

Caminos del Paisaje Agavero: Actores en el proceso de Institucionalización del Turismo¹

Agave landscape roads: actors in the tourism institutionalization process

Lucía González Torrerros

Universidad de Guadalajara
Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades
Departamento de Geografía y Ordenación Territorial
Guanajuato #1045, Col. Alcalde Barranquitas, C.P. 44260.
Guadalajara, Jalisco, México.
lucia_torreros@yahoo.es

José Luis Santana Medina

Universidad de Guadalajara
Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades
Departamento de Geografía y Ordenación Territorial
Guanajuato #1045, Col. Alcalde Barranquitas, C.P. 44260.
Guadalajara, Jalisco, México.
joseluissantanamedina@yahoo.es

Resumen

El debate que se propone en este texto parte de dos referentes principales. En primer lugar accedemos a una exploración de la institución más formal que existe en la estructura sociocultural y económica del denominado *Paisaje Agavero y las Antiguas Instalaciones Industriales de Tequila*, declarado por la UNESCO como patrimonio de la humanidad en el 2006 en la categoría Paisaje Cultural: la cadena productiva de la emblemática bebida, el tequila, configuradora del paisaje y del patrimonio regional.

El segundo referente, parte de la perspectiva del Nuevo Institucionalismo, el objetivo es presentar los elementos que contribuyen en la definición del turismo como una institución capaz de promover el desarrollo en la comarca tequilera, destacando a los agentes privados, públicos y sociales que en conjunto, diseñan, promueven y adoptan la nueva institución.

En este contexto, se ponen en relieve cronológico las iniciativas, de origen tanto social y público como privado, que han puesto a la región en el escenario turístico resaltando el papel desempeñado por las vías de comunicación en la articulación regional, particularmente ahora con la integración de la *Ruta del Tequila en el Paisaje Agavero*, en la que haremos un mayor énfasis. De esta manera, el turismo impulsado por fuertes inversiones, ha evidenciado prácticas históricas que responden a lógicas de mercado que emanan del seno de la misma industria tequilera, lo que ha condicionado su práctica regional, pero especialmente en el municipio de Tequila, Jalisco.

Palabras clave: Institución, turismo, tequila, paisaje cultural, ruta

¹ Versión actualizada de la ponencia presentada en el Coloquio Internacional Rutas e Itinerarios Culturales: Entre la memoria y desarrollo. Quebec, Canadá. Abril de 2012, cuyo extenso fue publicado en las Actas del Coloquio ISBN PDF: 978-2-7637-1789-0

Abstract

The debate proposed by this paper comes from two main proposals. In the first place, we accede in the exploration of the most formal existing institution in the sociocultural and economic structure named Agave Landscape and the Ancient Industrial Facilities of Tequila, which were named World Heritage by the UNESCO in 2006 in the category of Cultural Landscape and regional heritage: the productive process of this emblematic beverage, tequila, configurator of the landscape and the regional heritage.

The second comes from the perspective of New Institutionalism, it's objective is to present the elements that help to the construction of the definition of tourism as an institution capable of promoting de development of the tequila region, highlighting private, public and social agents, that altogether, design, promote and adopt the new institution.

In this context, the initiatives, either from social, public or private nature, are placed in a chronological relief. These initiatives, have placed the region in the tourist scene highlighting the role played by the means of communication in the regional relations, specially now with the integration of the Tequila - Agave Landscape Route, which we will see with specific later on. This way, the tourism that has been pushed by big investments, has shown historical actions that answer to market logics that emanate from the center of the tequila industry, this has conditioned it's regional practice and more specifically in the municipality of Tequila, Jalisco.

Keywords: Institution, tourism, tequila, agave landscape, route

*Así se ha modelado un singular paisaje cultural,
irrepetible en otras partes del mundo
y que convierten al territorio en un totalizador histórico*

Cabrales y González, 2008, p. 377

1. El tequila, institución histórica en la estructura social, cultural y económica de la comarca: su evolución

El producto turístico de la región, el que ha recibido una mayor difusión mediática y apoyo económico, se vincula estrechamente con el territorio: la agroindustria tequilera; por ello se estima conveniente iniciar esta reflexión con un bosquejo de lo que representa esta actividad en términos socioculturales y económicos. De acuerdo con varios documentos históricos, la primera fábrica de tequila fue instalada en 1600 por don Pedro Sánchez de Tagle, quien introdujo el cultivo y destilación del mezcal para producir tequila. Ya desde tiempos de la Colonia, la geografía regional se veía propicia para el cultivo del agave² y para la fabricación del *vino mezcal*.

De acuerdo con registros históricos, durante el siglo XVIII el consumo de esta bebida se extendió desde Guadalajara (capital de la Nueva Galicia) hacia el centro del país y al Puerto de San Blas (principal puerto mercantil del Pacífico mexicano colonial) a través del Camino Real y desde ahí hacia el norte, esto denota la importancia estratégica de la región en el proceso de desarrollo. Ya en el siglo XIX, la agroindustria del tequila era considerada la más próspera de todas, siendo el primer producto de exportación (Luna, 1999).

Una lectura de los límites considerados en el decreto de protección de la UNESCO como Paisaje Cultural (Figura N° 1) permite identificar con claridad los elementos geográficos más representativos,

definidos principalmente por la dinámica inducida por el campo volcánico Tequila. En primer lugar se encuentra el Complejo Volcánico de Tequila (ubicado entre los 2,900 y los 1,500 msnm); enseguida, el área que conforman la Zona Núcleo 1: las Mesas Agaveras (entre las cotas 1,500 y 1,100), que ofrecen el característico manto azul del *Agave Tequilana*³, éstas colindan, en algunos sectores al suroeste del perímetro, con plantaciones de caña y se intercalan con plantíos de maíz y recientemente, sorgo; en tercer lugar, la barranca del Río Santiago (localizada entre las cotas 1,100 y 600) establece el límite norte del perímetro. Influida por las condiciones del campo volcánico, este territorio ofrece un paisaje variado con una riqueza ambiental en la que paulatinamente se observa una transición del bosque templado (en la parte alta del volcán) hacia el bosque tropical caducifolio (presente en la parte del río Santiago - Barranca de Achío) lo que contribuye a explicar la dinámica productiva de este paisaje cultural.

La oferta climática de la región, determinada en gran medida por la presencia del volcán, ha favorecido la producción de la planta; sin embargo, el trabajo del campo históricamente le ha correspondido a los indígenas-campesinos, y la posesión de las tierras a los españoles y criollos, por lo que de forma temprana se manifestaron prácticas monopólicas vigentes en la actualidad.

La definición de la comarca tequilera ha sido sumamente complicada. La totalidad del territorio estatal es considerada en la Denominación de Origen del Tequila (en adelante DOT); sin embargo, la zona de mayor reconocimiento, en términos

2 La Norma Oficial de Calidad para el Tequila -incluida en la DOT- que rige la producción de la bebida, establece que la especie *Agave Tequilana* Weber en su variedad azul es la planta autorizada para su elaboración. Para conocer un poco más sobre las características geográficas de la región, de la planta y su cultivo, puede consultarse a Cabrales y González, 2008; González, 2011 y Valenzuela, 2003)

3 Las mesas agaveras constituyen la Zona Núcleo 1 del perímetro protegido; la zona arqueológica de Guachimontones en el municipio de Teuchitlán ostenta la categoría de Zona Núcleo 2; y en conjunto, las unidades a. y c. marcan un perímetro que alcanza una superficie de más de 86 mil hectáreas.

cultural e identitario, se ubica justamente en el valle de Tequila, donde adquiere estructura de monocultivo y cuyo punto

fuerte es la población del mismo nombre, además de los poblados de El Arenal y Amatitán⁴.

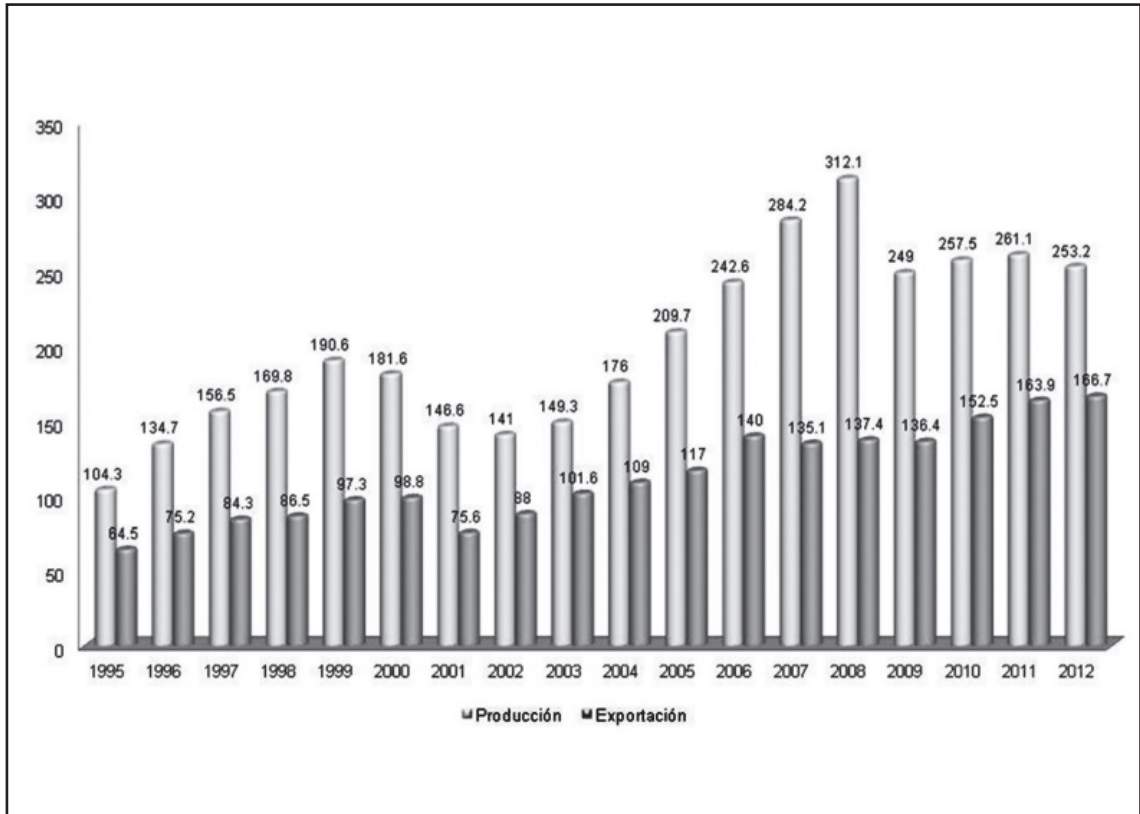


Figura 1: El paisaje agavero y sus caminos

Fuente: Elaboración propia

Las actividades económicas tradicionales de la región se encuentran fuertemente vinculadas con la tierra, la agricultura ha definido históricamente el paisaje actual; no obstante, paulatinamente se reconfigura la relación rural - urbana, principalmente por la aparición en la escena de nuevas actividades como los desarrollos inmobiliarios y el turismo, originado en gran medida por el valor cultural y natural de la región, pero fundamentalmente, por la cercanía física con la Zona Metropolitana de Guadalajara,

lo que genera desplazamientos con fines turístico - recreativos y recientemente residenciales. A este fenómeno contribuye la presencia histórica de una importante red de comunicaciones terrestres: caminos, vías férreas y carreteras tanto de libre circulación como de cuota.

⁴ El perímetro protegido por la declaratoria del paisaje, circunscribe 119 localidades contenidas principalmente en cinco municipios (El Arenal, Amatitán, Tequila, Magdalena y Teuchitlán) de carácter rural. La población estimada con base en el Censo de Población y Vivienda de 2010 (Instituto Nacional de Geografía e Informática -INEGI-) es de 60 mil habitantes.

Para aclarar el contexto de la agroindustria del tequila, exponemos el Cuadro N°1 y la Figura N°2. Una consecuencia del exceso de agave, además de los problemas con el gremio de los agaveros, fue el incremento en número y tamaño de empresas productoras así como la proliferación numerosas marcas de tequila. En el mismo sentido, la gráfica muestra información acerca de la producción de

la bebida: un renovado interés por su consumo nacional y un posicionamiento en el mercado internacional de bebidas espirituosas que ha tenido su mayor auge desde los primeros años del Siglo XXI hasta la fecha; conviene hacer énfasis en las fluctuaciones de producción de la bebida cuya lectura no puede entenderse sin considerar los periodos de abundancia y escasez de la materia prima, elemento principal del Paisaje Cultural⁵.

Cuadro N° 1:
Evolución de empresas, marcas y producción de tequila

	Marcas	Producción total (Tequila y Tequila 100% -millones de litros-)
1997	46	327
2008	146	925
2012	158	1547

Fuente: Elaboración propia con información del Consejo Regulador del Tequila, Cámara Nacional de la Industria del Tequila y www.nuestrotequila.com

Como claramente se puede observar en los elementos gráficos presentados, el año 2008 marca en numerosos indicadores, un periodo clave en la cadena productiva agave - tequila caracterizado principalmente por una mayor producción de la bebida y mayor consumo de agave frente a un menor precio para los agaveros. En términos de superficie sembrada, hace ocho años se contaban alrededor de 100 mil has. cultivadas en toda la DOT, mientras que ahora suman tan sólo unas 20 mil, lo mismo sucede con los productores de agave, al

tenerse registrados más de 14 mil hoy sólo se mantienen activos unos cuatro mil doscientos. La falta de planeación ha confrontado a los propietarios y trabajadores de la tierra con los dueños de la planta productiva, lo que trae en consecuencia diversos fenómenos negativos para el paisaje: plantíos de agave abandonados, enfermos por plagas⁶ (con “picudo” - aproximadamente 30%) y la incursión de productos no tradicionales de la región como el sorgo, que hoy resultan más rentables para el agricultor pero disociados de la cultura del agave.

5 Estos periodos alternos de abundancia y escasez, han provocado cambios importantes en el precio de la materia prima, así como confrontaciones del gremio agavero con el tequilero creando escenarios de incertidumbre. La ley de la oferta y la demanda ha puesto a los agaveros en situaciones opuestas: Precios de entre 1.3 - 1.6 USD el kilogramo en épocas de escasez de agave (2000-2002) frente a .09 - 0.16 USD en periodos de abundancia (2006-2009). En la actualidad, se ha fijado un precio de \$.33USD (2012) como el margen de referencia para los productores y equilibrar con ello el mercado del agave. Desde 1993 se reconocen dos categorías de bebida: el tequila 100%

agave que debe ser elaborado en su totalidad con agave azul y no se permite su exportación a granel; por su parte, el tequila, debe contener como mínimo un 51% de agave, lo que da licencia para añadir otro tipo de azúcares, de la misma manera que se autoriza su exportación a granel y envasado en otros países.

6 El conocido “picudo” (*Scyphophorus acupunctatus*) afecta principalmente al follaje y a la piña (esta parte de la planta es la que se cuece para extraer los jugos que, fermentados y destilados, producen el tequila). Otras plagas que afectan a la planta son documentadas ampliamente por Medina, 2007.

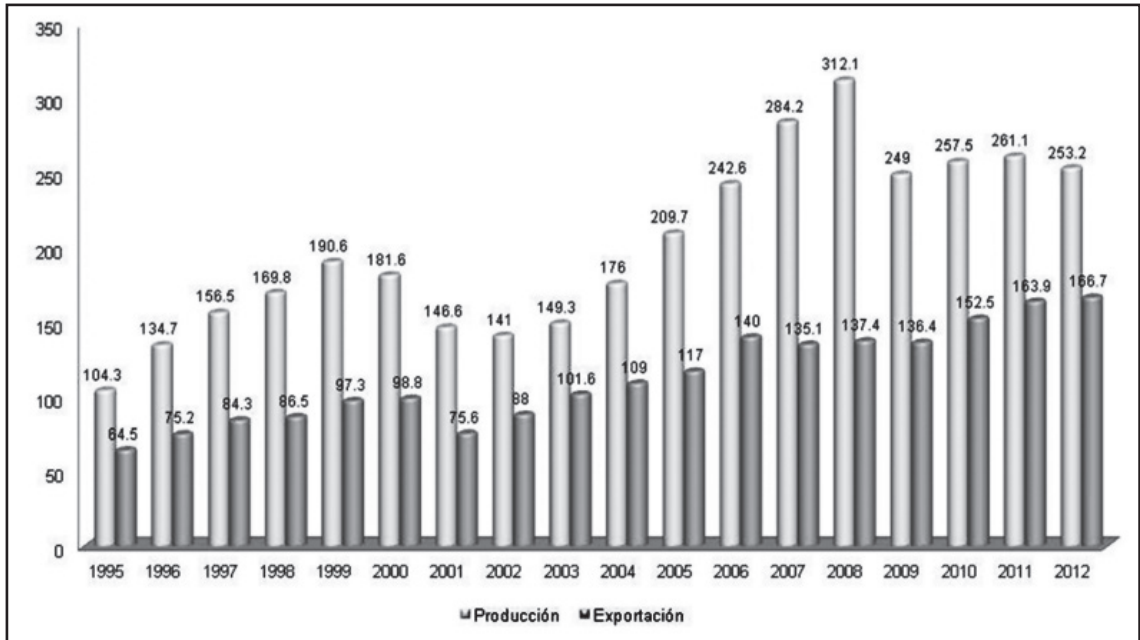


Figura 2: Producción y exportación de tequila y tequila 100% (millones de litros) 1995-2012

Fuente: Elaboración propia con base en información estadística del Consejo Regulador del Tequila, 1995-2012. www.crt.org.mx

Esta época de conflicto socio-económico coincide en buena medida con la fase de mayor impulso al proyecto turístico, que inicia con el Tequila Express en 1997 pero que tiene su auge a partir de 2006 con la declaratoria del Paisaje Agavero.

Toda esta región se presenta como un conglomerado de cultivos que alternan con el agave y poblaciones humanas cuya actividad socioeconómica tradicional se encuentra estrechamente vinculada con la producción tequilera. Sin embargo, la zona que ha sido declarada como Zona Núcleo 2, se localiza fuera de esta región debido a una estructura geográfica que rompe la comunicación. Hablamos de la zona arqueológica de Guachimontones en el municipio de Teuchitlán. Esta situación contribuye a explicar que la zona arqueológica, como producto turístico, si bien es cierto que culturalmente ostenta

fuertes vínculos con la región tequilera -debido fundamentalmente a la presencia del volcán de Tequila como una entidad sagrada-, adquiera su propia dinámica, independiente de lo que sucede en el valle de Tequila y respecto a la Ruta del Tequila en el Paisaje Agavero.

Por otro lado, la información presentada hasta el momento sobre la agroindustria del tequila como una de las instituciones económicas más sólidas del país, permite establecer un marco de referencia de los elementos sociales, históricos y económicos más relevantes presentes en su evolución, orientado a apoyar la comprensión de la interacción de diversos agentes que convergen en el proceso de turistización que se impulsa desde la iniciativa privada, particularmente el gremio de los tequileros más renombrados y con el desdibujado apoyo del sector público, que apenas ha

incluido, sólo al poblado de Tequila en dos rutas nacionales, las cuales, por cierto, no se apegan metodológicamente, a una ruta turística formal.

2. La ruta de la institucionalización del turismo

2.1. Algunas premisas de la Nueva Teoría Institucional (NTI)

Douglas C. North como principal exponente de la NTI (desde los enfoques económico-histórico y de cambio institucional) asevera que el desempeño económico de las organizaciones económicas (empresas) -aplicado aquí a la lectura de la organización territorial- no puede ser explicado sólo por la suma de los factores productivos, pues las instituciones (formales e informales) restringen el desempeño económico y condicionan la toma de decisiones (North, 1971). El autor está convencido de que sólo a través de un ambiente institucional propicio puede llevarse a cabo el crecimiento económico sostenido. Su tesis fundamental señala que:

Las instituciones son los determinantes del desempeño económico en el largo plazo, debido a que las elecciones que hacen los individuos y las organizaciones dependen de las creencias producidas por el aprendizaje institucional, donde el factor tiempo es la dimensión básica que moldea los cambios institucionales (North, 1991, p. 121).

Por su parte, Jepperson añade que:

Las organizaciones compiten no sólo por recursos y clientes, sino también por poder político, por legitimidad institucional, por legitimidad económica y por legitimidad social (1999:109)

Por tal motivo, las características del origen y evolución del turismo como

institución (entendida como el conjunto de normas, reglas, valores y actitudes que son reconocidas y aceptadas por todos los agentes involucrados en el turismo), determinan la posibilidad de generar un desarrollo integral donde sea posible la igualdad de oportunidades y de participación de las comunidades en los beneficios de la actividad turística o por el contrario, diseñar e implantar modelos de desarrollo que incuben el *fracaso institucional* de los destinos turísticos, es decir, insustentabilidad, determinada por un débil aparato legislativo y normativo que promueve inversiones de enclave, monocultivo turístico, deterioro ambiental o despojo patrimonial de comunidades ejidales. De la misma manera, el fracaso institucional puede hacerse evidente en planes sectoriales, de desarrollo, de ordenamiento o urbanos que privilegian el proceso de turistización sin una perspectiva de desarrollo integral o territorial.

De esta forma, los procesos de institucionalización inician con el *cambio institucional*, a partir de la existencia de una condición sociocultural que permite el arribo de un nuevo paradigma, una “nueva institución”⁷. Sin embargo, el proceso de institucionalización lleva tiempo y requiere de una cuidadosa gestión social para su implementación; es decir, las normas, restricciones, reglas y estímulos asociados con la actividad turística deben estar instaladas en la estructura social de

⁷ En el contexto de la institucionalización del turismo es necesario no perder de vista que a los costos de producción se suma la existencia de ciertos “costos de transacción” comprendidos por aquellos que representan el acceso y obtención de información, negociaciones, diseño, vigilancia y cumplimiento (North, 1971, p. 121). Cuando una institución actúa de forma eficiente, sus acciones contribuyen al desarrollo del territorio (desarrollo empresarial, incremento del capital social, mejoría en la calidad de vida, protección ambiental, etcétera) mientras que cuando se desempeña ineficientemente provoca conflictos sociales por el uso de recursos, duplicidad de esfuerzos, deterioro ambiental y detrimento de la calidad de vida entre otros.

tal manera que permitan un proceso de habituación y sensibilización de los actores sociales. Se trata de un nuevo aprendizaje social que hace posible la generación de confianza, colaboración y acuerdo entre los agentes como elementos necesarios para la construcción de capital social, insumo imprescindible en el desarrollo de los destinos turísticos.

2.2. El turismo como institución

El proceso de institucionalización del turismo en la región agavera es reciente y obedece a una “intervención intencional”⁸ de los agentes privados, en otras palabras, es una institución que se diseña de forma intencional. Si bien es cierto que el potencial turístico de este territorio ha merecido el interés oficial desde hace ya varias décadas, el posicionamiento de la comarca tequilera como espacio turístico emergente es resultado de una serie de iniciativas y estrategias que provocan sinergias, consecuencia de la articulación de acciones público-privadas de diversas escalas territoriales y del establecimiento de interrelaciones productivas entre el turismo y la industria tequilera. No obstante, en este juego, son las empresas tequileras las que han comenzado a establecer las normas de actuación y fijado el rumbo de participación de los diferentes actores involucrados. De esta forma, conviene precisar que el turismo como institución puede explicarse de la siguiente manera:

⁸ Desde la perspectiva de la Teoría del Diseño Institucional existen por lo menos tres procesos en la aparición de una nueva institución: a) Por accidente: Se explica este proceso cuando por cuestiones puramente de contingencia aparece la nueva institución, aprovechando una condición de oportunismo social. b) Por evolución: En este sentido una norma, rito o proceso puede instalarse en la estructura social y en los agentes por naturaleza competitiva, por adaptación, o por sobrevivencia de la organización a través del tiempo, y c) Por una intervención intencional, deliberada de los agentes, individuos o grupos, aunque los objetivos previstos no se cumplan exactamente, la acción sí es deliberada (Goodin, 2003, p. 41).

- a. Es una realidad compleja, sistematizada y ordenada, en la que destaca el papel de las organizaciones en el desarrollo sostenido de las comunidades que adoptan un *status* de destino turístico.
- b. Es una actividad de múltiples implicaciones económicas y socioculturales, en la cual los agentes involucrados tienen la capacidad de crear, influir y cambiar las acciones y estrategias que representen sus intereses y les permitan reducir la incertidumbre en el proceso de toma de decisiones.
- c. Es determinante en el desempeño económico de un territorio, su configuración va a definir el éxito o el fracaso de las acciones y estrategias que buscan el desarrollo. Sus efectos positivos o negativos, hablan de una institución que actúa de forma eficiente o ineficiente. (Con base en North, 1971)
- d. Es el conjunto de estrategias socialmente construidas y reproducidas rutinariamente. (con base en Jepperson, 1999) Así, el turismo como institución se comporta como una restricción sociocultural que socializada, guía a los agentes en su comportamiento y desempeño con relación a la actividad turística.

De esta manera, el turismo en el Paisaje Agavero comienza a guiar el comportamiento de la administración pública, del sector empresarial, de la población y de los turistas. La actividad turística ha comenzado a redefinir normas, ritos, rutinas y programas que auxilian a los agentes en la toma de decisiones con menor incertidumbre (con base en Santana, 2010, p. 25). Los agentes involucrados en la *Ruta del Tequila en el Paisaje Agavero*, son habituados y sensibilizados por las propias

estructuras económicas y sociales a partir de la actividad turística y se desarrollan capacidades y habilidades para coordinar los recursos culturales y naturales disponibles para llevar a cabo estrategias cooperativas de intercambio, dentro y fuera de la comarca tequilera, que garanticen la regulación y los estímulos para el desarrollo. (Figura N° 3)

2.3. Convergencia de iniciativas público - privadas con una misma intención: la turistización de la comarca tequilera

Con la perspectiva desplegada en párrafos anteriores, es posible identificar los componentes provenientes de la estructura social que pueden ser integrados en la gestión del turismo y con ello permitir la vinculación, cooperación y alineamiento de sus roles en el proceso de diseño, planeación y operación del sistema turístico local - regional en aras de alcanzar el anhelado beneficio que promete el paradigma del desarrollo.

La institucionalización del turismo basada en el diálogo y la confianza detona dinámicas de cooperación y optimiza el desempeño de la actividad, particularmente desde el punto de vista de la distribución de sus beneficios en las comunidades receptoras de turismo.

De esta forma, el turismo como institución en el Paisaje Agavero, experimenta dinámicas complejas desarrolladas entre los agentes públicos y privados y la estructura turística, y entre la sociedad local y los turistas. Los agentes privados dialogan y acuerdan sobre los roles que habrán de jugar y las metas comunes que se conseguirán en el desarrollo del turismo en la comarca, es decir, definen las reglas del juego turístico, establecen el acuerdo original, principalmente en el contexto que ofrece el Consejo Regulador del Tequila (CRT).

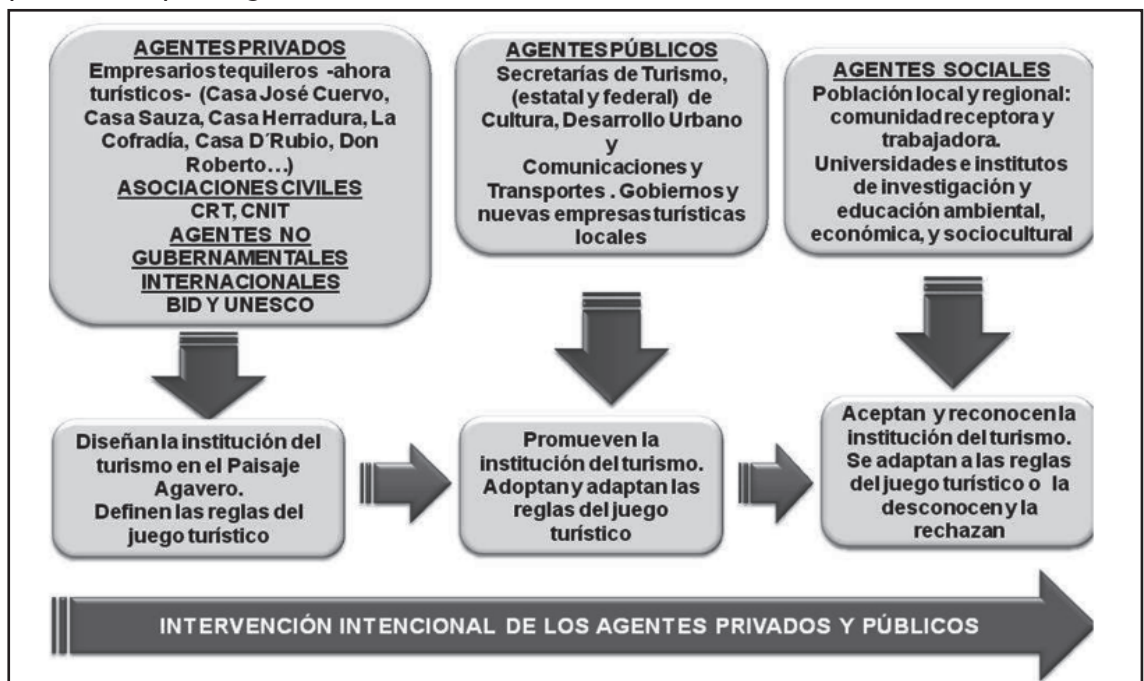


Figura 3: Ruta de institucionalización el turismo

Fuente: Elaboración propia

Es así que el turismo como una “nueva” institución, comienza a ser reconocida en otros territorios principalmente por su eficiencia económica, pero también por los desequilibrios provocados en diferentes ámbitos productivos, sociales y territoriales.

A continuación se presentan los momentos más importantes que han marcado el rumbo del proceso de turistización, en el cual, los tequileros han interpretado un rol protagónico; de esta manera, la institución económica más sólida a nivel regional (la producción del agave y del tequila) se entrelaza con la emergente función turística, orientándose mediante diversas vías,

a su institucionalización. En el Cuadro N° 2 se pueden apreciar las iniciativas, desplegadas en orden cronológico y sus impulsores, resaltando claramente el papel de la iniciativa privada, particularizada en algunas casas tequileras.

El camino emprendido por la iniciativa privada, lleva cerca de dos décadas, un proceso que ha sido acompañado de forma un tanto tangencial por los organismos públicos. La historia alcanza la época colonial, la ubicación geográfica de la región le favoreció como destino de paso desde el centro del país hacia la costa del pacífico y hacia el norte, lo que generó una oferta de hospedaje y restauración en Tequila.

Cuadro N° 2

Surgimiento de las iniciativas turísticas: características generales y sus promotores (iniciativa público o privada o público - privada)

Iniciativa	Descripción	Promotor (es)
Casas José Cuervo y Sauza (Tequila) y Herradura (Amatitán) comienzan a recibir grupos de visitantes en sus instalaciones productivas.	Década de 1990 algunas de las fábricas tequileras abren sus puertas, asociado como un destino para turismo de incentivos e invitados especiales	Iniciativa privada: Empresarios del ramo tequilero.
Tequila Express (1ª Etapa)	1997. Destino principal la cabecera municipal de Tequila.	Iniciativa privada: Empresa José Cuervo / Ferrocarriles de México / Cámara Nacional de Comercio
Zona Arqueológica de Guachimontones.	1999 se formalizan las investigaciones y adecuaciones en la zona arqueológica para la visita turística. En 2006 se incorpora como Zona Núcleo 2 del Paisaje Agavero. En 2012 abrió el Centro Interpretativo Guachimontones.	Iniciativa pública: Instituto Nacional de Arqueología e Historia (INAH) sede Jalisco, la Secretaría de Cultura (SC) del estado y El Colegio de Michoacán (COLMICH).
Tequila Express (2ª Etapa)	Principios de la década de 2000, de Guadalajara hasta la Casa Herradura en Amatitán. En 15 años ha realizado 1116 viajes con un movimiento total de pasajeros superior a los 300 mil (70% nacionales y 30% extranjeros).	Iniciativa privada: Alianza estratégica entre la Casa Herradura, la Cámara Nacional de Comercio y la empresa Ferrocarriles de México.

Tequila Pueblo Mágico	2001, el gobierno mexicano a través de la Secretaría de Turismo, lanza el Programa Pueblos Mágicos . En 2003 esta distinción es otorgada al poblado de Tequila . 83 Pueblos Mágicos en todo el país, cinco en el estado de Jalisco. Se ha realizado una inversión orientada principalmente a acciones de mejoramiento de la imagen urbana.	Iniciativa público - privada: Empresario tequilero Juan Beckmann (presidente de la Casa José Cuervo) y gestionado ante la federación por las autoridades locales y estatales del ramo turístico.
Mundo Cuervo	Comienza a gestionarse la visita con fines turístico - recreativos a la empresa José Cuervo, al formalizarse. 2003 nace esta área comercial de la empresa dedicada al turismo. Entre los proyectos a realizarse en el corto y mediano plazos se encuentran varios museos especializados, campo de golf y hoteles, con lo que se estima una oferta laboral de alrededor de 1000 plazas.	Iniciativa privada: Empresa tequilera José Cuervo
Paisaje Agavero y las Antiguas Instalaciones Industriales de Tequila	Julio de 2006 la UNESCO otorga la declaratoria que lo distingue como paisaje cultural (patrimonio cultural inmaterial de la humanidad). Como parte de las acciones derivadas de la declaratoria, el gobierno estatal ha destinado un presupuesto que ha servido para construir cuatro miradores y adquirir fincas en las que se prepara una oferta interpretativa del paisaje. En museografía se han dispuesto alrededor de 1.34 millones de USD.	Iniciativa público - privada: INAH / SC / Empresarios tequileros de la región
La Ruta del Tequila en el Paisaje Agavero	2005, se inicia la gestión para la creación de esta ruta, que se materializa en 2006. Con apoyo económico del BID y de la Fundación José Cuervo se realiza un diagnóstico, un plan de negocios y se otorgan cursos de capacitación.	Iniciativa privada: Fundación José Cuervo, Banco Interamericano de Desarrollo (FOMIN) / CRT
La Cofradía	2005. Presenta su producto en asociación con algunas empresas de recorridos (tours). En los últimos años ha consolidado su oferta al integrar, además del recorrido por la fábrica, un pequeño museo, una fábrica de cerámica, tienda de <i>souvenirs</i> y un restaurante.	Iniciativa privada: Empresario tequilero
Destilería Rubio	2006. Además de incursionar en la visita turística, es pionera en la prestación de servicios de hospedaje, cuya función está ampliamente consolidada ya con una oferta de 3 hoteles.	Iniciativa privada: Empresarios del ramo tequilero y hotelero

José Cuervo Express	En enero de año 2012 la empresa José Cuervo, lo lanza comercialmente con el <i>slogan</i> “el tren que sí llega a Tequila”. A un año de distancia del inicio de operaciones, ha conseguido una demanda de 27 mil pasajeros.	Iniciativa privada: Casa tequilera José Cuervo
---------------------	---	---

Fuente: Elaboración propia con base en Información obtenida en entrevistas, trabajo de campo y documental cuyos resultados fueron expuestos en González, 2011, actualizado (2012) directamente en campo y con indagatorias hemerográficas, Fundación José Cuervo. Informe Anual de Actividades de Actividades www.fundacionjosecuervo.org. Documento consultado 10 de junio de 2012 y en <http://www.nuestrotequila.com/verSeleccion.php?tipo=exito&idElemento=40> Consultado 3 de septiembre de 2012.

Como se ha señalado, la función turística, presente en la Colonia, como una necesidad, se formaliza en tiempos recientes con el Tequila Express que llegó en principio a Tequila, su declaración como Pueblo Mágico, la intervención de la UNESCO, y la Ruta del tequila. Todo ello ha detonado una dinámica económica asociada a la función turística, caracterizada por la apertura y certificación de diversas destilerías como La Perseverancia (Sauza), La Alborada (2005 - 2006), La Fortaleza, (Los Abuelos, 2008) y La Purísima (Don Roberto, 2012). Paralelo al esfuerzo de los empresarios tequileros, avanza una propuesta de micro, pequeños y medianos empresarios (turísticos de tradición, tequileros y tequileros - turísticos) asociados con servicio de hospedaje, restauración, y recorridos en los municipios contemplados en la declaratoria. Antes de 1997 sólo en Tequila se registraron 9 empresas turísticas y para 2008 superaban la cifra de 40.

Nótese en la relatoría anterior, el peso del gremio tequilero, particularmente en

su rol de agentes económicos que, tal como se expresó en la Figura N° 3, son los que diseñan la institución del turismo y definen las reglas del juego turístico, particularmente el relevante papel de José Cuervo, empresa tequilera de mayor tradición productiva y presencia internacional; adicionalmente, con un carácter más pasivo, las instancias gubernamentales. La oficina de turismo, apenas cumple con la función de promover la institución.

2.4 La Ruta del Tequila en el Paisaje Agavero

La *Ruta del Tequila* es una marca registrada por el CRT. Se define como una ruta temática articulada por atributos culturales y naturales que ofrecen (actual y potencialmente) el desarrollo de servicios turísticos, en el siguiente cuadro (Cuadro N° 3), se exponen los componentes más relevantes del proyecto que se ha puesto en marcha:

Cuadro N° 3:
Características generales de la Ruta del Tequila en el Paisaje Agavero⁹

Objetivos Respecto de la Ruta como producto turístico	Objetivos de la Ruta respecto al territorio	Logros de la Ruta (2011)
<ul style="list-style-type: none"> • Construir productos desde la identidad propia del destino. • Facilitar la comercialización conjunta de toda la zona. • Garantizar el nivel de satisfacción del visitante (calidad), impulsando el desarrollo económico y social integral de la misma. ^{a)} 	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuir a aumentar la competitividad de las mipymes (turísticas y sectores relacionados) de la región de Tequila y la implementación del Plan Estratégico de Desarrollo de la Región Tequila. • Desarrollar, bajo el concepto de Ruta del Tequila, una red de, al menos, 300 empresas para el impulso del turismo, que con la visión común, desarrollen y comercialicen productos y servicios turísticos acordes a las demandas del mercado nacional e internacional. Paralelo a esto la capacitación para la obtención del Distintivo TT. ^{b)} ¹⁰ 	<ul style="list-style-type: none"> • Red de 300 empresas turísticas (164 de ellas certificadas con el Distintivo TT) • Derrama económica en 2006 de 30 millones de pesos que pasó en 2011 a 200 millones de pesos. • Inversión de 68 millones de pesos. • Inicio 5 municipios, hoy 7 integran la ruta. • Inversión privada de \$163 millones de pesos en hoteles, instalaciones turísticas y mobiliario. • Oferta de hospedaje de 350 habitaciones. • Afluencia turística de más de 695 visitantes^{c)} (Fig. 4)

Fuente: Elaboración propia con base en a) y b) CRT-BID, 2006; CRT, 2008b c) Fundación José Cuervo. Informe Anual de Actividades www.fundacionjosecuervo.org. Documento consultado 17 de julio de 2012.

A lo anterior se añade “además el componente vivencial derivado de la posibilidad de disfrutar de un determinado estilo de vida”. (CRT, 2008b, p. 3) Se espera con el tiempo, la creación de 250 mil nuevos empleos directos vinculados a las mipymes turísticas.

El Banco Interamericano de Desarrollo a través de Fondo Multilateral de Inversiones (BID-FOMIN) gestiona la cantidad de \$1,572 mil dólares, cifra que ha duplicado la Fundación Cuervo creando con ello un fondo orientado a formalizar cinco componentes del proyecto: Definición de la ruta y el modelo

de organización; Desarrollo de productos turísticos y capacitación; Programa piloto a Mipymes; Promoción y comercialización, y Definición de mecanismos de coordinación público / privado y financiación y operación de la ruta, vinculándose, al menos discursivamente con el desarrollo económico local. Para cada uno de ellos, se ha establecido una serie de indicadores que permitirán a la agencia ejecutora dar seguimiento al proceso de consolidación de la ruta.

⁹ Este documento fue preparado por el equipo de Proyecto integrado por: Santiago Soler (FOMIN/OPS); Carmen Altés (SDS/ENV); María Elena Nawar (FOMIN/DEU), Alberto Bucardo (COF/ME); Javier Cayo y María Cristina Landázuri (LEG); y Federico de Arteaga (FOMIN/OPS), líder del equipo.

¹⁰ Distintivo que se ofrece con base en una evaluación algunas variables relacionadas con la gestión y su relación con el medio ambiente de las empresas turísticas que ofrecen servicios de restauración. Tiene como uno de sus requisitos, tomar la capacitación sobre el proceso de producción del tequila, y su identificación como una bebida de calidad cuyo consumo, puede acompañar un rescate e innovación en términos gastronómicos, bajo la idea de un consumo responsable.

Cabe destacar que el perfil de este proyecto es eminentemente económico, de hecho, el nombre bajo el cual se encuentra registrado ante el BID es el de “Desarrollo turístico para Mipymes de la Región de Tequila”. Por ello, las precisiones en materia de sustentabilidad económica son las únicas que tienen cabida explícita en el documento. Se señalan particularmente dos niveles de actuación: uno, el de los participantes, en el que se establecen los requerimientos de asistencia técnica financiera. El segundo, el del proyecto, en el que se desarrolla una propuesta piloto que será el “modelo” con el que se diseñará y gestionará a ruta, este servirá de referente (*benchmarking*) para llevarse a cabo posteriormente en los demás municipios. Con todo ello se espera que la ruta pueda ser autofinanciable en el futuro.

3. Los caminos del Paisaje Agavero

Como ha sucedido seguramente en un sinnúmero de lugares, las características geográficas de un territorio han definido no sólo las condiciones sociales, ambientales y productivas, sino también, la posibilidad de propiciar su evolución y desarrollo. De esta manera, ante un emplazamiento favorable, principalmente para el poblado de Tequila, las vías de comunicación han constituido el elemento articulador del territorio, compuesto de varios elementos que fueron “apareciendo”, paulatina y necesariamente, en el paisaje regional, nos referimos a las vías de comunicación.

3.1. El Camino Real

La región es considerada desde tiempos coloniales, un punto estratégico en la comunicación del territorio colonizado. La necesidad de conectar el centro político y económico del México Colonial y de la Nueva Galicia con el Pacífico (Puerto de San Blas en el actual estado de Nayarit) dio paso a este camino que se data hacia finales del siglo XVIII; ya desde principios del XIX se otorgaba un servicio de diligencias.

Las características que lo distinguen son: empedrado a la romana, con grandes piedras de canto rodado, rocas volcánicas y cubierta de piedras de obsidiana; algunos tramos estaban delimitados por lienzos o muros de piedra que aún se pueden apreciar. Aunque no se encuentra documentado como patrimonio en el expediente del Paisaje Agavero, se ha revalorizado y contextualizado en la propuesta cultural de aprovechamiento turístico. Es un camino activo por el que transitan principalmente pobladores de las localidades rurales de la región. Mantiene tramos bien conservados junto con los lienzos que lo delimitaron, aunque en algunos casos se ha ocupado con cultivos de agave (Figura N°4).

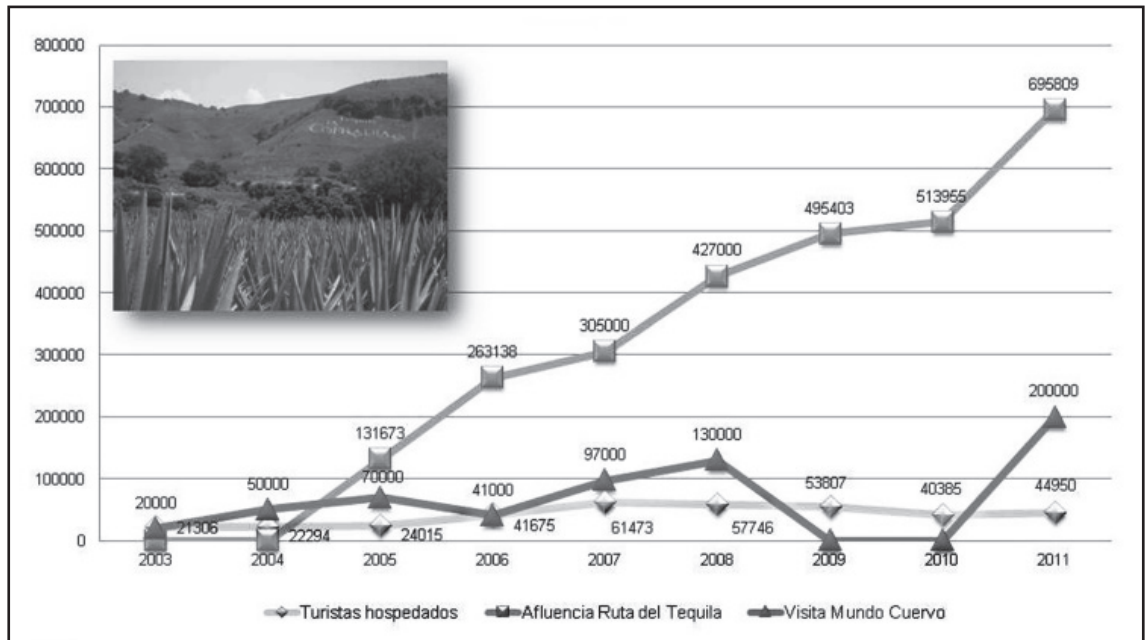


Figura 4: Turistas hospedados, visitantes en la Ruta y visitantes a Mundo Cuervo 2003-2012

Fuente: Elaboración propia con base en anuarios estadísticos del sector turismo 2003-2011. Gobierno del estado de Jalisco, Público 21 de abril de 2011. Fundación José Cuervo. Informe anual de actividades. www.fundacioncuervo.org. Documento consultado 17 de julio de 2012.

3.2. Las Carreteras

Con el paso del tiempo, se ha consolidado como una vía de comunicación que une el centro de México y Guadalajara con el noroeste del país conectando hasta los Estados Unidos. Cuatro carreteras articulan la comarca tequilera:

- Autopista Guadalajara Tepic (Maxipista La Sierra) 25 de noviembre de 1994.
- Carretera Federal Guadalajara Tepic N° 15 (Libre) sigue paralela al trazo del camino real.
- Carretera Estatal N° 4 (Libre)
- Camino Etzatlán - Magdalena (Libre)

En 2011 da inicio un proyecto de modernización de 33 kms. Las acciones incluyen la ampliación de 12 de ellos, correspondientes al tramo Guadalajara

- Tequila, para lo cual se promueve una inversión de 500 millones de pesos. Circulan al día 10 mil 554 vehículos, entre ellos camiones de carga pesada¹¹.

3.3. Las Vías Férreas

Se otorga una concesión a la compañía Ferrocarril del Pacífico del Sur en la ruta que correría desde Guadalajara, Jalisco hasta Navojoa, Sonora. El proyecto del tramo Amatitán - Tequila se autoriza a principios del siglo XX. Los propietarios de los terrenos eran en su momento, José Cuervo y Catalina Viuda de Romero; ambos personajes dan nombre a casas tequileras y marcas de reconocimiento internacional, lo que habla de la influencia económica y social histórica de las familias tequileras en el desarrollo.

¹¹ Agencia Notimex. 15 de marzo de 2011.

Durante la Revolución Mexicana y la Guerra Cristera, fue el transporte “oficial” de las tropas; la aparición del automóvil y la extensión de su uso, indujeron su abandono durante las siguientes décadas. El tren que pasaba por la región, durante varias décadas sólo transportó

mercancías. El año de 1997 marca el inicio de la transportación de pasajeros con fines turísticos: el Tequila Express y el José Cuervo Express, utilizando un tramo de vía recuperada de aproximadamente 80 kms. de longitud (Figura N°5).



Figura 5: Diversas imágenes de los caminos del turismo en el paisaje agavero
Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

Como se puede apreciar en el relato realizado, la ubicación geográfica ha resultado estratégica no sólo para la industria tequilera, sino también en la escena de la comercialización y control político - territorial desde el centro de México, Guadalajara y de ahí, hasta el norte del país. Las vías de comunicación terrestre en la comarca tequilera han desempeñado un papel históricamente determinante en su proceso de desarrollo. Hoy, las vías de comunicación existentes

constituyen la columna vertebral de la institución que se promueve: el turismo.

La extensión de la ruta hacia otros municipios fuera de la comarca tequilera, no ha considerado los accidentes geográficos que irrumpen en el paisaje, lo que representa obstáculos para la integración real de todas las entidades municipales involucradas; adicionalmente, ante un diseño lineal de la ruta y un rediseño circular *a posteriori*, no se logra revertir el poder de atracción de Tequila, vendiéndose destinos dentro de la ruta y no la ruta como destino.

La presencia de empresarios regionales, ha venido forjando desde allá el siglo XVII un territorio de alto valor económico sustentado en la cultura del tequila, misma que se ha recreado en tiempos actuales con la incorporación del turismo en la cadena productiva agave -tequila-. Aquéllos hombres -y nombres- (Rojas, Cuervo, Sauza, Orendáin, Rosales, etcétera) que ya entretejían los hilos del poder en la región, y que ostentaban un dominio que se extendía hasta la capital de la Nueva Galicia (Guadalajara), se han venido adaptando a las nuevas tendencias de mercado: la moda por las rutas temáticas como elemento recurrente en la oferta turística internacional, sustenta sus estrategias en vincular los productos turísticos con los otros productos del territorio, generalmente relacionados con el sector primario. Ayuda en la explicación voltear la mirada a las rutas enológicas (visita a bodegas en Francia, Italia, España, Estados Unidos, Chile o Argentina) o las rutas de los quesos (Francia, Argentina).

La actividad turística, incipiente, rudimentaria e informal en la época colonial, en la actualidad se reformula mediante un proceso de intervención institucional en el cual destacan actores socioculturales y económicos históricos: los empresarios tequileros y sus asociaciones (CRT y la Cámara Nacional de la Industria del Tequila -CNIT-). De esta manera se evidencian una serie de iniciativas de impulso privado, público y mixto que fortalecen el turismo; los agentes de las cuales derivan denotan diversos roles: unos diseñan la institución, otros la promueven y otros, simplemente la aceptan y la reconocen, o la rechazan: el juego turístico en el paisaje agavero se ha puesto en marcha. Los trenes turísticos y las vías verdes, el Pueblo Mágico, un Paisaje Cultural y el más consolidado quizá, la Ruta del Tequila en el Paisaje Agavero.

Es así que podemos decir que el turismo como institución, ha generado resultados en términos económicos (inversiones, derrama económica y empleo) que la podrían calificar de “eficiente”; sin embargo, la euforia por esta actividad, ha provocado el olvido del soporte territorial que le da vida al producto turístico: los campos agaveros y la industria del tequila, pero lo más importante, a los “constructores” de ese paisaje: los campesinos. Habrá que estar atentos a la forma que se manifiesta el aprendizaje social. Hasta el momento los pobladores anuncian de forma genérica su beneplácito ante la nueva oferta de empleos e inversión, pero las autoridades y los gestores de estas iniciativas no deben perder de vista la prevención de los impactos -costos de transacción-, sobre todo en la esfera social, que de no ser atendidos les lleve a un antagonismo y rechazo que puede derivar en un funcionamiento “ineficiente” del turismo con repercusiones en términos sociales, como ya sucede con relación al medio ambiente y el cultivo del agave, y en este sentido, a una institución insustentable.

Bibliografía.

- CABRALES, L.F. Y GONZÁLEZ, L. (2008), Tequila, territorio y turismo, Real Sociedad de Geografía. Homenaje a Joaquín Bosque Maurel: 375-402.
- CRT (CONSEJO REGULADOR DEL TEQUILA) (2008a), Informe de las principales actividades enero-diciembre de 2008, Disponible en la dirección: www.crt.org.mx Consultado 10 de marzo de 2009.
- CRT (CONSEJO REGULADOR DEL TEQUILA) (2008b), Síntesis del Plan de Negocios de la Ruta del Tequila, Inédito, 15 de abril de 2008.

- CRT- BID (CONSEJO REGULADOR DEL TEQUILA - BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO) (2006), Proyecto de Desarrollo turístico para mipymes en la región de Tequila. Proyecto (ME-M1016) Memorandum de donantes, Disponible en la dirección: <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=881221> Consultado 13 de mayo de 2008.
- GONZÁLEZ, L. (2011), Turismo y desarrollo local en el Paisaje Agavero. Una mirada al Pueblo Mágico Tequila. Editorial Académica Española.
- GOODIN, R. (2003). "Las instituciones y su diseño". En Goodin, R. (Comp.) (2003). Teoría del diseño institucional. A. Colección Ciencia Política. Editorial Gedisa, España: 13-74.
- JEPPERSON, R. (1999), Instituciones, efectos institucionales e institucionalismo, en Powell and DiMaggio (Comps.). El Nuevo Institucionalismo en el Análisis organizacional. Fondo de Cultura Económica.
- LUNA, R. (1999), La historia del tequila, de sus regiones y sus hombres. CONACULTA.
- MEDINA, (2007) Ponencia Manejo del cultivo de Agave tequilana weber variedad azul en temporal. Documento disponible en línea http://www.reunionesnacionales.org.mx/rniaf.org.mx/2007/memoria/ponencias/agave/p4_manejo.pdf Consultado 10 de abril de 2013
- SANTANA, J.L. (2010), La responsabilidad social empresarial en el turismo: una aproximación desde la nueva teoría institucional, Tesis de Doctorado, Universidad de Guadalajara, Inédita.
- NORTH, D. (1971) "Institutional Change and Economic Growth". The Journal of Economic History. The Tanks of Economic History. Pp. 118-125. Cambridge University Press Documento en línea: <http://www.jstor.org> Consultado el 01 de octubre de 2009.
- VALENZUELA, A. (2003), El agave tequilero Cultivo e industria de México, Editorial Mundi Prensa.

Sitios web consultados:

- www.crt.org.mx
www.tequileros.org
www.nuestrotequila.com
www.rutadeltequila.com
www.fundacionjosecuervo.org.mx
<http://hemeroteca.informador.com.mx/>

