vinetur

Del ritual prehispánico al boom millonario: el mezcal ya no es el primo pobre del tequila

El mercado global de este destilado premium proyecta alcanzar los 1.850 millones de dólares para el año 2030

viernes 29 de mayo de 2026

ESCRITO POR MARIANA GIL JUNCAL



Si hablamos de mezcal sin lugar a dudas estamos hablando de la bebida artesanal profundamente arraigada en la cultura mexicana que a diferencia del tequila, que solo puede elaborarse con agave azul, el mezcal puede partir de diversas especies de agave, lo que da como resultado una gama de sabores y aromas únicos.

Cuenta la historia que excavaciones iniciadas en 1994 por la UNAM en Oaxaca determinaron que el origen del mezcal data del año 400 a.C., cuando ya se destilaba en ollas de barro. Con la llegada de los españoles en el siglo XVI se introdujeron nuevas técnicas de destilación, que lograrás no sólo refinar el proceso sino dar vida a lo que hoy conocemos como mezcal.

El nombre "mezcal" proviene del náhuatl metl e ixcalli, que juntas significan "agave cocido en horno".

Ahora bien, hay que aclarar que el mezcal cuenta con denominación de origen que protege su producción en varias regiones de México: Oaxaca, Durango, Guanajuato, Guerrero, Michoacán, San Luis Potosí, Puebla, Tamaulipas, Zacatecas, Aguascalientes, Morelos y Estado de México.

El auge global del mezcal logró que la valuación en 2024 del mercado global se sitúe en unos USD 1.140 millones y se proyecta que para 2030 alcance unos USD 1.850 millones. Este impulso está liderado por la tendencia hacia bebidas premium y artesanales, y por consumidores que valoran la autenticidad y la sustentabilidad.



Para conocer todo sobre esta bebida conversamos conJorge Chung, CEO y creador del concepto de Maria Mezcal en Lima Perú.

La idea de María Mezcal surgió durante un viaje a China y Rusia, donde quedó impresionado por la presencia global del mezcal y el tequila. En Beijing encontró cuatro bares mexicanos dedicados a estos destilados con clientela completamente china, y en Rusia un bar donde solo se vendían tequila y mezcal sin ningún cliente mexicano. Esa experiencia lo inspiró a abrir algo similar en Lima.

Antes de abrir, Chung viajó a Oaxaca, la región mezcalera por excelencia de México, para conocer el producto de primera mano. El proyecto fue retrasado por la pandemia, y María Mezcal finalmente abrió en octubre de 2021.

Su enfoque en la coherencia de marca —desde la carta, la música seleccionada por horarios y momentos, hasta el diseño del local— ha sido destacado como un caso ejemplar de marketing en el mundo empresarial peruano.

¿Cuáles son los atributos del mezcal?

Lo que más me gusta del mezcal es que es un destilado con identidad. Puedes probar dos mezcales elaborados a un pueblo de distancia y encontrar perfiles distintos. Tiene mucha personalidad, mucha conexión con la tierra y con la familia que lo produce. Además, tiene una complejidad increíble: notas herbales, minerales, cítricas, frutales o ahumadas dependiendo del agave y del proceso.

¿Qué tiene que tener un mezcal para ser un buen mezcal?

Para mí lo principal es que exprese el agave. Durante mucho tiempo mucha gente asociaba el mezcal únicamente con el humo, pero un gran mezcal va mucho más allá de eso. Debe tener equilibrio, una fermentación limpia y procesos muy ensayados. Cuando pruebas uno bueno, sientes que detrás hubo conocimiento, paciencia y respeto por la materia prima.

¿Qué diferencias hay entre los mezcales más clásicos y los más vanguardistas?

Los mezcales más clásicos, ancestrales o campesinos suelen contar una historia muy ligada a una familia, una comunidad o una región. Son el reflejo de una tradición que ha pasado de generación en generación. Los más vanguardistas, en cambio, exploran nuevos caminos: fermentaciones distintas, técnicas diferentes o maneras novedosas de acercar el mezcal a la gente. Creo que la innovación es valiosa siempre que no pierda de vista el origen.

En Perú, ¿qué lugar tiene el mezcal entre los consumidores?

Ha crecido muchísimo. Cuando empezamos con María Mezcal todavía era una categoría bastante desconocida. Muchos pensaban que era simplemente un tequila ahumado o la leyenda del gusano que si te lo comías te emborrachaba. Hoy vemos consumidores que preguntan por especies de agave, regiones o productores específicos. Todavía tiene mucho camino por recorrer, pero definitivamente dejó de ser una curiosidad para convertirse en una categoría respetada.

¿Qué camino recomienda transitar para empezar a probar mezcales?

Siempre recomiendo comenzar sin prejuicios y sin querer entender todo desde el primer día. Empezaría por un espadín y luego probaría diferentes regiones y agaves para comparar. Lo bonito del mezcal es que cada botella puede contarte una historia distinta. No hay apuro, es una categoría que se disfruta descubriendo poco a poco.

¿Cómo recomienda disfrutar el mezcal?

Me gusta tomarlo despacio, conversar, compartirlo con amigos. También disfruto mucho la coctelería con mezcal porque aporta profundidad y carácter, pero creo que todos deberían probarlo solo varias veces para entenderlo mejor.

¿Un maridaje con mezcal infalible?

Me encanta con comida mexicana, pero también me ha sorprendido muchísimo con algunos platos peruanos. Un ceviche, una causa con ají amarillo o incluso algunos quesos maduros pueden generar combinaciones muy buenas.

¿Cuál cree que es el desafío más grande del mezcal?

Seguir creciendo sin perder autenticidad. Que el Mezcal esté de moda es bueno, pero también implica la responsabilidad de proteger las tradiciones, cuidar los agaves y garantizar que los productores reciban el valor que merecen. El reto es crecer sin convertirlo en un producto industrial más.



¿Cuál es el top 3 de cócteles de María Mezcal?

Qué difícil escoger solo tres. Creo que el primero tendría que ser María Mezcal porque representa nuestra identidad y va muy bien el mezcal va muy bien con tamarindo. Luego diría nuestra Paloma, porque es fresca, fácil de disfrutar y conecta con mucha

gente. Y el tercero es el Oaxaca negroni porque un buen refugio para quienes prefieren lo clásico.

¿Cuál es el secreto de liderar una barra de alta rotación y calidad?

El verdadero secreto es el equipo. Después de muchos años en este negocio aprendí que la cultura, la capacitación y el compromiso de las personas son lo que realmente sostiene una operación. Cuando el equipo cree en lo que hace, la calidad se nota incluso en los días más exigentes.

¿Cómo trabajan en María Mezcal para que sea un lugar seguro para las mujeres?

Trato de imaginar siempre que la experiencia está diseñada para mi mamá y mis hermanas. Con el tiempo entendimos que la diversión nunca puede estar por encima del respeto y la seguridad. Tenemos protocolos claros, un equipo atento y una cultura donde cualquier situación incómoda se atiende de inmediato. Queremos que cualquier persona, especialmente una mujer que viene sola o con amigas, sienta que puede disfrutar con tranquilidad.

¿Qué cosas suceden allí que no ha visto en otros lugares?

Ver por ejemplo tres generaciones divirtiéndose en una misma mesa con una misma canción. Me siento orgulloso de haber creado un lugar donde la edad no importe y eso genere experiencias y recuerdos memorables en nuestras clientas.

¿Cómo observa el poder femenino en las barras actuales?

Creo que estamos viviendo uno de los momentos más interesantes para nuestra industria. Cada vez veo más mujeres liderando equipos, creando conceptos, ganando competencias y elevando el nivel de la coctelería. Y lo mejor es que ya no sorprende verlas en esos espacios; cada vez es más natural, que es justamente como debería ser.