vinetur

“La meta es que el mundo vea a México como un país de excelencia en bebidas premium, ya sea vino o tequila”

Entrevista con Francisco Baeza, vicepresidente de Casa Herradura y Ron Diplomático de Brown-Forman

viernes 17 de octubre de 2025

ESCRITO POR MARIANA GIL JUNCAL



Para conocer cómo se encuentra actualmente la industria de vinos y licores a nivel global conversamos en exclusiva con Francisco Baeza, vicepresidente de Casa Herradura y Ron Diplomático, que forman parte del porfolio de Brown-Forman, la tercera empresa de bebidas espirituosas más grande de México en participación de mercado.

Francisco Baeza incursionó en la industria de bebidas alcohólicas hace 18 años, con la adquisición de Casa Herradura por parte de Brown-Forman. En aquel momento, trabajaba como consultor en Fusiones y Adquisiciones (M&A) en la firma Ernst & Young. Esta experiencia le permitió pasar de ser un asesor externo a un constructor de marcas, comprendiendo que la clave no solo está en la adquisición, sino en la integración cultural y la visión a largo plazo. Hoy, su rol es llevar el legado de estas marcas mexicanas a los rincones más diversos del mundo. Durante todos estos años, ha tenido la fortuna de contribuir a la construcción de estas grandes marcas en distintos roles y en distintas partes del mundo, incluyendo México, Latinoamérica, Estados Unidos, África y Medio Oriente.

¿Cómo observa la evolución del mercado de vinos y licores en México?

Ha sido un cambio profundo. Hoy el consumidor ya no solo busca un "trago" sino una experiencia, aspiran por marcas auténticas y afines a sus valores. Las marcas premium y las innovaciones, como los RTD (ready to drink) o bebidas listas para tomar y cócteles enlatados están transformando la manera de consumir bebidas espirituosas, ofreciendo nuevas ocasiones de consumo y abriendo nuevas oportunidades para explorar sabores y cócteles. Brown-Forman está liderando la transformación con productos como New Mix y Jack en lata que antes se enfocan en la conveniencia. Paralelamente, innovaciones como los RTD están disruptiendo el consumo tradicional, ofreciendo una puerta de entrada accesible a nuestras marcas.

¿Cuáles son los productos más consumidos por los mexicanos?

Nuestro portafolio está diseñado para dominar las tres grandes plataformas de consumo en México: la tradición (Tequila), la conveniencia (RTD) y la exploración sofisticada (Whisky, Gin y Ron Premium). Sin duda el tequila sigue reinando, nuestras marcas Tequila Herradura, Antiguo y El Jimador son grandes referentes. También los RTD han ganado un espacio importante: New Mix es un claro ejemplo de cómo nos adaptamos a los paladares mexicanos, con sabores que conectan con nuestra cultura, como el más reciente Pikosito, con ese toque de tamarindo, chile y dulzor, o la Paloma, un clásico nacional así como vampiro y cantarito que son cocteles tradicionales con base tequila. En la exploración estamos presente con marcas globales como Jack Daniel's, Woodford Reserve, Ron Diplomático y Gin Mare, que responden a esa búsqueda de experiencias más variadas y que van perfecto en coctelería.



¿Con qué productos México sorprende en el mercado mundial de bebidas?

México sorprende al mundo con el tequila, y en Brown-Forman tenemos dos grandes embajadores: Tequila Herradura, con más de 150 años de historia y pionero en innovaciones como el primer reposado en 1974 o el primer extra añejo con Selección Suprema en 1995. Ha destacado cómo esa marca ha logrado combinar tradición con innovación; y El Jimador, que ha conquistado tanto al consumidor mexicano como a mercados internacionales por su calidad y accesibilidad. Juntas, estas marcas muestran la versatilidad del tequila: desde expresiones artesanales y premium, hasta opciones que conectan con un público más amplio. Gracias a ellas, el tequila mexicano compite al nivel de los espirituosos más reconocidos del mundo y se disfruta en los 5 continentes.

¿Cuáles son las tendencias de bebidas en el mercado interno?

Hoy en México vemos cuatro grandes tendencias. La primera es la premiumización, con consumidores que buscan calidad y autenticidad en categorías como el tequila, donde marcas como Herradura marcan la pauta. La segunda es el crecimiento de las bebidas listas para beber, que conectan con un público joven que privilegia la practicidad; aquí New Mix ha sido referente con sabores como la Paloma, Cantarito, Vampiro y el más reciente lanzamiento de Pikosito. Y la tercera es la diversificación del gusto, porque aunque el tequila sigue siendo el favorito, cada vez hay más apertura hacia el whisky, el ron o el gin. Finalmente, una tendencia cada vez más clara es que el consumidor espera marcas responsables, que cuiden el planeta y apoyen a las comunidades. Y ese es un aspecto que en Brown-Forman hemos asumido como parte de nuestra visión global y local.

Si nos metemos de llevo en la primera de las tendencias, ¿cómo observa en México la premiumización del consumo?

El consumidor mexicano está evolucionando no solo busca productos caros y posicionados en un segmento premium, es discerniente, crítico y más sofisticado. Ya no se conforma con lo básico, sino que busca la "historia" detrás del producto. Esto es un cambio de mentalidad, y nuestras marcas como Herradura, Woodford reserve o Ron Diplomático se convierten en actores claves que forman parte de esa experiencia, ofreciendo una trazabilidad y calidad que justifica la elección.

¿Cómo plasman su compromiso con la sustentabilidad en México?

El propósito es claro: producir bebidas espirituosas de clase mundial sin sacrificar el entorno, respetando comunidades y manteniendo una huella ambiental más responsable. Por eso, en México lo hacemos desde Casa Herradura, donde contamos con una planta de tratamiento de aguas residuales con tecnología de punta que nos permite reutilizar alrededor del 65% del agua, con la meta de alcanzar el 80% en 2030. Hemos invertido más de 65 millones de dólares en modernización tecnológica, eficiencia hídrica y nuevas bodegas de añejamiento, porque queremos que la tradición conviva con la innovación sostenible. Utilizamos el biogás que se produce en la planta de tratamiento como combustible sin generar gases de efecto invernadero y composteamos el bagazo que después se reincorpora a los cultivos. Además, trabajamos con herramientas digitales como Waterplan, que nos ayudan a medir y anticipar riesgos en el uso del agua. Nuestro compromiso también está en las comunidades: apoyamos la reforestación en la cuenca de Cajititlán junto con la iniciativa Charco Bendito y fomentamos prácticas agrícolas más responsables. Para nosotros la sustentabilidad no es un área separada del negocio, es la forma en la que aseguramos que nuestras marcas sigan representando a México en el mundo por muchas generaciones más.

¿De qué forma promueven el consumo responsable de alcohol?

Es parte de nuestra visión global. Tenemos programas de educación y sensibilización para consumidores y bartenders. Queremos que nuestras marcas se disfruten con responsabilidad. Uno de nuestros programas emblemáticos es "Pausa". Con Pausa impulsamos momentos de reflexión alrededor del consumo: comunicar guías, sensibilizar sobre límites, difundir buenas prácticas con bartenders, puntos de venta y consumidores finales.

Además, cada marca operativa de Brown-Forman (Herradura, El Jimador, etc.) integra mensajes de responsabilidad en sus empaques y campañas de mercadeo. También colaboramos con organizaciones, universidades y autoridades para difundir la cultura de consumir de forma consciente.

¿Qué iniciativas han impulsado para potenciar el consumo del vino de México?

El vino mexicano es un actor fundamental y complementa la sofisticación de la industria. Sin embargo, nuestro foco en Brown-Forman está en potenciar la categoría de destilados, donde México tiene su mayor diferenciador global: el tequila. México tiene en el tequila una categoría emblemática que sigue conquistando al mundo, y nosotros fortalecemos ese liderazgo con marcas como Herradura y El Jimador, que combinan procesos artesanales con innovación constante. La meta es que el mundo vea a México como un país de excelencia en bebidas premium, ya sea vino o tequila.