

Estudios Sociales

Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional

Volumen 34, Número 64. Julio – Diciembre 2024

Revista Electrónica. ISSN: 2395-9169

Artículo

Innovación social en la producción de mezcal mexiquense
y raicilla jalisciense en el marco de la Denominación de Origen

Social innovation in the production of mezcal from the State of Mexico
and raicilla from Jalisco within the framework of the Denomination of Origin

DOI: <https://doi.org/10.836/es.v34i64.1460>
e241460

Karina Jacqueline Poot-Rodríguez*
<https://orcid.org/0000-0002-8396-9866>
pootkarina@gmail.com

Patricia Mercado-Salgado*
<https://orcid.org/0000-0002-5140-3139>
pat_mersal@yahoo.com

Fecha de recepción: 20 de noviembre de 2023.

Fecha de aceptación: 18 de septiembre de 2024.

*Universidad Autónoma del Estado de México.
Facultad de Contaduría y Administración
Autora para correspondencia: Karina Jacqueline Poot-Rodríguez.
Cerro de Coatepec S/N, Ciudad Universitaria.
Toluca, Edo. de México C.P. 50110. Cel. 722-760-5006.

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



Resumen

Objetivo: identificar acciones de innovación social que caracterizan la producción de mezcal mexiquense y la raicilla jalisciense, con el objetivo de detectar comparativos y efectos en el marco de la denominación de origen. **Metodología:** estudio cualitativo exploratorio donde se utilizó como técnica la entrevista semiestructurada y seis informantes clave: tres productores de raicilla de Jalisco y tres productores de mezcal en el Estado de México. Para el análisis deductivo de los datos cualitativos se utilizó ATLAS.ti 2024. **Resultados:** ambos casos coinciden en que la denominación de origen ha dado mayor visibilidad a sus comunidades, la necesidad de sembrar agave ante el incremento de la demanda y el interés de fortalecer sus relaciones internas y externas. Las acciones colectivas están con mayor presencia entre los raicilleros, mientras que en el mezcal los productores presentan dificultades para avanzar en la certificación de calidad y la comercialización. **Limitaciones:** no se llegó a combinar lo obtenido en las entrevistas semiestructuradas con otras fuentes de datos, tales como documentos históricos públicos. **Conclusión:** las iniciativas promovidas por los productores, con la colaboración de actores externos, presentan mejores efectos de innovación social.

Palabras clave: desarrollo regional, innovación social, destilados de agave, denominación de origen, raicilla, mezcal.

Abstract

Objective: To identify social innovation actions that characterize the production of mezcal from the State of Mexico and raicilla from Jalisco, as well as to detect comparisons and effects within the framework of the origin denomination. **Methodology:** An exploratory qualitative study using semi-structured interviews with six key informants: three raicilla producers from Jalisco and three mezcal producers from the State of Mexico. ATLAS.ti 2024 was used for deductive analysis of the qualitative data. **Results:** Both cases indicate that the denomination of origin has increased their communities' visibility, highlighted the need to plant more agave due to rising demand, and fostered interest in strengthening internal and external relationships. Collective actions are more prevalent among the raicilla producers, while mezcal producers face challenges in advancing quality certification and commercialization. **Limitations:** The findings from the semi-structured interviews were not combined with other data sources, such as public historical documents. **Conclusion:** Initiatives promoted by producers, in collaboration with external actors, yield better social innovation outcomes.

Keywords: regional development, social innovation, agave distillates, origin denomination, raicilla, mezcal.

Introducción

Alrededor del mundo hay diversos productos (alimentarios, agroindustriales y de manufactura) que, en algunos casos, se distinguen por contar con una denominación de origen. Dicho reconocimiento les ha conferido facilidad para su comercialización e, incluso, para acceder a mercados globales, incentivar el turismo de la región y al país donde se elaboran (Mantilla, 2015). Las denominaciones de origen son herramientas para el desarrollo rural al centrarse en el valor añadido, la protección contra la comercialización fraudulenta, el incremento de ingresos de los productores locales y la garantía de precios más altos por productos etiquetados; más allá del objetivo económico, las denominaciones de origen potencian el desarrollo rural en un sentido amplio: resiliencia, empoderamiento, formación de redes y capacidad local (Bermejo et al., 2021).

Aunque la valoración de las agriculturas territorializadas ha funcionado en Europa como una política para favorecerlas frente al libre comercio, estas han enfrentado dificultades para desarrollarse en Latinoamérica (Valero y Márquez, 2022), en México, han llegado a ser elemento en disputa, como en el caso de la denominación de origen del mezcal mexiquense y la raicilla jalisciense. El reto aparece en el desarrollo de capacidades organizativas, sociales y políticas de los productores para defenderse de otros actores y aprovechar las oportunidades de mercados alternativos (Valero y Márquez, 2022). En este sentido, la innovación social es una estrategia para atender problemas socioeconómicos mediante la oportunidad de generar soluciones que revitalicen el espacio rural a través de la participación voluntaria de la comunidad local (Secco et al., 2019). Son acciones que emergen cuando los habitantes de un territorio o región actúan para resolver problemas no atendidos por el Estado o el mercado, y que toma mayor fuerza cuando es impulsada por las organizaciones de base (Galego et al., 2022). La innovación social es una herramienta para apoyar el desarrollo rural, local y regional (Rogelja et al., 2023).

En el ámbito rural, México cuenta con variedad de productos que lo distinguen a nivel mundial, entre ellos, las bebidas destiladas de agave vinculadas a la cultura y tradiciones comunitarias, como lo son el mezcal y la raicilla, que tienen denominación de origen, protección que reciben por contar con recursos humanos y naturales únicos en su territorio. El tequila fue la primera bebida destilada de agave en obtener una denominación de origen (1974) para proteger a cinco estados: Jalisco, Nayarit, Guanajuato, Tamaulipas y Michoacán. Mientras que el mezcal obtuvo la denominación de origen en 1994, para los estados de Durango, Guerrero, Oaxaca, San Luis Potosí y Zacatecas. En 2018, la ampliación de la Denominación de Origen del Mezcal (DOM) llegó al Estado de México, situación que generó desacuerdo en algunos comercializadores de Oaxaca (mayor productor de mezcal), que interpusieron una denuncia ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), lo que frenó su aprovechamiento (Álvarez y Mercado, 2022). La raicilla es una bebida producida hace más de 500 años en Jalisco y Nayarit, aunque escasamente conocida, ya que por varios años permaneció a la sombra del tequila. La raicilla tiene una carga histórica, una identidad propia y una cultura sostenida por productores que utilizan agaves diferentes (la lechuguilla, por ejemplo) a los usados en la producción de tequila. En 2019 se publicó la Denominación de Origen de la Raicilla (DOR), con lo cual adquirió mayor visibilidad, y figuró en el mapa de las espirituosas. En ambos casos (mezcal y raicilla), a partir de la denominación de origen se desprendieron retos y problemáticas socioeconómicas y ambientales que impulsaron la innovación social para favorecer la resolución de problemas colectivos, con el propósito de no repetir errores cometidos en la industria del tequila (Lucio, 2022).

La denominación de origen pudiera reflejar diferencias a partir de los actores que la gestionan, pero siempre coinciden en la lucha por lograr el reconocimiento. La Denominación de Origen del Mezcal (DOM) para el territorio mexiquense se gestionó a través del gobierno del Estado de México, sin la participación de los productores, mientras que la (Denominación de

Origen de la Raicilla (DOR) en Jalisco se materializó en 2019 mediante la gestión del Consejo Mexicano Promotor de la Raicilla, A. C. (CMPR). Por lo anterior, esta investigación busca responder: ¿Qué acciones de innovación social caracterizan la producción del mezcal mexiquense y la raicilla jalisciense?; ¿Qué similitudes y diferencias hay entre ellas? y ¿Qué efectos generan estas acciones de innovación social en la producción de estas espirituosas en el marco de la denominación de origen? El documento se integra por cuatro apartados. Primero, una revisión de literatura sobre la denominación de origen y la innovación social; como segundo punto se presenta la metodología utilizada para el análisis de información, un tercer apartado de resultados y, por último, las conclusiones.

Revisión de literatura

Denominación de origen

Un producto con denominación de origen es el resultado de conocimientos profundamente arraigados en la historia y condiciones locales de un territorio; se diferencian y sobresalen por el *expertise* de los involucrados en su elaboración y su exclusividad es reconocida por el mercado. De esta manera, la calidad de origen de un producto implica que esté asociado a un espacio geográfico en particular, y puede darse en tres niveles: la propia denominación de origen, la indicación geográfica o la indicación de procedencia. En la primera, los productos están sujetos a un estricto marco normativo que deben cumplir con características específicas derivadas de factores naturales y humanos de su medio geográfico. En la indicación geográfica están los productos cuya calidad o reputación están vinculadas al lugar de origen, pero con criterios más amplios que los de la denominación de origen; en tanto, la indicación de procedencia se refiere a productos que

simplemente provienen de una región específica (OMPI, 2017).¹ Como parte de la cooperación internacional, México reconoce 925 denominaciones de origen y 386 indicaciones geográficas del mundo (IMPI, 2018). Ya para el siglo XVIII las denominaciones de origen se encontraban asociadas a productos alimenticios en Europa (quesos y vinos) y hasta el siglo XX llegaron a América Latina, con la conferida al pisco chileno en 1931 o al tequila mexicano en 1974 (Ayala y Radomsky, 2020).

En América Latina, la diferenciación de productos agroalimentarios y artesanales basada en las cualidades distintivas derivadas de las características propias de su lugar geográfico de origen, ha tenido un notable crecimiento en las últimas décadas, debido al potencial de la denominación de origen para contribuir con el desarrollo económico, social y biocultural de los territorios y comunidades rurales, mediante mercados de especialidad donde se valoran atributos asociados al patrimonio gastronómico, la procedencia rural, la reputación, la fabricación artesanal y la calidad (Bonvini, 2010). Sin embargo, y como lo señala Mantilla (2015), la denominación de origen da al producto una ventaja competitiva que debe explotarse; para ello, es indispensable la asociatividad de los productores y el respeto o compromiso con la calidad. En otras palabras, una vez conseguida la denominación de origen no termina todo. Es necesaria la creación de un consejo regulador para protección y promoción, así como supervisión y control de quienes tengan el permiso de uso de la denominación de origen. El camino no es corto, pero la motivación está en preservar saberes ancestrales y productos con toda una historia, tradición y cultura.

¹ En México hay 18 denominaciones de origen, entre ellas el tequila, la Talavera de Puebla, el chile habanero de Yucatán, el café de Veracruz y el arroz de Morelos (IMPI y SE, 2016). En cuanto a indicaciones geográficas están los alebrijes (tonas, nahuales, tallas de madera y figuras fantásticas) de Oaxaca que, desde el 9 de octubre de 2020, no pueden ser imitados o plagiados, luego de haber recibido la primera indicación geográfica de México, un distintivo que los protege de robo o imitaciones (Gobierno del Estado de Oaxaca, 2022). Un indicador de procedencia son los productos que tienen el distintivo que fueron producidos en algún país, por ejemplo, Hecho en México (IMPI, 2017).

Dado que la denominación de origen es el distintivo otorgado a una región geográfica para designar un producto originario y de calidad, esta debe llevar el nombre del producto cuya calidad o características son exclusivas del lugar. Al respecto, el mezcal es una excepción, ya que no existe un lugar geográfico con ese nombre, a pesar de ser la denominación de origen con mayor extensión territorial en México. De manera similar, en el caso de la raicilla tampoco existía un lugar con ese nombre. En el Periódico Oficial del Gobierno de Jalisco del 27 de enero de 2001, se publicó la autorización del ayuntamiento de Mascota, Jalisco para cambiar el nombre de la comunidad de Cimarrón Chico a Cimarrón Chico de La Raicilla.

De inicio, la declaratoria oficial del mezcal como denominación de origen se publicó en 1994 incluyendo a los estados de Zacatecas, San Luis Potosí, Guerrero, Durango y Oaxaca. Con el paso del tiempo se sumaron otros estados: en agosto de 1997 los productores de mezcal del municipio de San Felipe, Guanajuato solicitaron su inclusión con el argumento de que no había razón para no considerarlos y se publicó la resolución en 2001. En marzo de 2003, el gobierno de Tamaulipas también logró esta distinción. Para 2012 se integró Michoacán. En octubre de 2015 se incorporó el estado de Puebla (DOF, 2015). Los estados de Morelos, Aguascalientes y Estado de México se sumaron en 2018 y, finalmente, en 2021 el estado de Sinaloa (DOF, 2021). Sin embargo, la obtención de la DOM en el Estado de México (DOMEM) ha enfrentado tensiones y controversias, pues empresas mezcaleras de Oaxaca interpusieron una queja ante el IMPI, al considerar que ampliar la declaratoria ocasionaría un abaratamiento del precio del destilado, mayor competencia en la comercialización y una calidad dudosa. Sin embargo, estos argumentos no fueron suficientes para revocar el manifiesto del IMPI y se publicó la referida DOMEM el 8 de agosto de 2018. Pese a ello, la DOMEM ha estado estancada en el litigio, pues el Consejo Regulador del Mezcal no reconoce el trabajo de los organismos evaluadores de la conformidad;

además, solo pretende aceptar cinco de los quince municipios considerados en la ampliación de la declaratoria, lo que provoca barreras para la certificación de calidad (Álvarez y Mercado, 2022).

En el caso de la raicilla, la denominación de origen estuvo estancada casi diez años y en 2019 finalmente logró consolidarse; sin embargo, esto no fue impedimento para la comercialización de la bebida, pues a través del Consejo Mexicano Promotor de la Raicilla (CMPR) fue posible avanzar al aplicar controles con normas oficiales que permitieron su venta como destilado de agave. Como puede verse, tanto el mezcal mexiquense como la raicilla comparten luchas para ser reconocidos como bebidas auténticas con bagaje cultural y generacional.

Innovación social

Debido a la diversidad de investigaciones sobre innovación social (Etxezarreta et al., 2015), (Klein et al., 2020), (Méndez, 2015), (Mulgan, 2019) y (Murray, Caulier y Mulgan, 2010), el área de estudio se encuentra fragmentada y dispersa entre varios campos (Bataglin y Kruglianskas, 2022). La forma como la innovación social se desarrolla y logra sus efectos transformadores en la práctica, en diferentes regiones, es una de las brechas que debe abordarse (Secco et al., 2019).

La innovación social surge como estrategia de diversos actores (gobiernos, entidades locales, academia y organizaciones privadas y sin fines de lucro) para enfrentar problemas sociales, como el desempleo y la desigualdad social y económica (García y Palma, 2019). Dicha estrategia no se limita a un plan empresarial para lograr objetivos específicos y cumplir metas establecidas, o como un patrón basado en pasos concretos para lograr una posición (Mintzberg, 1987), sino que busca poner en práctica acciones colectivas con alcance comunitario y no derivadas de ideas preconcebidas. El enfoque social de la innovación se distingue como resultado de la acción de actores multisectoriales que colaboran para solucionar problemas colectivos (Mulgan, 2019). Se origina al establecer nuevas relaciones en un territorio, donde la comunidad juega un rol activo en

la solución de sus problemas. Autores como Peyré (2016) y Eizaguirre y Klein (2020), la definen como nuevas prácticas sociales, soluciones a través de productos y servicios, procesos de cambio en las relaciones sociales para satisfacer necesidades humanas y la intervención de actores para resolver un problema, lo cual dependerá del contexto donde se ubique la experiencia. Por su amplio campo de acción se identifican cuatro corrientes de innovación social que intentan ofrecer una explicación lógica a los acontecimientos sociales: 1) La corriente de la cohesión social, centrada en proyectos de emprendedores sociales, abanderada por las agendas europeas para el fortalecimiento de las organizaciones de la sociedad civil y empresas sociales como parte del desarrollo económico (Martínez, 2017); 2) la corriente empresarial filantrópica, centrada en el valor de la responsabilidad social corporativa, liderada por empresas y fundaciones privadas con objetivos sociales (Martínez, 2017); la corriente socioecológica, que considera que las innovaciones sociales tienen la capacidad de cambiar las instituciones que crearon el problema que busca resolverse. La población afectada se empodera y se convierte en participante del proceso, ganando identidad disruptiva de los proyectos (Westley, McGowan y Tjörnbo, 2017), y 4) la tendencia de la inclusión social y nueva gobernanza, corriente que vincula la innovación social con los cambios hacia una gobernanza más democrática y con mayor justicia social (Galego et al., 2022). Derivado de las corrientes expuestas pueden distinguirse innovaciones sociales relacionadas con el mercado (Martínez, 2017); y no relacionadas con el mercado (Westley et al., 2017).

Este artículo aborda la innovación social desde la corriente socioecológica. Necesariamente, la innovación social queda imbricada en las condiciones que la rodean: las nuevas relaciones sociales, las formas de movilización de recursos y nuevas respuestas a problemas no atendidos, es decir, no existe un mecanismo único para desarrollar o impulsar la innovación social; depende del contexto, de la caracterización y relación de los problemas que se quieren atender, los actores que

participan (internos y externos) y el territorio, así como de las acciones sociales (Hernández y Rich, 2020). En la innovación social pueden distinguirse cuatro tipos de actores: los innovadores, con una idea que puede ser visionaria pero no necesariamente aplicable en la práctica; los que retoman la idea y la hacen aceptable, factible y muchas veces la implementan en sus etapas iniciales; los transformadores que adoptan la idea desde el principio, contribuyen al cambio y crecimiento de la red de actores, y los implementadores, quienes realizan y consolidan la idea a través de proyectos (Secco et al., 2019).

La innovación social considera lo social y lo económico más allá de la lógica dominante de cualquier modelo económico; apuesta por la solidaridad, la colaboración, la co-construcción del conocimiento, el bienestar y la disminución de la brecha económica, con lo cual se promueve el desarrollo rural al generar cambios sociales en comunidades, volviéndolas más creativas y colaborativas, con capacidad de pensamiento sistémico ante los problemas complejos que enfrentan (Molina y Ferruzca, 2023), como lo es el aprovechamiento de un distintivo colectivo, que si bien conlleva beneficios, también demanda, al menos al inicio, mayores retos y competencias.

Metodología

No son pocos los estudios realizados sobre participación en el mercado, marcas, estrategias de comercialización, exportación, productividad y gestión de calidad, por mencionar algunos temas, en medianas y grandes empresas formalmente constituidas para la producción industrial del sector de bebidas alcohólicas como el tequila y el mezcal; sin embargo, no se tiene cuenta de investigaciones sobre innovación social en microunidades productivas de bebidas espirituosas que operan en la informalidad y que se ubican en zonas rurales, pero que al mismo tiempo cuentan con una tradición y conocimiento ancestral, lo que las ha hecho partícipes de sus respectivas

denominaciones de origen. Tal es el caso del mezcal mexiquense y la raicilla jalisciense. Ante lo poco conocido de este fenómeno, el modo en que buscamos respuestas obedece a un estudio cualitativo, recurriendo a la interpretación y no a la generalización, a la comprensión y no a la extrapolación (Taylor y Bogdan, 1987), pero siempre en el camino de construir una caracterización sólida del fenómeno de interés (Starr, 2014). La investigación cualitativa es abierta y flexible, no sólo es utilizada en estudios con escasa teoría, también cuando el fenómeno a estudiar es abstracto o poco claro (Graebner, Martin y Roundy, 2012).

Para la obtención de información, mediante trabajo de campo² se tuvo acceso a los respondientes, previo cultivo de relaciones con productores reconocidos y destacados en su comunidad. Así, los seis participantes en este estudio (tres productores de raicilla en el municipio de Mixtlán, Jalisco y tres productores de mezcal en el municipio de Zumpahuacán, Estado de México), tuvieron la categoría de informantes clave, es decir, fueron la fuente primaria de información al proporcionar material para avanzar en la comprensión de la valía que pueden tener las acciones de innovación social para la producción de agave y mezcal mexiquense o raicilla jalisciense en el marco de una inminente denominación de origen. Por el alcance exploratorio del estudio y el trabajo de campo realizado, se recurrió a entrevistas formales abiertas en su modalidad de semiestandarizadas. De acuerdo con Berg (2009), en este tipo de entrevistas la redacción de las preguntas es flexible y con un nivel de lenguaje ajustado al entrevistado; además, y a partir de las respuestas recibidas, el entrevistador puede hacer aclaraciones con la finalidad de eliminar o profundizar en temas subsecuentes, pero siempre cuidando el uso de términos descriptivos y no

² Para obtener información del caso mezcal se realizaron visitas en campo durante el periodo de enero a junio de 2022, con apoyo de una organización social en el municipio de Zumpahuacán y, para el caso raicilla, se estuvo en campo del 25 de septiembre al 8 de octubre de 2022 en el municipio de Mixtlán, trabajo coordinado por una universidad pública de Jalisco.

evaluativos (Álvarez-Gayou, 2003). De esta manera, se recogieron datos descriptivos, específicamente palabras y escenarios de las personas sometidas a la investigación, sin llegar a detectar variables, pero sí categorías y códigos para su análisis. Una vez transcritas, las entrevistas se analizaron utilizando el Software ATLAS.ti 2024. Este análisis de datos fue de carácter deductivo, es decir, a partir de la revisión de literatura sobre innovación social se obtuvieron posibles categorías. La codificación es el proceso de asignación de conceptos o códigos a segmentos de información para responder las preguntas de investigación. Es así como se procedió a la sistematización de la información obtenida sobre la percepción y experiencia de pequeños productores que, aun cuando en su territorio existe la denominación de origen, ellos siguen operando en la informalidad, pero con expectativas (positivas y negativas) sobre los beneficios de este distintivo. Para asegurar la confiabilidad y validez de los hallazgos, y siguiendo a Graebner et al. (2012), se leyeron y codificaron los textos de forma independiente, se compararon y revisaron de forma iterativa. Más allá de los pocos participantes en el estudio (informantes clave), la limitante pudiera darse en que no se llegó a combinar lo obtenido en las entrevistas semiestructuradas con otras fuentes de datos, tales como documentos históricos públicos (Taylor y Bogdan, 1987).

Resultados

Tanto la denominación de origen como la innovación social son parte de un contexto. Si bien antes se recurrió a fuentes documentales y artículos científicos, los resultados se conformaron a partir de las entrevistas y el trabajo de campo sobre las acciones de innovación social desprendidas de la producción de bebidas y los problemas vinculados en torno a la denominación de origen. Los testimonios presentes en el documento resaltan aspectos clave sobre los desafíos que enfrentan los productores de mezcal mexiquense y raicilla jalisciense dentro del marco de la denominación de origen.

Producción de las bebidas

La raicilla es extraída de una variedad de agaves (*agave maximiliana baker*, *agave inaequidens koch*, *agave valenciana*, *agave angustifolia haw*, *agave lechuguilla* y *agave rhodacantha*, entre otros) producida en 16 municipios de Jalisco³ y Bahía de Banderas, Nayarit. Existen dos tipos de raicilla de acuerdo con la región geográfica: la raicilla de la costa y la raicilla de la sierra. La variedad de agaves es lo que otorga el sabor diferenciador. El nombre raicilla se relaciona con la palabra raíz; se refiere a una bebida obtenida de las raíces y asientos de las pencas o piñas del agave (Franco et al., 2015). Para los taberneros (maestros raicilleros) el nombre raicilla se utilizó para despistar a las autoridades novohispanas y no tener problemas por producir el vino mezcal prohibido a principios del siglo XX (Plascencia y Peralta, 2018).

Vinieron los españoles y traían esclavos y todo eso, curiosamente donde hubo minería hay tabernas, hay hornitos viejos que dijeron ¡ah esto da alcohol!, o sea, esto da una bebida alcohólica para agarrar ánimo. ¿Por qué raicilla?, raicilla suena como a algo curativo, algo de raíces, fue para evadir impuestos supuestamente. Raicilla es algo medicinal, es algo que no se antoja a los ricos, de ahí viene el por qué raicilla, además, pues mezcal ya hay mezcal, tequila pues no se le puede nombrar tequila tampoco, pero de ahí nació el nombre de raicilla (productor de raicilla de Mixtlán).

La producción de raicilla se relaciona con prácticas de pequeños productores locales vinculados al consumo tradicional y los saberes generacionales. Su producción es a pequeña escala en contraste con la industria del tequila, en fábricas rústicas llamadas tabernas donde desarrollan un proceso de

³ Municipios de Atengo, Chiquilistlán, Juchitlán, Tecolotlán, Tenamaxtlán, Puerto Vallarta, Cabo Corrientes, Tomatlán, Atenguillo, Ayutla, Cuautla, Guachinango, Mascota, Mixtlán, San Sebastián del Oeste y Talpa de Allende.

producción de cinco pasos: jima, cocción, molienda, fermentación y destilado. Existen 6 clases de raicilla (joven blanco o plata, madurada en vidrio, reposada, añejada, abocado y con sabores) y tres tipos diferenciados a partir del equipo utilizado en el proceso productivo: raicilla (proceso industrial), raicilla artesanal y raicilla ancestral.

Pues es más por generaciones, primero mi tatarabuelo, después mi bisabuelo, abuelo y ahorita pues ya es la generación de mis tíos. De hecho, él se vino aquí a trabajar, porque está teniendo mucho auge lo de la raicilla por estos rumbos, lo que es Mixtlán, Mascota y otros municipios. Mi hijo se fue a la frontera pues ya no le interesó esto, curiosamente él me regañaba, me decía ¿qué va a hacer con eso?, es que es mucho, usted no va a poder... hijo la podemos vender tú sabes que nos tocó la friega de ir a jimar al cerro ¡y que es un rollo! (productor de raicilla en Mixtlán).

La raicilla es elaborada de manera artesanal: utilizadiez kilos de agave para un litro de bebida aproximadamente. No se le añade ningún químico, otros alcoholes o azúcares. Hay interés de algunos productores por especializarse en un eslabón de la cadena productiva, principalmente en la producción de la planta donde también participan las mujeres; si bien han surgido nuevas tabernas, la materia prima es esencial para continuar la actividad. Para el caso del mezcal, la producción ha preservado su identidad al estar presente en la vida cotidiana de los productores con preferencia por el uso de recursos naturales de la región y la participación familiar o de personas de la misma comunidad (Castillo y Montes de Oca, 2019). El conocimiento es transmitido de manera empírica, donde la figura del maestro mezcalero es clave, pues es quien dedica su vida al oficio aprendiendo de los olores, sabores y la cultura de la región (Montes, 2014). En el Estado de

México son quince municipios⁴ ubicados al sur, entre ellos Zumpahuacán, los que producen mezcal y comprenden el territorio con denominación de origen. Las clases de mezcal que se producen son: joven, reposado, añejo, madurado en vidrio, abocado con alguna fruta o hierba y destilado con frutas, pechuga o pelos de elote; la categoría principal es la artesanal. La mayoría de las fábricas operan de manera rústica, ya que no cuentan con infraestructura ni equipos o aparatos de medición como densímetro y refractómetro. El proceso de producción consiste en la cocción de las piñas de agave, molienda, fermentación en tambos de plástico y el destilado, bajo el toque y supervisión del maestro mezcalero. En Zumpahuacán, los productores consideran que la falta de servicios públicos, principalmente de agua, limita la producción de mezcal.

La falta de servicios nos afecta mucho, no tenemos agua potable, el drenaje es muy deficiente, la luz pues ahí va, pero tantito se nubla, se va la luz. En total, hace unos cuatro años calculábamos 27 fábricas en todo el municipio. Luego un amigo hizo su alambique y también su problema es el agua, ¿él como lo hace?, con dos tinacos, uno lo pone arriba y el otro abajo y lo vuelve a reciclar, pero si analizamos no es el mismo producto que va a sacar si se hace con suficiente agua, porque esa agua que recicla ya está medio caliente, entonces ya no va a enfriar nada y ya no va a producir igual. (productor de mezcal de Zumpahuacán).

El conocimiento adquirido por generaciones ha sido motor para algunos jóvenes de diferentes municipios, quienes deciden continuar la producción de mezcal. Tal es el caso de una familia de productores de la comunidad Santa María La Asunción, en Zumpahuacán, cuyos integrantes desde muy pequeños estuvieron involucrados en la producción de mezcal. Con el tiempo se separaron de

⁴ Malinalco, Tenancingo, Zumpahuacán, Zacualpan, Ixtapan de la Sal, Tonalco, Ocuilan, Amatepec, Almoloya de Alquisiras, Coatepec de Harinas, Sultepec, Tejupilco, Luvianos, Villa Guerrero y Tlatlaya.

la actividad, pero hace algunos años decidieron retomarla al darse cuenta de que se trataba de un negocio propio que les daría mayor satisfacción que un trabajo en la ciudad como empleados.

Tenemos mucho tiempo haciendo esto, el primero que empezó fue mi abuelito, él le enseñó a mis tíos y nosotros desde chicos fuimos aprendiendo con ellos, y entonces nos involucrábamos en lo más básico, en lo más fácil y después cuando vas creciendo te van enseñando lo más complicado. Mi hermano y yo tenemos unos cuatro años en la producción de mezcal, antes estábamos estudiando, pero nos interesó mucho esto. Hay muchos al revés, los hijos en vez de que se interesen se desinteresan por el trabajo, es pesado y obviamente lo dejan. Se van a trabajar a la ciudad, se olvidan de esto, entonces fue al revés con nosotros, nos interesó tanto, nos gustaba tanto lo que hacemos, que dejamos lo de antes para trabajar nuestro mezcal. (productor de mezcal de Zumpahuacán).

En ambos casos (mezcal y raicilla) la producción está fuertemente arraigada como actividad familiar transmitida por generaciones y enfrenta como reto principal la certificación de calidad, requisito previo al reconocimiento que se evidencia en la denominación de origen.

Problemas vinculados a la denominación de origen

Jorge Dueñas, oriundo de San Sebastián del Oeste, expresa en su publicación Raicilla: una bebida diferente, que fue en junio de 1997 cuando se decidió sacar del anonimato la raicilla. Inició haciendo algunas pruebas de laboratorio para conocer la composición de la bebida, así como su calidad y obtuvo buenos resultados (Dueñas, s/f). En 1998, durante un evento realizado en el municipio de Mascota, se presentó la raicilla como bebida con proyección en el estado de Jalisco, lo que motivó a buscar su denominación de origen. Llevaron a cabo varias reuniones para abordar el origen y la calidad de la bebida, lo que dio como resultado la constitución del Consejo Mexicano

Promotor de la Raicilla A. C. (CMPR) en 2000. En aquel entonces, el objetivo del CMPR fue regularizar la bebida, establecer normas de calidad y lograr su posicionamiento integrando a productores de agave, taberneros y comercializadores a la cadena productiva. Lo anterior implicó realizar investigaciones para el registro de la raicilla ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) como una marca colectiva. Sin embargo, se toparon con que el nombre lo tenía registrado una empresa tequilera. Considerando que el nombre raicilla no pudo ser registrado, autoridades del IMPI intervinieron para que la empresa tequilera desistiera del registro; afortunadamente la empresa accedió; así, en 2001, se consolidó el registro de Raicilla Jalisco como marca colectiva a favor del CMPR.

Al contar con una marca colectiva, el CMPR estableció reglas para los afiliados tales como acatar la NOM-142-SSAI-1995 sobre bienes y servicios de bebidas alcohólicas; conservar estándares de calidad al elaborar una bebida cien por ciento pura de agave, alcohol de 35 a 45%, con contenido máximo de metanol 150mg/100ml y envasado. La calidad se clasificó en tres categorías: calidad controlada con contenido máximo de metanol de 50mg/100ml; calidad superior con contenido máximo de metanol de 100mg/100ml, y raicilla con contenido máximo de 150mg/100ml. Quien no cumpliera las reglas establecidas sería sancionado por el CMPR; para ello se estipuló realizar visitas periódicas en las tabernas de los asociados. A pesar de las buenas intenciones, para obtener la DOR el camino no fue fácil y tuvo que pasar un periodo de casi veinte años (2001 al 2019). Los productores entrevistados refirieron que el trámite se frenó porque había personas en contra del reconocimiento de la bebida y también porque había dudas sobre su calidad por malas prácticas.

El consejo tiene varios años, pero eran pocas personas peleándole varios años la denominación y no querían dársela los gobernadores, estaban en contra, había mucha

oposición de los mismos raicilleros que estaban haciendo mal las cosas, echándole azúcares, alcoholes, alterando...vaya, había mucha oposición y gente fuerte de billetes. Hasta hora que entró Alfaro ya se dio la denominación de origen y ahora sí, antes no, la gente no le echaba nada de ganas, por eso es que no hay plantaciones, la raicilla tuvo un bajón feo porque lo estaban... como le nombran unas personas le dicen un nombre feo pero que estaban “prostituyendo raicilla”, o sea, vendiéndolo bien barato, estaban echándole otras cosas (productor de raicilla de Mixtlán).

La comercialización de la bebida la realizaban como destilado de agave al no contar el reconocimiento y exclusividad que otorga la denominación de origen; sin embargo, la mayoría de los productores vendían la bebida al mercado local de manera informal y no estaba arraigado el compromiso de sembrar y cultivar agave, que actualmente es escaso, al considerarse una producción artesanal a baja escala. Solo algunos productores han abierto brecha para exportar la raicilla ya que se requiere producción constante, así como permisos y membretes que expide el gobierno federal.

Por su parte, el mezcal se convirtió en una bebida popular con impacto en su demanda, y el medio ambiente, debido a la adopción de sistemas de producción agrícola que se asociaron poco a poco a procesos tecnológicos y la falta de planes de manejo del agave, lo que generó la extinción de especies endémicas (Espinosa, Rivera y Maldonado, 2017). Sin embargo, la preocupación es que gran parte de la producción de mezcal no está certificada por la NOM-070-SCFI-2016, ya que para muchos productores, la calidad la otorga el maestro mezcalero (Noriega, Cárcamo y Cruz, 2009). Por otro lado, pese al importante auge del mezcal, los productores continúan en altos índices de pobreza y contextos donde quien tiene una marca es aquél que puede cubrir los costos de certificación para comercializar, lo cual contribuye a la baja valoración de los maestros mezcaleros

en la cadena productiva (Espinosa et al., 2017). Los procesos de producción que se llevan a cabo en los municipios productores de mezcal emplean diferentes técnicas tradicionales de elaboración, las cuales varían a pesar de encontrarse en el mismo estado. Los productores de mezcal tradicional de cada región mezcalera durante el proceso de elaboración le imprimen sus saberes ancestrales que han pasado por generaciones que han adaptado sus equipos de acuerdo con sus necesidades (CEMMEZ, 2022).

Debido a la amplia demanda del mezcal a nivel nacional e internacional, se han presentado otros problemas, como el establecimiento de fábricas de mezcal por empresarios, quienes se interesan en procesos industrializados y en algunos casos contratan ingenieros químicos para reemplazar al maestro mezcalero, quien pasa a ocupar el lugar de empleado jornalero (CEMMEZ, 2022), fenómeno que llevó al vino-mezcal de tequila a su industrialización, desapareciendo en su totalidad la figura del pequeño productor y la dimensión sociocultural e histórica. Estos pequeños productores se han visto en la necesidad de emplearse como jornaleros, derivado de la falta de valorización de su producción como una mercancía, más que como producto social. Tal es el caso del tequila, ya que la falta de políticas públicas vinculadas a la denominación de origen la convirtieron en producto adaptado a las necesidades de los clientes, que deja importantes ganancias a empresas transnacionales (Ayala, 2016).

Materializar la certificación de calidad del mezcal implica el cumplimiento de diferentes normas oficiales mexicanas, principalmente la NOM-070-SCFI-2016 que incluye la ruta a seguir haciendo referencia a otras normas que los productores deben cumplir. Dicha norma indica las referencias normativas indispensables para su aplicación, el equipo y herramientas permitidas en la elaboración de la bebida, el tratamiento que debe tener y la materia prima para obtener las diferentes categorías: industrial, artesanal y ancestral. En la elaboración del mezcal existen diversas

tecnologías y procedimientos desarrollados localmente que constituyen características y personalidad de cada una de las regiones mezcaleras de México.

Para el Estado de México, la producción de mezcal es una actividad desarrollada por generaciones, lo que motivó al gobierno estatal a gestionar su inclusión como territorio con denominación de origen (IMPI, 2018). Después de un periodo de registro, el 8 de agosto de 2018 se publicó en el Diario Oficial de la Federación la integración del Estado de México en la DOM, protegiendo a quince municipios⁵ ubicados al sur del Estado de México (DOF, 2018). Dado que la DOMEM se gestionó sin la participación de los productores, se observa desinformación sobre sus beneficios y la percepción sobre obtener una certificación de calidad que permita su entrada al mercado. Tomando en cuenta que la producción de mezcal se realiza de manera familiar con apoyo de la comunidad, es una actividad que en la mayoría de los casos opera en la informalidad, sin registros básicos como alta de Hacienda o Seguro Social y sin certificaciones oficiales, situación que deriva en la venta de su producto a precios inferiores (Bautista y Mascha, 2018).

Como puede verse, ambos casos (mezcal y raicilla) coinciden en haber enfrentado dificultades para el reconocimiento de las bebidas a través de la denominación de origen; sin embargo, se ha dado paso a nuevas acciones que fortalecen las acciones de innovación social.

Acciones de innovación social

Las acciones de innovación social se comprenden como patrones de actividad de los individuos, habilidades en forma de conocimientos prácticos incorporados y rutinarios, que se interconectan para generar un cambio (Welch, 2017). Son formas organizadas de actividad, fenómenos inherentemente sociales, habilidades aprendidas socialmente y significados culturales compartidos

⁵ Malinalco, Zacualpan, Zumpahuacán, Tenancingo, Ocuilan, Ixtapan de la Sal, Tonalico, Almoloya de Alquisiras, Sultepec, Villa Guerrero, Coatepec de Harinas, Amatepec, Luvianos, Tejupilco y Tlatlaya.

(Klitkou et al., 2022). Se manifiestan como nuevas organizaciones, redes o arreglos de gobernanza (Galego et al., 2022). Del análisis de las entrevistas sobresalen seis códigos que representan las acciones de innovación social (tabla 1).

Tabla 1
Acciones de innovación social en el mezcal y la raicilla

Códigos	PM- 1	PM-2	PM-3	Mezcal	PR-1	PR-2	PR-3	Raicilla	Totales
Colaboración	5	2	0	7	5	4	2	11	18
Trabajo en equipo	1	1	1	3	0	2	1	3	6
Preservar la tradición	4	7	2	13	2	2	0	4	17
Conformación de organizaciones promotoras	1	2	1	4	5	5	4	14	18
Transmisión de conocimiento	4	2	1	7	2	0	0	2	9
Sostenibilidad y buenas prácticas de producción	2	1	2	5	6	3	0	9	14
Totales	17	15	7	39	20	16	7	43	82

Fuente: elaboración propia con software ATLAS.ti 2024.

Las acciones de innovación social que destacan entre mezcaleros mexiquenses y raicilleros jaliscienses fueron:

- a) La colaboración: resultado de la acción colectiva de actores multisectoriales para solucionar problemas comunes (Galego et al., 2022).
- b) Trabajo en equipo: nuevas relaciones que benefician a la comunidad (Galego et al., 2022).
- c) Preservar la tradición: empoderar a las comunidades a través de su identidad (Westley et al., (2017).

d) Conformar organizaciones promotoras: generar nuevas formas de organización interna y externa (Secco et al., 2019).

e) Transmisión del conocimiento: co-creación de conocimiento para la implementación de soluciones comunitarias (Eizaguirre y Klein, 2020).

f) Sostenibilidad y buenas prácticas de producción: establecimiento de nuevas prácticas sociales y procesos de cambio para satisfacer las necesidades humanas (Murray et al., 2010).

En la raicilla jalisciense, la innovación social ha sido organizada e impulsada por el CMPR, que ha facilitado la creación de una red de productores y la colaboración con actores externos. Los productores han trabajado en buenas prácticas de producción y en la transmisión del conocimiento, destacando la importancia de la sostenibilidad y la mejora de infraestructura.

En cuanto a la colaboración, la raicilla cuenta con diversos actores (productores, gobierno estatal y academia), lo que al mismo tiempo ha consolidado al CMPR, así como el fortalecimiento de una ruta de la raicilla para dar a conocer las tabernas ubicadas en diferentes pueblos. También contemplan invertir en anuncios espectaculares para dar publicidad e imagen a la bebida en varios puntos, así los asociados tendrán la oportunidad de adquirir espacios para publicitar su marca. En Mixtlán, la mayoría de las fábricas tienen infraestructura similar, ya que se han construido cabañas pintorescas para alojar al turismo y ofrecer una experiencia diferente a la del tequila. El CMPR recibió recursos económicos del gobierno de Jalisco para acondicionar tabernas y plantaciones. Dicho recurso se repartió a 62 productores que cumplieron con los requisitos solicitados. Los proyectos tienen efecto al impulsar buenas prácticas de acuerdo con lo que establece el CMPR, así como la difusión de la bebida como producto premium a nivel nacional e internacional.

En la red de actores de la raicilla resalta la colaboración del Centro de Bachillerato Tecnológico Agropecuario (CBTA) No. 31 de Mascota, Jalisco, instalaciones que cuentan con un

laboratorio para la reproducción del agave. La escuela ha consolidado su vinculación con el CMPR mediante el servicio social de jóvenes y la adquisición de plántula. También tiene colaboración con una empresa privada a la que permiten usar las instalaciones del CBTA para hacer composta y germinar algunas plantas, entre ellas el agave lechuguilla.

Los productores de agave de Mixtlán no quieren ser contratados por otros y terminar como empleados en una cadena vertical convencional. Buscan trabajar en equipo de manera horizontal porque muchos de quienes están en los siguientes eslabones son familiares y amigos que tienen otras habilidades. Por ejemplo, hay quienes viven en Estados Unidos y les facilitan los trámites para exportar, como el caso de una taberna liderada por un productor reconocido a quien con cariño la mayoría le dice “Tío”, ya que su taberna se convirtió en escuela para varios productores de Mixtlán. Éste es un ejemplo de compartir el conocimiento y apertura a la colaboración, ya que de esta taberna surgieron otras fábricas de raicilla que están instaladas en diferentes comunidades del municipio. Uno de los entrevistados está próximo a realizar su primer pedido de exportación. Para ello, ha tenido que trabajar en equipo con otros asociados creando lazos de confianza. En la taberna se encargan de producir la raicilla y envasarla en botellas diseñadas especialmente para el mercado estadounidense. Consideran importante la unión entre taberneros para consolidar pedidos en el exterior, y tienen presente la importancia de apoyarse y trabajar sin envidias. Hay un gusto por compartir el conocimiento con otros compañeros productores mediante la transmisión en la práctica diaria (conocimiento tácito), por ejemplo, para el cultivo del agave, enfermedades y plagas, o bien, para la plantación en zigzag, con oportunidad de aprovechar los espacios y sembrar otra cosa, lo cual fomenta buenas prácticas de producción.

En la producción de mezcal mexiquense, las acciones de innovación social se destacan por la preservación de tradiciones y el interés en la colaboración entre productores, aunque este aspecto ha enfrentado dificultades debido a la falta de cohesión y la desconfianza hacia las iniciativas

externas. Los productores han trabajado para preservar la transmisión del conocimiento generacional, con un enfoque en la participación de la comunidad y la producción artesanal. A diferencia de Mixtlán, los maestros mezcaleros de Zumpahuacán observan dificultades para trabajar de manera colaborativa debido a diferencias entre productores; sin embargo, los jóvenes son quienes comprenden la importancia de compartir conocimientos y trabajar en equipo con otros productores. Las experiencias previas no fueron positivas, vinculadas a la intervención del gobierno cuando se trata de dar apoyos. Por ejemplo, años atrás, se conformó la Asociación de Productores de Mezcal de Zumpahuacán, constituida como cooperativa para fomentar la colaboración entre productores de varias comunidades. No obstante, con el tiempo se desarticuló (este tema surgió cuando se preguntó a los productores sobre la posibilidad de formar alianzas entre productores) y al parecer dicha desintegración derivó de la falta de apoyo del gobierno, lo que desanimó a varios integrantes, que tenían altas expectativas de apoyos rápidos y recurrentes.

En la producción de mezcal mexiquense está presente la apertura para compartir conocimientos. En algunos casos el conocimiento es adquirido por personas de la comunidad o externas a la familia, con interés en que el arte de producir mezcal trascienda para continuar la tradición. En ese sentido, en Zumpahuacán se observa la acción de los habitantes al integrar una organización social intercomunitaria que se gestó para atender problemas sociales, velar por la defensa de las comunidades originarias y preservar la producción de mezcal al considerarla una actividad generacional que debe prevalecer.

Algunos maestros mezcaleros prefieren dedicarse sólo a la producción de mezcal y colaborar con quienes tienen la posibilidad de comercializar la bebida con su marca, y establecen una diferencia entre ser empleado y colaborador. Para la venta es necesario indicar la procedencia de la bebida y quién lo fabrica, incluso explicar al cliente el proceso de producción. De ahí la

importancia de que el comercializador conozca bien el proceso y sea claro respecto a la procedencia de lo que vende.

Tenemos un amigo que toda su publicidad habla de producción de mezcal, él lo que decía: pues yo mientras me salga la venta no importa...pero algunas veces le decían: a ver, quiero ver cómo lo produces, ¿tienes tu marca? Con eso tuvimos que capacitarlo, aunque sólo se dedique a comercializar, debe decir de dónde y quién lo produjo, así que le enseñamos el proceso (productor de mezcal de Zumpahuacán).

Destaca la conciencia de los productores para preservar el agave nativo, por lo que existe el interés de sembrar y no arrasar con el agave silvestre. Esto favorece las buenas prácticas de producción, ya que la mayor parte del agave que utilizan para producir el mezcal se obtiene de otros estados como Morelos, y adquirirlo de otros lugares incrementa el costo; además, difiere el precio si el agave está jimado o sin jimar.

Efectos a partir de la denominación de origen

Los efectos de la denominación de origen en la producción de mezcal mexiquense y raicilla jalisciense muestran un impacto tanto en la comercialización como en el fortalecimiento de las relaciones internas y externas de los productores, pero con resultados diferenciados según el contexto de cada bebida (tabla 2).

Tabla 2
Efectos a partir de la denominación de origen

Códigos	PM- 1	PM-2	PM-3	Mezcal	PR-1	PR-2	PR-3	Raicilla	Totales
Calidad	1	6	1	8	8	5	4	17	25
Comercialización	3	2	1	6	0	3	0	3	9
Certificación	2	2	1	5	3	1	3	7	12
Fortalecimiento comunitario	1	2	0	3	1	1	2	4	7
Reconocimiento de las bebidas	1	2	1	4	1	3	1	5	9
Red colaborativa	1	2	1	4	2	4	2	8	12
Totales	9	16	5	30	15	17	12	44	74

Fuente: elaboración propia con software ATLAS.ti 2024.

En ambos casos, la denominación de origen ha puesto de manifiesto la calidad de las bebidas con miras a lograr la certificación de calidad. Este tema ha sido más visible en los productores de raicilla, quienes han adoptado prácticas de calidad estrictas debido a la participación del Consejo Mexicano Promotor de la Raicilla (CMPR). En contraste, en el caso de los productores de mezcal mexiquense, el desconocimiento de la denominación de origen y las dificultades en infraestructura que han enfrentado, han limitado el avance de la certificación de calidad.

La certificación de calidad ha sido diferente para los productores de mezcal y raicilla. En el caso de la raicilla, la ausencia de denominación de origen ha facilitado la implementación de normas claras de producción. Esto ha contribuido a su inserción en mercados internacionales, consolidando su reputación como un destilado de alta calidad. Por el contrario, en el mezcal mexiquense, los productores han encontrado más dificultades para cumplir con los estándares de

certificación de calidad establecidos por la denominación de origen. La producción a pequeña escala, falta de infraestructura y el freno de la denominación de origen, han limitado la posibilidad de certificación, afectando su capacidad de participar en mercado con marcas propias. Estas diferencias muestran la importancia de un apoyo institucional adecuado y de redes organizativas sólidas para aprovechar los beneficios de la denominación de origen. Además, según el texto la raicilla jalisciense sí tiene denominación de origen, explicar todo mejor porque también al final se contradice diciendo que deben aprovecharse los beneficios de la denominación de origen. Es necesario cambiar la redacción para que la idea quede más clara y congruente.

Para la comercialización se ha generado mayor visibilidad; sin embargo, los productores de raicilla han logrado mayor cohesión debido a la organización y el apoyo del gobierno. Por su parte, los productores de mezcal mexiquense han enfrentado mayores barreras en estos aspectos, destacando la necesidad de mayor apoyo institucional y colaboración entre productores para lograr mejores resultados. La denominación de origen ha tenido un efecto notable en el fortalecimiento comunitario entre los productores de raicilla, quienes han trabajado en colectivo para consolidar sus redes de producción y comercialización. Esta colaboración ha generado una red sólida entre los productores y ha promovido un modelo de sostenibilidad a largo plazo.

A partir del reconocimiento de la Denominación de Origen de la Raicilla, en 2019 se fortalecieron las acciones del CMPR para dar difusión a la bebida; establecer estrategias de turismo rural con el proyecto La ruta de la raicilla; promover las buenas prácticas de producción; organizar ferias para impulsar las marcas existentes; brindar diferentes apoyos a los agremiados, y establecer el 25 de noviembre como el Día de la raicilla. La respuesta del gobierno estatal fue positiva porque además de brindarles apoyo económico, en 2022 el Instituto de Geografía y Estadística del Estado de Jalisco (IGEE) realizó una encuesta para tener datos actualizados sobre el sector raicillero. La categoría de raicilla más vendida es la artesanal, que corresponde a un 83.3% de los productores y

comercializadores, mientras que quienes venden raicilla son el 20.4% y raicilla ancestral un 18.5%. El 20.4% de las tabernas ha realizado exportaciones principalmente a Estados Unidos y a otros países como Alemania, España, Australia e Italia. Dichas exportaciones se realizan como destilado de agave, pues al momento no se cuenta con una Norma Oficial Mexicana para la raicilla. Cada año se producen alrededor de 150 mil litros, con un estimado de 25 marcas registradas. Al observarse mayor porcentaje de comercializadores de la bebida surge el interés por cultivar el agave, materia prima principal para producir la raicilla. El CMPR se convierte en un espacio para establecer relaciones que benefician a toda la cadena productiva.

En el caso del mezcal mexiquense, un actor presente es la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMéx), que impulsó una red colaborativa mediante el Nodo de Economía Social y Solidaria (Nodess) para el Desarrollo Regional del Mezcal en el Estado de México, programa del Instituto Nacional para la Economía Social (Inaes), que contribuye a la construcción de alianzas territoriales conformadas por instituciones académicas, gobiernos locales y organismos del sector social de la economía (triple hélice para la economía social). Se propicia la colaboración a través de la vinculación entre la UAEMéx y productores de mezcal, para brindar capacitación a maestros mezcaleros enfocada en la producción, desarrollo y comercialización del mezcal, y organización de foros del agave y mezcal con apoyo del Programa Doctoral en Ciencias Económico-Administrativas. Todo ello con el propósito de contrastar lo artesanal y tradicional del proceso productivo y facilitar intercambio de conocimientos entre los productores, a fin de identificar alternativas de comercialización y vincular a los diferentes actores en el territorio para impulsar la producción de mezcal bajo una visión sustentable ante los desafíos de la denominación de origen. Dada la importancia de la actividad en la región, en la práctica los efectos de la red colaborativa se han extendido a otros municipios como Tenancingo, Ocuilan, Tonicato, Ixtapan de la Sal y Zumpahuacán. A pesar de las controversias por la denominación de origen en el Estado de México,

se suscitaron cosas positivas, por ejemplo, se han hecho visibles las comunidades productoras de agave y mezcal, así como la colaboración entre actores de la región. En la producción de agave destacan los municipios de Malinalco, Zacualpan, Zumpahuacán y Tenancingo como principales productores, aunque no se descarta que los otros municipios comprendidos en la denominación de origen ya tengan hectáreas sembradas que al momento no estén consideradas en fuentes oficiales. Es notable el incremento de producción de agave en Malinalco y Zumpahuacán, municipios con características socioeconómicas diferentes, ya que el primero es catalogado como pueblo mágico, mientras que el segundo es un municipio dedicado principalmente al campo.

Conclusiones

Las dificultades para lograr el reconocimiento del mezcal mexiquense y la raicilla jalisciense, junto con los desafíos para aprovechar la denominación de origen, destacan la importancia de la innovación social. Esta estrategia no sólo impulsa la colaboración entre los productores, también contribuye a la preservación de las tradiciones locales y a la mejora de las prácticas productivas, fortaleciendo la sostenibilidad de estas bebidas en el mercado. Esta investigación explora las diferencias entre los dos grupos de productores y muestra cómo las formas de organización y el apoyo de actores externos han contribuido a superar las barreras que enfrentan.

Las acciones de innovación social han sido fundamentales para enfrentar los desafíos de la denominación de origen y se manifiestan de manera diferente en cada caso. En la producción de raicilla jalisciense, la colaboración entre productores, el gobierno y otras instituciones ha permitido una mayor cohesión comunitaria y el desarrollo de proyectos turísticos que han fortalecido tanto la producción como la comercialización de la bebida. En contraste, los productores de mezcal mexiquense han enfrentado mayores dificultades para implementar acciones colectivas. La denominación de origen ha tenido efectos positivos en términos de visibilidad de las comunidades

para ambos casos, pero los productores de raicilla han logrado capitalizar estos beneficios. Esto se debe a la capacidad de organización, apoyada por el Consejo Mexicano Promotor de la Raicilla (CMPR), que ha facilitado la implementación de normas de calidad y el acceso a mercados internacionales. Por otro lado, en el caso del mezcal mexiquense, la escasa participación de los productores en la gestión de la denominación de origen y la débil cohesión entre productores, han generado barreras para obtener mayores beneficios.

A partir de la declaratoria de la denominación de origen mexiquense, se observaron efectos en la demanda del mezcal y en la acción de actores en el territorio para impulsar proyectos que brinden soluciones ante las vicisitudes, resaltando la participación de actores externos como la UAEMéx, para conformar una red que fortalezca la actividad en la región. Como similitudes se observó que ambos casos comparten la preservación de las tradiciones y la transmisión del conocimiento como una acción clave de innovación social. Tanto el mezcal como la raicilla tienen una producción familiar y comunitaria, donde los productores han enfrentado desafíos relacionados con la falta de infraestructura y desinformación. La colaboración entre productores es un tema presente. Se observó que las acciones de innovación social impulsadas desde la base tienen mayor éxito donde participa la sociedad organizada. La comparación entre ambas bebidas sugiere que la innovación social y la participación activa de los productores son factores clave para el éxito en la implementación de la denominación de origen.

Se concluye que, aun cuando ambos casos muestran avances en la implementación de acciones de innovación social, los productores de raicilla han logrado mayores efectos positivos gracias a una mejor organización comunitaria y al apoyo de actores externos. Por otro lado, los productores de mezcal mexiquense aún enfrentan retos significativos, particularmente en la certificación de calidad y comercialización. Para mejorar los efectos de la denominación de origen,

es necesario fomentar una mayor colaboración entre los productores, así como fortalecer las políticas públicas que promuevan la innovación social y el desarrollo rural.

Si la Denominación de Origen de la Raicilla es considerada por el CMPR una oportunidad para darle un lugar como bebida espirituosa emblemática de México, los productores han podido vender y exportar sin necesidad de dicha declaratoria, por lo tanto, surgen cuestionamientos para futuras investigaciones sobre qué implicaciones tendrá para la cadena productiva de la raicilla el apearse a una nueva norma o tener que alinearse a un consejo regulador, y en el caso del mezcal, de lograr una mayor cohesión entre productores qué beneficios concretos puede aportar la Denominación de Origen del Mezcal del Estado de México a la cadena productiva.

Referencias bibliográficas

- Álvarez, D. y Mercado, P. (2022). Contextualización teórica de la denominación de origen del mezcal en el Estado de México en el marco del control social de las organizaciones. *Región y Sociedad*, 34, doi: <https://doi.org/10.22198/rys2022/34/1676>
- Álvarez-Gayou, J. (2003). *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*. México: Paidós Educador. Recuperado de <http://www.derechoshumanos.unlp.edu.ar/assets/files/documentos/como-hacer-investigacion-cualitativa.pdf>
- Ayala, S. (2016). *Destilando saberes. Los gajes del oficio tequilero*, (primera ed.). México: Universidad de Guadalajara. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/SuheyAyalaRamirez/publication/349773458_Destilando_saberes_Los_gajes_del_oficio_de_tequilero/links/6041364b92851c077f188c9b/
- Ayala, C. y Radomsky, G. (2020). Indicaciones geográficas en Centroamérica: un crecimiento poco diversificado. *Revista Rivar* (Santiago, Chile), 7(20), 1-21, doi: <http://dx.doi.org/10.35588/rivar.v7i20.4469>
- Bataglin, J. y Kruglianskas, I. (2022). Social innovation: Field analysis and gaps for future research. *Sustainability* 14(3). <https://doi.org/10.3390/su14031153>
- Bautista, J. y Mascha, S. (2018). Sustentabilidad y agricultura en la “región del mezcal” de Oaxaca. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 3(1), 5-20, doi: <https://doi.org/10.29312/remexca.v3i1.1477>
- Berg, B. (2009). *Qualitative research methods for social sciences*. 7a ed. Estados Unidos: Allyn & Bacon. Recuperado de <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1537357>
- Bermejo, L., Evangelista, D., Guerra, N. y Viera, J. (2021). Protected designation of origin as driver of change in goat production systems: Beyond added value. *Revista de la Facultad de Ciencias Agraria*, 53(1), 196-206. Argentina: Universidad Nacional de Cuyo, doi: <https://doi.org/10.48162/rev.39.019>
- Bonvini, N. (2010). América Latina y los productos vinculados al origen. *Revista Alimentos Argentinos*, (47), 1 p. Recuperado de https://alimentosargentinos.magyp.gob.ar/contenido/revista/pdfs/47/47_03_AmericaLatina.pdf
- Castillo, J. y Montes de Oca, A. (2019). El mezcal y los productores: prácticas culturales, agrobiodiversidad y estrategias de producción. *Regiones, Desplazamiento y Geopolítica: agenda pública para el desarrollo territorial*, 4, 317–333. México: UNAM-Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional A. C. Recuperado de <https://ru.iiec.unam.mx/4803/1/1-084-Castillo-Montes%20de%20Oca.pdf>
- Centro de Estudios sobre el Maguey y Mezcal (CEMMEZ, 2022). Recuperado de <https://cemmez.org.mx/>
- Diario Oficial de la Federación (DOF, 2015). Resolución por la que se modifica la Declaración General de Protección de la Denominación de Origen Mezcal. México: Secretaría de Gobernación. Recuperado de https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5421317&fecha=24/12/2015#gsc.tab=0

- DOF (2018). Resolución por la que se modifica la declaración general de protección de la Denominación de Origen Mezcal, para incluir los municipios del Estado de México que en la misma se indican. México: Secretaría de Gobernación. Recuperado de https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5534193&fecha=08/08/2018#gsc.tab=0
- DOF (2021). Resolución por la que se modifica la declaración general de protección de la Denominación de Origen Mezcal, para incluir los municipios del estado de Sinaloa que en la misma se indican. Recuperado de http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5632309&fecha=12/10/2021
- Dueñas, J., (s/f). *Raicilla. Una bebida diferente*. [Patrocinado por el Gobierno del Estado de Jalisco y Gobiernos municipales de Macota, Mixtlán, Talpa de Allende y Consejo Mexicano Promotor de la Raicilla A. C. 2020-2021]
- Eizaguirre, S. y Klein, J. (2020). Co-construcción de saberes, innovación social y desarrollo territorial: una experiencia quebequense. *Revista de Estudios Cooperativos*, 134, 1-14. <https://doi.org/10.5209/REVE.69172>
- Espinosa, D., Rivera, G. y Maldonado, B. (2017). Caracterizando la producción y organización de los mezcaleros en Matatlán, México, “capital mundial del mezcal”. *Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 27(50), 1-30. <https://doi.org/10.24836/es.v27i50.465>
- Etxezarreta, E., Etxezarreta, A., Zurbano, M. y Estensoro, M. (2015). Innovación social, políticas públicas y economía social y solidaria. *Papeles de economía solidaria*, (5), 32 p. España: Red de Economía Alternativa y Solidaria de Euskadi. Recuperado de <https://reaseuskadi.eus/wp-content/uploads/Papeles-ES05-cas.pdf>
- Franco, M., Goyas, R., Navarro, A., Nuño, M., Tulet, J., Carreón, M., Sánchez, A., Trujillo, A., Zamudio, A. y Zurita, F. (2015). *La raicilla, herencia y patrimonio cultural de Jalisco*, 1a. ed. México: Editorial Universitaria- Centro Universitario de Los Valles- Universidad de Guadalajara. Recuperado de <https://editorial.udg.mx/gpd-la-raicilla.html>
- Galego, D., Moulaert, F., Brans, M. y Santinha, G. (2022). Social innovation & governance: A scoping review. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 35(2), 265-290. Recuperado de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13511610.2021.1879630>
- García, V. y Palma, L. (2019). Innovación social: factores claves para su desarrollo en los territorios. *Ciriec España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (97), 245-278. España: Universidad de Valencia. Recuperado de <https://turia.uv.es/index.php/ciriecespana/article/view/14148/0>
- Gobierno del Estado de Jalisco, Poder Ejecutivo (2001). Decreto 18739. *El Estado de Jalisco, periódico oficial*, (337). Recuperado de <https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/newspaper/import/01-27-01-i.pdf>
- Gobierno del Estado de Oaxaca (2020). Oaxaca recibe la primera Indicación Geográfica de México, los alebrijes no podrán ser plagiados, imitados o robados. Recuperado de <https://www.oaxaca.gob.mx/comunicacion/oaxaca-reciben-la-primera-indicacion-geografica-de-mexico-los-alebrijes-no-podran-ser-plagiados-imitados-o-robados/>
- Graebner, M., Martin, J. y Roundy, P. (2012). Qualitative data: Cooking without a recipe. *Strategic Organization*, 10(3), 276–284, doi: <https://doi.org/10.1177/1476127012452821>
- Hernández, J. y Rich, M. (2020). Caracterización de organizaciones del tercer sector desde el enfoque de la innovación social. Discusión a partir de un estudio de caso. *Revista Innovar Journal*, 30(75), 71–86, Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/818/81862627007/html/>
- Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial y Secretaría de Economía (IMPI y SE, 2016). Denominaciones de origen. Orgullo de México. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/104879/DO_Orgullo_de_Mexico.pdf
- IMPI (2018). Programa de innovación protegida. Avances y resultados 2018. Recuperado de https://transparencia.impi.gob.mx/Convenios%20Celebrados/Avance%20y%20Resultados%202018%20PI_Innovacio%CC%81n%20Protegida.pdf
- Klein, J., Pitarch, M., Sales, A. y Cubas, J. (2020). El desarrollo local como resultado de un proceso de innovación social en Saint-Camille (Quebec) y Aras de los Olmos (Valencia). *Investigaciones Geográficas*, (74), 165-182. España: Universidad de Alicante, doi: <https://doi.org/10.14198/INGEO2020.KPSM>
- Klitkou, A., Bolwig, S., Huber, A., Ingeborgrud, L., Pluciński, P., Rohrer, H., Schartinger, D., Thiene, M. y Žuk, P. (2022). The interconnected dynamics of social practices and their implications for transformative change: A review. *Sustainable Production and Consumption*, 31, 603-614. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2022.03.027>
- Lucio, C. (2022). Los destilados de agave en México: una exploración desde la economía ecológica radical. *Revista Iberoamericana de Economía Ecológica*, 35(3), 21-38. Recuperado de <https://raco.cat/index.php/Revibec/article/view/405173/499070>
- Mantilla, G. (2015). Las denominaciones de origen y su impacto en el desarrollo local. *Yachana Revista Científica, Edición Especial-Memoria de Congreso*, 4, 222-230. Ecuador: Universidad Laica Vicente Rocafuerte, de Guayaquil. Recuperado de <http://revistas.ulvr.edu.ec/index.php/yachana/article/view/157>

- Martínez, X. (2017). La innovación social: orígenes, tendencias y ambivalencias. *Sistema*, (247), 61-88. <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/126700/1/674366.pdf>
- Méndez, E. (2015). *Batería de indicadores de innovación social*. Colombia: Gobernación de Cundinamarca- Uniminuto, Corporación Universitaria Minuto de Dios. Parque Científico de Innovación Social. Recuperado de <https://repository.uniminuto.edu/server/api/core/bitstreams/190a2b4b-9ad9-47ad-862c-05afebc678b3/content>
- Mintzberg, H. (1987). *The strategy concept I: Five ps for strategy*, *California Management Review*, 30(1), doi: <https://doi.org/10.2307/41165263>
- Molina, S. y Ferruzca, M. (2023). El diseño de SSP como formalización de la innovación social para el desarrollo comunitario. *Cuadernos del centro de estudios de diseño y comunicación*, (203), 29-40. Italia: Universidad de Palermo. Recuperado de <https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/cdc/article/view/9751/16445>
- Montes, R. (2014). Análisis de las condiciones geográficas y de producción del destilado de agave de Zumpahuacán, Estado de México para la obtención de la denominación de origen del mezcal. *Repositorio Institucional, Universidad Autónoma del Estado de México*. Recuperado de <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/40681>
- Mulgan, G. (2019). *Social innovation: How societies find the power of change*. United Kingdom: Bristol University Press-Policy Press, doi: <https://doi.org/10.46692/9781447353805>
- Murray, R., Caulier, J. y Mulgan, G. (2010). *The open book of social innovation. Ways to design, develop and grow social innovation*. United Kingdom: NESTA-The Young Foundation. <https://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2012/10/The-Open-Book-of-Social-Innovationg.pdf>
- Noriega, G., Cárcamo, B. y Cruz, S. (2009). Crisis mezcalera: una agroindustria marginada en investigación y transferencia de tecnología. *Estado del desarrollo económico y social de los pueblos indígenas de Guerrero*. México: SIPIG-UNAM. Recuperado de http://www.nacionmulticultural.unam.mx/edespig/diagnostico_y_perspectivas/RECUADROS/CAPITULO_6/4_CRISIS_MEZCALERA.pdf
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI, 2017). *World Intellectual Property Indicators 2017*. Recuperado de <http://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4234>
- Peyré, I. (2016). Innovaciones sociales e inclusivas: límites y posibilidades para el desarrollo territorial en el contexto de la globalización. *Textos para discusión, Fundación de Economía y Estadística*, (146). Portugal: Universidad de Porto, doi: <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.4271.8320>
- Plascencia, M. y Peralta, L. (2018). Análisis histórico de los mezcales y su situación actual desde una perspectiva ecomarxista. *Eutopía, Revista de Desarrollo Económico Territorial*, (14), 23-42, doi: <https://doi.org/10.17141/eutopia.14.2018.3579>
- Rogelja, T., Ludvig, A., Weiss, G., Prah, J., Shannon, M. y Secco, L. (2023). Analyzing social innovation as a process in rural areas: Key dimensions and success factors for the revival of the traditional charcoal burning in Slovenia. *Journal of rural studies*, 97(8), 517–533, doi: <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2022.12.030>
- Secco, L., Pisani, E., Da Re, R., Rogelja, T., Burlando, C., Vicentini, K., Pettenella, D., Masiero, M., Miller, D. y Nijnjk, M. (2019). Towards a method of evaluating social innovation in forest-dependent rural communities: First suggestions from a science-stakeholder collaboration. *Forest Policy and Economics*, 104, 9-22, doi: <https://doi.org/10.1016/j.forpol.2019.03.011>
- Starr, M. (2014). Qualitative and mixed-methods research in economics: Surprising growth, promising future. *Journal of Economic Surveys*, 28(2), 238-264, doi: <https://doi.org/10.1111/joes.12004>
- Taylor, S. y Bogdan, R. (1987). Introducción a los métodos cualitativos de investigación. España y Argentina: Paidós Básica. Recuperado de <https://eugeniawagner.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/08/taylor-bogdan-intr-met-cuali-1.pdf>
- Valero, J. y Márquez, C. (2022). Maíces locales, agriculturas campesinas territorializadas y sus tensiones en América Latina. *Campo-Territorio, Revista de Geografía Agraria*. 17(46), 28-55, doi: <https://doi.org/10.14393/ret174602>
- Welch, D. (2017). Behaviour change and theories of practice: Contributions, limitations and developments. *Social Business*, 7(3-4), 241-261, doi: <https://doi.org/10.1362/204440817x15108539431488>
- Westley, F., McGowan, K. y Tjörnbo, O. (2017). *The evolution of social innovation. Building Resilience Through Transitions*. Recuperado de <https://china.elgaronline.com/edcollbook/edcoll/9781786431141/9781786431141.xml>