



# Las Breves

## Cumple hoy 50 años Denominación del Tequila

La Denominación de Origen Tequila (DOT), la primera Denominación de Origen de México, cumple hoy 50 años.

Fue el 9 de diciembre de 1974 que se publicó en el Diario Oficial de la Federación su declaratoria general. De acuerdo con el Consejo Regulador del Tequila A.C. (CRT), el reconocimiento de la DOT fue un hito que permitió a la bebida mexicana posicionarse en el mercado internacional.

“En sus primeros años, especialmente en la década de los 70, el tequila acompañaba la transformación de un México en pleno crecimiento, de un país que comenzaba a estructurarse económicamente en los años 80”.

“A lo largo de las décadas siguientes, el Tequila ha sido testigo de una innovación constante. En los años 90, la agroindustria comenzó a mirar hacia el futuro, con la introducción de nuevas técnicas de producción y una fuerte apuesta por la diversificación. Ya en los

años 2000, la explosión de modernidad en la sociedad mexicana permitió que el tequila viviera una nueva etapa de internacionalización”, señaló el CRT en un comunicado.

El CRT ha jugado un papel crucial en este proceso. Desde su creación en 1994, su labor en la inspección, análisis y certificación del tequila ha sido fundamental para garantizar su calidad y proteger su origen, lo que ha detonado las exportaciones.

“En 1974 la producción de tequila era de 53 millones de litros y se exportaban 23 millones de litros; en el último año la producción de tequila fue de 599 millones de litros y fueron exportados 399 millones de litros”, expuso el organismo.

Actualmente la Denominación de Origen Tequila se encuentra protegida en 57 países bajo una figura de propiedad intelectual, es decir, que reconocen que el tequila es un producto único de México.



## Sólo 1 de cada 3 marcas tiene un crecimiento sólido en México



Debido al último informe de la ISPD, empresa de marketing y comunicación, en México este año una de cada tres marcas ha tenido un crecimiento sólido en el país, en contraste, el 65 por ciento no lo ha logrado.

Este informe realizado a 600 marcas del país, revela que un 45 por ciento ha experimentado una disminución, mientras que un 20 por ciento se encuentra estancada.

ISPD informó que entre los factores que influyen a esto están la desaceleración económica moderada, un

contexto inflacionario y de incertidumbre, así como una serie de variables sociales, tecnológicas, económicas, ambientales y políticas que limitan el potencial de muchas marcas.

Además que se centran en una creciente desconfianza hacia las instituciones tradicionales y el empoderamiento de los consumidores, especialmente entre la población joven.

Exigen un enfoque más inclusivo y auténtico por parte de las marcas, además de que el individualismo social se coloca por encima de los intereses comunes.