

El mezcal guerrerense, su situación productiva y comercial

SUSANO-GARCÍA, José Luis*†, PALMERO-GÓMEZ, Neysi y CABRERA RÍOS, Socorro

Coordinación Académica Región Altiplano – UASLP.**Unidad Académica de Comunicación y Mercadotecnia - UAGro.
Carretera a Cedral Km 5+600, Ejido San José de las Trojes, Matehuala, SLP*

Recibido Junio 4, 2014; Aceptado Octubre 13, 2014

Resumen

El presente trabajo muestra los avances del estudio referente al mezcal guerrerense, dicho proyecto es debido a la importancia comercial y simbólica que esta bebida tiene en la población suriana. Al mezcal se le ha considerado como una bebida para personas de bajo nivel económico, por ello durante mucho tiempo se le ha conocido como corriente, esto a raíz de ser considerado un destilado de baja calidad. Siendo esta la principal razón de su poca aceptación en el mercado. Todo ello ha causado incluso una comparación con el Tequila; la bebida que durante mucho tiempo ha representado a México en el Mundo.

Mezcal, producción, comercio.**Abstract**

The present work shows the progress of the study concerning the guerrerense mezcal, the project is due to commercial and symbolic importance that this drink has on Suriana population. Al mezcal has been considered as a drink for low economic level, so long has been known as stream, following this be considered a distillation of low quality. Since this is the main reason for their low market acceptance. This has even caused a comparison with tequila; the drink has long represented Mexico in the World.

Mezcal, production, trade.

Citación: SUSANO-GARCÍA, José Luis, PALMERO-GÓMEZ, Neysi y CABRERA RÍOS, Socorro. El mezcal guerrerense, su situación productiva y comercial. Foro de Estudios sobre Guerrero. Mayo 2013 Abril 2014, 1-1: 66-71

* Correspondencia al Autor (Correo Electrónico: pepeluisg@hotmail.com)

† Investigador contribuyendo como primer autor.

Introducción

La tradición de consumir mezcal en el estado de Guerrero, tiene una pertenencia que propicia un arraigo y una limitante para poner énfasis en redoblar esfuerzos, para lograr una producción de calidad, aunado a estrategias de difusión, mercadeo y con ello lograr el reconocimiento en el mercado nacional e internacional.

Una de las situaciones que afectan a la imagen del mezcal en el estado, es la producción con bajos estándares de calidad e inocuidad. Por usos y costumbres en la región se ha comercializado el mezcal a granel, es decir, no es un producto elaborado a través de un proceso industrializado.

En el mercado en cuanto a bebidas se refiere el mezcal ha tenido graves consecuencias que devalúan su imagen. Desde el crecimiento continuo de comerciante que venden bebida adulteradas con el nombre de mezcal, hasta los grandes representantes de la industria mezcalera que creen que igualando las técnicas utilizadas en la industria del tequila van a lograr hacer crecer en el consumo del mezcal, cuando lo que realmente están haciendo en ver al tequila como su mayor enemigo comercial y ejemplo industrial a seguir buscando confusión en el consumidor, por consecuencia dañando la opinión pública e imagen del mezcal .

El mezcal ha sido una bebida de muy mala reputación, principalmente en la república mexicana y en algunos países del extranjero, en los últimos cinco años la mala imagen del mezcal ha ido desapareciendo y hoy en día es considerado como una bebida tradicional, aumentando su popularidad en los diferentes mercados en un nivel que jamás se pensó alcanzar. Poco a poco se ha logrado posicionar con grandes esfuerzos al mezcal, con el esfuerzo conjunto entre productores, el apoyo de los gobiernos y con estrategias que han permitido incursionar al mezcal en los lugares más anhelados por los productores.

Incrementando así su consumo y mejorando la imagen y percepción del producto.

Objetivos

- Conocer la situación actual del mezcal guerrerense en cuanto a la comercialización en los diferentes mercados a los que se dirige en sus ámbitos local, estatal e internacional.
- Identificar las principales marcas de mezcal del estado de Guerrero así como las principales problemáticas que sufre la industria mezcalera.
- Proponer alternativas de comercialización del mezcal, para un mercado internacional.

Metodología

Para la realización de la investigación, se recurrió a establecer una metodología de estudio a partir del método de caso.

Es un tipo de investigación es descriptiva y cualitativa, en donde se indagó sobre el las diferentes marcas y mercados del mezcal.

Para ello se recurrió a la utilización de diferentes técnicas e instrumentos de recolección de datos, como fueron

a) Técnicas de Gabinete:

- Técnica de Fichaje, cuyos instrumentos serán: Fichas Bibliográficas, fichas textuales y fichas de resumen.
- Técnica de análisis de textos, comentarios de los textos documentados

b) Técnicas de Campo:

- Entrevistas
- Observación de campo
- Encuestas

La realización de la investigación se desarrolló durante los meses de junio a agosto de 2013, a través del Programa Interinstitucional para el Fortalecimiento de la Investigación y el Posgrado del Pacífico, mejor como Programa Delfín.

Para ello se contó con la participación de cinco becarios de este programa, procedentes de los estados de Distrito Federal, Jalisco, Michoacán, Nayarit, Sinaloa y Tabasco, quienes realizaron el levantamiento de información y procesamiento de la misma

Resultados

Datos encontrados se menciona que en el estado de Guerrero la producción del mezcal se ha realizado desde épocas remotas, tampoco existen un gran número de marcas registradas, debido a que en su mayoría la producción es de tipo artesanal, en la actualidad existen en la entidad un total de 300 fábricas de mezcal, mismas que dan sustento a unas 1,500 familias guerrerenses, es decir que dependen de la producción de este destilado de agave para subsistir, teniendo como único ingreso la producción y venta del mismo.

La producción de mezcal en la entidad se realiza en más de 80 localidades ubicadas en las regiones Centro, Costa Grande, Tierra Caliente, Norte y Montaña. Su cultivo se lleva a cabo en suelos delgados y de pendiente pronunciada, donde el cultivo del mezcal, por sus características naturales, contribuye a la conservación de los suelos.

Municipio	Región	Municipio	Región
Zitlala,	Centro	Chilpancingo	Centro
Chilapa	Centro	Ixcateopan de Cuauhtémoc	Norte
Quechultenango	Centro	Cuetzala del Progreso	Norte
Mártir de Cuilapan	Centro	Teloloapan.	Norte
Mochitlán	Centro	Coyuca de Catalán	Tierra Caliente
Tixtla	Centro	Zirándaro	Tierra Caliente
Leonardo Bravo	Centro	San Miguel Totolapan	Tierra Caliente
Eduardo Neri	Centro		

Tabla 1 Principales municipios productores de mezcal en Guerrero.

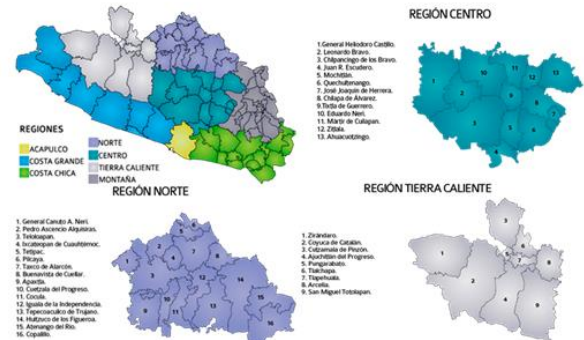


Figura 5 Municipios productores de mezcal en Guerrero.

En lo que respecta a la información sobre el mezcal (productores y superficie) en Guerrero, no existe una base de datos exactos, por ejemplo COMERCAM menciona que existen 800 productores que se dedican al cultivo de maguey, una extensión de aproximadamente 180 mil hectáreas.

Datos encontrados en la página electrónica de www.mezcaldeguerrero.com, menciona que la dimensión de esta industria en el estado es la siguiente: se comercializan anualmente aproximadamente 1'400,000 litros de Mezcal, producidos por 775 productores de Maguey y 450 productores de Mezcal en 450 fábricas.

En la página electrónica de Mezcaldeguerrero.com, se menciona que de acuerdo al tipo de procesamiento y producción en Guerrero, dada su naturaleza y por su factibilidad de envasarse, el mezcal de Guerrero está disponible todo el año en sus diferentes tipos se pueden encontrar una gran variedad de mezcales predominando los siguientes:

- Añejo – Almacenado por lo menos un año en barriles
- Reposado – Almacenado de dos meses a un año, en barriles de roble blanco.
- Joven – Mezcal sin color, almacenado por menos de dos meses

La producción de mezcal en el estado de Guerrero se basa en una materia prima única en el mundo: el agave cupreata o “maguey papalote”– especie endémica de la cuenca del Balsas.

La importancia de la producción de agave Guerrero no solo recae en la elaboración del mezcal para su comercialización, si no que va más allá de la producción, venta y consumo, pues la planta proporciona a los campesino una importante fuente de sustentos, “Sin duda, los magueyes siguen jugando un papel importante en la economía doméstica de Guerrero. En numerosas comunidades, las piñas cocidas en horno y los botones florales son empleados como alimento, los quiotes o inflorescencias sirven como postes y travesaños en la construcción de chozas; de las hojas se extraen fibras, con las que se elaboran mecates, morrales, costales, mecapales y diversas artesanías” Imagenagropecuaria, (2013)

Su cultivo se realiza en suelos delgados y de pendiente pronunciada, limitantes para otros cultivos, coadyuvando a la conservación de los suelos. En síntesis, la dimensión de esta industria se muestra en los datos siguientes: se comercializan anualmente aproximadamente 1’400,000 litros de Mezcal, producidos por 775 productores de Maguey y 450 productores de Mezcal en 450 fábricas.

En entrevista con el Profesor Rigoberto Acosta González, representante del Comité Sistema Producto Maguey-Mezcal, en el Estado de Guerrero, mencionó que se producen un millón 700 mil litros anuales de mezcal, y es la entidad federativa que ocupa el segundo lugar en la producción de mezcal certificado.

Que se comercializa en el país y se exporta hacia Estados Unidos de Norteamérica (EU), Europa, Oceanía, Australia, Nueva Zelanda y República Checa.

En Guerrero se encuentran registradas 17 marcas de mezcal, mismas que se comercializan a nivel local, nacional e internacional, todas ellas con variedad de productos, presentaciones y precios.

1. Mezcal Guerrero
2. Mezcal Guerrero Con Gusano
3. Mezcal Suriano
4. Mezcal Rancho Mi Consuelo
5. Mezcal Avecanor Joven
6. Mezcal Avecanor Joven Con Gusano
7. Mezcal Avecanor Joven Con Damiana
8. Mezcal Avecanor Reposado
9. Mezcal El Platanar Joven
10. Mezcal El Platanar Reposado
11. Licor De Mezcal El Platanar
12. Mezcal El Guache
13. Mezcal Sanzekan
14. Mezcal Tecuán
15. Mezcal Don Fili
16. Mezcal Tecuán Con Damiana
17. Mezcal Márgara

Las empresas mezcateras han realizado importantes esfuerzos para la comercialización del mezcal certificado, del total de las marcas que integran la agrupación estatal, solo exportan son Mezcal Tecuan, Mezcal Don Fili, Mezcal Guerrero y Mezcal El Guache.

Sin embargo a nivel nacional también existe una seria competencia entre marcas quienes buscan posicionarse en el gusto de los consumidores, así encontramos que las marcas oaxaqueñas han logrado diversos galardones, lo que les ha permitido posicionar al estado como una de las entidades productora de buen mezcal, casos específicos son: Mezcal Amores Joven (Gran Medalla de Oro en el Concurso Mundial de Bruselas), Zignum Añejo (medalla de plata en la pasada World Spirits Competition), Mezcal Sacrificio Doble medalla de oro en la WSWA Tasting Competition, por mencionar algunas. Sientemezcal.com (2009).

En lo que respecta a las marcas del estado de Guerrero, a la fecha no se han logrado obtener algunos reconocimientos internacionales, sin embargo en el año 2013 la marca El Guache, obtuvo el primer lugar en el Encuentro Nacional de Mezcal realizado en Durango, a través de una “degustación”.

La comercialización del mezcal guerrerense aún es poco efectiva, ya se encontró que en el caso de las marcas homogenizadas, se comercializa en las ciudades de Acapulco, Chilpancingo, Zihuatanejo y algunos establecimiento de la ciudad de México, esto lleva a tener un mercado local y regional, y en algunas ocasiones de tipo nacional.

Hoy por hoy, el mezcal es considerado como una bebida Premium y súper Premium en diversos países donde es altamente valorado por su sabor único y especial bouquet. En nuestro país, particularmente en Guerrero y Oaxaca, el mezcal es el complementador por excelencia de platillos típicos como el pozole, el mole y otros como cocteles, platillos tradicionales y la nueva cocina denominada de autor.

Discusión

Los resultados obtenidos arrojaron que en la actualidad del mezcal no goza de una buena imagen, aunado a ello existe siempre la comparación con otra bebida nacional que es el tequila, relegándolo a un segundo plano o inferior como una bebida para nivel socioeconómico bajo.

Por otra parte aunque la producción en el estado de Guerrero de esta bebida es alta, a nivel nacional también existe competencia entre los diferentes productores, destacando el mezcal del estado de Oaxaca debido a lo exótico de sus presentaciones y a lo arraigado al folklore de la entidad.

Sin embargo algunos estudios han expuesto la potencialidad de esta bebida a través del elemento de nacionalismo, así se ha encontrado que poco a poco el mezcal avanza y gana terreno en el mercado mexicano, por otra parte también existen algunas exportaciones que a países sobre todo europeos donde el mezcal guerrerense goza de una buena imagen y aceptación en el mercado holandés.

Por ello se considera que a partir de las estrategias de comercialización a través del comercio justo se puede establecer sinergias entre los productores de mezcal guerrerense y el mercado chino a través de una red de distribución que sea pertinente para este tipo de producto, ello aprovechando las relaciones comerciales que existe con este país asiático.

El aprovechar las nuevas tendencias del consumidor responsable y aplicarlas a través de estrategias de marketing para el producto “Mezcal”, puede ser una alternativa pertinente para los productores de esta bebida en el estado de Guerrero, quienes se enfrentan a diferentes problemáticas en la comercialización, debido a circunstancias como la falta de conocimiento de estrategias de mercadeo, desconocimiento de las necesidades reales del mercado, apertura de nuevos mercados, entre otras.

Para lograr el reconocimiento y aceptación en el mercado nacional es necesario una campaña de difusión masiva planeada a largo plazo y utilizando los mayores medios con el objetivo de llegar a cada uno de los estados que conforman la República Mexicana, realizando las características propias del mezcal y como una nueva manera de acercarlo a los consumidores con la innovación de la coctelería y la cocina con este destilado.

El interés del mezcal ha ido incrementando en los últimos años, pero esto no ha sido un despunte para la comercialización y difusión del mezcal a nivel nacional, por lo que es necesario realizar estrategias de publicidad y promoción para el conocimiento del mismo.

Una de las posibilidades, es crear un organismo o asociación que se dedique a la difusión y conservación del mezcal tradicional de Guerrero, donde se pueda refinar el paladar: catando distintos tipos de Mezcal, como el reposado, joven o algo aún más exótico que es el mezcal adicionado con pulpa de frutas, la cual dulcifica el sabor haciéndolo más agradable al momento de consumirlo, además teniendo pláticas con artesanos mezcaleros o visitando palenques(lugares que no sean ferias, sino donde se fabrica el mezcal).

La estrategia de Comercio Justo, puede ser un referente comercial para el mezcal guerrerense, este caso se ha presentado en los productores de café orgánico de Chiapas, cuyo éxito comercial ha impactado en la producción por parte de comunidades agrarias.

El uso de las nuevas tecnologías puede ser un referente para poder contactar mercados y establecer estrategias de promoción, las organizaciones productoras de mezcal, al hacer uso de las nuevas herramientas tecnológicas puede abrir nuevos mercados y mejores formas de comercialización del destilado de agave.

La apertura comercial de México también es otro factor por el cual los productores de mezcal pueden aprovechar al máximo, ya que al existir tratados comerciales, convenios bilaterales y acuerdos de colaboración, son un elemento fundamental para la comercialización de ese producto en diferentes países.

Referencias

Bautista y Susano (2011) Entramados discursivos de productores de café orgánico en el sureste de México, Anuario del CONEICC, Edit. Universidad Autónoma de Baja California. . ISBN 978-607-607-012-3

Cuellar, Manuel 2004. Iniciativas para la economía alterna y solidaria, modelos de generación y credibilidad en el movimiento del comercio justo. España, Universidad Complutense de Madrid.

Norma Oficial Mexicana
<http://www.colpos.mx/bancodenormas/noficiales/NOM-070-SCFI-1994.PDF>

Martínez, Sárach, 2006. Sistemas productivos locales e integración económica: el caso de Baja California, México. Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Madrid, Madrid.

Pierre William J. (2002) El Comercio Justo en México, Sellos de Garantía y Estrategias, Iniciativa de tipo II - Cumbre Mundial del Desarrollo Sustentable Johannesburgo 2002. Disponible en <http://www.rlc.fao.org/proyecto/163nze/pdf/comercio/2.pdf>

Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) www.sagarpa.gob.mx