



# **INFORME DE MERCADEO**

## **MAGUEY / MEZCAL**

**Preparado por: Grupo de Estudio Ambientales**

**Guerrero,**

**MEXICO  
2002**

## **INDICE**

### **RESUMEN EJECUTIVO**

1. Descripción de características comerciales
2. La cadena o red de comercialización del incienso y el copal
  
3. La oferta
4. La demanda
5. Análisis de precios
6. Procesamiento y agregación de valor
  
7. Análisis económico
8. Análisis de costos de transacción
9. Análisis de las estructuras de mercado para los productos
10. Rol del sector público
11. Replanteamiento de los factores de éxito o fracaso.

Sobre la base de la veracidad de las Ho 5 y Ho 6

## CONTENIDO FINAL DEL INFORME DE MERCADEO

### INDICE GENERAL

#### EL PRODUCTO BAJO ESTUDIO: Mezcal Papalote (*Agave cupreata*)

##### Resumen ejecutivo

##### 1. Descripción de sus características comerciales:

- Forma de venta y presentación, grado de procesamiento, valor por unidad de peso, usos, relación entre consumo doméstico y venta, lugares de venta, escasez, perecibilidad/durabilidad, marca (?), tiempo de regeneración, intensidad en mano de obra. El mezcal papalote es una bebida alcohólica, 100% de agave, obtenida por destilación y rectificación de los mostos extraídos de las cabezas maduras de *Agave cupreata*, previamente cocidas y sometidas a fermentación alcohólica. El mezcal es un líquido incoloro en su estado original aunque puede tomar coloración por procesos de añejamiento, si se hace en barricas de madera o por adición de otros productos.

El mezcal se elabora en México y en la región de Chilapa desde el S XVI. Es resultado del encuentro de la cultura prehispánica con la española, dado que los magueyes eran plantas de gran importancia para los grupos indígenas; entre muchos y muy variados usos, elaboraban una bebida embriagante fermentada, el pulque, a partir de las cabezas cocidas del maguey. Los españoles introdujeron la técnica de la destilación y de allí surgió el mezcal, que en su mayor parte sigue siendo elaborado por campesinos e indígenas pobres de las zonas áridas del país.

Si bien su envasado y comercialización se ha desarrollado desde hace más de 20 años en el estado de Oaxaca, en Guerrero seguía siendo una actividad ilícita hasta finales de los años '70.

Comercialmente se vende envasado en botellas de vidrio, plástico o barro en diferentes presentaciones, siendo las más comunes las de vidrio de medio y tres cuartos de litro. Es un producto no perecedero, que incluso gana valor con el tiempo. Los precios de venta varían entre 25 y 1,200 pesos por litro, dependiendo de la calidad, origen, sector del mercado a quien se ofrece y de su presentación.

Hay más de cien marcas comerciales, la mayoría de Oaxaca y algunas de Zacatecas, San Luis Potosí, Durango, Guanajuato, Morelos y Guerrero. Hay mercados regionales. La marca Del Maguey es la única que vende mezcal diferenciado por comunidad y por productor. Trabaja con 7 maestros mezcaleros y exporta casi todo su producto que se vende entre 600 y 1200 pesos la botella de 750 ml.

En el Estado de Guerrero existen tres envasadoras. Sólo una de ellas se encuentra en la zona de influencia de la región del estudio.

En los mercados locales se vende a granel en botellas de refresco o de agua recicladas o bien en garrafas de 1, 5, 10 y 20 litros. El precio varía de 25 a 90 pesos el litro.

El mezcal se elabora de manera artesanal en pequeñas fábricas que se ubican dispersas en el monte, cercanas a alguna fuente de agua, en donde los campesinos elaboran la bebida para su propio consumo, las fiestas comunitarias y familiares y para ayudar su economía familiar mediante la venta.

Un dato muy importante es que en estas zonas de altísima tasa de migración, los dueños de fábricas se cuentan entre los pocos hombres que no requieren de la migración para complementar su economía familiar.

## 2. La cadena o red de comercialización del producto

Visualización de conjunto de la red, identificación de eslabones, y actores primarios y secundarios en cada eslabón y sus funciones de mercado; situación de los intermediarios, lugares donde operan, factores de control del mercado, barreras al ingreso, capacidades, nivel de integración, cambios en los 10 últimos años

### Los actores:

El dueño o los dueños del maguey

El fabriquero

El mezcalero

El mediero o rentista

El revendedor

El intermediario

El envasador

El distribuidor

El consumidor

El mezcal de la región de La Esperanza y Chilapa es, hasta ahora, en su mayor parte un producto de distribución muy regional, a través de una compleja red de distribución, aunque el proceso consta de pocos eslabones:

El dueño del maguey vende al fabriquero o mezcalero, quién a su vez contrata a labradores para extraer el maguey y peones para trabajar en la fábrica y traer la leña. Del fabricante y/o mediero puede pasar directamente al consumidor o a un acopiador y de allí al consumidor. La red es compleja porque hay gran cantidad de consumidores y un fabriquero o mediero le vende, en pequeñas cantidades, a muchas gentes.

Existen varios tipos de acuerdos entre mezcaleros y fabriqueros; dueños y fabriqueros: dueños y mezcaleros. Por lo general la renta de la fábrica o el pago de la materia prima se salda con un porcentaje de la bebida ya destilada- casi siempre el 50% (arreglos a medias ). Una parte se consume en la propia fábrica, pues es costumbre ofrecerle un trago a todo el que llegue de visita.

De lo que queda, la mayor parte se vende a nivel local, pues el mezcal es un componente importante de las fiestas patronales, y a nivel regional, en las pequeñas tiendas de los barrios de Chilapa. Algunos fabriqueros tienen contactos con personas de Chilapa, Chilpancingo, Cuernavaca, Acapulco o México, a quienes hacen entregas especiales de 5 a 20 litros.

El comercio del mezcal en la región entonces se da en tiendas de la esquina y pozolerías de Chilapa y otras ciudades, fiestas comunitarias y entregas particulares a funcionarios y ciudadanos comunes.

Pero una parte de la producción también se vende a una envasadora-homogeneizadora de Chilpancingo, conocida como El Tecuán, que distribuye el producto ya envasado en el estado de Guerrero (Chilpancingo, Acapulco, Zihuatanejo), cd. México y en el extranjero.

Está en formación una nueva envasadora regional, de la organización campesina Sanzekan Tinemi

### 3. La oferta

- Cantidades ofertadas y distribución de la oferta (fuentes);
- Forma de pago (resulta un saldo de efectivo o credito)

La comunidad produce unos 5,000 litros anuales. La región unos 40,000-60,000.

Los productores de La Esperanza venden mezcal a habitantes de las comunidades vecinas: Tlaxiutlahuacán, Santa Catarina, Santa Cruz, Zitlala, Acatlán, Xicotlán, Xocoyoltzintla, Chilapa y el mismo La Esperanza. Una parte pequeña pasa por el mercado dominical de Chilapa.

Se paga en efectivo. También el mezcal puede servir como forma de pago. El dueño de la fábrica puede pagar el maguey a la comunidad con mezcal. También puede pagar otras deudas con mezcal.

### 4. La demanda:

El consumo, tipo de consumidores, territorios de ventas

- Variaciones en la demanda durante el año y durante los últimos 10 años;
- Stocks (cantidad acopiado), productos sustitutos, tendencias de la demanda, potencialidad de demanda;

Teoría de Homma

En la región la demanda es alta; la producción anual se termina entre octubre y noviembre, dos a tres meses antes de iniciar la nueva temporada de producción, que va de febrero a junio. El precio se eleva hacia noviembre-enero, cuando el producto escasea.

La demanda mayor viene de las comunidades vecinas, como Chilapa, Zitlala, Puente de Ixtla, Tilzapotla, El Zapote.

A nivel de México el consumo de mezcal va en aumento gracias a la popularidad que ganó el tequila en años anteriores, pero también debido a su crisis, que tuvo como efectos pérdida de calidad y aumento en precio. Esto está provocando que los aficionados al tequila busquen al mezcal como una alternativa de calidad y precio.

Sin embargo el mezcal sigue siendo mayormente una bebida campesina. En la ciudad de México y otras ciudades el consumo de mezcal realmente no es importante en relación a la población consumidora, pues se consumen mucho más los brandis, rones, tequilas. Estos productos cuentan además con grandes campañas publicitarias. El mezcal que se consume es sobre todo proveniente de Oaxaca, entre otras las marcas Gusano Rojo, Gusano de Oro, Señorío, Tehuana, Oro de Oaxaca, Montealbán, Los Danzantes.

Las personas originarias de Guerrero que han emigrado a la ciudad son las que demandan el mezcal guerrerense. Algunas de ellas tienen pozolerías y expenden mezcal. Sus clientes son guerrerenses y gente de la ciudad que gusta de la gastronomía nacional y busca los lugares auténticos de comida de las diferentes regiones del interior.

Entre los alcoholes más baratos que se expenden en las ciudades grandes y pequeñas están algunos mezcales mezclados con caña y aguardientes de caña. Estos son consumidos sobre todo por albañiles y trabajadores migrantes del campo.

En el mercado internacional la demanda es baja, aunque aumenta en Asia y EU.

## 5. Análisis de precios

- Formación del precio
- El comportamiento y estacionalidad de los precios y de los factores que influyen

Los costos de producción son de alrededor de 17 pesos para el dueño de fábrica y de 38 a 40 para el que tiene que rentar la fábrica. La venta local es de 25 a 40 pesos/ litro en la comunidad, dependiendo de la calidad.

Costos de producción:

En una fábrica de mezcal, en una temporada- febrero a mayo 2002

Rentista 1

Numero de litros que obtuvo 240

Pago como renta 60 litros

Su ganancia fue de 180 litros

Los costos:

Derechos para extraer cabezas de maguey 120 cabezas x \$20 =	\$2,400
Pago de labradores	\$ 600
Pago de juntadores	\$ 100
Acarreo de cabezas	\$ 1,200
Leña 9 cargas a \$35	\$ 315
Peones para cortar y acarrear palma \$200	\$ 200
Peones para juntar y acarrear piedra	\$ 100
Peones para limpiar, tapar y destapar el horno	\$1,200
Peones para martajar	\$ 300
Peones para llenar y cuidar las tinas	\$ 300
Peones para el simpleado y refinado	\$1,200
<b>Total gastos</b>	<b>\$7,915</b>
Costo por litro de mezcal	\$ 43.90
Vendió 180 litros a \$50.00	\$9,000
Ganancia	\$1,085

Rentista 2

Numero de litros que saco 400

Pago como renta 100 litros

Su ganancia fue de 300

Los costos:

Derechos para extraer cabezas de maguey 200 cabezas x \$20 =	\$4,000
Pago de labradores	\$ 1,000
Pago de juntadores	\$ 200
Acarreo de cabezas	\$ 2,000
Leña 15 cargas	\$ 525
Peones para cortar y acarrear palma	\$ 100
Peones para juntar y acarrear piedra	\$ 200
Peones para limpiar, tapar y destapar el horno	\$1,000
Peones para martajar	\$1,000

Peones para llenar y cuidar las tinas	\$1,000
Peones para el simpleado y refinado	\$2,000
<b>Total gastos</b>	<b>\$12,125</b>
Costo por litro de mezcal	\$ 40.40
Vendió 300 litros a \$50.00	\$15,000
Ganancia	\$2,875

El fabriquero

Volumen que obtuvo (producción propia más renta): 2,240 lts

Litros que recibio por renta: 160

Los costos:

Derechos para extraer cabezas de maguey 600 cabezas	=	\$3,000
Pago de labradores	\$ 3,000	
Pago de juntadores	\$ 1,500	
Acarreo de cabezas	\$ 6,000	
Leña 45 cargas	\$ 1,575	
Peones para cortar y acarrear palma	\$ 300	
Peones para juntar y acarrear piedra	\$ 300	
Peones para limpiar, tapar y destapar el horno	\$2,500	
Peones para martajar	\$1,500	
Peones para llenar y cuidar las tinas	\$1,500	
Peones para el simpleado y refinado	\$2,500	
Acarreo mezcal	\$ 300	
Luz		
<b>Total gastos</b>	<b>\$38,975</b>	
Costo por litro de mezcal	\$ 17.39	
Vendió 1640 litros a \$50.00	\$82,000	
600 litros a AMMCHI	\$ 24,000	
Ganancia	\$67,025	

Ganacia de la fábrica

Fabriquero	\$67,025
Rentista 1	\$ 9,000
Rentista 2	\$15,000
<b>Total en temporada</b>	<b>\$91,025</b>
Litros en temporada	
Costo promedio de producción por litro	

La envasadora comercial paga a 20 pesos litro. La venta al público ya envasado es entre \$100 y \$250 pesos el litro, dependiendo de la presentación.

Si se paga el litro a \$40, los costos de envasado y pago de impuestos serían:

Costos de envasado de botellas de 750 ml

Concepto	Monto en pesos
Mezcal	30
Acopio, transporte y acarreo del mezcal de la zona a la envasadora	.81
Botella de vidrio de 750 ml	6.84
Traslado de botella de México a Chilpo	1.00
Mano de obra	2.22
Caja carton para 6 botellas	1.60
Flete caja	0.50
Tapón plástico	2.00
Flete tapa	0.50
Banda de garantía	0.50
Etiquetas	3.00
Pérdidas	0.50
Subtotal	47.47
Gastos de administración (15%)	7.12
Utilidad (25%)	11.86
Impuesto especial sobre producción y servicios (60%)	39.87
Impuesto sobre Valor Agregado (15%)	15.94
Total	122.26

## 6. Procesamiento y agregación de valor

Donde, quien (es), fases del procesamiento, insumos adicionales, proveedores de insumos, instalaciones, tecnología, estándares de calidad, medidas y pesos, producto resultante, variación de las características primarias

### Procesamiento

#### Selección, labrado y transporte del maguey

El maguey es seleccionado en campo y separado en base al grado de avance de la floración, ya sea maguey en velilla o maguey capón. El maguey en velilla es el maguey que está a punto de iniciar la etapa de floración, se caracteriza por tener un alargamiento inicial del cogollo. El maguey capón es el que ha sido castrado, es decir que se ha cortado el escapo floral en sus primeras etapas de crecimiento, dejándolo después reposar así en el campo durante varios meses con el fin de que concentre los azúcares en la cabeza. Es importante hacer por separado todo el proceso para cada uno de éstos dos tipos de maguey, ya que puede influir en el sabor y por lo tanto en la calidad del mezcal.

El proceso de labrado consiste en cortar la base de las hojas o pencas del maguey, hasta dejar blanca la piña o tronco y sin porciones de las bases de las pencas. Un aspecto importante para mejorar la calidad del mezcal es quitar las 4 pencas de la base del tronco, ya que puede provocar un sabor ácido al mezcal.

En cada comunidad existen personas que se han especializado en la selección y labrado del maguey mezcalero, para eso cuentan con un conocimiento acumulado de años de experiencia realizando esta actividad, son los labradores.

Una vez que el labrador deja listas las piñas o cabezas de maguey, éstas son acomodadas por otra persona en un sitio accesible, para ser transportadas en bestias de cargas (burros o mulas) a la fábrica. Si el tamaño de la cabeza es muy grande, ésta puede partirse en dos o cuatro pedazos, para facilitar su transporte.

La cantidad de cabezas obtenidas se miden por tarea, que equivale a 30 cabezas de maguey, realizando una tarea por día

Es importante no exponer por mucho tiempo las cabezas de maguey a los efectos del ambiente, ya que éstas se pueden resecar, o incluso si se llegan a mojar (por la lluvia) pueden resultar inservibles.

#### Horneado o cocción del maguey

Generalmente el horneado del maguey se hace muy cerca de la fábrica destiladora, para esto se prepara el horno haciendo un hoyo en la tierra en forma de embudo, y su tamaño varía dependiendo de la cantidad de maguey que se desee hornear.

En caso de emplear un horno ya empleado en años anteriores, probablemente sea necesario realizar una limpieza previa del mismo, para extraer el carbón y fragmentos de piedra acumulados por su uso.

Como primer paso, en la parte inferior del horno se coloca la leña, que debe ser de preferencia de encino; posteriormente se colocan las piedras (calizas y vidriosas) y se enciende el fuego hasta alcanzar la temperatura adecuada, variando el tiempo de 6 a 10 horas. Después se colocan las cabezas de maguey sobre las piedras calientes, y finalmente es tapado con palma (*Brahea dulcis*) y tierra, permaneciendo en esta condición de 2 a 4 días para que agarre color.

Una vez transcurrido este tiempo se procede al destapado del horno, retirando con palas la tierra acumulada encima, se sacan las cabezas cocidas y son puestas en un lugar para su almacenamiento o listas para ser martajadas.

Dos son los aspectos a cuidar en el horneado del maguey: la temperatura del horno y el tiempo de tapado, ya que repercuten en el sabor de mezcal, quemado en caso de estar muy caliente el horno o ahumado en caso de un mal tapado.

La temperatura óptima del horno se define en base a la experiencia del fabriquero, apoyada en el tiempo de combustión de una hoja verde de palma. La minimización del tiempo de tapado del horno fomenta una cocción uniforme y evita el ahumado de las cabezas. Para esta actividad generalmente se requiere del trabajo de 3 o 4 personas.

#### Martajado del maguey

El martajado, machacado o macerado del maguey cocido se realiza con la finalidad de que el dulce contenido se combine con la fibra, para facilitar la fermentación y tener un buen rendimiento en la destilación.

Para esta operación se colocan las cabezas cocidas en un recipiente de madera, comúnmente llamado canoa, el cual está empotrado al piso, y se golpean con mazos, hachas o machetes para deshebrarlas o rajarlas.

La cantidad de maguey machacado necesaria para una tina es de aproximadamente de 40 cabezas. Esta cantidad es realizada entre dos personas al día.

Para la obtención de un mezcal de calidad, en el martajado se debe cuidar los siguientes aspectos. El primero es seleccionar las partes de la cabeza cocida con un sabor dulce y desechar las de sabor amargo o agrio. El segundo es evitar que queden pedazos grandes de maguey, porque éstos no fermentan. Tercero, procurar que el tiempo máximo que permanezcan las cabezas cocidas sin martajarse no sea mayor de 15 días, ya que se empiezan a enmohecer.

En algunas fábricas se ha sustituido el martajado a mano por el uso de un molino de gasolina. Este hace más eficiente y uniforme la molienda y evita gran parte de las pérdidas que se dan de la manera artesanal.

#### Fermentación

Deshebrada la piña, se obtiene lo que los productores le llaman bagazo, el cual se coloca en tinas que contienen agua, y se deja reposar. Las tinas son grandes recipientes (150 a 200 litros) de madera de pino o encino.

El tiempo requerido para la fermentación varía desde uno hasta quince días, dependiendo del clima, del curtido de la tina, la maduración y el cocimiento del maguey.

Los aspectos a cuidar en la fermentación para la obtención de un mezcal de calidad son: la temperatura, la calidad del agua, la tina y vigilancia constante. Debido a que las bajas temperaturas pueden detener la fermentación, es recomendable que en tiempos de frío se disponga de un fogón en el sitio donde se encuentren las tinas. El agua a utilizar debe ser dulce, es decir con una baja concentración de sales.

Respecto a la tina es preferible utilizar un recipiente que facilite la extracción del líquido fermentado, disponga de una tapa y que no escurra o derrame el contenido. La vigilancia constante a las tinas es para evitar que algún material extraño caiga en ellas, que pueda interrumpir la fermentación, o incluso ponga en riesgo de pérdida total el trabajo, por lo que se recomienda estén en un lugar apartado o con acceso restringido.

#### Destilado y refinado

Una vez que las tinas de maguey machado alcance su punto óptimo de fermentación, determinado por el fabriquero en base al olor, sabor y burbujeo de la tina, se procede a la destilación, la cual se realiza en aparatos de destilación de cobre, que constan de una olla, una montera y un serpentín. La primera destilación es conocida como la simpleada y la segunda la refinada. El producto final se mezcla hasta unificar el grado alcohólico, que queda entre 49 y 53°.

#### Agregación de valor

El envasado es la forma más directa de agregar valor. También reposar (dejar descansar cuatro meses) y añejar (dejar descansar por lo menos un año) o abocar (añadir algún saborizante como una hierba o una fruta durante el reposo) son formas de añadir valor al producto.

Los tipos de mezcal que permite la NOM son

- Mezcal Tipo I aquel que es 100% Agave
- Mezcal Tipo II se compone de 80% Agave y 20% otros azúcares

Categorías que se diferencian según el proceso que se lleve después de la destilación

- Mezcal joven es el recién destilado
- Mezcal reposado se deja reposar por lo menos tres meses
- Mezcal añejo o añejado se deja por lo menos un año en barricas de madera
- Mezcal abocado es curado con alguna planta u otro ingrediente

En el mercado local mientras que un litro de mezcal joven cuesta \$40, el añejo de 10 años cuesta \$90 y el abocado de perón cuesta \$100. Una botella de mezcal joven de 750 ml. Tecuán cuesta \$150.

La presentación: el tipo de botella y su decorado, la etiqueta, y embalaje también permiten subir o bajar el precio al público.

## **7. Análisis económico (márgenes de comercialización y retornos en cada eslabón)**

Estimación de los márgenes, costos por eslabón, ganancias, acumulación, análisis de costo beneficio en casos especiales, ganancias súper normales

El dueño del maquey puede recibir entre \$10 y \$40 por cabeza de maguey (que tardó entre 7 y 12 años en crecer y madurar)

El labrador recibe \$100 por día de trabajo

Los empleados de la fábrica reciben \$100 por día laborado

El fabriquero puede tener ganancias hasta de 20 pesos/litro; puede producir hasta 3,000 lts por temporada

El mediero no puede aspirar a más de 2-3 pesos de margen de ganancia por litro; si vende a la envasadora comercial tiene un déficit de 18 pesos por litro

Las vendenderas en tiendas de la esquina tienen un margen de 5-10 pesos por litro. Las pozolerías, que venden por copa ganan más, hasta arriba del 100%.

La envasadora tiene que considerar costos de mano de obra y administración, acopio, materiales, filtrado, envasado y control de calidad, así como pago de impuestos, que son del orden de 60% de IEPS, Impuesto Especial de Productos Suntuarios y 15% de IVA, Impuesto de Valor Agregado. Sus costos de producción les permiten un margen de ganancia estimada entre 20% a 30%, según el producto.

Los exportadores no pagan impuestos tan altos, por lo que todas las empresas buscan exportar.

El ingreso bruto es un poco mayor que los costos de elaboración de mezcal- hay una ganancia de unos \$3 a \$8 por litro, dependiendo de la experiencia del maestro mezcalero, de la calidad de su materia prima, del cuidado que ponga en su trabajo y de su habilidad para mejorar su precio final.

La distribución de las ganancias es relativamente equitativa, aunque no se valora el precio real de la materia prima, el maguey y la leña (sobre todo la leña). Los ingresos a la Asamblea son usados para obra social, por lo que el beneficio es para todos. Las mayores ganancias las obtienen los acopiadores de segundo nivel.

La oferta regional es de unos 60,000 lts por año. De la Esperanza salen unos 5,000. En 2002 se vendió a \$40.00/lit. La demanda es mayor que la oferta, puesto que cada año, hacia noviembre hay gran escasez de la bebida. La demanda es tal que se está agotando rápidamente el recurso. Afortunadamente existe el programa de reforestación que mitiga esta situación.

Pueden obtener crédito entre sus amigos o los prestamistas locales, pero los intereses suelen ser altos.

El precio ha venido aumentando constantemente cada año durante los últimos 7 años al menos. En 1997 se pagaba a \$15 /lt; en 2002 a \$40. Hacia finales de la temporada los mejores mezcales ya estaban en \$50, lo que, a decir de la gente, sienta el precedente general para 2003. Algunos lograron vender hasta a \$90 el lt. A compradores de fuera que valoran la calidad del producto.

## 7. Análisis de costos de transacción

Instituciones sociales que gobiernan las transacciones, sistemas de confianza, relaciones contractuales, costumbres comerciales, costos difíciles de medir (ej. padrinazgo), ocurrencia de oportunismo, inversiones sociales para establecer contratos, safety nets.

Pago de la materia prima

El fabriquero que quiera explotar el maguey de la comunidad de La Esperanza debe pedirlo a la Asamblea y hacer su oferta. El maguey es un bien común y desde hace muchos años se decidió ofrecer todo el maguey maduro que se desarrolla en la mitad del territorio cada año, y rotando las áreas año con año para permitir la reproducción de la especie.

La asamblea se decide por el mejor postor, quién ofrezca un mejor trato: Generalmente se paga entre \$1,000 y \$2,000 pesos por año, que puede entregarse en dinero o en mezcal. Si es en dinero se ocupa para obra social. Si es mezcal, para las ceremonias y fiestas de la comunidad.

En la fábrica.

Parte del mezcal se regala, entre uno y tres litros por cada parada, pues es tradición que a cada visitante hay que regalarle algo.

Las relaciones que se establecen entre dueños de fábricas y rentistas o medieros representan costos altos. Los medieros tienen que pagar con la mitad de la producción del mezcal. Los rentistas con dinero. Algunos rentistas o medieros producen solo para su consumo personal; otros como negocio.

Los clientes locales y regionales buscan un mejor precio si compran en cantidad (10 litros o más) y si son clientes constantes. Los maestros mezcaleros afamados pueden cobrar más caro, por su prestigio y al contrario, los de mala fama no pueden lograr buen precio. El precio sube entre noviembre y marzo, cuando hay escasez del producto. Este año se vendió hasta \$50.

Para pertenecer al Tecuán es necesario donar 100 litros a manera de ingreso; después hay un compromiso por entregar por lo menos 100 litros por año, que es pagado a \$20/litro.

## **8. Análisis de las estructuras de mercado para el producto (oligopólicas, monopólicas, etc.)**

Integración vertical y horizontal; cantidad de actores por eslabón y sus funciones; influencia sobre el precio competidores, barreras al ingreso (acceso a información clave, financiamiento, escala de producción y transporte, estándares de calidad, normas, historia de vida); diversificación de ingresos, ganancias relacionadas con ejercicio de poder de mercado, cap. de asumir riesgos

En la comunidad de La Esperanza:

Los dueños del maguey son todos los ejidatarios de La Esperanza, en este caso (en otras comunidades puede ser propiedad privada o comunal)

Los dueños de fábricas son tres.

Los labradores son 47.

Hay 29 personas que hacen mezcal (como medieros o rentistas).

Hay 4 revendedores de mezcal.

Algunos venden a la Empresa envasadora y homogeneizadora de mezcal El Tecuán . La fábrica comunitaria está obligada a entregar el 10% de su producción a la Sanzekan.

Pasar de la comercialización regional a granel a una envasadora con entrada a mercados formales no es sencillo. Se requiere de acceso a información legal y de mercados que no es fácilmente accesible a los campesinos pobres, así como de financiamiento para equipar una envasadora capaz de cumplir con todos los requerimientos oficiales.

Normalmente la tecnología que existe en el mercado es para envasadoras de enormes volúmenes, de miles de litros por día. Por ello, y porque en la mentalidad de muchos funcionarios hay un sueño que equipara progreso con grandes industrias, las envasadoras que se han establecido son para volúmenes que no se pueden producir a la escala artesanal de las fábricas campesinas. Se termina haciendo una gran inversión de maquinaria que finalmente trabaja a un 5 o 10% de su capacidad. Es el caso de Tecuán.

La maquinaria a pequeña o mediana escala, que se ha desarrollado para la industria casera del vino en EU y Europa no es conocida ni accesible en México. Por tanto los gastos de establecer una envasadora aparecen como inversiones altísimas, fuera del alcance de una organización que no pueda conseguir financiamiento oficial.

Cuando una persona o un grupo consigue establecer una envasadora, se convierte en acopiador del producto de decenas o cientos de pequeños productores. Lo que reciben entonces es mezcal de muy diferentes calidades, pues habrá fabriqueros que hagan su mezcal con sumo conocimiento y cuidado y en el otro extremo quienes no solo no cuiden la calidad sino incluso adulteren su producto para tener más ganancias. Todos estos mezcales son mezclados en las envasadoras, homogeneizados y quizá mezclados con 20% de otros azúcares (lo cual es permitido por la ley) antes de ser envasados y llevados al mercado.

Para un buen mezcalero, orgulloso de su oficio, ver su mezcal mezclado con otros, diluido y degradado es ante todo una ofensa personal. Los maestros mezcaleros sienten que pierden el control de su producto, que pasa a ser del envasador-comercializador quien le pone su nombre y se lleva la fama junto con la ganancia de un producto que él solo acopió, homogeneizó y envasó.

Se hace pues una fuerte separación entre los productores de maguey y mezcal y los envasadores-comercializadores, quienes tienen acceso a información, financiamientos y finalmente a los mercados que pagan los precios más altos.

Una barrera a la comercialización ha sido el hecho que en México el mezcal ha sido percibido desde hace mucho tiempo como una bebida para indios, campesinos y pobres, elaborado con poca higiene y que puede incluso ser una amenaza para la salud. Esta percepción está cambiando poco a poco, sobre todo en los últimos diez años, pero sigue siendo el sentir de la amplia mayoría, que además es muy propensa a pensar que el whisky, brandy, vino o cualquier bebida extranjera es superior a una nacional, sobre todo si es producida por indios. Sin embargo, entre los conocedores, cada vez hay más gente que valora y busca un buen mezcal, 100% agave, sobre todo si no ha pasado por un proceso de homogeneización, sino que tiene el sello del maestro que lo elaboró de manera artesanal y cuidadosa. La aceptación internacional del tequila ha tenido mucho que ver en la revalorización del mezcal.

## 10. Políticas, normas y leyes que impiden o facilitan el comercio de PFNM

La producción y venta de mezcal estuvo prohibida en el estado de Guerrero hasta fines de la década de 1970. Esto generó un clima de persecución y terror por muchos años y hoy en día se refleja en una profunda desconfianza al gobierno por parte de los mezcaleros y fabriqueros.

Ahora el mezcal más bien es visto como un producto mexicano con gran mercado potencial y el gobierno está empezando a destinar enormes cantidades de dinero a desarrollar la industria a nivel nacional. Los beneficios realmente no han llegado aun a Chilapa, pero hay cierta expectativa, aunque más desde los funcionarios, los dirigentes de uniones de campesinos y los prestadores de servicios técnicos que pueden verse beneficiados con estos estímulos.

Las leyes mexicanas dificultan enormemente la comercialización del mezcal. La extracción es normada por la Ley de Vida Silvestre y las Normas Oficiales Mexicanas y debe hacerse una notificación de extracción, con un plan ordenado a cinco años. La Ley ha venido modificándose año con año, incluso cambiando la adscripción de dependencia oficial a la que hay que acudir. La falta de claridad en los trámites, burocracia y costos orillan a las comunidades a mantenerse en la ilegalidad. La Profepa, organismo encargado de la Vigilancia Ambiental, eventualmente detiene a personas que transportan maguey y los multan severamente o decomisan la mercancía.

La producción del mezcal es normada por la Norma Oficial del Mezcal y otra serie de normas de control de calidad. Existe un Consejo Regulador del Mezcal, como parte de la estructura de la Denominación de Origen, y se están proponiendo múltiples acciones de control y verificación a lo largo de la cadena de producción, que, de implementarse, harán muy difícil, casi imposible, la sobrevivencia de las pequeñas fábricas campesinas, a favor de las fábricas más industrializadas que sólo pueden ser establecidas por empresarios acaudalados

Los impuestos sobre el mezcal son del 65% sobre el valor del producto: 15% de IVA y 50 de IEPS; sin embargo están exentos de pago de impuesto quienes exporten el mezcal. Este gravamen excesivo sobre un producto campesino desestimula la comercialización legal y favorece la ilegalidad y las redes tradicionales de comercialización, aun con los riesgos que se corren.

En resumen se puede decir que la sobrerregulación es una de las principales barreras para que los dueños legítimos del maguey, los campesinos pobres, puedan acceder al mercado e incluso salir de la ilegalidad y del peligro de ser multados o sancionados.

### Leyes vigentes

Las normas que deben ser observadas para la elaboración y comercialización del mezcal

- Ley de Vida Silvestre
- NOM 005 RECNAT 1997
- NOM- 070 -SCFI -1994, Bebidas Alcohólicas -Mezcal -Especificaciones, la Norma Oficial del Mezcal.
- NOM - 030 - SCFI Información comercial de cantidad en la etiqueta (especificaciones)
- NMX -V - 13 Bebidas alcohólicas; determinación de % en volumen (% vol.) a 20°C
- NMX - V - 14 -S- 1986 Bebidas alcohólicas destiladas. Determinación de Alcoholes superiores (aceite de Fussel)

- NMX - V-17-1984 Método de prueba para la determinación del extracto seco y cenizas en bebidas alcohólicas destiladas
- NMX- V-21-1986 Método de prueba para la determinación de metanol en bebidas alcohólicas
- NMX-Z-12-1987 Muestreo para la inspección por atributos
- Denominación de Origen

La Ley de Vida Silvestre y la NOM 005 RECNAT 1997

Legalmente la extracción del maguey silvestre es regulada por la Ley de Vida Silvestre y la Ley Forestal que exigen que las personas o comunidades que se encuentran involucradas en el aprovechamiento de PFM silvestres como el maguey contraten a un prestador de servicios técnicos que les haga un estudio de las existencias y posibilidades de extracción y que tramite avisos de aprovechamiento, informando por escrito acerca de las tasas de extracción cada tres meses.

Según estas leyes también debe de comprobarse la procedencia de todo el maguey que se transporta y almacena, mediante facturas.

En los hechos estas leyes no se han implementado y ninguna comunidad tiene legalizados sus aprovechamientos ni los movimientos de maguey, aunque ya numerosas comunidades están solicitando estudios técnicos pues las amenazas son cada vez más fuertes de que se va a ejercer la ley.

Al parecer el boom mezcalero que parece estar en puerta lleva a los campesinos a aceptar la imposición de esta ley. Por otro lado, existen apoyos del gobierno, mediante el Prodefor, para pagar los estudios técnicos.

La NOM-070-SCFI-1994

Una vez elaborado el mezcal, si se quiere comercializar de manera legal, cosa que por ahora no se hace, ya que todo se vende a granel, excepto lo que sale del Tecuán - debe cumplir con la Norma Oficial del Mezcal.

La NOM- 070 -SCFI -1994, Bebidas Alcohólicas -Mezcal -Especificaciones, la Norma Oficial del mezcal.

La Norma Oficial Mexicana NOM-070-SCFI-1994, Bebidas Alcohólicas\_MEZCAL-Especificaciones, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 12 de junio de 1997 es la que rige la elaboración del mezcal en México. Establece las obligaciones que deben cumplir los usuarios autorizados para producir o comercializar mezcal.

- Es una norma que se ha criticado mucho y ha causado muchas inconformidades, ya que enlista a tan sólo cinco de las más de veinte especies de maguey empleadas para elaborar mezcal. No incluye a *Agave cupreata*, que es el maguey mezcalero de Guerrero, ni a la gran mayoría de los magueyes mezcaleros de México, ni siquiera los de Oaxaca.

Lo que se puede ver es que la normatividad para la comercialización del mezcal es mucha, compleja, burocrática y cara. Implica que haya instancias oficiales de verificación, laboratorios de análisis químicos, complicadas exigencias de etiquetado, envasado, embalaje y almacenamiento.

Para productores pobres la única alternativa es organizarse y obtener financiamiento para poder hacerle frente a toda esta larga lista de requerimientos.

Pero la realidad es que la sobrerregulación es tal que obliga a mantener a la producción artesanal de mezcal y su comercialización en la ilegalidad. Solo los productores muy poderosos pueden acatar todas estas regulaciones.

Principales problemas para la comercialización y una mayor demanda

- Sobrerregulación
- Impuestos (65%)
- Falta de infraestructura
- Terror de estado
- Desprestigio del producto (se dice que los campesinos venden mezcal adulterado, que pone en riesgo la salud y hasta la vida de quien lo consume)
- Desconocimiento del mercado más allá de lo local y regional
- Falta de acceso a la información
- Mantener una buena calidad
- Competir con el tequila, que produce más barato y tiene menos carga de impuestos

## 11. Derechos de propiedad y formas de acceso al producto bajo estudio.

El maguey papalote, endémico de esta región, ha sido utilizado y custodiado por la población local desde hace cientos de años, antes de la llegada de los españoles. El mezcal se elabora aquí desde el SXVI.

Existen varias marcas comerciales registradas por la envasadora comercial del Tecuán (Mezcal Tecuán, Don Fili, Damiana).

En la región del estudio se está formando una asociación para registrar una marca colectiva del maguey papalote, como una forma de proteger la propiedad intelectual de los pueblos campesinos sobre la especie que han utilizado por cientos de años.

Es importante señalar que Guerrero cae dentro del área de Denominación de origen del mezcal. Este es un caso particular que vale la pena comentar.

En el año de 1994 se declaró la denominación de origen del mezcal, aprobada en Ginebra. Esta protege a los productores de mezcal que habitan en los estados de Oaxaca, Guerrero, San Luis Potosí, Zacatecas, Durango y más recientemente de Guanajuato y que producen bebidas a partir de la destilación de las mismas cinco especies de agave mencionadas en la NOM-Mezcal (*A angustifolia*, *A esperima*, *weberi*, *potatorum*, *salmiana* y *crassispina* y otras). Esto quiere decir que solo los productores de estos estados pueden comercializar con el nombre de mezcal.

El Instituto Mexicano de Propiedad Industrial (IMPI), instancia responsable de otorgar y regular la denominación de origen para los bienes alimenticios en nuestro país, define la DO como el nombre de una región geográfica del país que sirve para designar el producto originario de la misma y cuya calidad y características se deben exclusivamente al medio natural y humano .

En México, hasta finales del 2002, estaban declaradas las denominaciones de origen para: el Tequila, el Mezcal, el Bacanora de Sonora, las lacas de Olinalá, la cerámica Talavera, el café Veracruz y el Ambar de Chiapas. Existen inquietudes por registrar otras, por ejemplo el Sotol de Chihuahua y el queso de Cotija.

La DO del tequila es la más antigua, y fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 13 de octubre de 1977. Indica, entre otras cosas, que el tequila debe ser elaborado única y exclusivamente con agave Tequilana weber, variedad azul, procedentes de los estados y municipios que menciona dicha declaración. En 1992 se creó el Consejo Regulador del Tequila, con tres objetivos: 1) asegurar a través de la verificación el cumplimiento de la NOM-Tequila, 2) garantizar al consumidor que el producto es auténtico; y, 3) certificar el cumplimiento del la NOM-Tequila, salvaguardando la denominación de origen en México y en el extranjero.

Es evidente que la denominación de origen del Mezcal no partió de un diagnóstico de la situación y dejó fuera a más regiones y especies de agave productoras de mezcal que las que incluyó. Las consecuencias han sido, entre otras, la exclusión de diversas regiones del país productoras tradicionales de mezcal, y las numerosas peticiones que se han dado por parte de las mismas para anexarse a este documento, como Guanajuato, Sinaloa, Morelos y Puebla. Si bien se hizo una excepción para aceptar a Guanajuato, las demás no han sido incluidas.

Una solución que ha estado surgiendo y que es impulsada por al Secretaría de Economía, es que quienes quedaron fuera de la DO utilicen otros nombres, por ejemplo los mezcaleros de Sonora, que producen mezcal bacanora, se organizaron para registrar su propia denominación de origen, llamando a su bebida Bacanora, así solito, sin usar la palabra mezcal, para salvar el problema. Lo mismo están tratando de hacer los productores de Sotol, de Chihuahua y los de Raicilla de Jalisco.

¿Tiene alguien derecho de impedir que los coras y huicholes o los mestizos de la Tierra Caliente de Michoacán, todos con una tradición de cientos de años de producir su mezcal, lo comercialicen con el nombre que siempre le han dado en español?

Hay quienes opinan que la declaratoria de la denominación de origen ciertamente fue un paso importante, pero hace falta mayor precisión y sobre todo iniciar un proceso de diferenciación geográfica. La palabra mezcal es un genérico que abarca a muchos productos diferentes; dentro de este hay regiones y especies, así como procesos de elaboración específicos que ameritan ser diferenciados. Esto permitiría el reconocimiento e impulso de por lo menos once productos diferentes, en lugar de la situación confusa actual en la que la persona que toma un mezcal no sabe con certeza lo que tiene en las manos.

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

Ahora bien, los que se inclinan por esta opción señalan que la denominación de origen no implica sólo la garantía de origen, sino también de la autenticidad del proceso de elaboración. Para ello tiene asociado un reglamento y un consejo regulador. Volviendo a la cuestión del mezcal, es ilusorio pensar en tener un solo reglamento para todos los diferentes procesos de elaboración de mezcales y aún más de un consejo regulador para todo el país. Se corre el riesgo de crear un consejo regulador con poca capacidad real de controlar y de un reglamento que por abarcar a todos sea tan general que no sea adecuado o que orille a la homologación de procesos que justamente pueden encontrar un valor agregado en sus diferencias.

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

### **Las marcas colectivas: un primer paso hacia la denominación de origen**

El proceso para declarar una denominación de origen es largo. Por ello es que una marca colectiva puede ser un buen inicio, un primer paso en esa dirección-  
Una marca colectiva, según el IMPI es:

*Art. 88 (Ley de Propiedad Industrial): Se entiende por marca todo signo visible que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.*

*Art. 96 (LPI): Las asociaciones o sociedades de productores, fabricantes, comerciantes o prestadores de servicios legalmente constituidas, podrán solicitar el registro de una marca*

*colectiva para distinguir en el mercado, los productos o servicios sus miembros respecto de los productos o servicios de terceros.*

Por lo tanto, podemos definir en base a la ley ( y ya que ésta no define de manera específica) que la Marca Colectiva es todo signo visible que distingue productos o servicios de asociaciones o sociedades de productores, fabricantes, comerciantes o prestadores de servicios legalmente constituidas de otros de su misma especie o clase en el mercado y realizados por terceros.

De acuerdo al art. 97 de la misma ley, para el registro de una marca colectiva se requiere de un reglamento interno, lo que puede ser un avance para la autorregulación.

### **Experiencia de construcción de una asociación para la administración de una marca colectiva en Guerrero: la AMMCHI**

Recogemos aquí el proceso que ha seguido la construcción de una marca colectiva del Mezcal Papalote del Chilapan, en la región Centro y Montaña de Guerrero, pues es posible que la experiencia sea de interés y aprendizaje para otros.

La región y la especie

El mezcal papalote se elabora en el área de distribución del *Agave cupreata*, conocido localmente como maguey papalote o maguey ancho, que crece exclusivamente en la Cuenca del Río Balsas, que abarca sobre todo partes del Centro y la Montaña de Guerrero y la Tierra Caliente de Guerrero y Michoacán.

Un grupo de mezcaleros de los municipios cercanos a Chilapa, región que en tiempos antiguos se conocía como el Chilapan, se empezaron a reunir para buscar la forma de comercializar su mezcal de manera organizada. Después de buscar varias maneras decidieron registrar una marca colectiva y avanzar en el modelo de las denominaciones de origen, previendo que eventualmente esta podría abarcar toda el área de distribución de este agave.

El proceso de producción de mezcal

En la región de Chilapa existen registros de producción de mezcal desde el SXVII. Los maestros mezcaleros usan técnicas y procesos artesanales que le confieren un sabor y olor distintivo a su producto.

Los más tradicionales hacen su destilado en cuescomite, un destilador de origen colonial, mientras que la mayoría usa ollas de cobre.

La organización regional: formación de la AMMCHI

A la par de una empresa social envasadora, los mezcaleros organizados han realizado varias acciones encaminadas hacia el registro y la administración de su marca colectiva del Mezcal Papalote del Chilapan, que se detallan a continuación.

Lo primero fue formar la Asociación de Magueyeros y Mezcaleros del Chilapan, una Asociación Civil que será la encargada de administrar la marca colectiva. En esta asociación están representados todos los sectores involucrados en el proceso, desde la recolecta de la semilla hasta la comercialización. Hay viveristas, Comités de Reforestación, dueños de maguey (particulares y comunidades), labradores, maestros mezcaleros dueños de fábricas y rentistas, envasadores y comercializadores.

A través de un proceso que duró casi dos años, en talleres participativos se discutieron y definieron los objetivos, estatutos y órganos de gobierno de la Asociación. También se definió el reglamento de sustentabilidad y calidad, que abarca no sólo la producción del

maguey y del mezcal sino algo muy importante, que es el abasto de la leña para los hornos y la destilación de la bebida. Este reglamento se fue haciendo con sumo cuidado, discutiendo cada aspecto, para establecer reglas viables, que tengan impacto en la sustentabilidad y en la máxima calidad. En algunos casos se vio que era necesario empezar con cierta flexibilidad en ciertas reglas, pero la idea es de revisarlas en determinado tiempo e ir apretando.

La función principal de la AMMCHI será certificar y garantizar el origen, autenticidad y calidad del maguey y del mezcal, que se expresará a través de una contraetiqueta, que se otorga solamente a quienes cumplen con el reglamento interno.

Se nombró a un Comité Ejecutivo y un Comité de Vigilancia, con representantes de los diferentes sectores. El Comité de Vigilancia está dividido en Vigilancia del Maguey y la Leña y Vigilancia del Mezcal.

Los primeros visitan y revisan el funcionamiento y desempeño de los viveros, las plantaciones de maguey y leña, la procedencia y estado del maguey en las fábricas (es regla que las fábricas sólo comprarán maguey a personas o comunidades que hagan reforestación, cuiden sus recursos y labren sólo maguey maduro).

Los segundos visitan las fábricas y constatan las condiciones de higiene y observancia de las reglas en cada paso de la elaboración del mezcal, así como la no adición de otros azúcares u sustancias ajenas al agave, el material de las tinas y recipientes y el registro adecuado de los procesos. Son también encargados de vigilar el envasado, atendiendo que se cumpla también con la normatividad oficial.

La contraetiqueta se otorga a las personas que cumplen de manera adecuada con las reglas y es una garantía para el consumidor.

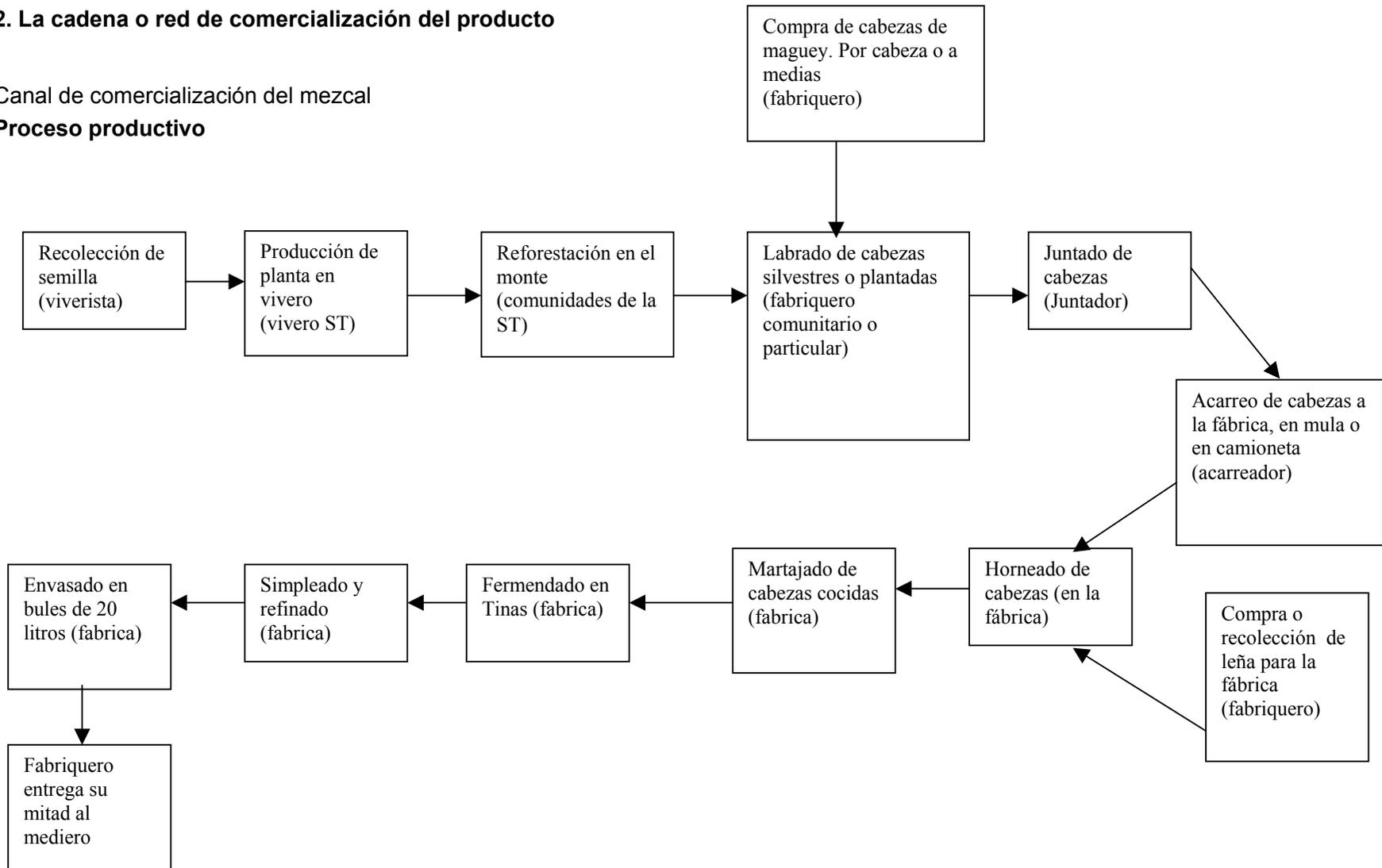
Una parte importante del control estará dada por los inventarios y registros. Se está haciendo un registro de los productores así como de los predios en donde hay maguey silvestre y reforestado, con información sobre el año en que se sembró y cuanto se sembró. Esta información se mete en un SIG, un Sistema de Información Geográfica, que está en una computadora en las oficinas de Chilapa. Con este se van a hacer mapas y cálculos de existencias de materia prima, que serán la base, junto con los registros que se llevan en cada fábrica y las asambleas de planeación de temporada, que son anuales, para hacer una buena planeación de la producción así como un mejor control y distribución de los beneficios.

Dado que se trata de una marca colectiva, puede hacer uso de ella cualquier dueño de maguey (particular, ejido o comunidad), labrador, mezcalero o envasador que habite en los municipios señalados. Es decir, que con el tiempo pueden ingresar más personas, comunidades y empresas a la Asociación, siempre y cuando cumplan con el reglamento.

## 2. La cadena o red de comercialización del producto

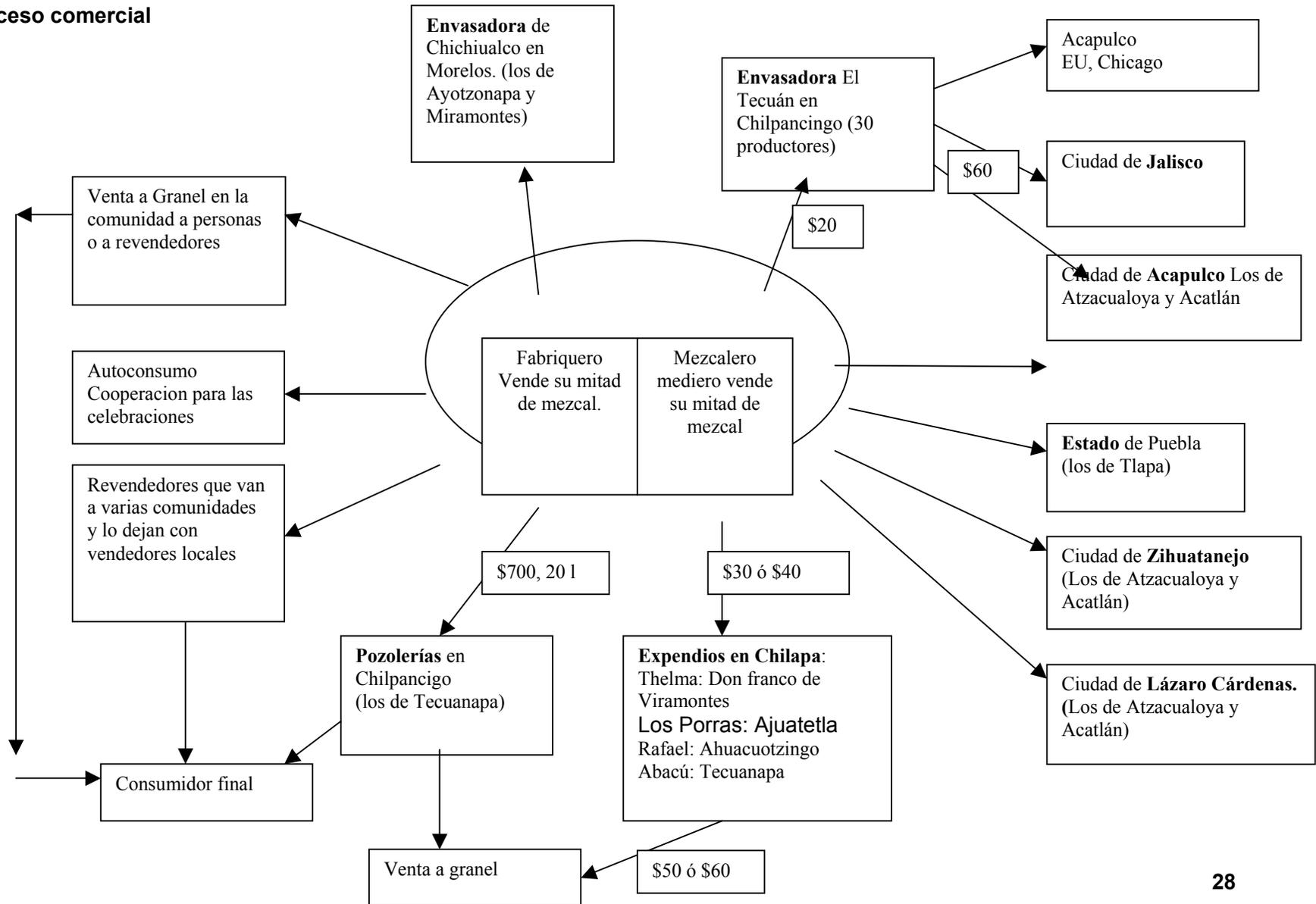
Canal de comercialización del mezcal

### Proceso productivo





Canal de comercialización del mezcal  
**Proceso comercial**



<b>Encabezado:</b>	<b>Para incluir la información sobre:</b>	<b>Indicar fuentes de información</b>	<b>Comentarios sobre la metodología</b>
<b>Contenidos del informe</b>			
<b>Resumen ejecutivo</b>	Puntos claves en términos del comercio de PFNMs fuera de la comunidad con un enfoque específicamente en aceptar o rechazar las hipótesis de investigación.		
<b>1. Descripción de sus características comerciales:</b>	- Forma de venta y presentación, grado de procesamiento, valor por unidad de peso, usos, relación entre consumo doméstico y venta, lugares de venta, escasez, percibibilidad/durabilidad, marca (?), tiempo de regeneración, intensidad en mano de obra	Formulario, conocimientos del investigador y bibliografía sobre el producto	No requiere mayor elaboración
<b>2. La cadena o red de comercialización del producto</b>	Visualización de conjunto de la red, identificación de eslabones, y actores primarios y secundarios en cada eslabón y sus funciones de mercado; situación de los intermediarios, lugares donde operan, factores de control del mercado, barreras al ingreso, capacidades, nivel de integración, cambios en los 10 últimos años	Formulario para intermediarios, conocimientos del investigador e informantes clave	Para barrearas al ingreso es posible utilizar grupos focales
<b>3 La oferta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cantidades ofertadas y distribución de la oferta (fuentes);</li> <li>- Forma de pago (resulta un saldo de efectivo o crédito)</li> </ul>	Informe de la comunidad, formulario, estadísticas, conocimientos del investigador e informantes clave	Buscar las estadísticas más confiables
<b>4. La demanda</b>	<p>El consumo, tipo de consumidores, territorios de ventas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Variaciones en la demanda durante el año y durante los últimos 10 años;</li> <li>- Stocks (cantidad acopiado), productos sustitutos, tendencias de la demanda, potencialidad de demanda;</li> <li>- Teoría de Homma</li> </ul>	Formulario de intermediarios, estadísticas, conocimientos del investigador e informantes clave	
<b>5. Análisis de precios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Formación del precio</li> <li>- El comportamiento y estacionalidad de los</li> </ul>	Formulario de intermediarios, estadísticas, conocimientos del	Analizar los factores que más influyen en el precio

	precios y de los factores que influyen	investigador e informantes clave	
<b>6. Procesamiento y agregación de valor</b>	Donde, quien (es), fases del procesamiento, insumos adicionales, proveedores de insumos, instalaciones, tecnología, estándares de calidad, medidas y pesos, producto resultante, variación de las características primarias	Formulario de intermediarios, conocimientos del investigador e informantes clave	Relación de insumos empleados y costos
<b>7. Análisis económico (márgenes de comercialización y retornos en cada eslabón)</b>	Estimación de los márgenes, costos por eslabón, ganancias, acumulación, análisis de costo beneficio en casos especiales, ganancias súper normales	Formulario de intermediarios, informantes clave y comparar con literatura (sí hubiese este tipo de análisis)	Costos y beneficios
<b>8. Análisis de costos de transacción</b>	Instituciones sociales que gobiernan las transacciones, sistemas de confianza, relaciones contractuales, costumbres comerciales, costos difíciles de medir (ej. padrinazgo), ocurrencia de oportunismo, inversiones sociales para establecer contratos, safety nets.	Formulario de intermediarios, informe de la comunidad, grupos focales, experiencia de los investigadores e informantes clave.	Valorizar costos y beneficios difíciles de medir
<b>9. Análisis de las estructuras de mercado para el producto (oligopólicas, monopólicas, etc.)</b>	Integración vertical y horizontal; cantidad de actores por eslabón y sus funciones; influencia sobre el precio competidores, barreras al ingreso (acceso a información clave, financiamiento, escala de producción y transporte, estándares de calidad, normas, historia de vida); diversificación de ingresos, ganancias relacionadas con ejercicio de poder de mercado, cap. de asumir riesgos	Formulario de intermediarios, grupos focales, informe de la comunidad, experiencia de los investigadores e informantes clave	Efectos sobre el precio en cada eslabón
<b>10. Rol del sector público</b>	Políticas, normas formales y leyes que impiden o facilitan el comercio de PFNM	Documento de políticas y su relación con cada producto en particular. Algunas preguntas del formulario	Difícil de medir – relacionar resultados de formulario con documento de políticas
<b>11. Replanteamiento de los factores de éxito o fracaso sobre la base de la veracidad de las Ho5 y Ho6.</b>	Revisión de cada hipótesis y sus preguntas en función de los resultados y el análisis de los puntos anteriores. Extraer los factores de éxito o fracaso de cada uno de los puntos.	El estudio en su conjunto en base a grupos focales con los investigadores; taller de análisis de datos y taller final del proyecto.	Ver donde es pertinente probar cuantitativamente la pregunta de investigación.

**12. Replanteamiento de los factores de éxito o fracaso sobre la base de la veracidad de las Ho5 y Ho6.**

**INFORME DE MERCADO  
MEZCAL  
REGION CENTRO MONTAÑA DE GUERRERO, MEXICO**

**1. Características del PFSM**

**2. Los productores extractivistas y sus sistemas de recolecta**

**Los usuarios del maguey para la elaboración del mezcal :**

**Proceso de extracción de maguey en La Esperanza: selección, labrado y transporte del maguey**

El maguey es seleccionado en campo y separado en base al grado de avance de la floración, ya sea maguey en velilla o maguey capón . El maguey en velilla es el maguey que está a punto de iniciar la etapa de floración, se caracteriza por tener el cogollo engrosado. El maguey capón es en el que la floración ya ha iniciado, y por lo tanto, el peciolo de la inflorescencia (calehual o quiote) ya ha salido, pero ha sido cortado, es decir que la planta es castrada, y dejada así durante varios meses, acumulando azúcares. Es importante hacer por separado todo el proceso para cada uno de éstos dos tipos de maguey, ya que puede influir en el sabor y por lo tanto en la calidad del mezcal.

<b>Puntos de madurez del maguey identificados por los campesinos</b>
<b>Velilla.-</b> Es aquel maguey de 7 a 8 años de edad, y que de acuerdo a ciertas características bien definidas por los expertos labradores se encuentra ya con una maduración adecuada para llevar al proceso de elaboración de mezcal
<b>Capón.-</b> Es aquel maguey que ha sido capado, es decir varios meses atrás se le cortó el calehual o quiote y esta listo para ser labrado y llevado al proceso de elaboración de mezcal.

El proceso de labrado consiste en cortar la base de las hojas o pencas del maguey, hasta dejar blanca la piña o tronco y sin porciones de las bases de las pencas. Un aspecto importante para mejorar la calidad del mezcal es quitar las 4 pencas de la base del tronco, ya que puede provocar un sabor ácido al mezcal.

En cada comunidad existen personas que se han especializado en la selección y labrado del maguey mezcalero, para eso cuentan con un conocimiento acumulado de años de experiencia realizando esta actividad.

Una vez que el labrador deja listas las piñas o cabezas de maguey, estas son juntadas por otra persona en un sitio accesible, para ser transportadas en bestias de cargas (burros o mulas) a la fábrica. Si el tamaño de la cabeza es muy grande, ésta puede partirse en dos o cuatro pedazos, para facilitar su transporte.

La cantidad de cabezas obtenidas se miden por tarea , que equivale a 30 cabezas de maguey, realizando una tarea por día.

Es importante no exponer por mucho tiempo las cabezas de maguey a los efectos del ambiente, ya que éstas se pueden resecar, o incluso si se llegan a mojar (por la lluvia) pueden resultar inservibles.

Los labradores son contratados por los fabriqueros o mezcaleros, queines les pagan en dinero o en mezcal.

### **3. La red o cadena de comercialización**

El cuadro anexo ilustra la red de comercialización del mezcal de La Esperanza. Se parte de la materia prima, el maguey, que en este caso pertenece a la comunidad, es un bien común. Es la asamblea quien decide a quien vender el maguey (y la leña) cada año y cuánto cobrar por ellos.

### **4.Demanda – compradores, volúmenes, precios**

Existen varios tipos de acuerdos entre mezcaleros y fabriqueros; dueños y fabriqueros: dueños y mezcaleros. Por lo general la renta de la fábrica o el pago de la materia prima se salda con un porcentaje de la bebida ya destilada- casi siempre el 50% (arreglos a medias ). Una parte se consume en la propia fábrica, pues es costumbre ofrecerle un trago a todo el que llegue de visita.

De lo que queda, la mayor parte se vende a nivel local, pues el mezcal es un componente importante de las fiestas patronales, y a nivel regional, en las pequeñas tiendas de los barrios de Chilapa.

Algunos fabriqueros tienen contactos con personas de Chilapa, Chilpancingo, Cuernavaca, Acapulco o México, a quienes hacen entregas especiales de 5 a 20 litros.

Desde hace algunos años se formó la Sociedad Cooperativa Tecuán, la única envasadora de la región, que pide a sus socios una aportación inicial de 100 litros y entregas anuales desde 50 hasta 500 litros por socio. Esta envasadora vende sus productos a precios relativamente bajos en Chilpancingo, México y Chicago.

El comercio del mezcal en la región:

- Tiendas de la esquina
- Pozolerías
- Entregas particulares

Antiguamente, en Chilapa había mesones, que eran unos lugares a donde llegaba la gente a quedarse cuando venían al mercado para vender o comprar. En esos mesones que eran como 20 se entregaba el mezcal y ahí mismo era punto de distribución del mezcal a granel. Se intercambiaba ropa por mezcal. Uno muy conocido era el de doña Beta que ya murió y el de don Chocho.

Ahora como ya hay mas medios de comunicación y más transporte, la gente ya no se queda en Chilapa porque ya puede regresar a su casa, y ya no hay mesones.

En la actualidad, los fabriqueros de mezcal entregan su mezcal a algún expendio en Chilapa, sea tienda de la esquina o pozolería, o bien, a clientes fijos.

En la siguiente tabla se describe el comercio de mezcal de La Esperanza con las comunidades vecinas.

<b>Vende mezcal</b>	<b>Compra mezcal</b>	<b>Precio</b>	<b>Fabrica (hay)</b>
La Esperanza	Tlalixtlahuacán		La Esperanza
La Esperanza	Lejos del rumbo	\$35 y \$40 litro	
La Esperanza	Santa Catarina		
La Esperanza	Santa Cruz		
La Esperanza	Zitlala		
La Esperanza	Acatlán		
La Esperanza	Xocoyolzintla		
La Esperanza	Xicotlán		
La Esperanza	La Esperanza		

El precio del mezcal puro en la temporada 2002 fue de \$40.00/lt. La demanda es tal cada año que para noviembre-diciembre ya no queda mezcal para la venta. En la región se producen unos 60,000 lts por temporada (febrero a mayo).

El Tecuán compró a \$20.00/lt y el mezcal de mala calidad se vendió entre \$12 y \$20

#### 4. La regulación como impedimento para el aprovechamiento del producto

### 5. Hipótesis de éxito y fracaso en la comercialización de dicho producto

#### Hipotesis 1

Los productores de mezcal en una comunidad son pocos- 2-5, y lo son no solo porque lo saben hacer (es un oficio que lleva muchos años aprender) sino tambien porque han tenido los medios para comprar la infraestructura requerida que no es barata. Por lo tanto en este caso se rechaza la hipotesis 1. Los productores de mezcal no son los más pobres y con esta actividad logran capitalizarse, aunque sea lo suficiente para no tener que migrar

#### Hipotesis 2

Tambien se rechaza. La recolección de maguey y producción y comercialización de mezcal son, hasta ahora, actividades que realizan los hombres.

#### Ho3

Se acepta. La sobreexplotación ha llevado al agotamiento del recurso en algunas comunidades y a establecer un ambicioso programa regional de producción de planta y reforestación.

Ho 4

No se ha visto esto. La gestión de los bienes comunes es una práctica arraigada en La Esperanza. Es deseo de ellos mantener el beneficio común pero es muy pronto para saber si la comercialización ampliada lo fortalecerá o debilitará.

**H5**

El mercado local y regional es muy vigoroso. La demanda es grande y constante y las redes de comercialización están bien establecidas desde hace muchos años. La comunicación entre ellos es buena y se puede decir que la comercialización es muy exitosa. No tenemos aun elementos para hablar de comercialización a otros niveles.

Ho6

El ingreso bruto es un poco mayor que los costos de elaboración de mezcal- hay una ganancia de unos \$3 a \$8 por litro, dependiendo de la experiencia del maestro mezcalero, de la calidad de su materia prima, del cuidado que ponga en su trabajo y de su habilidad para mejorar su precio final.

La distribución de las ganancias es relativamente equitativa, aunque no se valora el precio real de la materia prima, el maguey y la leña (sobre todo la leña). Los ingresos a la Asamblea son usados para obra social, por lo que el beneficio es para todos. Las mayores ganancias las obtienen los acopiadores de segundo nivel.

La oferta regional es de unos 60,000 lts por año. De la Esperanza salen unos 5,000. En 2002 se vendió a \$40.00/lit. La demanda es mayor que la oferta, puesto que cada año, hacia noviembre hay gran escasez de la bebida. La demanda es tal que se está agotando rápidamente el recurso. Afortunadamente existe el programa de reforestación que mitiga esta situación.

Pueden obtener crédito entre sus amigos o los prestamistas locales, pero los intereses suelen ser altos.

El precio ha venido aumentando constantemente cada año durante los últimos 7 años al menos. En 1997 se pagaba a \$15 /lit; en 2002 a \$40. Hacia finales de la temporada los mejores mezcales ya estaban en \$50, lo que, a decir de la gente, sienta el precedente general para 2003. Algunos lograron vender hasta a \$90 el lit. A compradores de fuera que valoran la calidad del producto.

Generalmente se paga en efectivo a lo largo de la cadena.

Las instituciones oficiales no han jugado ningún rol excepto en el caso de Tecuán, envasadora semiestatal que paga a \$20 el lit