermentación cuenta con dieciséis tanques de mosto con capacidad de 50,000 litros cada uno. En el área de destilación los jugos fermentados se envían a unos alambiques de cobre³. Después del proceso de fermentación se envía al área de añejamiento en donde es colocado en barricas de roble blanco con una capacidad de 200 litros cada una (ECuervo, 2015). Lo anterior proyecta en

³ Cada alambique tiene una capacidad de 10,000 litros. La planta de Cuervo en Tequila, Jalisco cuenta con 7 alambiques de cobre para realizar dicho proceso. La utilización del cobre en los tanques de fermentación solo se observó en la destilería La Rojeña de Cuervo, en otras destilerías como Zausa, Arette, Cofradía, etc. se utiliza el acero inoxidable. Se comenta que el cambio del cobre por acero inoxidable fue con fines salubres.

microscópicamente el tamaño real de Casa Cuervo, quien es el líder en la producción de tequila y para el año 2014 tuvo ingresos de alrededor de 700 millones de dólares, con una venta de 13 millones de cajas (Mejía, 2014).

En el proceso de modernización y de inclusión de la industria tequilera en los mercados internacionales, aparece la estrecha relación entre los industriales tequileros y los comercializadores internacionales, apoderándose estos últimos de la cadena de producción del tequila. Este fenómeno se atenúa sobre todo en el grupo oligopólico de empresas dominantes de la industria, en donde “el proceso de corporativización de las mismas ha sido un paso previo para la intervención en el campo económico empresarial del tequila de grandes grupos transnacionales de bebidas alcohólicas, que incluyen al tequila en su cartera de productos” (Macías y Valenzuela, 2009).

Este proceso lleva al menos 15 años, y las tequileras más importantes del país ahora no solo hacen negocios con empresas transnacionales sino que ahora son propiedad de estas últimas. Empresas emblemáticas como Tequila Cazadores, Sauza, Viuda de Romero y Herradura, pasaron a manos de transnacionales como Bacardí, Pernod Richard, Brown Forman Corporation o Diageo que hicieron crecer el valor de las exportaciones 10 por ciento durante 2014 y lograron la apertura del mercado chino; esto gracias a su publicidad global, que a la par ha contribuido a atraer turistas a la región tequilense en la llamada ruta del tequila (Partida, 2014). Bacardí fue una de las primeras compañías, en 2002, que agregó a su cartera la marca de prestigio Cazadores, y de ahí en adelante la invasión extranjera se vio atraída a la tierra del tequila. Después Sauza pasó a manos de la estadounidense Beam Suntory, sin embargo, para inicios del 2014 la firma Suntory Holdings Ltd alcanzó un acuerdo para comprar a Beam Inc, lo que convierte a la compañía japonesa en el actual dueño del Tequila Sauza (CNN Expansión, 2014). Otros ejemplos son Viuda de Romero, otra tequilera que pasó a manos de la francesa

Pernod Ricard, también dueña de Olmeca (el tequila de mayor venta en Rusia), y Casa Herradura, una de las marcas más famosas, forma parte desde 2007 de la estadounidense Brown Forman Corporation (Partida, 2014).

En el Caso de Cuervo tras años de negociaciones que comenzaron en el 2011 con la firma inglesa Diageo y que tenían como límite el 1 de julio de 2013, fecha de vencimiento del contrato de distribución internacional entre ambas empresas, terminaron el acuerdo de distribución en ese mismo año, tras intentos fallidos de la firma británica por quedarse con la empresa mexicana. Sin embargo, Diageo logró comprar el 50 por ciento de la marca de tequila Don Julio marca de Casa Cuervo y, a cambio de Don Julio, Cuervo se quedó con la marca de whisky Bushmills Irish (Rivas, 2014).

Debido a que grandes grupos extranjeros han adquirido de modo total o parcial las principales empresas tequileras, el campo económico empresarial del tequila se convierte cada vez más en un subcampo del campo internacional de bebidas alcohólicas; de manera que muchas de las decisiones actuales corresponden más a los intereses de estos grupos que a los de la industria como tal (Macías y Valenzuela, 2009).

Como parte fundamental de la cadena productiva agave-tequila se encuentra el Consejo Regulador del Tequila (CRT), un organismo dedicado a verificar y certificar el cumplimiento con la Norma Oficial del Tequila, así como a promover la calidad, la cultura y el prestigio de la bebida a nivel nacional e internacional (CRT, 2015a). Fue en diciembre de 1993, que se fundó como un organismo descentralizado, con personalidad jurídica para supervisar y mediar en los conflictos y quehaceres de la agroindustria tequilera. Es entonces en quien el Estado ha delegado la responsabilidad y el deber de supervisar, verificar y certificar, la actuación de los industriales, agricultores y distribuidores. Además, en tanto responsable de cuidar la imagen del

tequila, considerado como un bien de interés público. Entonces, se privatiza así las responsabilidades del estado partiendo de la premisa de que la administración privada es más eficiente que la pública. Con la cantidad de millones que genera la industria del tequila, difícilmente podría ser este Consejo un organismo independiente y autónomo de los fuertes intereses de los industriales tequileros (Luna, 2003).

Los efectos perceptibles actuales cuantitativos y cualitativos de la puesta en marcha de la Denominación de Origen Tequila

El caso particular del Tequila como producto con denominación de origen, ha dado paso a un cumulo creciente de críticas, que se han dado a la tarea de señalar diversas contradicciones alrededor de su funcionamiento y consecuentes logros. Si bien, esta bebida alcohólica se protege como denominación de origen desde el año de 1974 y se vincula la denominación de origen tequila (DOT) como figura protegida por la propiedad industrial a una norma oficial mexicana, esta bebida ya estaba sujeta al cumplimiento de normas desde el año de 1949. Se reconoce además que su elaboración se llevaba a cabo desde siglos atrás, aunque su reconocimiento como una bebida autentica y de calidad, fue un proceso que tomo muchos años lograrlo; y así como el cambio a la imagen del Tequila de un licor aguardentoso a una bebida de prestigio a nivel internacional, la labor de cabildeo para lograr la protección como denominación de origen fue una labor que inicio hace más de cuatro décadas.

Como una de las primeras etapas de comercialización del tequila del que se tiene registros es hacia Nueva Galicia desde la época colonial, aunque no fue sino durante la Segunda Guerra Mundial que su exportación se vio relativamente acrecentada; y así, para los años cincuenta con la moda de “la margarita” en Estados Unidos, con el tequila como ingrediente base de cocteles (a menudo apócrifo, a granel y sin la protección de la DOT), figuró como principal importador (Macías y Venezuela, 2009). Para 1970, la producción de tequila era de 23.37

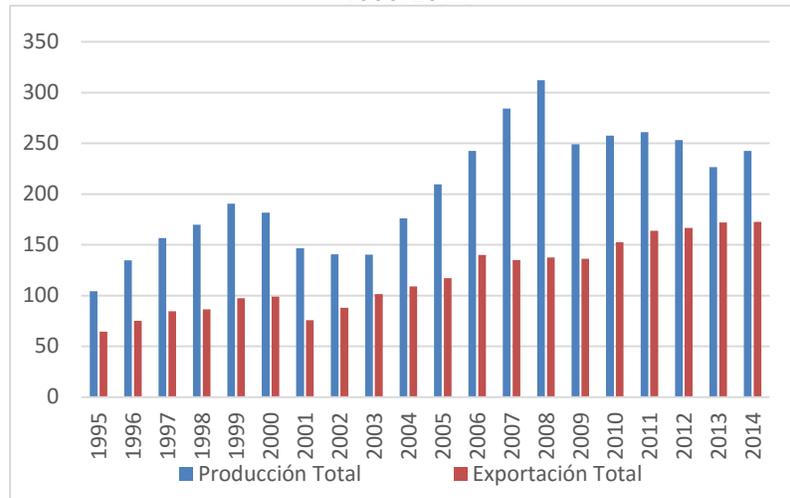
millones de litros, que se destinaban al mercado interno casi en su totalidad, pues sólo se exportaba 11.15% de la producción. En esa época, la mayoría de las empresas se limitaba a satisfacer la demanda inmediata, sin buscar nuevos mercados ni mejorar las técnicas de producción (Macías y Venezuela, 2009).

Con el Acuerdo de Lisboa, firmado en 1974 se inscribió al tequila como una denominación de origen. Con ello, la producción se incrementó 155% de 1970 a 1980, con un mayor consumo del mercado externo, cuya demanda se incrementó de 3.49 millones a 25.47 millones de litros en esos años. Durante los noventa, hubo un nuevo repunte de la industria del tequila, gracias a la creación del Consejo Regulador del Tequila (CRT) en 1993, para verificar el cumplimiento de la norma oficial mexicana del tequila (Macías y Venezuela, 2009). Para el año de 1994 se contaba con 40 Destilerías de Tequila, actualmente, son 160 Empresas productoras de Tequila debidamente certificadas por el CRT, en materia de internacionalización y exportaciones en 1994 la presencia de la DOT incluía 40 países, con un promedio de exportación de más de 40 millones de litros, actualmente el Tequila tiene presencia en más de 120 países con cifras de exportación de 165 millones de litros, en el sector marcario de contar con 300 marcas en 1994, actualmente el CRT verifica más de 1,350 marcas certificadas y activas (IMPI, 2014).

Además, con la firma del Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN) en 1994 y la creación del Consejo Regulador del Tequila (CRT) en los últimos días de 1993, dio inicio una nueva etapa para la industria tequilera. El flujo de exportaciones a partir de 1995 comenzó a representar casi un 60% del total producido igual a 104.3 millones de litros. Como se muestra en la figura 1(a), las exportaciones han tenido un crecimiento ligado al aumento de la producción (la producción total del tequila representa las categorías Tequila y Tequila 100% de agave en volúmenes expresados a 40% Alc. Vol. Millones de litros) total de la bebida, que ha presentado una tasa de crecimiento promedio anual del 5.5%; para el 2014 la producción total

del tequila se había incrementado un 132% respecto a lo producido en 1995, es decir, de 104.3 millones de litros en 1995, se produce para el 2014 un total de 242.4 millones de litros.

Figura 1(a). Producción total (Tequila y Tequila 100%) y el Total de exportaciones (expresados a 40% Alc. Vol. millones de litros). 1995-2014



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de las estadísticas presentadas por el Consejo Regulador del Tequila (CRT).

En el rubro de las exportaciones, la cantidad total de estas ha representado entre un 44% a un 76% del total de producción. Sin embargo, para la etapa del 2005-2008 el aumento acelerado de un 15.5% anual y su posterior caída de un 20%, no fue un comportamiento seguido por las exportaciones, las cuales tuvieron un comportamiento más estable. Como se expone en la figura 1(b) el porcentaje de las exportaciones respecto al total de producción ha tenido un máximo de participación en el año 2013 representando un 76% de la producción total; con una tasa de crecimiento promedio anual del 1.3%, con un repunte en el año 2003 y una caída en el año 2008, para el último dato recabado en 2014 se tiene una participación del 71% con una caída del 6 % respecto al año anterior.

En este punto es importante mencionar que Estados Unidos es el principal consumidor de tequila, y el tequila ha pasado de ser consumido casi exclusivamente por la comunidad mexicana en Estados Unidos a una bebida tan popular que ha desplazado las ventas de

ginebra y que se acerca al gusto del que goza el ron en este país. Las importaciones hacia este país han aumentado 92% desde el 2002, lo que significa que el crecimiento anual promedio de la bebida ha sido de 5.6%. Tan sólo en el año 2014 se vendieron en este país 13.8 millones de cajas del destilado, con un promedio de nueve botellas de litro, con lo que Estados Unidos refrendó su lugar como el mayor mercado de consumo de tequila en el mundo, superando a México (Toche, 2015). Y le sigue Alemania, donde se consumen seis millones de litros al año.

Otro elemento importante a mencionar son las exportaciones por categoría, reconociendo las variedades en dos grandes clasificaciones: Tequila y Tequila 100%⁴ de las exportaciones totales durante el periodo de 1995-2006, la variedad Tequila a inicios del periodo representaba más del 90%, para los años subsecuentes la variedad Tequila 100% ha ido ganando mercado al pasar de 2% en 1995 a un 40% para 2014, cabe mencionar que el crecimiento de las exportaciones de la variedad Tequila 100% se ha visto en alza constante.

Además como un aspecto importante del análisis de exportación del Tequila, se presenta la condición o forma en la que se exporta, es decir: envasado o a granel. Como un factor relevante, la exportación a granel fue y es un tema de discusión en defensa del envasado de origen, pues la preocupación de la exportación a granel reside en considerar las dificultades para tener un control sobre la calidad de este “tequila” vendido en esta modalidad, pues se sabe que la bebida se vende a granel a restaurantes y bares en los Estados Unidos para preparar bebidas combinadas y cocteles (Olmedo-Carranza, 2010). Como se muestra en la figura 2(b), de acuerdo con las estadísticas del CRT, la proporción exportada a granel ha disminuido y el envasado se ha incrementado. Sin embargo, pese que a partir del 2012 el envasado supero las

⁴ Según a la normativa de elaboración del CRT, el Tequila 100% de agave es aquel que se elabora a partir de los azúcares extraídos del agave exclusivamente, denominado con la leyenda “100% de agave” y, en el caso de la categoría Tequila, este puede elaborarse con la participación de hasta un 49% de azúcares provenientes de fuente distinta al agave, o hasta un 51% con azúcares provenientes del Agave tequilana Weber variedad azul, y se denomina “Tequila”.

exportaciones a granel, no podemos ignorar que este último sigue representando una gran cantidad. Se sabe que hace más de diez años alrededor del 90 por ciento del tequila exportado no contaba con el aval del llamado “envasado de origen”, que sería uno de los requisitos que garantizarían la “denominación de origen”; es decir, es tequila exportado a granel, no embotellado de origen. Así, ese producto es embotellado en los lugares de destino por empresas extranjeras, particularmente del mercado de los Estados Unidos, que es el destino de 80 por ciento de las exportaciones de tequila –una cantidad similar al consumo total en el mercado interno mexicano-, de modo que en ese sentido no se le incorpora ningún valor agregado a estas exportaciones.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

Huerta R. y Luna Rogelio (2015). Los caminos del mezcal y el tequila. Compilación por VERA C. y Fernández F. Agua De Las Verde Matas, Tequila Y Mezcal. Editorial Artes de México y del Mundo.

Jimenez Vizcarra Claudio. Amatitán, un caso atípico, citado por Huerta R. y Luna Rogelio (2015). Los caminos del mezcal y el tequila. Compilación por VERA C. y Fernández F. Agua De Las Verde Matas, Tequila Y Mezcal. Editorial Artes de México y del Mundo.

REVISTAS

Diguet León (2015). Las bebidas alcohólicas mexicanas extraídas de los agaves. Texto original publicado en La Science Siecle, París, núm. 54, junio 1907. Compilación por VERA C. y Fernández F. Agua De Las Verde Matas, Tequila Y Mezcal. Editorial Artes de México y del Mundo.

Fernández (2011). Breve historia del tequila. El economista en línea. Marcapasos. Abril

Gibbon P., Bair J. y Ponte S. (2008). Governing global value chains: an introduction. Economy and Society Volume 37 Number 3 August 2008: 315_338

Gereffi G. (1999). International trade and industrial upgrading in the apparel commodity chain. Journal of International Economics. Department of Sociology, Duke University, Durham, NC 27708-0088, pp. 37–70USA

Gereffi G. (2001). Las cadenas productivas como marco analítico para la globalización. Problemas del Desarrollo, vol. 32, núm. 125, México, IIEc-UNAM, abril-junio

Gereffi G., Humphrey J., Kaplinsky R. and Sturgeon T. (2001). Introduction: Globalisation, Value Chains and Development. IDS Bulletin 32.3. Institute of Development Studies

Granados R. (2004). Indicaciones Geográficas y denominaciones de origen. Un aporte para su implementación en Costa Rica. IICA-PRODAR-MAG-CNP. Febrero.

Hernández López, José de Jesús (2014). La jornalerización en el paisaje agavero. Actividades simples, organización compleja / José de Jesús Hernández López. -- México, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, 2014 218 (Publicaciones de la Casa Chata). México, D.F.

Kosacoff B. Y López A. (2008). América Latina y las Cadenas Globales de Valor: debilidades y potencialidades. Revista Globalización, Competitividad y Gobernabilidad. GCG Georgetown University - Universia 2008 Vol. 2 Num. 1 ISSN: 1988-7116

Macías M. y Venezuela Z. (2009). El tequila en tiempos de la mundialización. Revistas Bancomext. Comercio exterior, vol. 59, núm. 6, junio de 2009. 459-472

Olmedo-Carranza (2010). El Tequila: de su origen a su desnaturalización. ¿A quién le pertenece su conocimiento? Una aproximación. Revista CENIC. Ciencias Químicas, vol. 41, pp. 1-13, Centro Nacional de Investigaciones Científicas

Orozco-Martínez (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.

Rangnekar Dwijen (2004). The Socio-Economics of Geographical Indications a Review of Empirical Evidence from Europe, Intellectual Property Rights and Sustainable Development. UNCTAD-ICTSD Project on IPRs and Sustainable Development Issue Paper No. 8

Reviron S., with the collaboration of Thevenod E. y El Benni N. (2009) Geographical Indications: creation and distribution of economic value in developing countries. Nccr trade regulation. Swiss national centre of competence in research. Working Paper No 2009/14, MARCH.

Rizo M., Frigant N., y Jalba V. (2007). "Indicaciones Geográficas: Una Introducción", Revista de la OMPI, 4/2007.

Rodríguez G. (2007). La denominación de origen del tequila: pugnas de poder y la construcción de la especificidad sociocultural del agave azul. Revista Nueva Antropología, mayo, año/vol. XX, número 067. Universidad Nacional Autónoma de México. Distrito Federal. pp. 141-171

Vandecandelaere E, Arfini F., Belletti G., Maescotti A. (2010). Linking People, Places and Products. A guide for promoting quality linked to geographical origin and sustainable geographical indications. This guide has been jointly produced by the Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) and SINER-G. Second edition.

FUENTES ELECTRONICAS

CONABIO (2016). Regionalización. Consulta de página oficial electrónica. Fecha de consulta: 15/06/2015. Disponible en: <http://www.conabio.gob.mx/conocimiento/regionalizacion/documentos/regionalizacion.html>

Consejo Regulador del Tequila (2015a). Historia. Fecha de consulta: 25/01/2015. Disponible en: <https://www.crt.org.mx>

_____ (2015b). Declaratoria Oficial de Protección a la DOT. Fecha de consulta: 20/03/2015. Disponible en: <https://www.crt.org.mx>

_____ (2015c). Protección del Tequila a nivel internacional. Fecha de consulta: 13/04/2015. Disponible en: <https://www.crt.org.mx>

_____ (2015d). Elaboración y Normativa. Fecha de consulta: 19/06/2015. Disponible en: <https://www.crt.org.mx>

_____ (2015e). Noticias destacadas. Flash informativo número 995. Viernes 6 de febrero. Fecha de consulta: 20/01/2016. Disponible en: <https://www.crt.org.mx>

Diario Oficial (1999). Modificación a la Declaración General de Protección de la Denominación de Origen Tequila. Publicada el 13 de octubre de 1977. pp. 11-13. Fecha de consulta: 25/01/2015. Disponible en: <http://dof.gob.mx/index.php?year=1999&month=12&day=31>

OMPI (1958). Reseña del Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional (1958). Fecha de consulta: 03/02/2015. Disponible en: http://www.wipo.int/treaties/es/registration/lisbon/summary_lisbon.html

ENTREVISTAS

ECRT (2015). Entrevista en el Consejo Regulador del Tequila. El día viernes 19 de diciembre del 2015. Lugar: Oficinas centrales del CRT ubicadas en Av. Patria No. 723, Jardines de Guadalupe Zapopan, Jalisco, México. Nombre del entrevistado: Ing. Ismael Vicente. Nombre del entrevistador: Gabriela Reyes Sánchez.

ESauza (2015). Entrevista a la tequilera Sauza. El día sábado 20 de diciembre del 2015. Lugar: Instalaciones de Casa Sauza, destiladora “La Perseverancia”, Tequila, Jalisco. Nombre del entrevistado: Guía turístico de Sauza. Nombre del entrevistador: Gabriela Reyes Sánchez.

ECuervo (2015). Entrevista a la tequilera Jose Cuervo. El día sábado 20 de diciembre del 2015. Lugar: Instalaciones de Jose Cuervo, Tequila, Jalisco. Nombre del entrevistado: Guía turístico de Cuervo. Nombre del entrevistador: Gabriela Reyes Sánchez.