

Capítulo II

Marco teórico

CAPÍTULO II

2.1 ¿Qué es el tequila?

De acuerdo con el Consejo Regulador del Tequila (2003), la Norma Oficial Mexicana define a el tequila de la siguiente manera: es una bebida alcohólica regional, elaborada mediante la destilación del mosto fermentado que se obtiene del corazón de la planta conocida como "agave azul tequilana weber". Bebida que obtiene su nombre de la región del estado de Jalisco llamada Tequila.

2.2 Historia del tequila

El tequila surge del encuentro de dos culturas: por un lado los mexicas aprendieron que, del agave fermentado se obtenía una bebida fuerte, por otro lado los españoles introdujeron la técnica de la destilación, así como nuevos métodos para el proceso de elaboración de vinos y licores (De Lima, 1990).

Durante muchos años el tequila se conoció como **vino mezcal** o **mezcal tequila**, ya que mezcal era uno de los nombres del agave.

Menciona Ruy (1998), que en el año de 1600 llegó a la región de Tequila el señor Pedro de Tagle, marqués de Altamira y caballero de la orden de Calatrava, quien estableció la primera fábrica de vino mezcal en Nueva Galicia, hoy Guadalajara y fue el pimer productor en hacer una escala mayor de vino mezcal, y se le consideró “el padre del tequila”.

En el año 1621, en Nueva Galicia y Nueva España se dictan prohibiciones contra la fabricación de alcohol, lo que afecta al vino mezcal. La razón fundamental de estas prohibiciones, era que el poder colonial quería favorecer las importaciones de España de vinos y otras bebidas alcohólicas, y debido a esto el vino mezcal se elaboró en forma clandestina (Ruy, 1998).

Es en el siglo XVII cuando el vino mezcal alcanzó un volumen de producción, y el gobierno opta por autorizar el comercio de éste. Se establecen tiendas específicas para la venta de vino mezcal, con lo que se incrementaron los ingresos del estado colonial y con estos recursos se realizaban trabajos públicos y otras inversiones, con lo que el vino mezcal ganó prestigio.

En el siglo XVIII se abre un nuevo puerto en San Blas, Nayarit, que será importante para el transporte de vino mezcal de las nuevas colonias españolas en el nor-oeste en México. Por otro lado la demanda de vino mezcal crecía en la ciudad de México.

En 1758, José Antonio Cuervo recibió los derechos del rey de España para desarrollar la plantación de agave y producir destilados en Jalisco, además fue el primer industrial en envasar el vino mezcal en botellas de vidrio. Esta bebida, poco a poco fue cambiando su nombre de vino mezcal hasta simplemente nombrarse tequila (Fernández, 1993).

Más tarde en el gobierno de Porfirio Díaz, la producción de tequila vuelve a caer debido a que se da una preferencia al gusto por lo europeo entre la sociedad privilegiada, y por ello bebidas francesas como el Coñac y el Champagña eran codiciadas y sólo la clase social baja consumía tequila.

La Revolución Mexicana fue la que dio un nuevo impulso al tequila, con el derrocamiento de Porfirio Díaz, finaliza la preferencia hacia lo europeo. México cambio

hacia otras direcciones de acuerdo a sus propias costumbres y cultura para reforzar su identidad y nacionalismo. De esta manera consumir tequila se convirtió en un gusto nacional por la bebida, como lo menciona en su obra Monsiváis (1998).

En 1906 varios productores comenzaron a envasar el tequila y a venderlo en botellas de vidrio, contrario a la costumbre de transportarlo y venderlo en barriles.

Entre 1910 y 1940 la industria tequilera entro en crisis, debido a que la infraestructura industrial resultó afectada por los conflictos políticos, los levantamientos armados entre los años 1910 a 1917 y las reformas agrarias de 1930. Por consiguiente, la cantidad de agave disminuye en gran cantidad (Tapia, 1993).

A principios de la Segunda Guerra Mundial (1940), se suscitó una ligera recuperación en el incremento de la demanda del tequila, el cual suplió al whisky, ya que éste dejaría de llegar a Estados Unidos y la exportación del tequila alcanza niveles sorprendentes.

La década de los treinta fue difícil para la mayoría de productores de tequila, debido a que muchos terrenos fueron afectados por el reparto de tierras durante el gobierno del presidente Lázaro Cárdenas (1934-1940) y los cultivos de agave sólo cubrían un treinta y cinco por ciento de lo que se tenía diez años antes, según Tapia (1993). Aunque fue una etapa difícil, el tequila vivió un pequeño crecimiento cuando se da el auge petrolero, que propicia un considerable incremento en las ventas y consumo de tequila.

2.2.1 El cine y el tequila

Después de la Revolución Mexicana, la radio, el tocadiscos, pero particularmente el cine ayudaron en la formación de la imagen del tequila como símbolo nacional, debido a las

películas que surgieron durante la época de oro del cine mexicano entre 1930 y 1940. La primera película que llegó a tener éxito internacional fue “*Allá en el Rancho Grande*”, en ella, se desarrolló el tipo ideal del ganadero, sembrador de maíz y el cultivador del agave: hombres a caballo que encontraron su expresión natural en la charrería, su música en el mariachi y su bebida en el tequila. Eran hombres impetuosos y valientes, por lo que muchos mexicanos se identificaron de inmediato con esta imagen ideal.

Después surgieron en México otras películas que popularizaron al mariachi, el tequila, y al macho mexicano. El éxito fue tal, que los turistas extranjeros llegaban a México esperando encontrarse con mariachis que tocaran en cada rincón del país vestidos de charros y oliendo a tequila (García, 1988); considerando al tequila como una bebida de consumo regional para las clases populares.

2.3 Materia prima del tequila: agave azul tequilana weber

El origen del agave ocurrió en las tierras mesoamericanas, después de la Conquista. Cuando los españoles empezaron a colonizar las regiones del norte como Durango y Saltillo, se llevaron a trabajadores, campesinos y traductores nahuatl. Los campesinos llevaron el agave con ellos y establecieron la cultura del *pulque*. Así se inicia la difusión del cultivo del agave.

En el siglo XIX, el agave se volvió popular en Europa, por sus fines ornamentales en jardines públicos y privados (Velazco, 2003). En el norte de Europa su cultura fue limitada, a consecuencia de los climas fríos.

Los métodos de cultura del agave, así como la aceptación de la fibra, la selección y variedad de formas, han sido desarrolladas en diferentes regiones, de acuerdo al medio ambiente de la región y los recursos de trabajos disponibles.

La planta utilizada para la elaboración del tequila es el agave azul tequilana weber, en honor al alemán Frank Weber, quién descubrió la especie en 1902 (Frías, 2000). La planta pertenece a la familia de las *agavaceae* y es una de las 136 especies de plantas de agave que crecen en México. Se caracteriza por el color azul de sus hojas que miden alrededor de 1.25 metros de largo y 10 centímetros de ancho.

El periodo de crecimiento del agave azul es muy prolongado, oscila entre ocho a doce años, por lo tanto no puede ser utilizado óptimamente para la elaboración del tequila sino al cabo de su madurez (Tapia, 1993). Sin embargo una vez que lo ha alcanzado, puede permanecer en el campo sin deterioro significativo de su calidad hasta un año.

El agave azul tequilana weber se desarrolla en suelos de origen volcánico. No requiere de una gran cantidad de humedad para su desarrollo, necesita de un periodo seco para incrementar su concentración de azúcares. Ésta es una planta que, necesita supervisión, de la aplicación de fertilizantes, limpieza de cultivo, ausencia de plagas y enfermedades.

Los elementos importantes que constituyen al agave azul son: fibras, azúcares, sales minerales y agua.

2.4 Elaboración del tequila

2.4.1 Cosecha o jima

La elaboración del tequila comienza con la cosecha o jima del gave azul tequilana weber. Durante este largo tiempo se trabaja en el mantenimiento del cultivo y cuando el agave tiene entre seis y doce años, éste florece y se hace el *desquiate*, que consiste en cortar la flor del agave para que no pierda sus azúcares.

Cuando las pencas azules del agave comienzan a tener manchas rojas o cafés, se le considera maduro y entonces es el momento de cosechar. La labor de la cosecha se llama *jima*, y está a cargo de un *jimador*, que es la persona encargada de la cosecha del agave, quien corta las hojas del agave y separa la piña, que es una bola formada de tejidos fibrosos, conocida también como corazón, de la planta.

Las piñas grandes son partidas a la mitad o en tres partes, con el objeto de obtener mayor hidrólisis de los azúcares y las pequeñas piñas se dejan como están. Las piñas son colocadas en un horno, en donde inicia el proceso de elaboración del tequila, con la cocción (Murria, 1996).

El peso promedio de la piña es de 48 kilos, aunque llega a pesar hasta 75 kilos. Una piña que pesa alrededor de 70 kilos, da aproximadamente 10 litros de tequila puro con 55 grados de alcohol.

2.4.2 Cocción

Las piñas son colocadas en el horno de mampostería (método antiguo en hornos de piedra) o autoclaves (aparato a base de presión y vapor, que realiza la cocción de piñas del

agave y que sustituyó a los tradicionales hornos de mampostería, acelerando el cocimiento del agave). La temperatura de cocción es de 80 a 95 grados *celsius*. Al terminar el cocimiento, el agave adquiere un color pardo y un sabor dulce como caramelo, a través del cocimiento las fibras se hacen mas blandas (Monsiváis, 1998).

2.4.3 Molienda y trituración

Concluido el cocimiento, el agave permanece en reposo durante unos días para que se escurran las mieles y posteriormente se inicia la molienda de las piñas, la cual tiene como objetivo desmenuzar las piñas para extraer los jugos, de ahí se obtiene el mosto para la fermentación.

Antiguamente las piñas se desmenuzaban a fuerza de golpes de mazos, después se introdujo el sistema de la tahona, que es un molino formado por una gran piedra redonda movida por tracción que muele el agave cocido. Actualmente las piñas se desmenuzan mediante una desgarradora (Flores, 1999).

2.4.4 Fermentación

Después de exprimir el jugo de agave, se le agrega levadura (microorganismos responsables del proceso de fermentación), y en algunos casos azúcares. Este jugo de agave se deja fermentar en tanques aproximadamente seis días, que más tarde se convierten en alcohol etílico.

2.4.5 Destilación

Después de la fermentación se destila el mosto dos veces en alambiques de cobre (aparatos para realizar la destilación de mostos fermentados), y el producto terminado es el tequila. La primera destilación se llama destrozamiento, que se hace a un 45 ó 55 % de alcohol y la segunda se denomina rectificación, que se hace a un 75 % de alcohol (Monsiváis, 1998).

Por último, se añade agua destilada al producto terminado para ajustar el grado de alcohol a 38 o 40 grados y se filtra el tequila.

2.4.6 Maduración

El tequila se traslada a tanques para su almacenamiento momentáneo o para su maduración, dependiendo del tipo y la marca, para finalmente ser envasado, etiquetado y distribuido. El tequila destinado a madurar se coloca en un almacén o bodega, donde permanece por un término mínimo de dos meses y máximo de tres años.

El Consejo Regulador del Tequila (2003), establece que un tequila que va a madurar más de un año debe reposar en barriles de madera .

El proceso total de producción está bajo la vigilancia del Consejo Regulador del Tequila, lo que representa una garantía de la calidad del producto.

2.5 Tipos de tequila

El proceso de elaboración es el mismo para todos los tipos de tequilas, el tiempo de reposo, el tipo de barrica y el volumen de la barrica dependen de las características del tequila que se va a obtener y la marca con que éste se comercialize.

La Academia Mexicana del Tequila, A.C. (2003) clasifica al tequila en cuatro tipos:

Tequila blanco: se envasa inmediatamente después de su destilación, se almacena por no más de un mes. El tequila blanco es de color cristalino, con un sabor fuerte (de elevada graduación alcohólica).

Tequila joven, oro, especial o abocado: se almacena por menos de 60 días en barricas de madera y posee un color dorado.

Tequila reposado: debe permanecer en barricas de madera de roble blanco, por más de 60 días, el proceso de reposo puede durar hasta un año. Tiene un color amarillo claro y un sabor más suave que el blanco.

Tequila añejo: es el que ha madurado en barricas de roble o encino durante un año por lo menos, su sabor es aún mas suave que el tequila reposado, tiene un color ámbar muy tenue.

2.5.1 Categorías del tequila

De acuerdo al porcentaje de los azúcares provenientes del agave que se utilicen en la elaboración del tequila, éste se puede clasificar en las categorías siguientes: **tequila 100% puro de agave y tequila mixto**.

Hasta 1964 sólo se permitía destilar tequila 100% puro de agave, pero en ese mismo año las autoridades permitieron que un 30% de los azúcares requeridos pudieran ser de caña

de azúcar, maíz, remolacha o piloncillo, esto por que en ese tiempo disminuyó de manera notoria el cultivo de agaves. Mas tarde, en 1970 las autoridades permitieron que el 49% de tequila pudiera contener azúcares ajenos y el restante 51% proviniera del agave azul tequilana weber (Consejo Regulador del Tequila, 2003).

Tequila 100% puro de agave: es el tequila que no permite la adición de otro tipo de azúcares, sólo los que proceden del agave azul.

Tequila que no es 100% de agave: suele llamársele mixto, que es el tequila elaborado con 51% de azúcares del agave azul y 49% de otros azúcares.

2.6 Principales Organizaciones de la Industria Tequilera

Con el fin de asegurar la calidad del tequila, se han creado organizaciones para el control de la bebida, las más importantes son: la Cámara Nacional de la Industria Tequilera (CNIT) y el Consejo Regulador del Tequila (CRT).

La Cámara Nacional de la Industria Tequilera, CNIT, fue fundada en 1959, que reúne a todos los productores importantes del tequila. Sus objetivos principales son: representar y defender los intereses generales de la industria tequilera, ser el órgano de consulta y colaboración del estado para el diseño y ejecución de políticas, programas e instrumentos que faciliten la expansión de la actividad económica, y promover las actividades de las empresas afiliadas.

Otras tareas de la Cámara son: difundir, promover, cuidar y defender la imagen y el prestigio del tequila; combatir por los medios legales en colaboración con las autoridades, la adulteración y la falsificación de tequilas (Ruy, 1998).

El Consejo Regulador del Tequila, CRT, A.C., es una organización del sector privado que fue fundado en el año 1994 con fines no lucrativos que tiene un alcance nacional e internacional.

Entre los objetivos del Consejo Regulador del Tequila, se encuentran: comprobar que productores y envasadores cumplan con las normas de calidad establecida por la Norma Oficial Mexicana (NOM), garantizar al consumidor la autenticidad del producto y proporcionar información oportuna y veraz a productores de agave, industriales tequileros, proveedores de insumos, autoridades y público en general.

Algunas de las funciones del Consejo Regulador del Tequila son: visitar a los productores una o dos veces al mes, en donde verifica todo el proceso de elaboración del tequila, además tiene la facultad de sancionar a los productores de tequila que no cumplan con la NOM, vigila y protege la denominación de origen, tanto en México como en el extranjero (García, 1994).

2.7 Denominación de Origen del Tequila

La denominación de origen significa que sólo puede ser denominado como tal; un producto con un origen geográfico y materia prima particulares. La Denominación de Origen del Tequila garantiza la procedencia del tequila, su procesamiento y destilación, y otorga al producto una protección legal contra la competencia desleal.

En 1944, el nombre de “tequila” fue reconocido oficialmente como una denominación de origen en México. En enero de 1995, con el tratado de Libre Comercio con Estados Unidos de América y Canadá, se otorga a México el reconocimiento de la denominación de origen para el tequila. Posteriormente el 27 de mayo de 1997, la Unión Europea otorga el

reconocimiento y la protección a las denominaciones en el sector de bebidas espirituosas, entre las que se encuentran el mezcal y el tequila (Academia Mexicana del Tequila, 2003).

La zona geográfica de la Denominación de Origen del Tequila comprende todos los municipios del Estado de Jalisco (ciento veinte y cuatro municipios), así como los municipios de estados colindantes, como Guanajuato (siete municipios), Michoacán (treinta municipios), Nayarit (ocho municipios) y Tamaulipas (once municipios) (Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, 2001); (Cámara Nacional de la Industria Tequilera, 2003).

2.8 Normatividad: Norma Oficial Mexicana del tequila

Las normas se elaboran con el fin de establecer las condiciones, características y/o especificaciones de calidad de sistemas, procesos, productos o servicios, establecer clasificaciones, la determinación de información comercial y los apoyos a las denominaciones de origen, entre otras, por lo anterior, el gobierno mexicano establece una Norma Oficial Mexicana (NOM) NOM-006-SCFI-1994, que se aplica a la bebida alcohólica sujeta al proceso con agaves de la especie tequilana weber, variedad azul, cuyo objetivo es el de establecer las características y especificaciones que deben cumplir los usuarios autorizados para producir, envasar y/o comercializar tequila.

La NOM (2003), establece que la bebida tequila sólo puede ser tal, si cumple los siguientes requisitos: el agave que se utilice como materia prima para la elaboración de tequila, debe ser maduro, de la especie tequilana weber, variedad azul, y haber sido cultivado en la región geográfica que se establece en la denominación de origen; para su dilución debe ser usada agua potable destilada o demineralizada (desionizada), contener un

mínimo de 38% y un máximo de 55% en la graduación alcohólica, debe ser enriquecido por otros azúcares hasta en una proporción no mayor de 49% para el tequila mixto, el producto que ostente la leyenda tequila 100% puro de agave debe ser embotellado en la planta de envasado del propio fabricante dentro de la zona de denominación de origen, en caso del tequila reposado, el producto debe dejarse en recipientes de madera de roble o encino por lo menos dos meses. Para el tequila añejo el proceso de maduración debe durar por lo menos, un año en recipientes de madera de roble o encino, cuya capacidad máxima sea de 600 litros. En cualquiera de sus modalidades el producto envasado de origen debe portar en su etiqueta en forma obligatoria la siguiente información: la palabra “tequila”, marca, tipo del tequila, categoría, NOM, razón social del fabricante, domicilio, la frase “Hecho en México”, la leyenda precautoria y la lotificación del producto. El tipo de envase también es importante, se permite usar envases de vidrio, cartón laminado, aluminio, acero inoxidable, pero nunca madera o cerámica.

Otro requisito que marca la Norma Oficial Mexicana es: prohibir la reventa a granel de tequila tanto en el mercado nacional, como en el internacional (Quintanilla, 1997).

2.9 Producción y auge del tequila

Según datos del Consejo Regulador del Tequila (2003), y la Cámara Nacional de la Industria Tequilera (2002), las producciones de tequila de los años, 1995, 1997, 1999, y 2002, se consideran de mayor relevancia y mostraron las siguientes cifras de producción: en 1995, la producción de tequila fue de 88.7 millones de litros, de los cuales el 67% se destino a la exportación y sólo el 33% al mercado nacional.

Para 1997, la producción de tequila fue de 156 millones de litros, representando un 54% para las exportaciones y un 46% para el mercado interno, y en 1999, la producción marcó una cifra bastante notoria, al producirse 190.6 millones de litros, de los cuales, el 49% fue para el mercado nacional y el 51% para comercializarse en el exterior. El año pasado la producción fue de 141 millones de litros, representando un 38% para el consumo nacional y el restante 62%, para exportar. Ambas organizaciones coinciden en que, el mayor nivel de producción del tequila fue en el año 1999, tanto para el tequila 100% puro de agave y para el tequila mixto.

En 1999, el mercado nacional, según Orozco (2003), muestra que las tres compañías con mayor posicionamiento fueron: tequila Cuervo con 19.06%, tequila Sauza con 14.6% y tequila Herradura con 7.97%.

Las exportaciones totales de tequila indican, (CRT, 2003) el 82.53% para Estados Unidos, para Alemania el 3.56%, Holanda con 2.20%, Gran Bretaña el 1.44%, Francia 1.06%, Japón 0.94% y otros países un 8.26%.

En ese mismo año, el gusto por el tequila creció en México, que los productores no se daban abasto para surtir los pedidos, es entonces, cuando se empeñaron por lograr la excelencia de la bebida, comenzaron a dar una plataforma más sólida al producto, mejorando su imagen y proporcionando información del mismo (Romero, 2001).

Por otro lado, el consumidor se enfocó hacia los tequilas de mayor precio, esto es, hacia los reposados y añejos, y la bebida espirituosa tuvo un marcado crecimiento en su consumo y producción. A este crecimiento se le denominó el **auge del tequila**. Este auge, se explica, en el momento en que por la crisis económica de 1994, los consumidores dejan a un lado el consumo de aguardientes extranjeros y buscan los nacionales.

2.10 Crisis en la industria tequilera

El gran incremento de la demanda provocó crisis en la industria tequilera. Esto es, los productores no se daban abasto para surtir los pedidos y fue cuando cualquier comercializador colocaba en el país como en el extranjero marcas de tequila, sin contar con fábrica propia. Este incremento también afectó a los cultivos de agave azul tequilana weber, que constituiría la causa principal de la crisis en la industria tequilera. Con menos agave azul, el efecto fue inmediato encareciendo el precio de este insumo. A esta situación se conjuntó, el incremento del Impuesto Especial por Producción y Servicios (IEPS) decretado por la Secretaría de Hacienda para el tequila, la bebida paga gravámenes muy superiores a cualquier bebida alcohólica (Romero, 2001) y el precio del tequila se colocó fuera del alcance de los consumidores.

La causa principal de la crisis de la industria del tequila, se debió a la escasez del agave azul tequilana weber a finales de 1999, provocada por una sobre-demanda de la bebida tanto a nivel nacional, como de exportación. La situación se acentuó al detectarse al agave una bacteria llamada *Erwina Cartova* y el hongo *Fusarium Oxysporum*, siendo los causantes de provocar la pudrición del agave azul, matando sin remedio a la planta. Esta situación se debió a una actividad agrícola intensa, a un inadecuado sistema de fertilización del suelo y la falta de un control de plagas, así como el crecimiento acelerado de la industria, sin contar con las suficientes reservas de materia prima para abastecerlas.

Otra causa que enfrenta la industria tequilera, es: la competencia desleal con productos que utilizan la palabra tequila en su etiqueta, y que no lo son. Estos productos se venden en licorerías de dudoso prestigio y en realidad tienen aguardiente o alcohol etílico diluido y coloreado (Rico, 1998).

Otra forma de competencia desleal es la falsificación del tequila. Los autores de esta falsificación, suelen recuperar botellas de las marcas más prestigiadas o demandadas, para luego rellenarlas con cualquier alcohol y venderlas a bajo costo en el mercado informal.

Las falsificaciones de tequila son materia que rebasa la jurisdicción del CRT, el organismo no puede ejercer ningún control sobre esas bebidas de dudosa procedencia. Por otra parte, la Denominación de Origen del Tequila es una ventaja competitiva que no se ha explotado en todo su potencial (De Lima, 1999).

El Consejo Regulador del Tequila (2003) sostiene, que en Estados Unidos hay más de 130 marcas y 4,200 etiquetas falsas de tequila, las cuales ponen en riesgo la denominación de origen y que hay capitalistas japoneses hasta españoles, que han ingresado a este negocio que se incrementa cada vez más.

La venta de tequila a granel, propicia otra competencia desleal y como consecuencia la adulteración de la bebida, confundiendo al consumidor acerca de la calidad de la misma (Orozco, 2000).

La falta de agave y las falsificaciones no son los únicos problemas del tequila, sostiene Orozco (2000), es decir, a la industria tequilera siempre se le ha aplicado el Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS), aplicable a las bebidas alcohólicas y que a través del tiempo ha sufrido diversas modificaciones.

La industria tequilera siempre ha trabajado para que se reduzca el IEPS, que en el caso del tequila es más alto para el añejo, seguido por el reposado y el tequila joven, y más bajo para el blanco.

En 1998, el IEPS era un impuesto *ad valorem*, es decir, todos los integrantes de la cadena de producción del tequila lo pagaban. En 1999 se modificó la Ley, porque la mecánica del impuesto propiciaba la evasión. Las reformas de 1999 y de 2000, agravaron

el problema, ya que el productor tenía que pagar sobre el precio final de venta al consumidor hasta el 100% de IEPS y trasladárselo como costo a sus distribuidores.

Para industriales y consumidores, el IEPS se traduce en un incremento al precio al consumidor y un menor flujo de efectivo para la industria; además, de una fuente de financiamiento para el gobierno federal (Orozco, 2000).

Las modificaciones al IEPS en relación a la industria tequilera, no han sido nada favorables para impulsar la producción y consumo del tequila.

2.11 Tendencia en el consumo del tequila

Feliz Buñuelos, fundador de la marca Cazadores, reconoce que la crisis de abastecimiento de agave ha afectado el costo en la producción de tequila. El precio del agave azul aumento de 70 centavos en 1999, a 15 pesos en el primer semestre del 2003 (CNIT, 2003); ese desmedido incremento en el precio del agave azul tuvo dos consecuencias: por un lado limitar la elaboración de tequila, y el otro provocar un incremento en el precio de la bebida, por lo que el mercado de este destilado se vio amenazado por otros productos como el ron, brandy e incluso el whisky. En 1999, el consumo de tequila en el mercado interno representó un 37% y para el 2000, disminuyó a un 35%, según fuentes del CNIT.

El incremento en el precio del tequila, que se dio a partir del 2001, cambia las preferencias de los consumidores según González, (2001). De igual manera lo reitera el director de Herradura, Ramón Valdés, aseverando que por el incremento en el precio del tequila, éste pierde mercado ante productos como el brandy, ron y whisky. La tendencia en

el consumo se está rigiendo por el nivel económico de los clientes, inclinándose a bebidas mas baratas (Orozco, 2003).

La Consultora AC Nielsen, empresa que realiza estudios en tiendas de autoservicio y licorerías estimo que el consumo de bebidas en el año 2000, el tequila registró el 35.3% del mercado nacional, el brandy un 29.3%, el ron con 29.1%, vodka con 4.4%, y 1.9% de whisky. Para Junio del 2001, Consultora AC Nielsen informa un descenso de 14.5% en el consumo de licores legales de alta graduación (es decir, los producidos por compañías autorizadas), indicando que el tequila disminuyó su consumo a 24%, el brandy 29%, el vodka 4%, ron 27% y otros 16% (Romero, 2001).

El Consejo Regulador del Tequila, con la ayuda de una consultoría internacional, señalaron que el año pasado, el tequila representó un 21% del mercado nacional, el ron 28%, el vodka 4%, brandy 31%, y otros el 16%. Esto indica que el tequila se vio desplazado por el brandy en primer lugar, el ron en segundo término y el tequila se colocó en la tercera posición (CRT, 2003).

Por otro lado, recientemente, las mujeres han tenido una importante participación en el aumento de las ventas de tequila, consumiendo principalmente tequila mezclado, según menciona Eduardo Rodríguez, gerente de Proyectos Especiales de la empresa José Cuervo (Romero, 2001). Debido a esto, algunos productores de tequila han refinado su producto mediante el proceso de destilación, y marcas como: Tequila Sauza Conmemorativo (añejo), Jimador (reposado), Don Julio (reposado), y Mamá Pita (para su venta en Estados Unidos), son ejemplos de ello.

Francisco Hajnal Alfaro, gerente de Difusión Técnica y Cultural de Tequila José Cuervo, afirma que el consumo de tequila se reparte en partes iguales entre hombres y mujeres y añade que en los últimos años las mujeres han incrementado su consumo de

alcohol, porque han ido desapareciendo los prejuicios de que el consumo de alcohol sólo pertenece a los hombres (González, 2001). Aunque no hay datos cuantitativos que sustenten el consumo de tequila de las mujeres en el mercado nacional, lo cierto es que los productores de tequila han hecho más accesible este destilado.

Palabras clave: TEQUILA, HISTORIA DEL TEQUILA, EL CINE Y EL TEQUILA, ELABORACIÓN DEL TEQUILA, TIPOS DE TEQUILA, CATEGORÍAS DE TEQUILA, NOM, DENOMINACIÓN DE ORIGEN DEL TEQUILA, CRISIS DE LA INDUSTRIA TEQUILERA EN EL 2003, CONSUMO DE TEQUILA.