



Estudios Sociales
ISSN: 2395-9169
estudiosociales@ciad.mx
Centro de Investigación en Alimentación y
Desarrollo, A.C.
México

Caracterizando la producción y organización de los mezcaleros en Matatlán, México “Capital mundial del mezcal”

Espinosa Meza, David Eduardo; Rivera González, Gibrán; Maldonado Ángeles, Blanca Estela
Caracterizando la producción y organización de los mezcaleros en Matatlán, México “Capital mundial del mezcal”
Estudios Sociales, vol. 27, núm. 50, 2017
Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, A.C., México
Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41751187012>
DOI: <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24836/es.v27i50.465>
Copyright 2017 CIAD
Copyright 2017 CIAD



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional.

Caracterizando la producción y organización de los mezcaleros en Matatlán, México “Capital mundial del mezcal”

Characterizing the production and organization of the mezcaleros in Matatlan, Mexico “World capital of mezcal”

David Eduardo Espinosa Meza *
david.espinosa.meza@gmail.com.

IPN, México

Gibrán Rivera González **

IPN, México

Blanca Estela Maldonado Ángeles ***

IPN, México

Estudios Sociales, vol. 27, núm. 50, 2017

Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, A.C., México

Recepción: 09 Febrero 2017

Revisado: 15 Febrero 2017

Aprobación: 03 Abril 2017

DOI: <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24836/es.v27i50.465>

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41751187012>

Resumen: El objetivo de la investigación es caracterizar a los pequeños productores de mezcal artesanal para y conocer la forma de producir y organizarse con la finalidad de que cuando se definan estrategias de apoyo, éstas se hallen alineadas a su realidad. Metodología. Es una metodología cualitativa con alcance exploratorio. Se utilizan como métodos de recolección de datos las entrevistas aplicadas a diversos actores que participan en la industria del mezcal, así como un cuestionario aplicado a 52 mezcaleros. Los resultados de este estudio permitieron encontrar seis elementos coincidentes en los pequeños productores de mezcal estudiados, estos son: 1) el sentido de la familia, 2) preservación de la identidad, 3) proceso artesanal, 4) conocimiento tácito, 5) toma de decisiones espontáneas y 6) economía informal). Limitaciones. Las principales limitaciones de la investigación tienen que ver con el tamaño de la muestra, ya que únicamente se consideraron los lugares a los cuales se pudo acceder y se dejaron de lado comunidades más apartadas de las zonas urbanas, por lo que el estudio no se puede generalizar. Conclusiones. Debido a estas características este tipo de organizaciones han sobrevivido a lo largo de los años, a pesar de sus condiciones socioeconómicas desventajosas.

Palabras clave: Desarrollo regional, industria del mezcal, productores de mezcal, negocio familiar, proceso artesanal, economía informal.

Abstract: The objective of this research is to characterize the small-scale producers of mezcal in order to a better understanding of their way of producing and organizing, so that when supporting policies are developed, these be aligned with their reality. Methodology. To achieve this, a qualitative exploratory study is conducted. Interviews applied to actors involved in the mezcal industry are used as methods of data collection, as well as a questionnaire applied to 52 small-scale producers. Results. The study shows six elements that help characterize the small-scale producers studied. these are: 1) the sense of family, 2) preservation of identity, 3) craft processes of production, 4) tacit knowledge, 5) spontaneous decisions and 6) informal economy. Limitations. The main limitation of the research relates to the sample's size, which was limited due to the difficulties to access remote communities; this study cannot be generalized. Conclusions. The papers concludes by suggesting that given the characteristics identified, these types of organizations have survived over the years, despite the disadvantages they face in the current socioeconomic conditions.

Keywords: Regional development, mezcal industry, mezcal producers, family business, craft process, informal economy.

Introducción

Oaxaca es uno de los estados que cuenta con la Denominación de Origen Mezcal (DOM) (Instituto Mexicano de Propiedad Intelectual, 1994) junto con Durango, Guanajuato, Guerrero, San Luis Potosí, Tamaulipas, Zacatecas, Michoacán y, recientemente, el estado de Puebla. En los estados mencionados, existen 963 municipios que cuentan con la DOM, de los cuales 570 pertenecen a Oaxaca, lo que lo convierte en el estado con el mayor número de municipios incorporados a la DOM Consejo Regulador del Mezcal (CRM, 2016).

Oaxaca, por sus propias características agroclimáticas, favorece la producción de agave y mezcal (Bautista y Mascha 2012), lo que lo ha posicionado a nivel nacional como el estado con mayor producción de litros de mezcal. Alcanza un total del 93.7% de la producción total del país. Además, año con año, la producción mezcalera ha ido en aumento; ha pasado de una producción de 758 000 litros en 2011 a 1 360 259 litros en 2014 (CRM, 2016).

La importancia de la industria del mezcal en Oaxaca radica en la generación de empleos, ya que éstos se localizan, especialmente, en zonas marginadas. Ello da oportunidad de ingresos económicos a pequeños productores (CRM, 2016). Sin embargo, mientras las estadísticas demuestran que dicho sector es prometedor, muchos de los productores de mezcal en Oaxaca siguen trabajando de una manera precaria utilizando tecnologías rudimentarias (Nava, 2014).

Cuadro 1.
Actores de la cadena productiva del mezcal en México con la DOM

	Oaxaca	Guerrero	Durango	San Luis Potosí	Zacatecas	Guanajuato	Tamaulipas	Michoacán	Puebla
Productores de maguey	281	33	8	3	4	5	7	22	0
Productores de mezcal	422	79	19	7	20	5	9	23	0
Envasador	187	11	14	8	19	7	9	25	0
Comercializador	349	12	13	7	23	6	4	2	0

Fuente: elaboración propia con base en datos del Consejo Regulador del Mezcal 2016.

Como se observa en el cuadro 1, existen 422 productores de mezcal en Oaxaca registrados ante el CRM. Sin embargo, de acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2016), existen 329 unidades económicas dedicadas a la actividad de elaboración de bebidas destiladas de agave en dicho estado. La diferencia radica en que el INEGI considera como unidades económicas a entes productivos, es decir, a las empresas, sin importar el tamaño de éstas. Por tal motivo, dentro de estas unidades económicas (empresas) pueden existir uno o varios productores de mezcal. Así mismo, las unidades económicas se pueden considerar como micro y pequeñas empresas (MiPes), de acuerdo con el número de empleados, 317 son de tamaño micro y 12 pequeñas. Sin embargo, comúnmente, en Oaxaca, estas unidades son conocidas como fábricas de mezcal o palenques.

Derivado de la importancia de la industria del mezcal se han realizado diversos estudios enfocados a distintas temáticas entre las que destacan la de los compuestos volátiles en el mezcal (Molina et al., 2007; Guzmán, Santiago y López, 2009); las estrategias de mercadotecnia, producción y comercialización del producto (Hernández y Domínguez 2003; Bautista y Terán 2008) el impacto de las bebidas alcohólicas mexicanas en el mundo (Martínez, 2008); procesos de investigación y transferencia de tecnología en la agroindustria mezcalera (Noriega, Cárcamo y Cruz, 2009); sustentabilidad en la producción de agave (Bautista y Ramírez 2008; Bautista y Mascha, 2012); estandarización de los procesos productivos (Colmenero, Rosas y Vázquez, 2009; Pérez, Chávez y González, 2016); y cadena de suministro en el mezcal (Nava, 2014).

El presente trabajo se enfoca en realizar un primer acercamiento a los pequeños productores de mezcal que permita, además de conocer sus características básicas, avanzar en el entendimiento de su forma de organización y producción, las cuales, a pesar de sus condiciones socioeconómicas desfavorables como una ubicación geográfica con alta marginalidad y una generalizada falta de acceso a tecnologías modernas, han sido capaces de conservar una tradición de más de cuatrocientos años y mantenerse en el mercado. Esta contribución complementa los trabajos realizados en diferentes estados de México en los que se ha estudiado la forma de organización (Bautista, Orozco y Terán, 2015); la producción de los fabricantes de mezcal (Barraza et al., 2014); y la informalidad como una fuente de ingresos en la industria del mezcal (Salazar y Mungaray, 2009; Espinosa y Ramos, 2015). Si bien, las investigaciones citadas ayudan a comprender diversos aspectos que rodean a la producción de mezcal, el trabajo que aquí desarrollamos busca abordar, de manera integral, los ámbitos organizativos, administrativos, productivos y económicos presentes en su contexto.

El artículo se estructura en cuatro secciones de la siguiente manera: primera, se presenta una revisión de literatura sobre el mezcal. Segunda, se describe la metodología del estudio, incluyendo los métodos de recolección y análisis de datos. En la tercera sección se exponen los resultados o hallazgos donde se muestra un conjunto de elementos interrelacionados que permiten caracterizar a los pequeños productores de mezcal. En la cuarta sección consiste de las discusiones y conclusiones, donde se reflexiona sobre las implicaciones de las características identificadas y sobre si este tipo de organizaciones cuenta con atributos que permita considerarse como de naturaleza única.

Revisión de literatura

La producción de bebidas fermentadas y destiladas ha sido una práctica realizada desde la antigüedad por diversas culturas en México (Pérez, Chávez y González, 2016). Una de estas bebidas es, justamente, el mezcal, el cual surgió a partir de la mezcla de la tradición prehispánica en cuanto al uso del maguey y la técnica de destilación importada por los españoles

(García, 2007). La palabra mezcal tiene su origen en vocablos de la lengua náhuatl *metl* que es maguey e *ixcalli* que significa cocer. Los dos términos dan lugar a la palabra mexcalli, cuya traducción literal es *maguey cocido* (Nava, 2014). En la mitología náhuatl es donde al mezcal se le conocía como *la bebida llegada del cielo*. El mezcal se ha convertido en uno de los productos más representativos de México a nivel internacional (ProMéxico, 2014).

El mezcal es una bebida alcohólica tradicional de México, que en su elaboración es similar al tequila, el cual únicamente se produce a partir de la especie *Agave tequilana* y debe contener desde un 51% hasta un 100% de agave de la especie señalada (NOM-006 SCFI-1994). El mezcal debe producirse a partir de diversos tipos de agave, incluido el *tequilana* y debe ser producido con un 100% de *Agave tequilana* (NOM-070-SCFI-1994). Por lo anterior, el tequila es considerado como un tipo de mezcal (Nava, 2014). Algunos expertos entusiastas en un intento por comparar al mezcal con el tequila dicen que el “Mezcal es al Tequila como el Armagnac es al Cognac” (Martínez, 2008).

El mezcal es una bebida que proviene del maguey (agave), planta característica de México, particularmente de regiones semiáridas (Barraza et al., 2014) y se cuenta con cerca de doscientas especies de agave (Financiera Rural, 2011). De acuerdo con la NOM-070-SCFI-1994, las especies admitidas para la elaboración de mezcal son: *Agave Angustifolia Haw* (maguey espadín); *agave Esperrima jacobi*, Amarilidáceas (maguey de cerro, bruto o cenizo); *Agave Weberi cela*, Amarilidáceas (maguey de mezcal); *Agave Patatorum zucc*, Amarilidáceas (maguey de mezcal); *Agave Salmiana Otto Ex Salm SSP Crassispina* (Trel) Gentry (maguey verde o mezcalero); y otras especies. La cosecha del agave dura en promedio ocho años; durante esta etapa, las plantas son cortadas de su base y la mayor parte de sus hojas son retiradas. Se obtienen así las piñas de agave, las cuales son cocidas en hornos (Molina et al., 2007).

A pesar de sus características únicas, el mezcal ha enfrentado la dificultad, como gran parte de la producción de Oaxaca, de no estar certificado por la norma señalada. Por tal motivo, el producto no puede comercializarse como mezcal (Nava, 2014). La situación tiene el potencial de generar desconfianza en el consumidor al adquirir un producto que no cuenta con una certificación nacional. Aunque se reconoce en la industria del mezcal que un buen mezcal no requiere necesariamente de una norma certificadora, sino de la aprobación de un maestro mezcalero (Noriega, Cárcamo y Cruz, 2009), la ausencia de una certificación oficial ha influenciado el posicionamiento de este producto en el mercado. Por otro lado, el conocimiento y prácticas agrícolas tradicionales campesinas contribuyen a la sustentabilidad ambiental y productiva, esta racionalidad en su uso y explotación, incide en la conservación y preservación ambiental (Bautista y Mascha, 2012). Sin embargo, los sistemas de producción agrícola se han asociado poco a poco a procesos tecnológicos y han dejado de lado la conservación de los recursos naturales y, al mismo tiempo, sirviendo como estrategia para incrementar la producción

agrícola y combatir problemas como la pobreza (Bautista y Mascha, 2012).

Si bien se han identificado diversos tipos de producción de mezcal (artesanal, tradicional, moderna) (Blomberg, 2000), la producción artesanal predomina entre los habitantes del estado de Oaxaca. Debido a esta naturaleza artesanal, es frecuente encontrar diferentes calidades de materias primas, situación que influyen directamente en la sensación de aromas y sabor del mezcal (Guzmán, Santiago y López, 2009). Por otro lado, se estableció la estrategia productiva del agave mezcalero en la "región del mezcal", la cual tenía como propósito complementar los principales ingresos originados por el cultivo de productos básicos y por la venta de fuerza laboral en el ámbito local. La estrategia propició el establecimiento masivo de mezcalerías por parte de los pequeños productores; no obstante, la iniciativa fue truncada por el Estado al establecer y fijar impuestos a la elaboración del mezcal (Bautista y Terán, 2008). Lo anterior se asocia a la falta de políticas públicas de fomento al empleo y de desarrollo que consideren el conocimiento tradicional de los productores campesinos (Bautista y Mascha, 2012). Las políticas públicas están orientadas al desarrollo de la industrialización y excluyen a los sistemas productivos artesanales, lo que propicia su desaparición (Bautista, Orozco y Terán, 2015).

Lo artesanal de los procesos de producción se pueden observar a lo largo de estos. La cocción, molienda, fermentación y destilación del mezcal, se ejecutan (mayormente) en forma manual o, en su defecto, se apoyan en el uso de tecnologías rudimentarias tales como ollas de barro, hornos de tierra, piedras de río, etc. (Financiera Rural, 2011). Aunado a lo anterior, las condiciones socioeconómicas de los productores de mezcal, incorporados a la industria, son de alta y muy alta marginalidad (Bautista y Ramírez 2008); ello, además de encontrarse en un contexto cultural específico donde prevalece una identidad arraigada que se transmite de generación en generación y una cultura en donde el mezcal permea de distintas maneras en la vida cotidiana de las comunidades mezcaleras (Bautista y Terán, 2008).

Otros de los aspectos que impactan en la producción del mezcal tiene que ver con la escasez de materia prima (agave), ya que, ante el incremento de la demanda del tequila en el mercado mundial, se ocasiona desabasto y un alza de precios en la materia prima, originándose así la disminución y el abandono paulatino de la producción local de mezcal realizado por los productores campesinos (Bautista, Orozco y Terán, 2015).

Al asociarse a la emergencia del incremento de la demanda mundial del tequila, los productores realizan la expansión, intensificación y cosecha del agave en la "región del mezcal" (Bautista y Mascha, 2012). Tal situación implica la adopción de tecnologías modernas y posibilidades económicas ajenas a su entorno (Bautista y Teran 2008). Dado todo lo anterior, Barraza et al. (2014) recomiendan la agrupación de pequeños productores de mezcal para estandarizar los procesos logrando con ello un mejor control en la calidad y un incremento en la producción de esta bebida.

Metodología

La presente investigación se llevó a cabo en el municipio de Oaxaca de Juárez y en el Distrito de Tlacolula, donde se ubica el pueblo de Matatlán, mejor conocido como *capital mundial del mezcal* por su significación socioeconómica y productiva en la producción de maguey mezcalero (Bautista, Orozco y Terán, 2015). Si bien es cierto, existen 570 municipios productores de mezcal en el estado de Oaxaca (CRM, 2016), el estudio se llevó a cabo únicamente en los que se tuvo la oportunidad de acceder y de obtener información y se dejaron de lado comunidades más apartadas de las zonas urbanas, por lo que los resultados de esta investigación únicamente son aplicables al contexto estudiado, no obstante, se espera incrementar el número de municipios estudiados en investigaciones futuras.

El estudio es cualitativo, donde se utilizan diversos tipos de evidencia para describir y entender el fenómeno bajo estudio (Sampieri, Fernández y Baptista, 2010). Se adoptan algunos elementos del diseño de estudio de caso (Yin, 2008) dado que, este tipo de diseño permite contribuir al objetivo de describir hechos sobre una situación en particular estudiada en su ambiente natural (Guba y Lincoln 1994).

La investigación se delimita a caracterizar la forma de organización y producción de las unidades económicas productoras de mezcal cuya característica compartida es la de ser pequeños productores. Esta decisión se justifica por dos razones fundamentales. En primer lugar, los pequeños productores representan un alto porcentaje de las unidades económicas productoras de mezcal en Oaxaca y, en segundo lugar, es justamente este tipo de entes económicos de los que se quiere tener un mejor entendimiento sobre su naturaleza y funcionamiento.

Los sujetos de estudio fueron seleccionados utilizando una muestra por conveniencia, la cual consistió en aprovechar el acceso a los casos disponibles (Sampieri, 2013). Siguiendo esta metodología se entrevistó a pequeños productores a quienes se obtuvo acceso mediante recorrido en los municipios de Oaxaca de Juárez, Matatlán y Tlacolula, además de la asistencia a la décimo octava Feria Internacional del Mezcal llevada a cabo en el municipio de Oaxaca de Juárez en julio de 2015, donde se tuvo acceso a distintos agentes de la cadena productiva del mezcal.

Dentro de la muestra se consideró pertinente seleccionar a diferentes actores que intervienen en la cadena de elaboración y comercialización del mezcal. Esto con el fin de obtener distintas perspectivas y representar la complejidad del fenómeno estudiado, o bien, documentar diversidad para localizar diferencias y coincidencias, patrones y particularidades (Sampieri, 2013). No todos los sujetos de estudio fueron pequeños productores de mezcal, sin embargo, la recolección de datos se enfocó al mismo objeto de estudio: entender la naturaleza y funcionamiento de los pequeños productores de mezcal.

En términos de recolección de datos se utilizaron diversos métodos tales como entrevistas semiestructuradas, fotografías, cuestionarios y observación no participante. Se aplicaron entrevistas a informantes

diversos (productores de mezcal, intermediarios, comercializadores, jefe de producción de una empresa grande de mezcal, y personal administrativo del CRM) las cuales permitieron sostener una conversación sistematizada que tuvo por objetivo obtener, recuperar y registrar las experiencias de vida guardadas en la memoria de la gente (Sautu et al., 2006). En ocasiones se optó por el uso de entrevistas menos estructuradas en las que de acuerdo con Sabino (1998) *el entrevistador deja hablar sin restricciones al entrevistado, por lo que resulta adecuado insistir sobre estos, pero dejando, a la vez, entera libertad para captarlos en toda su riqueza*. Con la finalidad de conservar el anonimato, a cada uno de nuestros entrevistados se les asignó una clave basada en su sexo, edad y rol en la industria del mezcal.

Como estrategia para enriquecer la información recolectada, se utilizó la metodología de triangulación de datos (Jonsen y Jehn 2009) que permitió acceder a distintas perspectivas sobre el fenómeno estudiado. Así, el uso de entrevistas se complementó con otros métodos de recolección de datos incluyendo cuestionarios, visitas *in situ*, asistencia a eventos y ferias, visitas a palenques de pequeños productores, registro fotográfico y observación (Kothari, 2004).

En un primer momento se visitó la zona de los Caminos del Mezcal ubicada en los municipios de Matatlán y Tlacolula, en donde se tuvieron diversas pláticas informales con productores de mezcal, además de visitar varios palenques para observar y conocer sus procesos de producción. Parte de la evidencia fotográfica se derivó de estas visitas que fueron de gran utilidad para conocer "en vivo" los procesos de producción de los pequeños productores de mezcal. La oportunidad se aprovechó para aplicar un cuestionario para obtener información complementaria. Posteriormente, se visitaron las instalaciones de una empresa mezcalera grande, donde se tuvo la oportunidad de entrevistar al jefe de producción y conocer sus procesos y contrastarlos con microempresas mezcateras ubicadas en la zona de estudio. Finalmente, se asistió a la décimo octava Feria Internacional del Mezcal 2015 en Oaxaca de Juárez, donde se realizaron entrevistas a pequeños productores, intermediarios y distribuidores de mezcal. Las entrevistas nos permitieron acceder a posteriores informantes de la investigación. Entre otras situaciones, identificamos el vocabulario diverso utilizado por los distribuidores e intermediarios comparado con aquel utilizado por los pequeños productores visitados en la zona de los Caminos del Mezcal, mismo que refleja claramente la naturaleza y racionalidad distinta entre ambos.

En términos de análisis de datos, éstos se analizaron siguiendo los métodos propuestos por Braun y Clarke (2006) y Tuckett (2005). Los métodos consisten en un esfuerzo analítico del investigador caracterizado por el ir y venir entre los datos para identificar categorías y/o patrones que permitan hacer sentido de los datos de manera lógica y estructurada. En este ir y venir se consideró que mediante siete entrevistas se alcanzaba la saturación teórica, es decir, cuando la información recabada deja de aportar información nueva o relevante para la creación de categorías (Partington, 2000).

La ejecución del análisis temático consistió en las siguientes etapas: familiarización con los datos, generación de códigos iniciales, búsqueda y revisión de temas (estructurar), nombramiento de los temas y reporte de hallazgos. Derivado del análisis temático se crearon seis categorías, para caracterizar la producción y organización de los pequeños productores de mezcal en Oaxaca.

Durante el análisis de la información obtenida por parte de las entrevistas, se identificó que uno de los aspectos importantes en la forma de organizarse y producir de los pequeños productores es que operan sobre una base de ilegalidad, sin embargo, no se contaba con la suficiente información para sostener dicho argumento. Por ello, se consideró oportuno aplicar un breve cuestionario a 52 informantes donde cada una de las preguntas refleja un aspecto referente a la economía informal, como el registro ante Hacienda, la Seguridad Social, tipo de contratación, prestaciones de ley, etc.

Resultados

Se muestran aquí los hallazgos de la presente investigación, donde se caracteriza la producción y organización de los pequeños productores de mezcal. En el cuadro 2 se muestra la clave de los entrevistados, el sexo, la edad y el tipo de entrevistado, lo cual nos sirve como referencia para entender los comentarios de nuestro entrevistados.

Cuadro2.
Entrevistas semiestructuradas

Clave de entrevistado	Sexo	Edad	Tipo de entrevistado
M61P	Masculino	61	Productor de mezcal
M34P	Masculino	34	Productor de mezcal
M65P	Masculino	65	Productor de mezcal
F36C	Femenino	36	Comercializador
M43I	Masculino	43	Intermediario
M32E	Masculino	32	Empresa grande de mezcal (jefe de producción)
F27IG	Femenino	27	Institución gubernamental (CRM)

Fuente: elaboración propia con base en datos de los entrevistados.

Después de realizar las entrevistas exhibidas en el cuadro 2, de registrarlas y de analizarlas, se agruparon en seis categorías (sentido de la familia, preservación de la identidad, proceso artesanal, conocimiento tácito, toma de decisiones espontánea y economía informal), las cuales se presentan a continuación:

1) *El sentido de la familia.* Del total de las empresas estudiadas, todas ellas cuentan con miembros de su familia que participan directamente durante el proceso de elaboración de mezcal. Dado que la fuerza de trabajo en los palenques está constituida en su mayoría por integrantes de la familia, la denominación de empleado es ajena a ellos, tal y como se expresa

en el siguiente comentario: *El proceso aquí es artesanal, no necesita de mucha gente, no es fábrica no necesita ni diez o veinte, aquí nada más con la familia con dos o tres y ya aquí es así solo con la familia, todo el pueblo está así (...). Aquí no hay empleados, es casero, es como si tú fueras mi hijo y con otro más y ya con eso trabajamos, no necesitamos de eso, no hay empleados no hay eso, ya empleados ya es asistir al seguro y eso ya genera otros costos* (M65P, 2015).

La situación tiene entre otras consecuencias el hecho de que en algunas ocasiones los integrantes de la familia que laboran en los palenques no perciban un sueldo. Más bien, se busca que, a través del involucramiento de la familia en las actividades productivas de los palenques, se puedan generar los recursos económicos necesarios para satisfacer sus necesidades diarias.

Un segundo aspecto característico de los palenques de mezcal derivado de su naturaleza familiar, está relacionado con los objetivos últimos que buscan. Mientras una empresa grande del mezcal tiene por objetivo principal el acumular riqueza, los palenques de mezcal tienen como finalidad fundamental la de generar ingresos diarios que permitan a la familia sobrevivir en el día a día. El poco interés por obtener financiamientos gubernamentales o bancarios refleja de alguna manera esta situación. Del total de los palenques estudiados, solamente uno ha optado por este tipo de financiamiento; dado que, cuando se requiere alguna inversión, los mezcaleros optan por la utilización de recursos familiares o de amigos, tal y como se expresa en el siguiente comentario: *Aquí nadie pide financiamiento y todo el pueblo está así, aquí todos trabajamos con recursos propios de la familia, no nos interesa pedir financiamientos son muchos trámites* (M61P, 2015). Más aún, este rasgo "de familia" que permea en los palenques de mezcal no es casualidad o un acontecimiento aislado en Oaxaca, sino que es el resultado del hecho que durante generaciones este oficio ha sido heredado en el tiempo a través de la familia (se encontró que el cien por ciento de los palenques estudiados coinciden en que el oficio del mezcal ha sido heredado de generación en generación).

2) *Preservación de la identidad.* Un caso que ejemplifica cómo los mezcaleros ven amenazada su identidad se ve claramente reflejado en que el crédito de un "buen mezcal" no se le otorga al maestro mezcalero (productor del mezcal), sino al comercializador, que en realidad es ajeno a la comunidad y que, en ocasiones, incluso desconoce los procesos de producción. Sin embargo, en la mayoría de las ocasiones los comercializadores terminan siendo los dueños de la marca del mezcal; entre otras razones dado que estas personas pueden cubrir los costos que implica registrar la marca ante el CRM para obtener la certificación de la NOM-070-SCFI-1994. La situación ha contribuido a hacer sentir a los pequeños productores poco valorados en la cadena de la industria del mezcal. Como una respuesta a esta situación los pequeños productores, buscan preservar su identidad a partir de la actividad del oficio del mezcal. Algunos de los aspectos que denotan esta búsqueda de preservación de la identidad son: a) el oficio del mezcal como herencia transmitida

de generación en generación, b) el mezcal en la vida cotidiana, c) la preferencia por el uso de recursos naturales de la región y d) la participación familiar o de personas de la misma comunidad.

Quizá la manera más evidente en la que los mezcaleros han buscado preservar su identidad se ve reflejada en el hecho de que el oficio del mezcal ha perdurado por más de cuatrocientos años y ha sido heredada de generación en generación tal como se expresa en los siguientes comentarios: *el oficio del mezcal viene de herencia de mi bisabuelo, mi abuelo mi papá, todos trabajamos puro mezcal* (M65P, 2015). *Esta empresa lleva dieciocho años, la inicio mi papá y ahora continuamos nosotros... y tengo intención en que mis hijos continúen con este oficio* (M34P, 2015).

La búsqueda de preservación de la identidad de los mezcaleros se ve también reflejada en la utilización del mezcal, no sólo como un producto para ser comercializado hacia el exterior, sino también como un objeto que se hace presente en la comunidad en la vida cotidiana de los mezcaleros. Por ejemplo, el mezcal es ampliamente utilizado como un objeto espiritual en las comunidades en ceremonias como bodas, entierros, y bautizos. Además de ser parte fundamental en sus fiestas patronales (Calendas).

Otro ejemplo tiene que ver con el uso que se le otorga al mezcal en las comunidades, es como remedio casero o analgésico para atender enfermedades estomacales o en la utilización de productos gastronómicos, e incluso en nieves y cremas. El popular refrán y ampliamente conocido en la cultura Oaxaqueña “*para todo mal mezcal, para todo bien también*” justo hace referencia a este uso. Otra práctica utilizada por los mezcaleros para proteger su identidad y, a su vez, la autenticidad del mezcal, se ve reflejada en la gran preferencia por el uso de las materias primas de la región en donde claramente se prefiere el uso exclusivo del agave de Oaxaca, como se expresa en el siguiente comentario: *aquí vinieron de otros estados a ofrecernos maguey, el problema es que son sabores más secos a los agaves de Oaxaca y por eso no compramos* (M61P, 2015).

Por otro lado, a diferencia de otras bebidas alcohólicas que utilizan agave y otros azúcares, en el mezcal oaxaqueño todo es cien por ciento agave, tal como lo menciona uno de los entrevistados *aquí en Oaxaca hay una ley que todo es cien por ciento agave, no hay mixto. Eso le da un valor de identidad a nuestro producto, por la autenticidad y la forma de producirla* (M32E, 2015). Así mismo, se encontró que un mecanismo utilizado por los mezcaleros para preservar su identidad y la del mezcal tiene que ver con la participación casi exclusiva de los miembros de la familia o amigos en la producción del mezcal, evitando que otras personas ajenas a la comunidad se involucren en las actividades de producción del mezcal que pudieran amenazar su identidad.

3) *Proceso artesanal*. Esta situación se ve reflejada en distintas etapas del proceso de producción, a saber, y se hace evidente en los siguientes aspectos: a) herramientas utilizadas, b) uso de animales en los procesos de producción, c) utilización de insumos locales, d) aprovechamiento de recursos naturales de la región, e) adopción de prácticas prehispánicas en sus procesos.

En el proceso de cocción (foto 1), el horno utilizado consiste en un hoyo donde se utiliza leña y piedras de río como combustible, tal y como lo menciona uno de los entrevistados: *En lo artesanal, el horno es de piedra volcánica; se utiliza leña para el cocimiento. Su capacidad es de cinco a ocho toneladas y tarda de seis a siete días en la cocción* (F36C, 2015). Si bien es cierto que este proceso incrementa en seis días en promedio el tiempo de cocción, también es cierto que es una práctica deseable por los maestros mezcaleros, ya que es, precisamente, el uso de la leña en el proceso de cocción lo que le otorga el sabor ahumado al mezcal. El uso de animales en los procesos de producción del mezcal (foto 2), principalmente el caballo y la mula, es común entre los mezcaleros. Los animales son utilizados en el proceso de molienda como fuentes de energía para remover las fibras de piñas cocidas del maguey para extraer su jugo, jalando una piedra que pesa alrededor de 1 tonelada.

Foto 1.

Horno de piedra de río en un hoyo



Fuente: Caminos del mezcal, Oaxaca 2015.

Foto 2.

Caballo realizando el proceso de molienda



Fuente: Caminos del mezcal, Oaxaca 2015.

El aspecto artesanal de los procesos de producción se ve también reflejado en el uso de tinas de roble o pino utilizadas para mezclar los ingredientes y habilitar, posteriormente, el proceso de fermentación (foto 3). Resulta interesante encontrar que, a pesar de que los productores reconocen los beneficios de las tinas de acero, la gran mayoría de ellos aún utiliza las tinas de madera de roble, aun sabiendo que pueden derivar algunas desventajas de su uso, principalmente una amenaza a la higiene en sus procesos de mezclado y fermentación. Finalmente, en el alambique de cobre (foto 4) se lleva a cabo el proceso de destilación con la finalidad de eliminar agua para obtener un producto con mayor graduación alcohólica.

Foto 3.

Tina de roble con una coa o azadón



Fuente: Caminos del mezcal, Oaxaca 2015.

Foto 4.

Alambique de cobre



Fuente: Caminos del mezcal, Oaxaca 2015.

Una vez destilado el producto (mezcal) se deposita en garrafas de plástico (foto 5). Otros elementos que evidencian lo artesanal de los procesos de producción se ven reflejados en la ausencia del uso de electricidad y gas (foto 6), mismos que son sustituidos por el uso de leña

que es utilizada para el calentamiento y condensación en el proceso de destilación.

Foto 5.

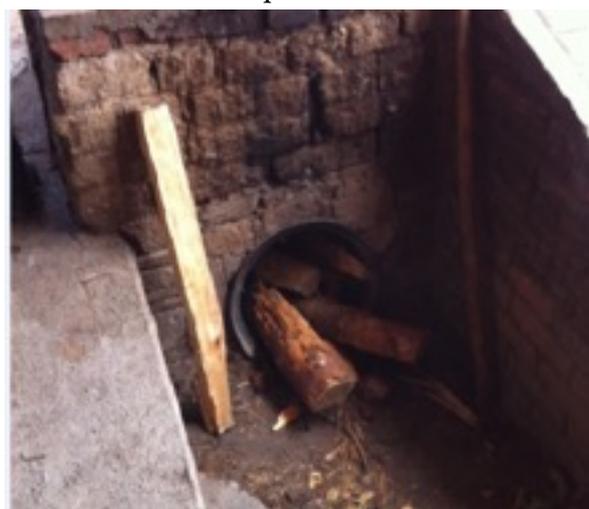
Garrafas donde se deposita el mezcal



Fuente: Caminos del mezcal, Matatlán 2015.

Foto 6.

Leña utilizada para la condensación



Fuente: Caminos del mezcal, Matatlán 2015.

4) *Conocimiento tácito*. Otra característica particular de los mezcaleros se puede observar en la prevalencia del conocimiento tácito como conocimiento altamente valorado en el contexto del mezcal. Se encontró, por ejemplo, que, dado que el oficio de la elaboración del mezcal se ha transferido de manera generacional, todo el conocimiento relacionado con los procesos de producción se transmite de manera empírica. Aquí se privilegia, en muchas ocasiones, el aprender haciendo, viendo o escuchando. El privilegio otorgado al conocimiento tácito se ve reflejado, claramente, en el poco interés de los mezcaleros por recibir capacitación a través de los programas gubernamentales existentes, que son sustituidos por los aprendizajes que se obtienen derivados de las interacciones cotidianas en la empresa y de la familia (39 de 52 de los encuestados expresaron haber recibido conocimiento vía estos medios).

Un ejemplo claro del gran valor que se le otorga al conocimiento tácito se ve reflejado en la figura del maestro mezcalero. Como lo comentó uno de los participantes del estudio, ser maestro mezcalero no significa tomar cursos de capacitación para hacerse experto en la producción de mezcal o recibir una certificación del CRM, sino, más bien, dedicar la vida al oficio del mezcal para aprender de los olores y sabores y saber diferenciarlos, que es lo que permite al maestro darle un sazón único a cada mezcal de acuerdo con su experiencia. El ser maestro mezcalero implica también conocer la cultura de la región, estar identificado con ella para compartir esa identidad, la misma espiritualidad que sólo puede ser vivida cuando se es parte de la comunidad, cuando el conocimiento ha sido transmitido a lo largo de generaciones. Esta situación también se vio reflejada en los comentarios de los participantes al referirse que un mezcal de calidad tiene poco que ver con la NOM-070-SCFI-1994, norma que intenta dar certeza de que se está consumiendo un mezcal de calidad y, más bien, tiene que ver con la certificación de “buen mezcal” otorgada por los maestros mezcaleros.

5) *Toma de decisiones espontáneas.* Otra de las características peculiares de este tipo de organizaciones es que su administración está basada en la toma de decisiones espontáneas, más que en procesos de planeación definidos. Algunos aspectos que denotan la espontaneidad en sus decisiones son: a) organización indefinida y b) necesidad de generar ingresos diarios.

Dicha situación se ve reflejada en que la organización no esté bien definida y que en ocasiones todos hacen de todo sin tener una función o puesto definido con claridad. Otro de los aspectos que denota esta situación es que no tienen horarios y días de trabajo definidos, sino que trabajan conforme a la necesidad y la temporalidad de la producción. Es decir, hay días en los cuales las jornadas de trabajo son largas (de sol a sol), mientras que en otras temporadas sólo se trabaja ciertas horas o en ciertos días.

Los pequeños productores, en su gran mayoría no realizan actividades de planeación y tampoco se pueden dar el lujo de invertir y recuperar su dinero en el mediano o largo plazo, sino que deben tomar decisiones cuyos beneficios se obtienen en el corto plazo, aun cuando estas decisiones los afectan en el largo plazo. Uno de nuestros entrevistados comenta que: *Existe una política de sustentabilidad y trazabilidad de que por cada planta que se corte se deben sembrar dos. Sin embargo, para los pequeños productores de mezcal, resulta imposible e ilógico gastar tanto dinero en algo que se va a ver reflejado en el largo plazo, no puede la gente del campo gastar \$6,000 o más que lo va a ver reflejado hasta después de seis años o más (M43I, 2015).*

Un ejemplo que describe la situación mencionada, consiste en la venta de su principal materia prima el “agave mezcalero”, que venden a granel a empresas que tienen una producción industrializada. Dichas empresas, ajenas a la comunidad de los pequeños productores, no suelen valorar el trabajo de éstos y terminan comprando el maguey a precios excesivamente bajos. Por ejemplo, si una camioneta tiene una capacidad de tres toneladas, los representantes de las empresas industrializadas meten más toneladas

en la camioneta y terminan aun comprando más barato y llevándose la materia prima fundamental de los mezcaleros, dado que se ven en la necesidad de venderlo para obtener ingresos diarios. Tal tipo de operaciones, de compra-venta de maguey, beneficia a los mezcaleros en el corto plazo ya que incrementan sus ingresos diarios, tal como lo expresa uno de los entrevistados: *El agave nos lo compraron los productores de Jalisco, pero tú sabes que hay mucho campesino que como le pagaron un poquito mejor, lo aceptó, porque pues el campo está muy bajo, entonces vinieron a pagar un poquito más, por así decirlo de \$1.00 pagaron \$2.00 y ya fue el doble. ¿si me entiendes pues? ¿Si me explico? Y haz de cuenta que tu vendes una cosita a \$1.00 y llega un cliente y te dice te doy \$2.00, pues te conviene es doble, entonces fue lo que paso acá* (M65P, 2015).

No obstante, esta situación se vuelve una problemática en el largo plazo, ya que, el cultivo de agave tarda en promedio de seis a diez años en madurar, por lo que cuando los pequeños productores venden el agave, se quedan sin producción en el largo plazo. Como lo expresa uno de los entrevistados, *Si se acaba el agave ¿qué va a pasar? Es cuando la gente sale que se acaba el empleo* (M61P, 2015). Ello da paso a que los pequeños productores se contraten informalmente en una empresa grande de mezcal por temporadas o se de la emigración en búsqueda de empleo.

6) *Economía informal.* Otro aspecto que caracteriza a este tipo de organizaciones es la informalidad, la cual no se trata de una ventaja, sino de aspectos que reflejan el hecho de no estar constituidos legalmente y, por ende, no contar con seguridad social ni de tener prestaciones mínimas de ley dentro de un empleo. El hecho de no contar con la certificación manifestada en la NOM-074-SCFI-1994, la cual en la opinión de uno de nuestros entrevistados *muchas veces en vez de ayudar pone barreras ya que les piden muchos requisitos, papeles y lineamientos la denominación de origen es excluyente y arbitraria* (M61P, 2015), no impide que llamen mezcal a su producto. El CRM prohíbe a cualquier productor que no esté registrado y certificado a utilizar la palabra mezcal, dando por sentado sanciones económicas, multas y que les decomisen su lote de producción y se los destruyan (F27IG, 2015).

Al no certificarse, estas microempresas tienen que vender su producto a precios inferiores y de manera informal, ya que para el CRM la legitimidad del producto depende de las empresas que pueden pagar las cuotas para tener una marca inscrita. En el cuadro 3 se aprecian aspectos que denotan informalidad en los negocios del mezcal.

Cuadro 3.

Aspectos que denotan la informalidad en la Industria del mezcal

Número de empleados	Frecuencia	Porcentaje
Menor a 10	39	75.0
entre 11 y 50	13	25.0
Total	52	100.0
Registro ante SHCP	Frecuencia	Porcentaje
Sí	7	13.5
No	45	86.5
Total	52	100.0
Seguridad Social	Frecuencia	Porcentaje
No	39	75.0
Sí	13	25.0
Total	52	100.0
Tipo de contrato	Frecuencia	Porcentaje
Por escrito	11	21.2
Acuerdo verbal o tácito	41	78.8
Total	52	100.0
Recibe horas extra	Frecuencia	Porcentaje
No	30	57.7
Sí	22	42.3
Total	52	100.0
Recibe Utilidades	Frecuencia	Porcentaje
No	38	73.1
Sí	14	26.9
Total	52	100.0
Recibe vacaciones pagadas	Frecuencia	Porcentaje
No	46	88.5
Sí	6	11.5
Total	52	100.0
Recibe aguinaldo	Frecuencia	Porcentaje
No	38	73.1
Sí	14	26.9
Total	52	100.0
Se encuentra certificado por la NOM-070-SCFI-1994	Frecuencia	Porcentaje
No	7	13.5
Sí	45	86.5
Total	52	100.0

Fuente: elaboración propia con base en información obtenida de nuestros encuestados.

El cuadro 3 refleja que este tipo de organizaciones se pueden considerar como micro y pequeñas empresas, donde si bien es cierto que el número de empleados no determina la informalidad, en esta investigación resultó que más del 86% no cuenta con registro ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP). Al no estar constituidos legalmente, carecen de una certificación por parte de la NOM-070-SCFI-1994. Por otro lado, un segundo aspecto que denota informalidad en los pequeños productores de mezcal tiene que ver con la ausencia de seguridad social por parte de los miembros de la empresa. Se encontró que el 75% de los encuestados menciona que no cuentan con seguridad social y más del 78% comentó que nunca existió un contrato por escrito para empezar a trabajar; fue todo de manera tácita y a través de acuerdos verbales. Referente a las prestaciones mínimas de Ley, el 42% de los participantes en el estudio

mencionaron haber recibido el pago de horas extras, el 26% el pago de utilidades y aguinaldo y el 11% pago de vacaciones, sin embargo, estas no son constantes ni calculadas conforme a la Ley Federal del Trabajo.

Discusión

La presente sección propone una serie de planteamientos donde se argumenta que, debido a las características identificadas en el estudio, este tipo de empresas de naturaleza única, han logrado mantenerse en el mercado a través de los años como entes productivos en la industria del mezcal. Se presenta la discusión de esta sección siguiendo el orden en el que se fueron dando los hallazgos del estudio y haciendo referencia a ellos en el orden siguiente: sentido familiar, preservación de la identidad, proceso artesanal, conocimiento tácito, toma de decisiones espontáneas y economía informal.

Un primer aspecto que permite argumentar que los pequeños productores de mezcal han perdurado como unidades económicas es, justamente, el sentido familiar que los caracteriza, ya que, muchas veces los integrantes de la familia no perciben un ingreso, debido a que no son considerados como empleados, lo que propicia que los costos referentes a la mano de obra sean bajos o inexistentes. Este hallazgo coincide con Espinosa y Ramos (2015) quienes encontraron en su estudio que la mano de obra en los lugares donde se elabora el mezcal es familiar con ingresos mínimos o nulos. Mantener un sentido familiar dentro de este tipo de empresas, implica una gran responsabilidad, tanto de generaciones pasadas como de las nuevas generaciones, ya que son las generaciones de las más antiguas (bisabuelos), quienes están obligados a enseñar el oficio del mezcal y son las nuevas generaciones (hijos), quienes llevan la responsabilidad de aprenderlo y mantener viva una tradición que ha perdurado por más de cuatrocientos años. La situación coincide con lo encontrado por Miller y Le Breton-Miller (2005) quienes consideran que una empresa familiar se encuentra preocupada por que la empresa continúe de una generación a otra.

Una segunda característica identificada y que argumentamos ha contribuido a la supervivencia de los pequeños productores de mezcal, tiene que ver con la actividad de producción y consumo del mezcal como oportunidad para preservar una identidad forjada a lo largo de generaciones. El oficio del mezcal no solo ofrece una alternativa para obtener beneficios económicos, sino que además permite preservar este oficio, así como los elementos culturales e incluso espirituales que lo acompañan. Este hallazgo coincide con Tápies (2009) quien menciona que este tipo de empresas no sólo persiguen un objetivo financiero, sino que también son un modo de transmitir ciertos valores y proporcionar un servicio a la comunidad en la que están integradas. Esta situación cambia por completo la dinámica de este tipo de empresas, ya que, no sólo producen mezcal para comercializarlo, sino también como medio para mantener vivas sus costumbres y tradiciones. Mucho tiene que ver que los pequeños productores de mezcal se encuentran en un contexto cultural

específico donde prevalece una identidad arraigada que se transmite a través de las generaciones y una cultura donde el mezcal permea de diversas formas en la vida cotidiana de las comunidades mezcaleras (Bautista y Terán, 2008).

Una tercera característica de los pequeños productores de mezcal tiene que ver con los procesos artesanales que llevan a cabo durante la producción del mezcal que, por un lado, le otorga olores y sabores únicos y distintos a cada mezcal y, por otro lado, lo vuelve una bebida auténtica al ser elaborada artesanalmente y no de manera industrial como otras bebidas (ej., tequila). Esta característica nos permite argumentar que los pequeños productores de mezcal se han mantenido en los mercados debido a que, si bien es cierto que los procesos artesanales complican la producción de grandes volúmenes de mezcal, también permite preservar el valor agregado del mezcal sobre otras bebidas. Mientras el mezcal se produzca artesanalmente tendrá un valor agregado y un sentido único, lo que permitirá que los pequeños mezcaleros mantengan su oficio. Sin embargo, nuestro argumento difiere con Bautista et al., quienes consideran que la producción de mezcal artesanal es rebasada por tecnologías modernas de industrialización de la bebida, ocasionando la disminución y potencial abandono de la actividad de elaboración artesanal y favoreciendo, en el largo plazo, la industrialización de la bebida utilizando materias primas distintas y procesos de transformación modernos.

Una cuarta característica que permea los procesos artesanales de producción de mezcal tiene que ver con un alto grado de conocimiento tácito que es creado y transferido en interacciones personales que ocurren y que han ocurrido a lo largo de las generaciones “cuando se hace el mezcal”. Es justo aquí, donde abrimos paso a argumentar cómo el conocimiento tácito contribuye a que este tipo de empresas perdure a través de los años. Por ejemplo, el conocimiento tácito del maestro mezcalero se vuelve indispensable en cada una de las etapas del proceso de producción del mezcal, ya que es el quien certifica empíricamente la calidad del mezcal. Al ser un conocimiento tácito y mientras éste se transmita generacionalmente, permitirá que el oficio del mezcal perdure. La naturaleza tácita de este tipo de conocimiento hace también que su transferencia no ocurra a través de documentos, por ejemplo; sino más bien ocurre en el momento, durante la ejecución de la práctica y de manera informal. En contraste con esto, se ha sugerido que para que un mezcal sea de calidad, éste debe estar avalado por una Norma certificadora por lo que se ha llegado a recomendar producir el mezcal con base en la NOM-SCFI-070-1994 (Pérez, Chávez y González, 2016).

Una quinta característica tiene que ver con la manera en la que se toman decisiones de manera espontánea. Este hallazgo coincide con literatura sobre empresas familiares en donde Lewandowski (2015) encontró que las decisiones en las empresas familiares son tomadas de manera espontánea y poco planeada o sistematizada, basadas más en la parte sentimental que en la objetiva. Sin embargo, a pesar de esta manera de tomar decisiones, las pequeñas empresas familiares han logrado posicionar

sus productos (aunque no con sus propias marcas) a través de la venta de sus productos a intermediarios. Los intermediarios al ser propietarios de las marcas, compran la producción a los pequeños productores de mezcal y de agave, lo que ha permitido a éstos perdurar, ciertamente no con márgenes de utilidad elevados, si recibiendo un ingreso que les permite vivir el día a día. La situación anterior coincide con Bautista y Terán (2008), ya que argumentan que las estrategias son diseñadas en un *ámbito de informalidad donde planean sus objetivos que son cubiertos a partir de sus capacidades, asociadas a la predictibilidad y tendencias bajo una lógica propia en función de los cambios en las circunstancias de orden económico, político, institucional, ambiental y cultural.*

Finalmente, la última característica identificada compartida entre los pequeños mezcaleros es la economía informal, la cual resulta ser una salida para que este tipo de empresas pueda comercializar su producto y pueda obtener ingresos económicos. Por ejemplo, los pequeños mezcaleros tienden a utilizar botellas con etiquetas simples y marcas no registradas o a comercializarlo con intermediarios quienes lo distribuyen en bares y restaurantes de comunidades cercanas a las empresas mezcaleras, sin que éste haya sido certificado por el CRM. Mientras los pequeños productores no accedan a una marca para estar dentro del CRM y tener una certificación oficial, que de seguridad y certeza al consumidor de que está consumiendo un producto de alta calidad, los pequeños productores tenderán a seguir vendiendo su producto en un ámbito informal. Lo anterior coincide con Salazar y Mungaray (2009) y Espinosa y Ramos (2015), ya que, consideran que la informalidad en la industria del mezcal, es una estrategia mediante la cual han podido subsistir, generando autoempleo y empleo a la población. Una consecuencia negativa de este hecho podría relacionarse con lo expuesto por Salazar y Mungaray (2009) quienes hacen mención de que la industria del mezcal se encuentra amenazada debido a que cada vez más se comercializa producto que no está certificado y que ocasiona una mala imagen del mezcal.

Conclusiones

El estudio ha permitido caracterizar a los pequeños productos incluyendo aspectos relacionados con sus prácticas organizativas, de toma de decisiones, de identidad, de producción y de relación con otros actores en su cadena de valor, lo que nos ha permitido cumplir el objetivo planteado al inicio de la investigación. Se presentaron una serie de planteamientos en los que se sugiere que justamente las características únicas de este tipo de empresas (pequeños productores de mezcal), son las que les han permitido mantenerse en un mercado caracterizado por la globalización, industrialización y el cambio constante.

Los hallazgos de la investigación permiten complementar aquellos estudios sobre la forma de organización (Bautista, Orozco y Terán, 2015); los sistemas de producción de los productores de mezcal (Barraza et al., 2014) y la informalidad como una fuente de ingresos en la industria del mezcal (Salazar y Mungaray, 2009; Espinosa y Ramos, 2015). En

este sentido consideramos que el presente trabajo es pertinente dado que aborda de manera integral diversos aspectos que hasta el momento habían sido abordados de manera independiente.

En términos metodológicos, basados en la experiencia propia al realizar la presente investigación, expresamos que el uso de una gran variedad de métodos de recolección de datos tales como entrevistas, cuestionarios, visitas in situ, memoria fotográfica y revisión documental, nos permitió comprender de una mejor manera el fenómeno estudiado al obtener mayor riqueza, amplitud y profundidad de datos, lo que nos permite abogar a partir de nuestra propia experiencia por promover estrategias de triangulación durante la recolección de datos para incrementar la validez y confiabilidad de una investigación (Jonsen y Jehn, 2009; Creswell y Miller, 2010; Sampieri, 2013).

La investigación, sin embargo, también presenta limitaciones. La primera de ellas es que el estudio sólo se llevó a cabo en tres de los 570 municipios del estado de Oaxaca y la segunda tiene que ver con el tamaño de la muestra, que es relativamente pequeña considerando que existen 422 productores de mezcal registrados ante el CRM. Además, el estudio se realizó únicamente en los lugares a los cuales se pudo acceder y se dejaron de lado comunidades más apartadas de las zonas urbanas. Las situaciones anteriores advierten que los resultados deben ser interpretados con cautela evitando su generalización a todos los productores de mezcal del estado.

Bibliografía

- Barraza et al. (2014) "La producción de mezcal en el municipio de Durango, México" *Revista Ra Ximhai*. Vol. 10, núm. 6, pp. 65-74.
- Bautista, J. y A. Mascha (2012) "Sustentabilidad y agricultura en la región del mezcal de Oaxaca" *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*. Vol. 3, núm. 1, enero-febrero 2012. pp. 5-20.
- Bautista, J., Orozco, S. y E. Terán (2015) "La disminución de la producción artesanal de mezcal en la región del mezcal de Oaxaca, México" *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*. Vol. 6, pp. 1291-1305.
- Bautista, J. y J. Ramírez (2008) "Agricultura y pluriactividad de los pequeños productores de agave en la región del mezcal, Oaxaca, México" *Revista Agricultura Técnica en México*. Vol. 34, núm.4, octubre-diciembre 2008, pp.443-451.
- Bautista, J. y M. Terán (2008) "Estrategias de producción y mercadotecnia del mezcal en Oaxaca" *Revista El Cotidiano*. Vol. 23, núm. 148, marzo-abril 2008, pp.113-122.
- Blomberg, L. (2000) *Tequila, mezcal y pulque: lo auténtico mexicano*. México, Diana, S. A.
- Braun, V. y V. Clarke (2006) "Using thematic analysis in psychology" *Revista Qualitative Research in Psychology*. Núm. 3, pp.77-101.
- Colmenero, A., Rosas, I. y E. Vázquez (2009) "Algunas consideraciones del mezcal en el municipio de Nombre de Dios, Durango, México, D. F." *Secretaría de Investigación y Posgrado, Instituto Politécnico Nacional*.

- Consejo Regulador del Mezcal (2016.) "Informe de actividades". En: < http://www.crm.org.mx/PDF/INF_ACTIVIDADES/INFORME2015.pdf > [Accesado el día 23 de junio de 2016]
- Creswell, J. y D. Miller (2010) "Determining validity in qualitative inquiry" *Revista Taylor y Francis*. Vol. 39, núm. 3, mayo 2010, pp. 124-130.
- Espinosa, D. y A. Ramos (2015) "La informalidad de las MiPyMes del mezcal en el estado de Oaxaca" *Revista de difusión vía red de cómputo*. Vol. 1, núm. 1, octubre 2015, pp. 716-731.
- F36C (2015) [Comunicación personal] 18 de julio de 2015.
- F27IG (2015) [Comunicación personal] 29 de julio de 2015.
- Financiera Rural (2011) *Monografía del mezcal*. México, Financiera Rural, Dirección Ejecutiva de Análisis Sectorial.
- García, A. (2007) "Ciencias los agaves de México" *Revista Ciencias*. Núm, 87, julio-septiembre 2007, pp.14-23.
- Guba, E. y Y. Lincoln (1994) "Competing paradigms in qualitative research" en N. K. Denzin y Y. S. Lincoln (eds.) *Handbook of qualitative research*. Londres, Sage, pp. 105-117.
- Guzmán, V., Santiago, P. y G. López (2009) "Compuestos volátiles aromáticos generados durante la elaboración de mezcal de Agave angustifolia y Agave potatorum" *Revista Fitotecnia Mexicana*. Vol. 32, núm. 4, octubre-diciembre 2009, pp.273-279.
- Hernández, J. y M. Domínguez (2003) "Estrategias de mercadotecnia y los negocios de mezcal" *Revista Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*. Vol. 10, núm, 31, enero-abril 2003, pp. 187-203.
- INEGI (2016) "Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas" en INEGI. En: < <http://www.beta.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx> > [Accesado el día 03 de diciembre de 2016]
- Instituto Mexicano de Propiedad Intelectual (1994) "Resolución mediante la cual se otorga la protección prevista a la Denominación de Origen Mezcal, para ser aplicada a la bebida alcohólica del mismo nombre" en *Diario Oficial de la Federación (DOF)*. En:< <http://www.impi.gob.mx> > [Accesado el día 12 de octubre de 2016]
- Jonsen, K. y K. Jehn (2009) "Using triangulation to validate themes in qualitative studies" *Revista Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal*. Vol 4, núm 2, pp.123-150.
- Kothari, C. (2004) *Research methodology methods y techniques*. Primera edición. P., E. U., New Age International
- Lewandowski, C. (2015) "The effects of brief mindfulness intervention on acute pain experience: An examination of individual difference" *Revista Guía de la Empresa Familiar*. Vol. (1), pp.1689-1699.
- Martínez, A. (2008) "Tequila, mezcal y cerveza: de México para el mundo" *Revista Agricultura Sociedad y Desarrollo*. Vol. 5, núm. 2, julio-diciembre 2008, pp. 143-150.
- M32E (2015) [Comunicación personal] 21 de julio de 2015.
- M34P (2015) [Comunicación personal] 23 de junio de 2015.
- M43I (2015) [Comunicación personal] 27 de julio de 2015
- M61P (2015) [Comunicación personal] 22 de junio de 2015.
- M65P (2015) [Comunicación personal] 22 de junio de 2015.

- Miller, D. y L. Breton-Miller (2005) *Managing for the long run: Lessons in competitive advantage from great family businesses*. Boston, Harvard Business School Press.
- Molina, J. et al. (2007) "Compuestos volátiles en el mezcal" *Revista Mexicana de Ingeniería Química*. Vol. 6, núm.1, pp.4150.
- Nava, G. (2014) "La cadena de suministro del mezcal del estado de Zacatecas" *Revista Contaduría y Administración*. Vol. 59, núm. 2, abril-junio 2014, pp.227-252.
- Noriega, G., Cárcamo, B. y S. Cruz (2009) *Crisis mezcalera: una agroindustria marginada en investigación y transferencia de tecnología*. México, SIPIG-UNAM.
- Partington, D. (2000) "Building grounded theories of management action" *Revista British Journal of Management*. Vol. 11, julio 2000, pp. 91-102.
- Pérez, E., Chávez, M. del C. y J. González (2016) "Revisión del agave y el mezcal" *Revista Colombiana de Biotecnología*. Vol. 18, núm. 1, enero-junio 2016, pp.148-164.
- ProMéxico (2014) *Mezcal, bebida orgullosamente mexicana*, México, D.F., ProMéxico.
- Sabino, C. (1998) *El proceso de investigación*. Caracas, Panapo.
- Salazar, V. y A. Mungaray (2009) "La industria informal del mezcal bacanora" *Revista Estudios Sociales*. Vol. 17, núm. 33, enero-junio 2009, pp.1-36.
- Sampieri, R., Fernández, C. y L. Baptista (2010) *Metodología de la investigación*. Quinta edición, México, D. F., McGraw-Hill.
- Sampieri, R. (2013) *Metodología de la investigación*. Sexta ed., México, D. F., McGraw-Hill.
- Sautu, R. et al. (2006) *Manual de metodología CLACSO*. Buenos Aires, J. Fraga, ed.
- Tápies, J. (2009) "Empresa familiar: el valor de los valores" *Revista de Antiguos Alumnos*. Núm. 3, enero-marzo 2009, pp. 56-61.
- Tuckett, A. (2005) "Applying thematic analysis theory to practice" *Revista Contemporary Nursing*. Vol. 19, núm. 1, julio-agosto 2005, pp.75-87.
- Yin, R. K. (2008) "The case study crisis: Some answers" *Revista Administrative Science Quarterly*. Vol. 26, núm. 1, abril 2009, pp.58-65.

Notas de autor

* M. en C. en Estudios Interdisciplinarios para Pequeñas y Medianas Empresas de la Unidad Profesional Interdisciplinaria de Ingeniería y Ciencias Sociales y Administrativas (UPIICSA) del IPN. Av. Té, 950 esquina con Resina, Col. Granjas. México, C. P. 08400, Del. Iztacalco, CDMX.

** UPIICSA del IPN

*** UPIICSA del IPN

Dirección para correspondencia:
david.espinosa.meza@gmail.com.