

LA RUTA DEL TEQUILA EN EL PAISAJE AGAVERO

MARTHA IRENE VENEGAS TRUJILLO¹



¹ Consejo Regulador del Tequila.
Correo electrónico: martha.venegas@
crt.org.mx.

RESUMEN

Desde el 2006 la Ruta del Tequila en el paisaje agavero ha contado con el apoyo del Fondo Multilateral de Inversiones del Banco Interamericano de Desarrollo y de la Fundación José Cuervo, bajo la ejecución del Consejo Regulador del Tequila (CRT) en estrecha vinculación con las secretarías de Turismo y de Cultura del estado de Jalisco.

Este proyecto de desarrollo regional integra a la fecha los municipios de Amatitán, El Arenal, Magdalena, Tequila, Teuchitlán, Ahualulco del Mercado, Etzatlán y San Juanito de Escobedo, a los cuales se han otorgado apoyos de asistencia técnica, asesoramiento y capacitación para poner en valor los atractivos culturales, patrimoniales y turísticos de la región, nombrada por la UNESCO Patrimonio Cultural de la Humanidad en el año 2006.

De manera gradual se observa la vinculación que la Ruta del tequila ha establecido entre prestadores de servicios, diferentes órdenes de gobierno, ONG's, e iniciativa privada, que se han sumado a las acciones para fortalecer este destino.

La Ruta del tequila es competitiva turísticamente, pone en valor sus atractivos culturales y la cultura del tequila a través de un programa integrador de una red de 152 empresas y artesanos que, ostentando el Distintivo TT (Distintivo Tequila Turístico), ofertan sus servicios para satisfacer la demanda del visitante.

ABSTRACT

Since 2006 the Tequila route in the agavero landscape has been supported by the Inter-American Developing Bank (IDB) and the Jose Cuervo Foundation, under the supervision of the Tequila Regulatory Council and Jalisco's Culture and Tourism Secretariats. Up to date this regional development project includes the municipalities of Amatitlan, El Arenal, Magdalena, Tequila, Teuchitlan, Ahualulco del Mercado, Etzatlán and San Juanito Escobedo; which had been granted with technical assistance, consultancy and advance training in order to make the most out of its cultural and touristic assets and to enhance the valorization of its heritage, added to the UNESCO's World Heritage List in 2006. It is possible to observe a gradual liaison between the Tequila Route and its suppliers and partners such as government offices, NGO's and the private sector in general that has managed to strengthen the site. The Tequila Route is competitive touristically wise, it highlights its cultural assets and the Tequila culture in general through an integrating programme that links 152 enterprises and craftsmen that offer their granted quality services to satisfy the visitors demand.

Palabras clave: tequila, Ruta del Tequila, Jalisco, BID, UNESCO, patrimonio mundial, turismo cultural.

Key Words: Tequila, Tequila route, Jalisco, IDB, UNESCO, world heritage, cultural tourism.

ANTECEDENTES DE LA RUTA

El 27 de Abril del 2006, el Consejo Regulador del Tequila fue elegido como organismo ejecutor, quien suscribió con el Banco Interamericano de Desarrollo el Convenio de Cooperación Técnica no reembolsable con número ATN/ME-9720-ME para la ejecución del proyecto denominado Desarrollo Turístico para MIPYMES en la región de Tequila. La Fundación José Cuervo (FJC) fue la alianza para cumplimentar la aportación de la contraparte.

El objetivo del Proyecto fue aumentar la competitividad de las MIPYMES turísticas y de sectores relacionados para la implementación del Plan Estratégico de Desarrollo de la Región de Tequila en el Estado de Jalisco, desarrollando —bajo el concepto de ruta— una red de empresas que desarrollaran y comercializaran, con una visión común, productos y servicios para el impulso del turismo siguiendo las demandas del mercado nacional e internacional.

Inicialmente se trabajó la implementación en cuatro municipios de los valles de Jalisco: Amatitán, El Arenal, Tequila y Magdalena; posteriormente se incluyó también a Teuchitlán (2007), Ahualulco del Mercado, San Juanito de Escobedo y Etzatlán (2010), ocupando el 4.2% de la superficie del Estado de Jalisco (3,292 km²). Los municipios presentan diferencias sustantivas en su vocación económica, infraestructura e imagen urbana. La existencia del Paisaje Agavero y su reconocimiento como Patrimonio de la Humanidad por parte de la UNESCO, la presencia de industrias centenarias dedicadas a la producción de una bebida que es la imagen del país, así como el atractivo de una población como Tequila, declarada Pueblo Mágico por la SECTUR, son ventajas comparativas que están circunscritas a una parte de la cobertura territorial, así como los servicios de hospedaje, alimentación y entretenimiento. La identificación de tales aspectos evidenció el área de oportunidad para poner en valor la riqueza patrimonial de la región mediante el desarrollo de una Red de MIPYMES competitivas y la estructuración del sector de servicios turísticos y relacionados.

RUTA DEL TEQUILA

OBJETIVOS

Los principales objetivos de la Ruta del tequila fueron:

1. Contribuir a aumentar la competitividad de las MIPYMES ubicadas en la región de Tequila y la implementación del Plan Estratégico de Desarrollo de la Región Tequila, favorecer la generación de empleos y la mejora de la calidad de vida de los habitantes, e incrementar y diversificar los ingresos de la población.
2. Coadyuvar en el desarrollo de infraestructura básica que garantice el desarrollo turístico y económico de los municipios de la Ruta del tequila.
3. Fortalecer las acciones referentes a la conservación y cuidado de las áreas naturales y del Paisaje Agavero y del medio ambiente que conforman la Ruta del Tequila, buscando asegurar el desarrollo sustentable de la Región.
4. Activar la Ruta del Tequila con la creación de nuevos productos y de una red de establecimientos que con una visión común desarrollen y comercialicen productos y servicios turísticos adecuados a las demandas del mercado nacional e internacional.
5. Fomentar el desarrollo, y el crecimiento económico y social del territorio.

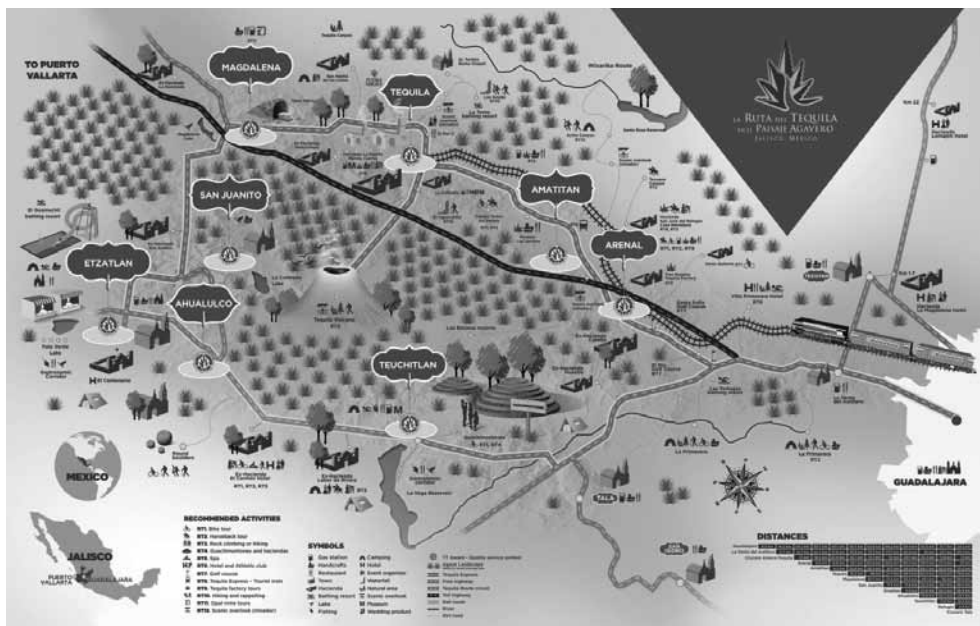


Figura 1. Municipios de la Ruta del tequila (imagen desarrollada por la Coordinación del Proyecto).

PRINCIPALES RETOS

Los principales problemas que debe superar la activación de la Ruta son:

- Desarticulación de esfuerzos entre gobierno y empresas.
- Falta de coordinación entre los sectores público y privado en el desarrollo social de la región.
- Infraestructura turística deficiente.
- Discontinuidad de los esfuerzos ante cambios de gobierno estatales y municipales.
- Aislamiento de los esfuerzos de programas. Trabajo individual aislado.
- Poca interlocución de los municipios con las MIPYMES de servicios.
- Poca coordinación entre los esfuerzos públicos y aquellos privados.
- Desarticulación de los esfuerzos de los gobiernos municipales, estatales, federales, iniciativa privada y sociedad.
- Desconocimiento del sector empresarial de la riqueza cultural y patrimonial de su territorio y de los beneficios del proyecto hacia la mejora competitiva de sus establecimientos y la promoción de la región.

BALANCE DE LA RUTA DEL TEQUILA EN EL PAISAJE AGAVERO

A cinco años de operación del Proyecto, se ha alcanzado madurez en la materialización de un destino turístico único en el mundo, promotor de la cultura del tequila y del paisaje agavero, y diversificador de la economía de servicios. Hoy el Proyecto está integrado por 152 empresas de servicios turísticos (72 MIPYMES turísticas y 79 de artesanos) que conforman la Ruta del Tequila y se integran en la etapa de promoción que el Órgano Ejecutor ha ido direccionando.

La numeralia arroja datos como los siguientes: más de 3,500 personas capacitadas en los diferentes servicios turísticos; 305 MIPYMES identificadas, 91% de ellas atendidas mediante diagnóstico, capacitación y fortalecimiento institucional, con una eficiencia terminal del 48%, en tanto que 152 han obtenido el distintivo TT , símbolo de calidad en el servicio.

La Ruta del Tequila ha desarrollado diferentes paquetes que, dirigidos a los segmentos turísticos identificados en la zona, ponen en valor las diferentes actividades de la región:

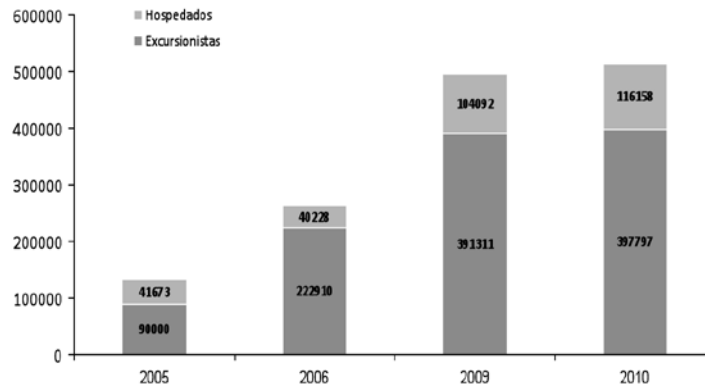
1. Turismo cultural. Productos y servicios que tienen como objetivo mostrar y/o explicar el patrimonio arqueológico, histórico, monumental, arquitectónico y expresiones culturales vivas de los municipios de la Ruta del tequila.
2. Agroturismo. Productos que tienen como objetivo mostrar, explicar y motivar la interacción con las actividades del campo. En el caso concreto de las fábricas de Tequila, se adoptó este término puesto que el concepto que más se asemeja es el de enoturismo.
3. Turismo de convenciones y reuniones. Productos y servicios que tienen como objetivo brindar descanso y servicios a personas que realizan reuniones y/o convenciones en la zona.
4. Turismo de aventura. Productos y servicios que ofrecen experiencia de bajo riesgo y de interpretación de los recursos naturales de la Ruta.
5. Turismo de bodas. Productos y servicios que ofrecen infraestructura al visitante para la organización de bodas y lunas de miel.
6. Turismo de descanso y/o placer. Productos y servicios que ofrecen infraestructura y servicios para aquellas personas que solo desean salir de la rutina y descansar.

Se han logrado desarrollar productos y paquetes turísticos de calidad, con identidad propia, impulsando el desarrollo económico y social integral del territorio.

En términos de resultados se observa un crecimiento del 390% en la afluencia en el período 2005-2010, lo que representa una tasa promedio anual del 78% al pasar de 131,673 visitantes en el 2005 a 513,995 al término del 2010 (véase Gráfica 1). La afluencia turística durante el 2009 generó una derrama económica superior a los \$138 millones de pesos, mientras que en el 2010 fue del orden de \$230.3 millones de pesos (véase Gráfica 2). Adicionalmente, la conformación de una Red de MIPYMES operando con un alto estándar de calidad turística en los municipios atendidos, los avances en la puesta en valor y señalización de nuevos atractivos, así como el desarrollo de una oferta diversificada mediante la comercialización de productos accesibles al turismo

nacional e internacional, permiten afirmar que se cumplieron ampliamente los objetivos del Proyecto, logrando una Red de MIPYMEs de 151 empresas, 72 empresarios y 79 artesanos.

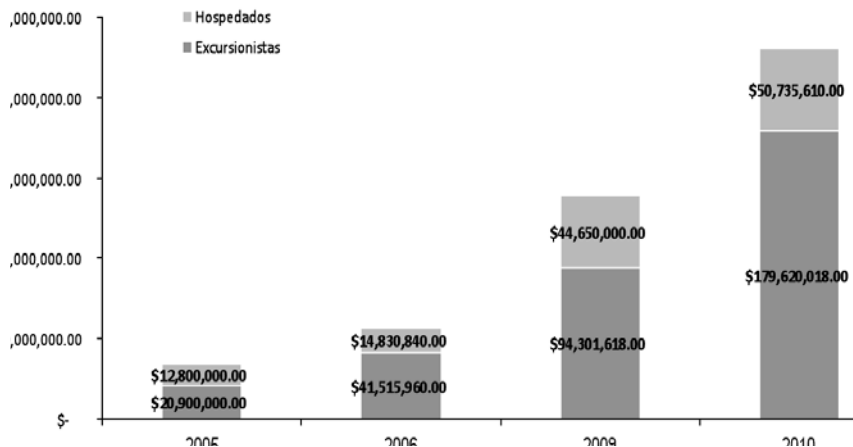
Grafica 1. Afluencia turística 2005-2010



Fuente: Estadísticas de la Secretaría de Turismo y de la RdT.

Nota: Estos datos incluyen a todos los establecimientos turísticos de la Ruta del Tequila, tanto los que tiene el Disintivo TT como aquellos que se encuentran en proceso o declinación.

Grafica 2. Derrama económica 2005-2010



Fuente: Estadísticas de la Secretaría de Turismo y de la RdT.

Nota: Estos datos incluyen a todos los establecimientos turísticos de la Ruta del Tequila, tanto los que tiene el Disintivo TT como aquellos que se encuentran en proceso o declinación.

La Ruta ha sido objeto de varios reconocimientos. Destacan, por ejemplo, el “Reconocimiento a la Diversificación del producto Turístico 2009 en la categoría de Rutas y Circuitos”, otorgado por la Secretaría de Turismo (Sectur) en abril de 2009, y el “Reconocimiento a las Excelentes Prácticas de Vinculación, Educación-Empresa y Sociedad” otorgado por el Consejo Estatal para el Diálogo con los Sectores Productivos de Jalisco en julio de 2010.

En agosto del 2011 la asociación civil de la Ruta del Tequila se formalizó para cimentar y consolidar su sostenibilidad, entrando a una nueva faceta de promoción y fortalecimiento del destino y de la Red de MIPYMES.



Foto 1. Sitio Arqueológico Guachimontones, Teuchitlán, Jalisco. (Foto: Carlos Tomás)



Foto 2. Paisaje Agavero. El Arenal, Jalisco (Foto: Carlos Tomás)



Foto 4. Bodegas de añejamiento, Tequila, Jalisco (Foto: Fundación IC)



Foto 5. Hornos de mampostería (Foto: Ruta del Tequila)



Foto 6. Jimador en el paisaje agavero (Foto: Ruta del Tequila)

En términos cualitativos es notoria la imagen y asociación de la Ruta como un destino turístico de calidad que enfatiza la cultura e identidad del estado y del país. Destaca como factor de éxito la capacidad de interlocución que la unidad coordinadora ha logrado establecer con una gran cantidad de actores involucrados en la Ruta, rebasando significativamente las metas establecidas inicialmente en el marco lógico.

Las alianzas que el órgano ejecutor a través de la unidad coordinadora de la Ruta ha desarrollado con empresas tequileras que han facilitado a grupos de artesanos y MIPYMES que cuentan con el distintivo TT, han propiciado la integración a su propuesta de valor productivo-turístico, aplicando con ello mejores prácticas de responsabilidad social corporativa, siendo muy positivo el balance final del cumplimiento de los objetivos al cierre del Proyecto.

CONCLUSIÓN

La Ruta del Tequila se presenta hoy como un destino turístico y cultural multitemático, cuya experiencia principal de viaje es la cultura del tequila y la interacción con el Paisaje Agavero, el cual es considerado patrimonio cultural de la Humanidad por la UNESCO.

Además de posicionarse como una ruta cultural o de naturaleza, añade el componente vivencial derivado de la posibilidad de disfrutar determinado estilo de vida alrededor de la cultura del tequila, indudable icono representativo de la mexicanidad.

El éxito de la Ruta del tequila ha logrado concertar el interés por conocer y replicar este modelo de desarrollo social y económico regional. Representantes gubernamentales, empresarios y organismos nacionales e internacionales han mostrado interés en desarrollar iniciativas similares en diferentes territorios, capitalizando las lecciones aprendidas, mismas que en julio de 2010 fueron compartidas con la Ruta del Café en Colombia (específicamente en los estados de Caldas, Risaralda, El Quindío y el Valle de Cauca).

La Ruta del tequila es un producto mexicano que posiciona a un destino turístico y cultural representativo de una región (Jalisco) y un país, beneficiando a todos los participantes y a la población en general, poniendo en valor los

atractivos naturales y culturales únicos en el mundo, emblemáticos de nuestra mexicanidad, integrando a la primera Denominación de Origen Mexicana “El Tequila”, así como coadyuvando a la preservación del Paisaje Agavero.

Bibliografía

ROS D&P, *Plan de negocios y Manual de Funcionamiento de la Ruta del Tequila*, Tequila, 2008.

Consejo Regulador del Tequila, *Guía de Buenas prácticas. Ruta del tequila*, Tequila, 2008.

Target Euro Consultora, *Estudio de Recomendación para la puesta en valor de los atractivos naturales y culturales, así como la creación de productos turísticos comercializables*, Roma, 2009.

Martha Venegas/BID/FOMIN, *Informes de la Unidad Coordinadora*, 2007-2011.