

CONCLUSIONES

La hipótesis principal de esta tesis se comprobó al determinar que la actividad comercial basada en el mezcal en el estado de Oaxaca representa una alternativa viable para impulsar el desarrollo de la región. Esto se demuestra al tomar en cuenta que existen por lo menos 25,000 familias que dependen del cultivo y aprovechamiento del agave en Oaxaca. Para 1998 existían 500 palenques en operación y actualmente se reconocen a 60 marcas de mezcal en el mercado. Todo ello implica que tanto el sector agrícola, como el industrial oaxaqueños están vinculados con el mezcal, y que, al impulsar esta industria, se puede lograr un crecimiento económico mayor en la región que se traduzca en desarrollo.

Asimismo, es posible determinar que el sector exportador del mezcal, y sobre todo en el mercado de la Unión Europea, tiene gran potencial de expansión. Esto debido a que las características físicas e intrínsecas de este producto le proporcionan ventajas para hacerlo. Una de ellas es que las condiciones naturales de la región permiten una extensa variedad edafológica que enriquece las características organolépticas del mezcal. El mercado europeo ha demostrado apreciar productos exóticos de importación en cuanto a bebidas alcohólicas se trata y esto representa una oportunidad para el mezcal en su mercado.

Otra de las características del mezcal es su producción artesanal. Este elemento lo hace atractivo tomando en cuenta que el cultivo del agave es orgánico y que su elaboración conlleva valores culturales apreciados por mercados como el europeo.

Respecto a los objetivos de la investigación es necesario decir que fueron cumplidos la mayoría de ellos. En el capítulo I se localizó la “Región del Mezcal” que

abarca los distritos de Sola de Vega, Miahuatlán, Yautepec, Ejutla, Ocotlán, Zimatlán y el municipio de Santiago Matatlán Tlacolula. En ellos se detectó que uno de los problemas que presentan es la migración de su gente y que son entidades de muy alta marginación que no alcanzan por lo menos a llegar al promedio nacional de escolaridad.

El proceso de producción y comercialización del mezcal también fue analizado y se determinó que la distribución de las ganancias en la cadena productiva del mezcal es desigual. La mayor parte de las ganancias se las lleva el envasador o comercializador y que los productores de maguey no alcanzan a cubrir sus necesidades con lo que perciben por esta actividad, para ellos representa más un ahorro o inversión que la totalidad de sus ingresos. Asimismo fue posible conocer las características principales del proceso y constatar la importancia cultural que representa el proceso de producción no-tecnificado. A su vez, esto proporciona una ventaja comparativa del mezcal frente a otras bebidas nacionales e internacionales.

En lo que respecta a la integración de la industria del mezcal, me gustaría señalar que en todos sus sectores la desunión es el común denominador encontrado, lo que ocasiona el estancamiento de esta actividad. Se provoca la duplicación de esfuerzos o que no se llegue a una meta común al estar preocupados cada quien por su sector y por sus marcas. Esto se refleja también en la existencia de diversos organismos en los que se agrupan los diferentes actores de la cadena productiva del mezcal, sin que uno solo logre coordinar las fuerzas de ésta que podría ser una pujante industria.

En el capítulo II se estudió el sector exportador. Se determinó su proceso y los beneficios y costos que acarrea para la economía nacional, en general son mayores los puntos positivos que tiene la exportación para el desarrollo económico de los países.

Respecto al proceso específico del mezcal, se detectó que uno de los problemas que entorpecen el desarrollo de esta actividad es la obtención, en territorio nacional, de todos los requisitos y certificaciones para esta bebida espirituosa.

Además, no se cuenta con todas las dependencias fundamentales para la agilización de los trámites, específicamente el Consejo Regulador de la Calidad del Mezcal aún no se encuentra certificado (aunque posiblemente en este año se logre, aún no se ha hecho), lo que impide que este organismo a su vez certifique las pruebas del mezcal y deban enviarse a Guadalajara al Consejo Regulador del Tequila, lo que atrasa toda la actividad y desvía esfuerzos para esta actividad.

Una alternativa que encuentro para agilizar los trámites e impulsar la exportación del mezcal es la apertura de una oficina o un módulo específico que proporcione información al posible exportador de mezcal, atienda las solicitudes y ayude a la realización de los trámites solicitados por diversas dependencias. Esto apoyaría el desarrollo del sector exportador del mezcal, sobre todo para los pequeños productores y contribuiría en tener un mayor control de las empresas de este sector, lo que podría contribuir a la unión del sector mezcalero.

Asimismo, otro de los problemas que presenta el mezcal para los mercados internacionales es que el volumen de su producción es muy irregular. Una de las soluciones que se encuentra para este punto es la unión de varias empresas mezcaleras para satisfacer grandes pedidos. De la misma forma, sugiero que se promueva al mezcal como producto exclusivo y que se apoye la reclasificación de los tipos de mezcal como la que sugiere Ulises Torrentera, en su libro *Mezcalaria* o el Ing. Quiroz Márquez, representante de la Asociación de Magueyeros. Lo anterior pienso que contribuiría a un

mejor reconocimiento de la variedad del producto sobre todo en los mercados internacionales en los que se llega a confundir todavía productos como mezcal y tequila.

Durante el análisis de la exportación del mezcal me fue posible comprobar el poco control que se tiene tanto en el registro de empresas productoras y exportadoras de mezcal, como de las cifras de exportación que es muy difícil encontrar. Basada en los datos que obtuve pude determinar que este sector ha sido muy irregular a lo largo de las décadas. El mayor mercado internacional para el mezcal es el de los Estados Unidos, sin embargo Europa y Asia representan mercados con gran potencial y América Latina ha sido un sector que se ha dejado a la deriva pero que es un punto importante para la expansión de la exportación del mezcal.

El capítulo III trata específicamente el caso de la exportación del mezcal a la Unión Europea. En principio, descubrí que la relación comercial México-Unión Europea actualmente está dirigida por el Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación firmado por las dos partes en el año 2000. Antes de eso, la relación se encontraba desatendida. Esto a pesar de que la Unión Europea ha sido el segundo socio comercial más importante para México, ya que en sus mejores años no llegó a representar más del 20% del comercio total de México. La firma del Acuerdo Global significó la intensificación de las relaciones. Esto es un paso adelante en la diversificación de las relaciones de México, lo que ayuda a disipar los peligros de tener una economía tan atada a los Estados Unidos.

Respecto a las exportaciones del mezcal a la Unión Europea, se encontró que habían disminuido después de un boom que tuvieron en 1997. Sin embargo, al analizar la normatividad de la Unión Europea para las exportaciones del mezcal, se descubrieron

varias ventajas que ofrece esta zona. En primer lugar está el reconocimiento de la denominación de origen del mezcal y un acuerdo sobre bebidas espirituosas firmado entre México y la Unión Europea. Estos dos instrumentos apoyan las exportaciones del mezcal a la Unión Europea ya que se reconocen sus características y originalidad. Además se elimina la competencia de posibles imitadores internacionales de este producto, protegiéndose la integridad del mismo.

El Tratado de Libre Comercio México-Unión Europea proporciona ventajas arancelarias al mezcal en territorio europeo, ya que este producto actualmente cuenta con tasa 0. Lo que si debe considerarse son los estrictos controles tanto higiénicos como de calidad que maneja este mercado. Sin embargo, al adaptar el mezcal a estas condiciones estará mejorando todas sus características, así que es otro punto positivo de este mercado. Además, ya se han llevado a cabo proyectos de mejoramiento de las condiciones de producción del mezcal oaxaqueño en organismos educativos tales como el Instituto Tecnológico de Oaxaca, sólo que estos no son ni conocidos ni difundidos para la mayoría de las empresas mezcaleras, pero esto es una expresión de que ya existen alternativas para adaptar el mezcal a las exigencias del mercado.

El mercado de la Unión Europea, con la firma del Acuerdo Global, brinda otras oportunidades para ampliar y mejorar el sector exportador del mescal. Existen programas como el ARIEL (*Active Research in Europe and Latin America*), que se enfocan a la cooperación económica mediante asistencia técnica y asesoría en la selección de contrapartes, éstas oportunidades deben analizarse y difundirse para mejorar la industria del mezcal. Esto traería múltiples beneficios para el sector; ya que por una parte

eficientarían sus procesos productivos, y por la otra, disminuiría el riesgo de fallo en la incursión de su producto en el mercado europeo.

Finalmente, me gustaría reafirmar que el mercado europeo representa una gran oportunidad para el crecimiento del sector exportador del mezcal, ya que con su mercado de 370 millones de personas con uno de los PIB per cápita más altos a nivel internacional y con el aprecio que demuestran por la cultura mexicana, es un nicho de mercado ideal para el crecimiento de las ventas internacionales de este producto.

Sin embargo, para que este proyecto prospere, es necesario un mayor apoyo por parte del gobierno oaxaqueño y federal en lo que se refiere al proceso de exportación del mezcal, sobre todo en apoyo de los pequeños productores. Asimismo, la unión del sector mezcalero y la difusión de las oportunidades que se presentan para la mejora de la producción y de las ventajas que representa el mercado europeo para el mezcal, ayudará a impulsar definitivamente el sector exportador de la agroindustria del mezcal; contribuyéndose así al desarrollo económico de Oaxaca.