

# Resumen Ejecutivo

NO. DE CONTRATO 83339622

## Resumen Ejecutivo

Estudio de Mercado de productos certificados para la iniciativa "Bat-Friendly"



---

Jonathan Ryan  
Consultor

Marzo 2020

# Estudio de mercado de productos certificados por la iniciativa “Bat-Friendly”

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

Este informe presenta las conclusiones iniciales del estudio de mercado de productos certificados por la iniciativa “Bat-Friendly” llevado a cabo entre noviembre 2019 y febrero 2020.

Se realizaron un total de 25 encuestas y entrevistas presenciales y a distancia para retroalimentar el proceso de revisión de gabinete de los documentos del proyecto. Participaron consumidores, productores de tequila y mezcal y comercializadores de los sectores de hotelería y servicios restauranteros, así como exportadores. La revisión de gabinete incluyó la revisión de informes del estudio de costo-beneficio de la iniciativa Bat-Friendly, informes de producción y exportación de la industria de destilados, información estadística y documentos gubernamentales de planeación, diagnóstico y pronóstico.

### Antecedentes

El proyecto global “Acción del Sector Privado para la Biodiversidad (PBAB)” busca identificar, analizar y probar enfoques, métodos y herramientas que promuevan la comercialización y producción amigable con la biodiversidad; probar y aprender de su implementación y futuro desarrollo donde se requiera; y sistematizar las experiencias obtenidas de forma tal que permita tanto al sector público como privado hacer uso de ellas.

Durante la fase de definición de alcances del proyecto se identificó la iniciativa Bat-friendly como un enfoque innovador para fomentar la producción y comercialización amigable con la biodiversidad del mezcal y tequila. Bat-friendly busca la implementación de prácticas de agricultura que permitan conservar las fuentes de alimento del murciélago, y por lo tanto la reproducción sexual de los agaves, a diferencia de los métodos extensivos de producción que permite el incremento de la variabilidad genética.

Previamente el proyecto apoyó la realización de un estudio sobre el cálculo de los costos y beneficios de la producción de mezcal y tequila mediante la iniciativa Bat-friendly. Dicho estudio generó un análisis detallado sobre los costos de producción y posibles beneficios de la producción certificada amigable con los murciélagos, a diferentes escalas de producción de agaves para producción de mezcal y tequila.

Dentro de las conclusiones, el estudio recomienda explorar el mercado mexicano para identificar los posibles nichos comerciales relevantes para productos con la certificación “Bat-friendly” entre consumidores y la industria restaurantera y de coctelería/licorera; y por otro lado estudiar y documentar el potencial de mercado para la certificación “Bat-friendly” en función del precio y disponibilidad de pago de los mercados de consumo identificados.

#### Objetivo

El objetivo general de la consultoría es de identificar los nichos de mercados relevantes para productos certificados “bat-friendly” en un universo especializado de consumidores finales, representantes comerciales y comercializadores del sector restaurantera y de servicios de bar.

#### Objetivos específicos

Identificar las principales tendencias del mercado especializado de mezcal y tequila  
Estimar el tamaño de mercado para consumo de productos Bat-Friendly.

#### Contexto general del mercado

México es el centro de origen de la familia de las Agaváceas que incluye 288 especies, de las cuales 166 corresponden al género Agave. De acuerdo a información de CONABIO, se utilizan entre 40 y 50 especies de agave para la fabricación de destilados. Los estados más ricos en diversidad de especies de agave son Oaxaca, Chihuahua, Sonora, Coahuila, Durango y Jalisco.

La producción de mezcal y tequila (así como de bacanora, no objetivo de este estudio) cuenta con la protección comercial de una denominación de origen. En el caso del tequila, la denominación de origen abarca cinco estados (Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nayarit y Tamaulipas) con 181 municipios.

En el caso del mezcal, la denominación de origen incluye nueve estados (Durango, Guanajuato, Guerrero, Michoacán, Oaxaca, Puebla, San Luis Potosí, Tamaulipas y Zacatecas) abarcando 963 municipios.

Las actividades del sector en el contexto de la denominación de origen están vigiladas por dos organismos, el Consejo Regulador de Tequila y el Consejo Mexicano Regulador de la Calidad del Mezcal. Éstos llevan a cabo un registro del proceso de fabricación de los destilados, en las etapas de cultivo, cosecha, cocimiento, molienda, fermentación y destilación.

México se encuentra en el primer lugar de países exportadores de productos destilados, y en cuanto a la producción de bebidas alcohólicas, la industria del tequila y mezcal representa la segunda actividad económica más importantes, con casi 19% de la producción total. De esta producción, 87% corresponde a tequila y 13% al mezcal.

La fabricación de mezcal y tequila es una actividad que depende 100% de materia prima nacional en forma de los agaves, mano de obra, e insumos energéticos para su transformación. Esta particularidad hace que la derrama económica sea mayor al promedio de las industrias manufactureras.

En total, el 49% de la producción se destina al consumo nacional y el 51% a la exportación. En ambos casos, el mercado exterior es Estados Unidos de América (79% para tequila y 87% para mezcal de acuerdo cifras del Instituto Nacional de Geografía e Estadística INEGI), seguidos por los mercados de Europa y Asia (Taiwán en particular).

### *Nota sobre la metodología*

Al registrar un retraso importante en la recepción de respuestas a las encuestas diferenciadas integradas para llevar a cabo el estudio, se implementó una estrategia de pivotar para probar una nueva estrategia de descubrimiento de clientes a través de entrevistas. Esto permitió complementar la información recabada mediante encuesta.

### Resumen de hallazgos iniciales

Después de la revisión de gabinete, entrevistas con un número representativo de participantes e interesados y el análisis de la información para identificar posibles pautas y tendencias, los principales hallazgos del estudio son:

1. El perfil demográfico de ambos destilados se defiere ligeramente, con las mujeres y hombres jóvenes (entre 20 y 39 años), así como los hombres de mediana edad (entre 40 y 60 años) siendo los segmentos relevantes para el consumo del mezcal, y las mujeres y hombres de mediana edad (entre 40 y 60 años) así como las mujeres mayores a 61 años siendo relevante para el consumo de tequila.
2. Existe un conocimiento importante acerca de los agaves utilizados tanto para la elaboración de tequila (weber azul), así como de los principales agaves utilizados para la destilación del mezcal, independientemente de edad y segmentación por ingreso. Eso sugiere que las campañas para educar al consumidor pueden enfocarse directamente al tema de certificado y los beneficios para los productores y el ecosistema.
3. Existe una divergencia importante en los factores de compra entre los consumidores finales, así como entre los consumidores y distribuidores/comercializadores. En el caso de los comercializadores los factores de mercadotécnica y precio fueron los más importante, y con los consumidores cultura y precio fueron factores más ponderados. Destaca el hecho de que el método de destilación sea de menor importancia tanto para consumidores como comercializadores, y que sea de primera importancia para los productores. Sugiere la necesidad de desarrollar campañas de educación sobre los métodos de destilación, las diferencias regionales y por productos en el gusto sensorial, y la importancia del conocimiento de los maestros tequileros y mezcalilleros en la fabricación de su producto.
4. Existe amplia coincidencia en la disposición del consumidor y comercializador de pagar un mayor precio por un mezcal o tequila de fabricación artesanal con certificación.

5. Existe cierta diferencia de opinión entre el productor y consumidor, por un lado, y el comercializador en cuanto a los criterios de la certificación y el perfil gustativo del producto. Eso sugiere que aun cuando haya certificación de prácticas amigables con la biodiversidad, se tiene que contar con un producto de buena calidad que cumple con la expectativa del paladar. Nuevamente sugiere que habrá que trabajar en la tecnificación de la evaluación sensorial/gustativo de los destilados. Es importante destacar que varios encuestados/entrevistados mencionaron que hay lagunas en el lenguaje y práctica de cateo de los destilados de agave.

6. Hay conocimiento entre todos los sectores sobre las posibles bondades de la certificación, y relativamente poco conocimiento específico referente al sello “Bat-Friendly.” Su presencia en redes sociales es incipiente. Sugiere la necesidad de reforzar la difusión especializada sobre el sello y seguir construyendo sobre el éxito de los primeros años de divulgación en el mercado exportador con estrategias diseñadas expresamente para el mercado local. Por otra parte, hubo sugerencias de buscar certificaciones de producción orgánica a través de ECOCERT u otros mecanismos y no exclusivamente USDA Organic para evitar posibles barreras de mercado.

7. De las preferencias identificadas de productos certificados, los criterios de mayor ponderación en todos los segmentos son productos saludables, productos que protegen al medio ambiente y la ausencia de organismos genéticamente modificados. Esto sugiere que tanto los consumidores finales como los comercializadores tienen una sensibilidad importante sobre la importancia de las bondades potenciales de certificación.

8. El porcentaje de facturación de destilados de agave oscilan entre 15% y 40% de las ventas de alcohol en el caso de los distribuidores/comercializadores. A parte de comprobar la alta aceptación del consumidor nacional, sugiere la importancia de diseñar estrategias diferenciadas para productos con el sello “Bat-Friendly” en el sector de comercialización. Se tendría que evaluar esta información en conjunto con los datos que otorgan mayor importancia a las estrategias de mercadotécnica y precio para contar con

información dirigida sobre los aspectos de producción y conocimiento de los maestros destiladores.

9. Hay oportunidades de generación de sinergias inter-institucionales entre SADER, la Secretaría de Economía, las semejantes figuras estatales y los consejos reguladores en el intercambio de información y desarrollo de estrategias regionales de producción amigable con la naturaleza y consumo.

10. Los restauranteros han implementado diferentes estrategias para la promoción de destilados de agave, yendo hacia la diferenciación del terruño o *terroir* en el caso de tequila, en algunos casos favoreciendo pequeños productores. En el caso de mezcal por lo general depende de la familiaridad del cliente con el destilado, y las estrategias se basan a partir de la gama de sabores (suave a fuerte), riqueza alcohólica y tipo de fabricación (mezcal, artesanal y según la Norma Oficial Mexicana NOM-070-SCFI-2016, Bebidas alcohólicas-Mezcal-Especificaciones).

11. El mezcal está en un proceso de auge. En el sector restaurantero se mueve el mezcal como producto de alta demanda. Existe la preocupación que es una fase tipo burbuja que pasará en cuanto se identifique el siguiente producto de moda. La evidencia sugiere que hay oportunidad de seguir educando al consumidor y orientar a la cadena de comercialización para que no sea un consumo de *“green-washing.”*

12. La evidencia sugiere que estrategias de difusión y promoción del sello *“Bat-Friendly”* a futuro podrían beneficiarse de actividades y estrategias regionales involucrando autoridades estatales y locales.

Estos hallazgos y las recomendaciones correspondientes se basan en la evidencia recabada durante el proceso de integración del estudio del mercado de noviembre 2019 a marzo de 2020.

## Bibliografía:

From Isozymes to Genomics: Population Genetics and Conservation of Agave in México. Luis E. Eguiarte, Erika Aguirre-Planter, Xitlali Aguirre, et al. The New York Botanical Garden, 2013.

Los agaves y las prácticas mesoamericanas de aprovechamiento, manejo y domesticación.

Colección de estudios sectoriales y regionales. Conociendo la industria del tequila y mezcal 2019. INEGI 2019. México

Patricia Colunga-GarcíaMarín; Ignacio Torres-García; Alejandro Casas, et al. 2017.

Colunga García Marín, S. P. 2006. Base de datos de nombres técnicos o de uso común en el aprovechamiento de los agaves en México. Centro de Investigación Científica de Yucatán AC. Informe final SNIB-CONABIO proyecto No. CS007. México D. F.

Evolución de la Familia Agavaceae: Filogenia, biología reproductiva y genética de poblaciones. Luis E. Eguiarte, Valeria Souza y Arturo Silva-Montellano. Boletín de la Sociedad Botánica de México 66: 131-151, 2000

Population Dynamics and Sustainable Management of Mescal Agaves in Central Mexico: Agave potatorum in the Tehuacán- Cuicatlán Valley. Ignacio Torres, Alejandro Casas, Ernesto Vega et al. The New York Botanical Garden Press, 2015.

TEK, local perceptions of risk, and diversity of management practices of Agave

inaequidens in Michoacán, Mexico. Ignacio Torres, José Blancas, Alejandro León and Alejandro Casas. Journal of Ethnobiology and Ethnomedicine, 2015.

¿Quién poliniza realmente los agaves? Diversidad de visitantes florales en 3 especies de Agave (Agavoideae: Asparagaceae). Roberto Emiliano Trejo-Salazar, Enrique Scheinvar y Luis E. Eguiarte. Revista Mexicana de Biodiversidad, num 86, 2015.

Planeación Agrícola Nacional 2017-2030. Agave tequilero y mezcalero mexicano. SAGARPA 2018. México

Conservación de murciélagos nectarívoros (Phyllostomidae: Glossophagini) en riesgo en Coahuila y Nuevo León. Emma P. Gómez-Ruiz, Citlally Jimenez, José Juan Flores-Maldonado et al. Asociación Mexicana de Zoomastología, 2015.

La disminución de la producción artesanal de mezcal en la Región del mezcal de Oaxaca, México. Juan Antonio Bautista, Sergio Orozco Cirilo y Edit Terán Melchor. Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas Vol. 6 Núm. 6, 2015.

Save Our Bats, Save Our Tequila: Industry and Science Join Forces to Help Bats and Agaves. Roberto-Emiliano Trejo-Salazar, Luis E. Eguiarte, David Suro-Piñera and Rodrigo A. Medellín. Natural Areas Journal, num 36, 2016.

Mezcalaria, cultura del mezcal. Ulises Torrentera, Farolito Ediciones, 2012.



La raicilla, herencia y patrimonio de Jalisco. Varios. Universidad de Guadalajara, 2015.