

Por Roberto Noguez

# LA CONQUISTA DEL TEQUILA PREMIUM

LA FIRMA DE TEQUILA ORENDAIN QUIERE CONCENTRARSE EN EL SEGMENTO DE LAS BEBIDAS PREMIUM Y REAFIRMARSE EN LAS GRANDES URBES, UN PLAN QUE NO SE ENCUENTRA ALEJADO DE LA CONSOLIDACIÓN DE SU PRESENCIA EN ESTADOS UNIDOS.

**E**n la carretera que une Guadalajara con el municipio de Tequila, la ruta muestra los agaves en donde nace la Destilería Orendain, que ha producido tequila desde 1926, manteniendo su herencia familiar, ahora con miras de conquistar el mercado mexicano y estadounidense con productos premium.

En México, hoy la compañía está replanteando su estrategia para concentrarse en sitios como la capital del país y otras urbes importantes, con el objetivo de incrementar su presencia, dice, en entrevista con FORBES MÉXICO, el presidente del Consejo de Administración, Carlos Orendain.

Paralelamente, a través de alianzas estratégicas con distribuidores y constructores de marca, Orendain, con 95 años de experiencia, buscará posicionarse como uno de los mejores tequilas que se producen en el país.

“Seguimos siendo una empresa 100% mexicana, jalisciense, pero estamos abiertos a explorar alternativas de crecimiento de la mano de jugadores internacionales que nos puedan

ayudar a llegar a ciertos confines de Estados Unidos y el mundo, que hoy en día, con nuestro propio músculo, no alcanzamos”, afirma.

En este sentido, Carlos Orendain precisa que estas alianzas se establecerían en temas de distribución y de capacidad para ampliar la producción, ya que, hasta ahora, la Destilería Orendain sigue siendo, por sus volúmenes, de tamaño mediano.

Sin embargo, precisa que lo más relevante para cualquier empresa que pretenece al sector de los vinos y licores es tratar de conquistar los paladares de quienes tienen el poder adquisitivo para conseguir un producto premium o ultrapremium, algo que va de la mano con los ciclos económicos.

Es por ello que la intención es seguir aprovechando el auge del tequila en el mundo, así como el poder de compra que hay en el mercado estadounidense, para lograr posicionarse en el segmento premium, ya que este nicho de negocio permite disponer de una mayor flexibilidad en momentos en que los precios del agave u otros insumos se elevan.



“Tenemos las credenciales para posicionar productos ultrapremium con lo que hemos acumulado en los años. Ésa es nuestra gran ventaja. [Hay que] transmitir eso de una manera adecuada y correcta, para estar en el punto de precio más alto posible”, indica.

Además, comenta que tienen la ventaja de contar con mucho agave propio, de tal manera que pueden seleccionar las piñas y los momentos adecuados para cada producto, lo que les da una flexibilidad y ventaja contra grandes trasnacionales que apuestan



al volumen, mientras que a ellos los mueve la calidad.

Y es que, expuso, luego de tres generaciones, la firma ya es un punto de referencia en el sector, por haber aprovechado bien la riqueza de la tierra y su agave, y la pureza del agua que hay en Tequila, logrando que sus botellas sean un representante digno de Jalisco y de México.

Carlos Orendain comenta que fue su abuelo, Eduardo Orendain, quien tuvo el sueño de crear una casa tequilera que, desde entonces, actualiza el

compromiso de dar la mejor calidad en cada gota que sale de su planta.

En este momento, entre los planes de la firma destaca el de terminar de sentar sus bases como empresa y como familia, a nivel gobierno institucional y demás órganos administrativos, para tener los cimientos necesarios y lograr trascender, ganando mercado en México y Estados Unidos.

A su vez, director general de la compañía, Juan Casados, subraya que, desde 1926, han experimentado grandes transformaciones, pero

la destilería resguarda la herencia de la marca, algo que no se puede comprar, que no está a la venta, sino que se construye día con día y que necesita de las generaciones para llegar a ser un referente en la industria y apuntalar su futuro.

De hecho, recuerda que la empresa comenzó actividades con 25 colaboradores y que, en la actualidad, da empleo a más de 450 personas. Además, duplica ya su capacidad, gracias a alianzas estratégicas, de 3 millones a cerca de 6 millones de litros al año. **F**