

Etnografía del capital transnacional de la industria del mezcal en Oaxaca

Horacio Alonso Vásquez*

Resumen

Este estudio etnográfico analiza cómo la industria del mezcal en Oaxaca, pese a su alto valor económico, perpetúa la pobreza en las comunidades productoras locales. Se demuestra que el capital transnacional utiliza mecanismos legales, como la Denominación de Origen (DOM) y la NOM-070, para monopolizar el mercado. Las empresas compran mezcal a precios marginales a los productores y lo venden con ganancias superiores al 700%. El análisis identifica a 11 marcas y los conglomerados globales detrás de ellas (Pernod Ricard, Becele, Diageo) como los verdaderos beneficiarios. Se concluye que la riqueza se concentra en élites globales, resultando en la “despatrimonialización” del saber ancestral y nulo beneficio regional.

Palabras clave: mezcal, capital transnacional, Oaxaca

Summary

This ethnographic study analyzes how the mezcal industry in Oaxaca, despite its high economic value, perpetuates poverty in local producing communities. It shows that transnational capital uses legal mechanisms, such as the Denominación de Origen (DOM) and the NOM-070 (Mezcal Designation of Origin), to monopolize the market. Companies buy mezcal at marginal prices from producers and sell it at profits exceeding 700%. The analysis identifies 11 brands and the global conglomerates behind them (Pernod Ricard, Becele, Diageo) as the true beneficiaries. It concludes that wealth is concentrated among global elites, resulting in the “depatrimonialization” of ancestral knowledge and zero regional benefits.

Keywords: mezcal, transnational capital, Oaxaca

* Cursó la licenciatura en Mercadotecnia por la Universidad José Vasconcelos de Oaxaca y la maestría en Ciencias en Desarrollo Regional y Tecnológico en el TecNM-Instituto Tecnológico de Oaxaca. ORCID: 0009-0001-0089-6105

INTRODUCCIÓN

La producción de mezcal, una industria en rápido crecimiento en Oaxaca es la segunda denominación de origen más importante y valiosa de México con un valor económico estimado de 36,162 millones de pesos para el año 2023 (Ortega, 2024). Por lo anterior, el mezcal ha sido objeto de apropiación por parte de grandes empresas transnacionales que han mercantilizado su narrativa histórica y simbólica, despojando la riqueza, herencia y tradición biocultural a las familias y comunidades que lo producen desde hace siglos. Esto ha relegado a las familias productoras locales indígenas y campesinas a una posición subordinada dentro de una enorme cadena de subcontratación maquiladora, en la que solo unos pocos controlan toda la cadena productiva y las grandes ganancias: coyotes, envasadores y comercializadores. Los conglomerados transnacionales se han apoderado ya de los dos mecanismos legales creados para regular la industria: la Denominación de Origen Mezcal (DOM 1994) y la NOM-070-SCFI-2016. Estos dispositivos son utilizados para monopolizar la producción de mezcal desvinculándola de sus raíces tradicionales y comunitarias, y transformándola en una actividad puramente empresarial y desterritorializada con ganancias anuales multimillonarias y con nulo beneficio económico para las familias y comunidades productoras.

Actualmente, reconocidos municipios oaxaqueños productores de maguey y mezcal como Santa Catarina Minas, San Luis Amatlán, San Pedro Tezacoalco y San

Carlos Yautepec, enfrentan severas condiciones socioeconómicas; más del 60% de su población vive en situación de pobreza, con al menos una carencia social (CONEVAL, 2020).

En este contexto, la Denominación de Origen Mezcal y la NOM-070-SCFI-2016 son dispositivos jurídicos que no justifican su pertinencia social como mecanismos de protección de los saberes tradicionales de los productores de maguey-mezcal en México, ni como herramientas para promover el desarrollo regional, en cambio, sus inconsistencias, que van desde la ambigüedad en su formulación hasta errores como la incorrecta redacción del nombre científico de las especies de agave permitido para la producción de mezcal, la inconsistente limitación geográfica y la estandarización del proceso de producción en la NOM. Se trata de dos mecanismos legales hechos en pro del desarrollo industrial y no comunitario y regional, con las lagunas legales suficientes para permitir que cualquiera con suficiente solvencia económica pueda utilizarlas con gran discrecionalidad a su favor y favorecer la producción masiva de mezcal sin violar los mecanismos de regulación (Alonso, Enríquez, Palma, 2024).

En consecuencia, las empresas, en especial las transnacionales han sabido utilizar estas vías legales para instaurar su producción y dominar el mercado internacional de mezcal, como se analizará a continuación.

En 2010, el precio por litro de mezcal oscilaba entre \$20 y \$25 MXN. A pesar de que la industria ha crecido un 1,343% desde entonces, actualmente el precio por litro a granel para consumidores y comerciantes informales (“coyotes”) que visitan las comunidades varía entre \$100 y \$300 MXN¹. Sin embargo, la realidad es diferente para las grandes empresas, ya que suelen comprar el litro de mezcal, especialmente el de espadín, a precios mucho más bajos, entre \$40 y \$80 MXN². Paradójicamente, el precio promedio de venta para el mercado tanto nacional como internacional de parte de estas empresas, es significativamente alto. Los mezcales con DOM, es decir aquellos que cumplen con la normativa, reportaron para el año 2022 un precio promedio de \$662.55 MXN por botella de 750 ml para el mercado nacional. Mientras que, para el mercado internacional, el precio promedio fue de \$1,428.72 MXN por botella de 750 ml (Alonso, Enríquez, Palma, 2024).

La situación es crítica, sobre todo cuando se analiza cómo las transnacionales se aprovechan de las condiciones de vulnerabilidad de las comunidades productoras para comprar a precios marginales, mientras ellos comercializan el producto envasado y con el permiso legal para su venta con un incremento de más del 700%. Sin embargo, lo mismo ocurre con la venta del maguey, aunque podría argumentarse que el precio tuvo

un crecimiento positivo en los últimos años, resulta marginal el precio por kilo en las comunidades donde la economía campesina es el sistema predominante. En 2010, antes del auge de la industria, el precio promedio rural por kilo de maguey era de \$0.73 MXN. A medida que la industria creció, los precios experimentaron un aumento, aunque de manera limitada, alcanzando un precio promedio nominal rural de \$3.85 MXN por kilo de maguey (SIACON, 2023).

Sin embargo, este aumento resulta nulo o marginal en términos reales si descontamos la inflación y los costos asociados a la producción agrícola. Paradójicamente, el costo y desastre a nivel ambiental es gigantesco, reflejándose en la pérdida de cobertura arbórea que excede miles de hectáreas, especialmente en los municipios de San Luis Amatlán, distrito Miahuatlán y San Carlos Yautepec, distrito Yautepec, ambos ubicados entre los cinco mayores productores de maguey 2022-2023 en todo el mundo (Global Forest Watch, 2023; SIAP 2022/2023).

Por lo tanto, mientras los productores locales luchan por sobrevivir, las grandes empresas se centran en maximizar sus ganancias, ignorando los efectos sociales, económicos y ambientales que deterioran el bienestar de las comunidades productoras. Sin embargo, resulta contradictorio que, a pesar de que la Denominación de Origen

¹ Durante el trabajo de campo, se visitaron las comunidades productoras de mezcal y se asistió a eventos como la Feria del Mezcal Internacional, la Feria del Mezcal Matatlán y el Quinto Encuentro Estatal Maestros del Mezcal en Oaxaca. Estas actividades permitieron interactuar directamente con maestros mezcaleros, y determinar el precio de venta a granel.

² Información obtenida a partir de una entrevista etnográfica con Carlos Méndez Blas, maestro mezcalero y destacado líder internacional en la industria del mezcal.

Mezcal (DOM) es la segunda más valiosa de México y generó una derrama económica de \$15,686 MDP en 2022, lo anterior no se refleja en una mejora de las condiciones de bienestar de las comunidades investigadas. Aunque estas comunidades son los principales productores de maguey y mezcal a nivel mundial, los beneficios económicos no han llegado a quienes realmente sostienen la producción y preservan la tradición. Este escenario plantea tres preguntas clave para comprender la realidad mezcalera en el contexto de un sistema capitalista: ¿Dónde se concentra realmente la riqueza? ¿Quiénes son los verdaderos beneficiarios de esta creciente industria? ¿Quién o quiénes controlan realmente la industria del mezcal?

A continuación, se presentan los verdaderos beneficiarios de la industria del mezcal: un reducido grupo de actores dominantes, en su mayoría herederos de grandes fortunas y miembros de familias adineradas, que concentran gran parte de la riqueza del sector. Según los informes de comercio exterior del periodo agosto-octubre de 2023 (clave 2208900500), solo 11 marcas en México, la mayoría con sede de producción en Oaxaca, controlaron el mercado internacional del mezcal, abarcando el 51.68% de las exportaciones (Veritrade, 2023). Este dominio se reafirmó en el informe de diciembre 2023-febrero 2024, en el cual las mismas 11 marcas continuaron liderando el volumen de exportación durante seis meses consecutivos, asumiendo costos logísticos superiores a 900 mil dólares (Veritrade, 2024).

Tabla 1

Marcas líderes en el mercado internacional del Mezcal

Marca	Agosto-octubre 2023	Diciembre 2023- febrero 2024	Total de litros exportados
	Total de litros exportados		
Del Maguey Single Village Mezcal	184,862	207,245	392,107
Mezcal Artesanal 400 conejos	149,002	145,493	294,495
Mezcal Mal de Amor	111,960	102,168	214,128
Mezcal Benevá	88,278	101,304	189,582
BIM Spirits	86,942	71,639	158,581
Mezcal Amarás	51,941	103,738	155,679
Montelobos Mezcal Artesanal	130,859	11,606	142,465
Bañez Mezcal Artesanal	91,158	39,963	131,121
Mezcal Unión	95,256	9,639	104,895
Mezcal El Silencio	93,870	0	93,870
Palomo Mezcal Artesanal	51,760	38,524	90,284

Nota. Fuente: Elaboración propia con datos de Veritrade 2023-2024.

Sin embargo, el dominio de estas marcas se debe en gran medida a las alianzas que han establecido con algunas de las empresas comercializadoras más poderosas de la industria de las bebidas alcohólicas, controladas por las familias más adineradas del mundo. Estas grandes compañías han aportado la infraestructura, las inversiones, las redes de distribución globales y las estrategias de marketing que han permitido a los actores locales expandirse internacionalmente, enriqueciendo a ambos lados de la asociación, pero principalmente a los grandes conglomerados.

Este escenario revela la profunda brecha de desigualdad que caracteriza a la industria del mezcal donde la riqueza generada se concentra en solo 11 marcas. Sin embargo, detrás de estas marcas se encuentran las élites económicas globales, que son, en última instancia, las principales beneficiarias del crecimiento y éxito de la industria, habiendo tomado control de cada una de las marcas mencionadas. A continuación, se presenta una breve historia de estas marcas, con la excepción de Mal de Amor y BIM Spirits, ya que no se dispone de información sobre estas empresas más allá de los datos proporcionados en los informes de comercio.

De Maguey Single Village Mezcal

Del Maguey Mezcal fue fundada en 1995 por Ron Cooper, un reconocido artista nacido en 1943 en Nueva York, y criado en Ojai, California. Cooper inició su carrera artística en 1960 como estudiante en el Chouinard Art Institute en Los Ángeles. Ocho años después, ya era un artista reconocido, con exhibiciones en numerosas

galerías de la ciudad. En 1970, tras haber alcanzado una buena posición económica y con tiempo libre, decidió emprender un viaje por carretera hacia Panamá junto a unos amigos. Durante el trayecto, hicieron una parada en Oaxaca, México, donde Cooper conoció las tradiciones locales y descubrió el proceso artesanal del mezcal (Robinson, 2015; McCarthy, 2018).

En 1990, Cooper regresó con un solo objetivo: encontrar los mejores mezcales de Oaxaca. Durante su búsqueda, estableció relaciones con pequeñas familias productoras de mezcal artesanal, quienes lo inspiraron con su conocimiento y la tradición mezcatera, lo que eventualmente lo llevó a fundar Del Maguey (Clarke, 2018). Sin embargo, el interés de Cooper por llevar el mezcal a Estados Unidos lo llevó a obtener licencias de importación y exportación, lo que impulsó rápidamente el crecimiento de su empresa. Este éxito lo llevó a formar una alianza comercial con Sazerac, la destilería de la familia Goldring, que se convirtió en el distribuidor internacional de Del Maguey (Coss, 2017). Posteriormente, la poderosa familia Ricard también mostró interés en la marca, abriendo nuevas oportunidades para su expansión. En 2017, *Pernod Ricard* adquirió una participación mayoritaria y se convirtió en propietario de la marca; solo recordar que su dueño Alexandre Ricard es uno de los empresarios más ricos del mundo (Pernod Ricard, 2023). A partir de este momento, la marca ha continuado creciendo, no solo convirtiéndose en la más popular y vendida en los Estados Unidos, sino también aumentando significativamente su producción y ventas. En 2023, pasó de vender un pro-

medio de 37 mil cajas a más de 110 mil cajas de mezcal (Pernod Ricard, 2023). Actualmente, Del Maguey es la marca de mezcal más vendida en los Estados Unidos y en el mundo (Coss, 2024).

Mezcal Artesanal 400 Conejos

400 Conejos es una marca creada por el corporativo Becele, propiedad de Juan Beckmann Vidal, uno de los empresarios más ricos de México y el mundo, conocido por su dominio en la industria tequilera (Armenta, 2024). En el 2023, las ventas de la compañía Becele ascendieron a los \$44,355 millones de pesos, convirtiéndola en una de las cinco empresas de bebidas espirituosas más importantes del mundo, donde el apartado de Otros Espirituosos, que incluye el mezcal y otros licores, representó el 19.47%, lo que equivalió a una utilidad neta de 8,635 millones de pesos (BECLE, 2023).

Mezcal artesanal 400 Conejos ha sido galardonado por su calidad en varios eventos como el Doble oro en la New York Wine & Spirits Competition por su mezcal Tobalá Espadín y Cuishe, Medalla de oro en el San Diego Spirits Festival por su mezcal Espadín y Cuishe entre otros (Mezcal 400 Conejos, 2024). En el año 2021, Juan Beckmann se retiró formalmente de Becele y cedió sus acciones a sus hijos, el 51% de las acciones fueron cedidas a su hijo Juan Domingo Beckmann y el 35% a su hija Karen Beckmann y el restante les corresponde a los accionistas minoritarios (Arocha, 2024).

Mezcal Benevá

Mezcal Benevá fue fundada en 1990 por Pedro Mateo López, originario de Santia-

go Matatlán, Oaxaca. Benevá fue una de las primeras empresas que integró nuevas tecnologías para aumentar la producción en Oaxaca, llegando a producir hasta 3,000 mil litros diarios de mezcal en el año 2013 (El Economista, 2013). Actualmente, no existe información disponible sobre su nivel de producción, sin embargo, es un hecho que sigue siendo masivo. Lamentablemente, Pedro Mateo fue asesinado el 13 de diciembre de 2011 a las 11 horas en el paraje Río de Sangre. Mientras se encontraba en el terreno que preparaba para sembrar maguey, fue abordado por cinco personas, entre ellas sus primos Herminio y Bernabé Mateo (NTI Noticias, 2016).

Actualmente, Mezcal Benevá es gestionada por un equipo directivo encabezado por miembros de la familia y colaboradores cercanos que trabajaron junto con Pedro Mateo, sin embargo, no hay información disponible sobre sus nombres. Su principal importador, es Sazerac Company, Inc., una de las destilerías más antiguas de Francia con casi 400 años de historia y con sede en Estados Unidos, Nueva Orleans, Louisiana (Sazerac, 2024). Entre agosto de 2023 y febrero de 2024, Benevá exportó un total de 189,582 litros de mezcal bajo la marca Mezcal Monte Albán y Mezcal Espada Pequeña, propiedad de Sazerac Company (Veritrade, 2023/2024).

Mezcal Amarás

Mezcal Amarás fue fundado en 2010 por Santiago Suárez Córdova, actual CEO, junto con Luis Niño Rivera. Santiago, originario de Veracruz y nacido en la Ciudad de México, egresado de la carrera de in-

geniería industrial por la Universidad Iberoamericana. Durante su servicio social en Oaxaca, mientras trabajaba apoyando algunas comunidades, probó el mezcal por primera vez, lo que despertó su interés por esta bebida. Santiago comenzó aprendiendo sobre los agaves en mezcalerías, pero lo que realmente lo impactó fue descubrir que el mezcal se elabora con más de 22 especies de agave, en contraste con el tequila, que utiliza solo una. Este hallazgo lo motivó a profundizar en el tema, y durante sus visitas a Oaxaca, conoció a más de 40 maestros mezcaleros, quienes le enseñaron sobre el proceso de producción. Fue en estas visitas donde encontró a su primer socio. Según Santiago, vio una gran oportunidad para reposicionar el mezcal con un enfoque renovado en el mercado (Spirited, 2022). En junio del 2023, pactó una sociedad de distribución comercial con Suntory Global Spirits, la decimonovena empresa más valiosa en la industria de las bebidas alcohólicas en todo el mundo (Suntory Global Spirits, 2023; Companies Market Cap, 2024). En los últimos años ha ganado popularidad en México y a nivel internacional; en el 2023, expandió sus redes de distribución a 22 países, entre ellos Estados Unidos, Colombia, República Dominicana, China, Japón, España y Reino Unido (Minnick, 2023).

Montelobos Mezcal Artesanal

Montelobos es una marca creada por Iván Saldaña Oyarzabal como parte del catálogo de Casa Lumbre, una empresa que cofundó junto con Daniel Schneeweiss, y Moisés Guindi (Coss, 2019). Iván es un

bioquímico, biólogo y empresario de bebidas espirituosas en México con un doctorado en biología vegetal/bioquímica por la Universidad de Sussex en Inglaterra (Friedmann, 2024). Antes de crear Montelobos, Iván se dedicó durante cinco años a la investigación, concentrándose en las características bioquímicas de los agaves durante su doctorado. Cuando regresó a México, su trayectoria y conocimiento, hizo que le ofrecieran un empleo en Pernod Ricard para dedicarse a la investigación y desarrollo de bebidas alcohólicas. Sin embargo, durante su estadía, lo pusieron a cargo de la producción de licores y tequilas, lo que ocasionó, en palabras de Iván Saldaña, una gran pasión por la destilación (Ramón, 2023).

En el año 2010, dejó la empresa para dedicarse a sus propios proyectos y en el año 2012 se lanzó al mercado Mezcal Montelobos y en el 2013 el licor Ancho Reyes, sin embargo, fue hasta el 2017 que se fundó formalmente Casa Lumbre. En el 2018, Montelobos vendió 23.9 mil cajas de nueve litros de mezcal, convirtiéndola en la quinta marca más grande del mercado (Coss, 2019). Estos éxitos, fue lo que llamó la atención de múltiples celebridades de la industria musical, deportiva e influencers para la creación de nuevas marcas de bebidas espirituosas con Casa Lumbre y al mismo tiempo ser socios de poderosos personajes. Estas alianzas han llevado a Casa Lumbre a asociarse con personajes como Lenny Kravitz, Lewis Hamilton y Luis Gerardo Méndez, y pactar alianzas comerciales por inversión con la poderosa empresa Pernod Ricard para expandir las

marcas Ojo de Tigre Mezcal, Nocheluna Sotol y Abasolo Whisky (Pernod Ricard, 2022). Sin embargo, la más relevante para Casa Lumbre e Iván Saldaña fue la adquisición mayoritaria del 51% de Montelobos Mezcal y Ancho Reyes por 35.7 millones de dólares el 20 de noviembre del 2019 por Campari Group (Campari Group, 2019). Esto permitió el crecimiento exponencial de Casa Lumbre y Mezcal Montelobos, posicionando a Iván Saldaña como uno de los principales líderes de la industria mezcalera.

Banhez Mezcal Artesanal

Francisco Javier Pérez Cruz es el fundador de Banhez Mezcal. Nacido y criado en el pueblo de San Miguel Ejutla, Oaxaca. En 2004, fue elegido presidente del Consejo Nacional del Mezcal. También fundó el Consejo Oaxaqueño del Maguey Mezcal (COMME) y bajo su liderazgo, Banhez Mezcal se ha convertido en una cooperativa de 40 familias campesinas que trabajan juntas para producir mezcal, formando de esta manera la Unión de Productores de Agropecuarios del Distrito de Ejutla de Crespo (UPADEC), actualmente dirigida por su hijo Luis Pérez (Banhez Mezcal Artesanal, 2024; CNI BRANDS, 2024).

Sin embargo, el éxito de Francisco, actualmente presidente de la Cámara Nacional de la Industria del Mezcal A. C. (CANAMEZ), no solo radica en su convicción y los cargos públicos que ocupó, lo que le permitió tener acceso a recursos federales para promover el desarrollo mezcalero en San Miguel Ejutla, sino que su posicionamiento como líder en exportaciones, también se debe a la sociedad comercial que

existe con CNI Brands, una compañía que se especializa en la importación y distribución de bebidas alcohólicas, con un portafolio de 17 marcas internacionales, lo anterior le permitió a Banhez Mezcal llegar a nuevos mercados extranjeros a través de las redes de distribución de CNI Brands (CNI BRANDS, 2020). En el 2020, Banhez Mezcal exportó 37,500 cajas de Mezcal y en el 2021 experimentó un crecimiento del 47.5% en sus ventas, lo que ha posicionado a la marca como una de las más dominantes del mercado internacional (Market Watch, 2021; Masson, 2022).

Mezcal Unión & BIM Spirits

Mezcal Unión fue fundado en 2011 por Alejandro Gutiérrez Champion, Antonio Vilches, José Islas y José Bezaury. El origen del proyecto surgió durante un viaje por la Sierra de Oaxaca, donde se encontraron con un maestro mezcalero que les habló sobre la importancia de la “Unión” en la producción de mezcal. Inspirados por esta filosofía, crearon Mezcal Unión (Revista Diners, 2022). En 2016, Unión estableció una alianza estratégica con DIAGEO para expandir la distribución de su marca, tanto en el mercado nacional como a nivel internacional, y en el 2021, DIAGEO, anunció la adquisición de Casa UM, empresa propietaria de Mezcal Unión (DIAGEO, 2021). De esta forma, la marca logró expandirse a nivel internacional, distribuyendo sus productos en 11 países y posicionándose como una de las principales marcas de mezcal artesanal en México (Infobae, 2022).

En el caso de BIM Spirits, parece existir una alianza comercial con DIAGEO, ya que

esta última exporta mezcal bajo la marca Casamigos, cofundada por George Clooney, Rande Gerber y Mike Meldman. Diageo adquirió Casamigos en 2017 mediante un acuerdo valorado en 1,000 millones de dólares (DIAGEO, 2017). Ambas adquisiciones forman parte de la estrategia de Diageo para expandir su participación en el mercado de bebidas espirituosas de agave, que ha crecido considerablemente en los últimos años.

Mezcal El Silencio

Mezcal El Silencio fue fundado en 2013 por Fausto Zapata y Vicente Cisneros. Antes de crear la marca, Fausto, el principal cofundador, trabajaba en el sector financiero en Nueva York y desarrollaba proyectos inmobiliarios en Cancún. La motivación para fundar Mezcal El Silencio surgió tras una visita al Hospital Infantil Mattel de UCLA, durante un evento de recaudación de fondos en el Ten Pound Bar del Montage Hotel. Allí, Zapata se conmovió por la difícil situación de muchos niños enfermos. Por lo que junto con su amigo Vicente Cisneros y su esposa Kathia, decidieron organizar un evento benéfico llamado “Mezcal at Musk”, el cual presentó 120 mezcales de lotes pequeños y recaudó \$60,000 para la Chase Foundation (InsideHook, 2014).

Al concluir el evento, Fausto y su amigo Vicente Cisneros decidieron crear su propia marca de mezcal, que rápidamente ganó popularidad en Los Ángeles y otras partes de California. En abril del 2019, Constellation Brands adquirió una participación minoritaria en la empresa matriz de Mezcal El Silencio (Constellation Brands, 2019). Esto permitió mejorar su infraestructura y am-

pliar su participación en nuevos mercados extranjeros, pero sobre todo fortalecer su dominio en los Estados Unidos.

Fausto, con su visión empresarial, vio el potencial del mezcal y decidió fusionar su experiencia en la industria inmobiliaria con la mezcalera. El 15 de septiembre de 2021, fundó Casa Silencio, un hotel boutique y destilería en Oaxaca, diseñado para ofrecer experiencias rituales inmersivas que combinan lujo, gastronomía oaxaqueña y la producción de mezcal en un entorno auténtico (Kachroo, 2021).

Palomo Mezcal

Palomo Mezcal es una empresa fundada por Carlos Méndez Blas, integrante de la cuarta generación de una familia mezcalera originaria de Santiago Matatlán, Oaxaca. La tradición mezcalera de su familia se remonta aproximadamente a 1930, sin embargo, no fue sino hasta 2011 cuando Carlos se unió al negocio familiar. Desde entonces, junto a su madre, hermanas y hermanos, asumió la dirección de los palenques y destilerías familiares, desempeñándose como director general tanto de estas operaciones como de la marca Palomo Mezcal Artesanal. Sin embargo, antes de consolidar la marca Palomo Mezcal, Carlos trabajó como maquilador para grandes empresas transnacionales. Uno de sus principales clientes fue 400 Conejos, para quienes llegó a maquilar hasta 80,000 litros mensuales de mezcal espadín. Además, colaboró con Mezcal Unión, llegando a maquilarles hasta 10,000 litros mensuales. No obstante, esta relación comercial concluyó en 2018, cuan-

do Unión obtuvo un contrato de distribución con DIAGEO. Tres años después, en 2021, DIAGEO anunciaría oficialmente la adquisición de la marca³.

Este periodo le permitió ganar experiencia y recursos que eventualmente aplicaría en el crecimiento de su propia marca, Palomo Mezcal. Actualmente, Carlos es socio de Madre Mezcal, una empresa fundada en el 2016 por Tony Farfalla y Stefan Wigand, con el apoyo de destacados empresarios como David Berruto y el consultor de marcas Chris Stephenson, ex director de marketing de MTV y diseñador de estrategias de marketing experiencial para Pernod Ricard y Anheuser-Busch (Flaviar Group, 2020).

En 2021, Madre Mezcal fue nombrada como una de las marcas de mezcal de más rápido crecimiento en Estados Unidos, captando la atención del mercado, lo que la llevó a obtener una inversión de 3 millones de dólares para apoyar su crecimiento y expandir su línea de productos de parte de la firma de inversión Room 9 (Avery, 2021). En 2023, ambas empresas lograron una importante expansión internacional; Carlos, con su marca Palomo Mezcal, exportó un total de 10,000 cajas de mezcal, cada una con 6 botellas de 750 ml. Además, en colaboración con Madre Mezcal, logró exportar 20,000 cajas adicionales, consolidando su liderazgo en el mercado internacional. Carlos Méndez Blas es el

único de la lista que no está formalmente asociado con ninguna transnacional, aunque en su trayectoria haya recibido apoyo de algunas. Actualmente, su familia es una de las pocas mezcaleras oaxaqueñas que ha logrado posicionarse en el mercado internacional con una marca propia, y una gestión completamente familiar, han sabido competir contra las grandes transnacionales, preservando su identidad y tradición⁴.

Sin embargo, aunque el éxito de estos empresarios en la industria del mezcal resulta fascinante, hay un factor común en todas sus historias: todos han contado con el respaldo de poderosas empresas transnacionales, propiedad de algunas de las familias más ricas del mundo. A continuación, se presenta una lista de los principales líderes que encabezan los grandes conglomerados en la industria del mezcal.

La industria del mezcal ha experimentado una profunda transformación en las últimas décadas. A medida que su popularidad ha crecido a nivel mundial, también lo ha hecho la complejidad de su estructura de poder. A pesar de que en la DOM se plantea la intención de proteger y beneficiar a los productores locales, herederos de esta tradición, la realidad es que quienes controlan la industria, son en su mayoría, financieras de activos y algunas de las familias más adineradas del mundo. Familias con un patrimonio tan grande que una persona en Oaxaca, con un salario prome-

³ Información obtenida a partir de una entrevista etnográfica con Carlos Méndez Blas, maestro mezcalero y destacado líder internacional en la industria del mezcal.

⁴ Información obtenida a partir de una entrevista etnográfica con Carlos Méndez Blas, maestro mezcalero y destacado líder internacional en la industria del mezcal.

Tabla 2

Líderes Internacionales de la Industria del Mezcal

Empresa	Valuación	Dueño	Patrimonio neto
Pernod Ricard	\$33.92 mil millones de dólares	Alexandre Ricard	7.4 mil millones de dólares
Becle	\$5.95 mil millones de dólares	Juan y Karen Beckmann	4.6 mil millones de dólares y 3.2 mil millones de dólares
Gruppo Campari	\$10.61 mil millones de dólares	Luca Garavoglia	3.9 mil millones de dólares
Diageo	\$71.12 mil millones de dólares	Sin información disponible	Sin información disponible
Bacardí Limited	No cotiza en la bolsa	Facundo Bacardí III	Se estima que supera los mil millones de dólares
Constellation Brands	\$43.93 mil millones de dólares	Robert y Richard Sands	3.1 mil millones de dólares y 2.5 mil millones de dólares
Sazerac	No cotiza en la bolsa	William Goldring	6 mil millones de dólares
Suntory	\$10.45 mil millones de dólares	Nobutada Saji	1.3 mil millones de dólares

Nota. Fuente: Adaptado de Alonso, Enríquez, Palma, 2024.

dio de \$6,670 MXN mensuales, tendrían que laborar ininterrumpidamente durante 849,830 años para igualar el patrimonio de Juan Domingo Beckmann. ¿Cómo una familia campesina podría competir con la familia Beckmann?

Este contraste revela la profunda brecha de desigualdad que existe tanto en Oaxaca como en la industria mezcalera. Para ilustrar esta disparidad, solo basta con comparar las realidades de producción: mientras una familia campesina produce alrededor de 4,000 litros de mezcal al año, la empresa Becle, propiedad de los Beckmann, exportó 149,002 litros en solo tres

meses. A una familia campesina le tomaría 37 años de producción continua para alcanzar esa cantidad. Sin embargo, para las grandes transnacionales, los costos de producción y logística no son un problema. La industria del mezcal es extremadamente lucrativa, y su potencial ha sido explotado por las empresas y familias mencionadas, quienes han acumulado riqueza a expensas de las comunidades productoras del estado de Oaxaca.

Esto explica por qué la derrama económica generada en 2022, estimada en \$15,686 millones de pesos, de los cuales Oaxaca debería haber recibido aproxima-

damente \$12,283,009,553.11 MXN, no se refleja en los municipios productores de mezcal. (COMERCAM, 2023; Alonso, Enríquez, Palma, 2024).

Sin duda, la tradición mezcalera es de OAXACA y de las familias magueyeras y mezcaleras; sin embargo, la riqueza producida por su comercialización se concentra globalmente en un puñado de grandes empresas transnacionales y familias adineradas, dejando a las comunidades originarias con poco más que el orgullo de su herencia mezcalera, mientras luchan por subsistir, por el reconocimiento de su saber y una compensación justa por la venta de su plusvalía. Al igual que el tequila, el saber colectivo y ancestral de la tradición mezcalera en México ha sido *despatrimonializado* y manipulado (Thomas Poméon, en Valenzuela y Macías, 2014: 12) fundamentalmente por los últimos actores de la cadena de valor: coyotes, intermediarios y comercializadores a través del aprovechamiento de las inconsistencias y estructura genérica de la Denominación de Origen y la NOM-070-SCFI-2016.

Por lo tanto, en la cúspide de esta pirámide, encontramos grandes financieras y algunas de las familias más adineradas del mundo que obtienen la mayor parte de las ganancias. Estos actores poseen los recursos y las redes necesarias para comercializar el mezcal en mercados globales, lo que les permite capturar un alto porcentaje de los beneficios económicos generados por la industria.

Sin embargo, a medida que descendemos en la pirámide, la si-

tuación cambia drásticamente, los líderes mexicanos de la industria del mezcal se han convertido en subordinados de estas familias adineradas y empresas transnacionales, operando bajo sus términos y estrategias comerciales, mientras que los productores locales, muchos de los cuales son pequeños agricultores y artesanos, solo reciben una fracción mínima de las ganancias globales. La estructura piramidal jerárquica de la industria el mezcal, revela la condición ineludible del sistema capitalista contemporáneo donde el poder y la riqueza tienden a concentrarse en manos de unos pocos, en este caso en familias, quienes son tan poderosas que controlan toda una industria. Esta estructura no solo perpetúa la desigualdad social y económica, sino que también es el reflejo de un sistema donde lo único que tiene

Imagen 1

Estructura de Poder en la Industria Mezcalera

Fuente:
Elaboración propia



valor es aquello que puede mercantilizarse. El mezcal es una tradición que ha sido usurpada y han utilizado su narrativa histórica, generacional, simbólica y el conocimiento tradicional para construir un discurso publicitario sofisticado que ha elevado el prestigio del mezcal a nivel mundial, convirtiéndolo en un producto altamente competitivo en la industria de bebi-

das alcohólicas. Sin embargo, como ocurre en muchas paradojas del crecimiento económico, donde la riqueza se concentra en manos de unas pocas élites, la desigualdad social tiende a aumentar. La industria del mezcal no escapa a esta realidad.

REFERENCIAS

- Alonso, H., Enríquez, R., y Palma, F. (2024). *Denominación de origen mezcal: ¿Comercio justo o robo legal de la riqueza campesina?* Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca.
- Banhez Mezcal Artesanal. (2024). *Our Story*. San Miguel Ejutla, Oaxaca. <https://www.banhezmezcal.com/our-story>
- BECLE. (2023). *Reporte anual que se presenta de acuerdo con las disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras de valores y a otros participantes del mercado de valores, por el año terminado el 31 de diciembre de 2023* [PDF]. Ciudad de México, México. <https://www.ircuervo.com/es/investors/results-and-presentations/>
- Brad Avery. (26 de abril de 2021). Room 9 Creative + Venture Leads \$3M Round for Madre Mezcal. Watertown, Massachusetts, Estados Unidos. <https://www.bevnet.com/news/2021/room-9-creative-venture-leads-3m-round-for-madre-mezcal/>
- Campari Group. (2019). *Davide Campari-Milano S.p.A. Annual Report At 31 December 2019* [PDF]. <https://www.camparigroup.com/en/page/investors/financial-reports>
- Canal Cuentacuentos Agave Spirits. (5 de enero de 2024). *Carlos Méndez Blas - El Barro – Matatlán*. [video]. YouTube. <https://youtu.be/35gNOSMnTkw?si=O9GiAloYuMUAm-MwE>
- Christopher Friedmann. (14 de mayo de 2024). *F1 Star Lewis Hamilton and Biochemist Iván Saldaña Share What Makes Their Nonalcoholic Tequila the First of Its Kind*. Birmingham, Alabama. <https://acortar.link/pEh21y>
- CNI BRANDS. (15 de abril de 2020). *Product Portfolio*. New York. https://issuu.com/cni-brands/docs/cni_brands_portfolio_2020
- CNI BRANDS. (2024). *Co-Op Owned, Co-Op Made Mezcal From Farmers Of Oaxaca*. Nueva York. <https://www.cnibrands.com/banhez-mezcal-artesanal>
- Companies Market Cap. (2024). *Largest alcoholic beverage companies by market cap*. Recu-

perado el 10 de septiembre de 2024 de <https://companiesmarketcap.com/alcoholic-beverages/largest-alcoholic-beverage-companies-by-market-cap/>

- Consejo Mexicano Regulador de la Calidad del Mezcal (COMERCAM). (2023). *Informe Estadístico 2023* [PDF]. <https://comercam-dom.org.mx/estadisticas/>
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL). (2020). *Pobreza a nivel municipio 2010-2020* [Base de datos en línea]. <https://www.coneval.org.mx/Medicion/Paginas/Pobreza-municipio-2010-2020.aspx>
- Constellation Brands. (16 de abril de 2019). *Constellation Brands Continues to Build Higher-End Spirits Portfolio with Minority Investment in Leading Mezcal Producer, El Silencio*. <https://www.cbrands.com/blogs/news/constellation-brands-continues-to-build-higher-end-spirits-portfolio-with-minority-investment-in-leading-mezcal-producer-el-silencio>
- Data México. (2024). *Oaxaca: Empleo y Educación*. Secretaría de Economía de México. <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/geo/oaxaca-oa?redirect=true>
- DIAGEO. (2017). Diageo to acquire tequila Casamigos [Comunicado de prensa]. Londres, Reino Unido. https://media.diageo.com/diageo-corporate-media/media/14uf52ub/515_diageo-to-acquire-tequila-casamigos.pdf
- DIAGEO. (2021). *Diageo to acquire Casa UM*. Londres, Reino Unido. <https://www.diageo.com/en/news-and-media/press-releases/2021/diageo-to-acquire-casa-um>
- El Economista. (29 de agosto de 2023). Benevá, mezcal con pasión artesanal. *El Economista Ciudad de México*, México. <https://www.eleconomista.com.mx/el-empresario/Beneva-mezcal-con-pasion-artesanal-20130829-0182.html>
- Flaviar Group. (3 de marzo de 2020). *Meet the Mother of all Mezcal* (Literally). New York, Estados Unidos. <https://flaviar.com/blogs/flaviar-times/madre-mezcal-interview>
- Fred Minnick. (23 de junio de 2023). Beam Suntory to Partner With Mezcal Amarás. Prospect, Kentucky, EE. UU. <https://www.fredminnick.com/2023/06/23/beam-suntory-to-partner-with-mezcal-amaras/>
- Infobae. (23 de octubre de 2022). *Una historia escrita sobre el mezcal, la nueva estrella de la gastronomía mexicana*. Ciudad de México, México. <https://www.infobae.com/leamos/2022/10/23/una-historia-escrita-sobre-el-mezcal-la-nueva-estrella-de-la-gastronomia-mexicana/>
- InsideHook. (27 de enero de 2014). Fausto Zapata. New York. <https://www.insidehook.com/advice/fausto-zapata-the-mezcal-philanthropist>
- Jessica Mason (12 de abril de 2022). *Mezcal returns to its positive growth trajectory*. Londres, Reino Unido. <https://www.thedrinksbusiness.com/2022/04/mezcal-returns-to-its-positive-growth-trajectory/>
- John McCarthy. (16 de abril de 2018). *Art, Love And Mezcal: How Ron Cooper Sparked A*

Revolución For Oaxaca's Smoky, Mysterious Spirit. Nueva Jersey, EE. UU. <https://www.forbes.com/sites/johnmccarthy12/2018/04/16/art-love-and-mezcal-how-ron-cooper-sparked-a-revolucion-for-oaxacas-smoky-mysterious-spirit/>

- Juan Pablo Arocha (5 de febrero de 2024). La fortuna que mueve la familia detrás de la marca de tequilas José Cuervo. <https://goo.su/pfTQ>
- Juan Ramón. (27 de junio de 2023). *Casa Lumbre: la cuna de los nuevos sabores artesanales de México. ¿Qué la hace especial?* México. <https://badhombre magazine.com/casa-lumbre-la-cuna-de-los-nuevos-sabores-artesanales-de-mexico-que-la-hace-especial/>
- Karen Armenta. (16 de junio de 2024). *Juan Beckmann Vidal: Estos son los negocios del magnate mexicano*. Ciudad de México, México. <https://www.revistaclase.mx/noticias/juan-beckmann-vidal-estos-son-los-negocios-del-magnate-mexicano/>
- Lynne Robinson. (2015) *Ron Cooper at 203*. taoStyle. Taos, Nuevo, México. <https://taos-style.net/2015/05/ron-cooper-at-203/>
- Market Watch (18 de febrero de 2021). *Mezcal Makes Its Move. Amid the surging popularity of agave spirits, mezcal is steadily progressing from micro-category to mainstream phenomenon*. San Francisco, California. <https://goo.su/0ixhZKu>
- Maya Kachroo. (17 de septiembre de 2021). *This Brand-new Oaxaca Hotel Is a Working Mezcal Distillery With Six Perfectly Designed Suites*. Orlando, Florida. <https://www.travelandleisure.com/hotels-resorts/mezcal-casa-silencio-hotel-xaaga-mexico>
- Mezcal 400 Conejos (2024). *A Testament To Our Craft Award Winning Mezcal*. Jersey City. Nueva Jersey, Estados Unidos.
- NTI Noticias. (7 de marzo de 2016). Modificarían sentencia a homicidas del “Rey del Mezcal”. Oaxaca, México. <https://www.nvinoticias.com/homicidios/roja/modificarian-sentencia-homicidas-del-rey-del-mezcal/61539>
- Ortega, P. (21 de octubre de 2024). Mezcal: Enfrenta desafiantes retos con disminuciones en producción y exportación. *El Economista*. <https://www.eleconomista.com.mx/los-especiales/bistronomie/mezcal-enfrenta-desafiantes-retos-disminuciones-produccion-y-exportacion-20241021-730850.html>
- Pernod Ricard. (12 de octubre de 2022). *Pernod Ricard joins Casa Lumbre and renowned partner to bring Sotol spirits category to the world*. París, Francia. <https://www.pernod-ricard.com/en/media/pernod-ricard-joins-casa-lumbre-and-renowned-partner-bring-sotol-spirits-category-world>
- Pernod Ricard. (2023). *Integrated Annual Report FY23* [PDF]. <https://www.pernod-ricard.com/en/media/annual-report-20222023>
- Revista Diners. (30 de noviembre de 2022). *La historia detrás de un gran mezcal y la evi-*

dencia de que la unión hace la fuerza. https://revistadiners.com.co/estilo-de-vida/114120_la-union-hace-la-fuerza-y-la-historia-detras-de-un-gran-mezcal/

- Sazerac (2024). Our Story. Nueva Orleans, Luisiana. <https://www.sazerac.com/our-company/our-story.html>
- Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP). (2022). *Estadística de Producción Agrícola* [Base de datos en línea]. http://infosiap.siap.gob.mx/gobmx/datosAbiertos/ProduccionAgricola/Cierre_agr_mun_2022.csv
- Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP). (2023). *Estadística de Producción Agrícola* [Base de datos en línea]. http://infosiap.siap.gob.mx/gobmx/datosAbiertos/ProduccionAgricola/Cierre_agr_mun_2023.csv
- Shana Clarke. (29 de agosto de 2018). *48 Hours in Oaxaca with Del Maguey Founder Ron Cooper*. Nueva York, Estados Unidos. <https://daily.seventyfive.com/48-hours-in-oaxaca-with-del-maguey-founder-ron-cooper/>
- Sistema de Información Agroalimentaria de Consulta (SIACON). (2023). *Estadísticas agroalimentarias de México* [Base de datos en línea]. <https://www.gob.mx/siap/documentos/siacon-ng-161430>
- Spirited. (16 de diciembre de 2022). *Celebrating 10 Years Of Mezcal Amaras With Chairman & Co Founder Santiago Suarez*. <https://www.spiriteddrinks.com/celebrating-10-years-of-mezcal-amaras-with-chairman-co-founder-santiago-suarez/>
- Suntory Global Spirits. (14 de junio de 2023). *Beam Suntory Announces Strategic Partnership With Mezcal Amaras*. <https://www.suntoryglobalspirits.com/news/beam-suntory-announces-strategic-partnership-mezcal-amaras>
- Susan Coss. (1 de marzo de 2024). *More mezcal sales numbers*. San Francisco, Estados Unidos. <https://www.mezcalistas.com/more-mezcal-numbers/>
- Susan Coss. (13 de noviembre de 2019). *Ivan Saldaña and the bright future of Casa Lumbré Spirits*. San Francisco, EE. UU.. <https://www.mezcalistas.com/ivan-saldana-and-the-bright-future-of-casa-lumbre-spirits/>
- Susan Coss. (7 de junio de 2017). *Del Maguey acquired by Pernod Ricard*. San Francisco, Estados Unidos. <https://www.mezcalistas.com/del-maguey-acquired-by-pernod-ricard/>
- Valenzuela Zapata, A. G., y Macías Macías, A. (2014). *La Indicación Geográfica Tequila: Lecciones de la primera denominación de origen mexicana*. CONABIO. Ciudad de México, México.
- Veritrade. (2023). Informe de comercio exterior: Agosto-octubre 2023. Lima, Perú. Recuperado el 14 de septiembre de 2023 de <https://www.veritradecorp.com/es/>
- Veritrade. (2024). Informe de comercio exterior: diciembre 2023-febrero 2024. Lima, Perú. Recuperado el 20 de octubre de 2024 de <https://www.veritradecorp.com/es/>