



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
FACULTAD DE TURISMO Y GASTRONOMÍA

DE LA INDUSTRIA DEL TEQUILA A LA EMPRESA TURÍSTICA:

UN MUNDO LLAMADO CUERVO

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN TURISMO

PRESENTA:

MARÍA CRUZ LÓPEZ MOLINA

DIRECTOR DE TESIS:

DR. EN H.A. RICARDO HERNÁNDEZ LÓPEZ



TOLUCA, MÉXICO, NOVIEMBRE DE 2019.

RESUMEN

El turismo industrial es un tema poco abordado en México por los estudiosos del turismo, por lo tanto, la información es escasa o inexistente.

Se analizaron conceptos, antecedentes y situación actual de turismo industria y de cómo Tequila Cuervo logro crear una empresa turística como Mundo Cuervo resultado de las necesidades de transporte, hospedaje, alimentación y esparcimiento de los visitantes de Tequila Jalisco México.

Los cambios de mentalidad, gestión, y comunicación de los empresarios de Tequila Cuervo y la demanda de visitantes permitieron crear una empresa turística, que funciona a la par con la fabricación del tequila ya que después de conocer el proceso de producción de esta bebida el visitante puede disfrutar y degustar de lo ahí expuesto es evidente entonces que la innovación, aunado a la visión empresarial hicieron detonar el éxito de Mundo Cuervo.

Palabras clave Turismo industrial, Empresa, mentalidad, gestión, y comunicación.

ÍNDICE

DE LA INDUSTRIA DEL TEQUILA A LA EMPRESA TURÍSTICA:

UN MUNDO LLAMADO CUERVO

Antecedentes	12
Planteamiento del problema	13
Justificación	15
Objetivos	16
Hipótesis	17
Preguntas de investigación	18
Marco Conceptual	18
Metodología.....	19
Introducción	27

CAPITULO 1

TURISMO INDUSTRIAL

1.1.- Fabrica, industria o empresa	29
1.2.-Concepto de turismo industrial	31

1.3.- Antecedentes de Turismo Industrial	32
1.3.1.-Ámbito Internacional	33
1.3.2.- Ámbito Nacional	37

CAPITULO 2

CASA CUERVO INDUSTRIA TEQUILERA

2.1.- El Municipio de Tequila	42
2.2.- Historia del tequila y de la Casa Cuervo	45
2.3.- Mundo Cuervo	54

CAPITULO 3

CAMBIOS DE GESTIÓN, MENTALIDAD, COMUNICACIÓN

3.1.- “Mundo cuervo” empresa de turismo industrial	57
3.2.- Antecedentes de Mundo Cuervo	57
3.3.- De la Industria Tequilera a la Empresa Turística Mundo Cuervo	60
3.4.- Un Nuevo Reto	63
3.5.- Servicios turístico	68
3.5.1.- Recorridos	71

3.5.2.- Las experiencias en Mundo Cuervo	72
3.5.2.1.- Experiencia clásica	74
3.5.2.2.- Experiencia José Cuervo	75
3.5.2.3.- Experiencia José Cuervo VIP	76
3.5.2.4.- Experiencia José Cuervo VIP con campos	77
3.5.2.5.- Experiencia Catado Maridaje	77
3.5.2.6.- Experiencia Envasa tu botella reserva de la familia	78
3.6.- Conociendo el proceso de producción	80
3.6.1.- Cultivo	80
3.6.2.- Jimador	82
3.6.3.- Recorriendo la Rojeña	85
3.6.4.- Cocimiento	88
3.6.5.- Extracción y obtención de mostos	90
3.6.6.- Fermentación	90
3.6.7.- Destilación	91
3.6.8.- Maduración, Reposo y añejamiento	91

3.7.- Transporte	93
3.7.1.- Mundo Cuervo sobre Rieles	93
3.8.- Tiendas	97
3.9.- Hospedaje	98
3.10.- Empleos	100
Conclusiones	105
Propuestas	109
Notas	112
Bibliografía	113
Fuentes electrónicas	115
Anexos	117

DE LA INDUSTRIA DEL TEQUILA A LA EMPRESA TURÍSTICA:

UN MUNDO LLAMADO CUERVO

ANTECEDENTES

El Turismo Industrial es el que realiza visitas a fábricas activas y al patrimonio histórico industrial, ofreciendo a los turistas una experiencia relacionada con los productos, procesos productivos, aplicaciones o la historia de la industria y las actividades de la fábrica.

Según señalan Van den Berg *et al.* (2008) existen visitas industriales organizadas desde hace más de cien años a fábricas de chocolate en Francia, de quesos en Holanda o, por ejemplo, la visita a la destilería de Jack Daniels en Tennessee en EE.UU. que data de 1866.

En México en la época prehispánica se da la primera transformación de la materia prima, con la elaboración de artesanías; es decir una variante de industria en donde también se ven los procedimientos de fabricación se podría decir que esta fue la primera industria de transformación.

Con la llegada de los españoles da inicio la industrialización en México, sustituyendo la producción artesanal, por la producción en serie; principalmente en las industrias: textil, siderúrgica, de tabaco, jabón y pólvora.

Las fábricas, algunas inactivas otras activas incluso las más rudimentarias o artesanales cuentan con gran atractivo tanto por su infraestructura como por sus procesos de producción.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La investigación se enfoca primordialmente en describir una empresa de turismo industrial, pero para ello se debe saber cuál es la diferencia entre industria, empresa y una fábrica para poder exponer las características que cada una tiene.

De la industria se deriva la fábrica que se puede convertir en el principal atractivo ya sea por su historia, su infraestructura y en otros casos por el proceso de producción en el caso de las fábricas activas o que aún siguen funcionando y procesando algún producto, lo anterior atrae a los turistas para conocer las fábricas surgiendo así el turismo industrial, pero no todos los industriales se interesan en ofrecer servicios para satisfacer las necesidades de los turistas que visitan sus fábricas, este tipo de turismo es practicado primordialmente en Europa, algunos países de Latinoamérica y aún que México tiene importantes ciudades industriales, lamentablemente no se aprovechan estos atractivos para promover el turismo industrial, primeramente porque, en el campo del turismo industrial, la información existente es limitada y por lo general está enfocada al ámbito internacional, es decir, se concentra sólo en el estudio de algunas fábricas en Inglaterra, España e Italia, entre otros países europeos, es decir, lugares destacados en la Revolución Industrial, y se deja de lado la posibilidad de que exista este tipo de turismo en México, no, por la ausencia de fábricas con ciertos atractivos, sino porque no se le ha dado importancia a este tipo de turismo basado en experiencias, ligado al paisaje y al territorio siendo una alternativa y complemento del turismo masivo de sol y playa.

Por otra parte, en México no hay estudios que describan cómo una industria se transforma en empresa turística, ni con qué características debe contar para serlo.

Mundo Cuervo es un ejemplo de cómo una industria procesadora de Tequila, como Tequila Cuervo, se convierte en testimonio de un pasado colectivo ligado a la técnica y a la economía; y cómo logró anexar una empresa innovadora que ofrece servicios turísticos a los visitantes interesados en el proceso de producción del tequila generando impactos económicos sociales y culturales en la región de Tequila Jalisco, México.

Para poder describir “Mundo Cuervo” como una empresa de turismo industrial en México transformadora del entorno, se considera lo que dice Mancebo en su presentación “Oportunidades para convertir un destino industrial en turístico” (2005). Él señala que para lograr la innovación es necesario tomar en cuenta tres cambios: de mentalidad, de gestión y de comunicación. Además, da a entender que en toda empresa es necesario diseñar una estrategia de cómo gestionar los cambios.

JUSTIFICACIÓN

En este primer apartado se considera importante aclarar la diferencia entre turismo industrial, empresa turística e industria turística, porque frecuentemente hay confusión y se cree que los términos significan lo mismo.

También se reflexiona sobre la importancia de que las personas que se dedican al turismo en México pueden aportar todo tipo de documentación relacionada con el ramo turístico, ya que cuando inicia la recopilación de información sobre este tema de investigación se da uno cuenta que las escasas investigaciones que se han realizado sobre el turismo industrial se enfocan principalmente a lugares alejados de nuestro país, por ejemplo, a Europa.

En el campo del turismo industrial, la información existente es limitada y por lo general está enfocada al ámbito internacional, concentrándose sólo en el estudio de algunas fábricas en Inglaterra, España e Italia entre otros países europeos, lugares destacados en la Revolución Industrial.

En México la posibilidad de que exista este tipo de turismo es limitada aun y cuando existen fábricas, con ciertos atractivos, pero no se les ha dado importancia adecuada para promover este tipo de turismo.

En lo que se refiere a la industria tequilera en México, en 1995 existían 36 casas tequileras, actualmente cuenta con 125 empresas tequileras y 14 denominaciones de origen, incluyendo la del tequila, otorgada en 1974, y cuenta con noventa mil

hectáreas de agave azul en 181 municipios del estado de Jalisco (<http://www.excelsior.com.mx/nacional/2014/06/17/965574>).

Resulta oportuno describir a “Mundo Cuervo” como una empresa del turismo industrial en México ya que como menciona Pardo (2004:9) el turismo industrial busca procurar el viaje de la curiosidad.

El turismo industrial se basa en el interés formativo y patrimonial de la cultura tecnológica y “Mundo Cuervo” no sólo muestra el patrimonio, sino que engloba todo aquello que sirve de testimonio de una época y puede ser objeto de estudio para comprender el pasado y reforzar la memoria colectiva.

Sin embargo, es posible que los industriales de algún producto procesado se interesen en crear una empresa turística que funcione a la par con la fabricación de algún producto.

Así, proponer una investigación sobre el tema de “Mundo Cuervo” en el terreno del turismo industrial cobra sentido si ésta aporta elementos importantes a otras investigaciones y es funcional en el campo de oportunidades para los Licenciados en Turismo y los estudios turísticos que se realizan en México.

OBJETIVOS

El objetivo principal de esta investigación consiste en describir cómo la industria del tequila se transforma en empresa turística denominada “Mundo Cuervo”.

Para lograr el anterior objetivo se establecieron los siguientes objetivos específicos: analizar los conceptos, antecedentes y situación actual de turismo industrial en México; describir a “Mundo Cuervo” como una empresa de turismo industrial, resultado de las necesidades de los visitantes de Tequila Cuervo.

Así, con estos objetivos como ejes de la investigación, el presente trabajo describe las características de “Mundo Cuervo”, para poder mostrar una empresa turística yuxtapuesta a una industria procesadora de tequila, que aún está activa como “Tequila Cuervo” y al turismo industrial como una alternativa paralela al proceso de producción.

Para una mejor comprensión sobre el tema, el estudio se basa en los conceptos de turismo industrial, fábrica, empresa, e Industria y la información obtenida en algunos artículos que hablan sobre “Mundo Cuervo”, ya que como se mencionó anteriormente la información acerca del turismo industrial en México es escasa.

HIPÓTESIS

Así con los objetivos planteados se pretende corroborar las siguientes hipótesis: Los cambios de mentalidad, gestión, comunicación y la demanda de visitantes permitieron crear una empresa turística y satisfacer las necesidades de hospedaje alimentación y esparcimiento de los mismos, es evidente entonces que la innovación, aunado a la visión empresarial hicieron detonar el éxito de Mundo Cuervo.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Un primer cuestionamiento es ¿Cuáles son los antecedentes de turismo industrial? ¿Cómo una industria se transforma en una empresa turística? ¿Por qué en Tequila Jalisco?

MARCO CONCEPTUAL

Eduardo Yarto (2002) dice que el turismo industrial es visitar las empresas y fabricas aprovechando las condiciones de una ciudad industrial.

Hosper (2002) menciona que preservar la identidad de la región es el objetivo primordial del turismo industrial.

Para Álvarez (2003) el turismo industrial evita la desaparición del patrimonio industrial, social y cultural ya que permite la unificación estos patrimonios. Además, Domínguez (2005, pag,5) concuerda con Álvarez y Hosper al afirmar que el turismo industrial al acudir a estas instalaciones (fábricas abandonadas) permite convertirlas en conjuntos activos.

Troncoso y Almirón (2005) también consideran que el patrimonio industrial es un atractivo turístico.

Si se parte de la idea de la gestión de administración del autor José F. Mancebo Aracil, (2010) que muestra mediante un esquema que tanto la industria procesadora como la empresa turística tienen sustentabilidad; es que se hace la presente

investigación describiendo a Mundo Cuervo como una empresa de Turismo Industrial.

Dice Lajo Pérez (1990) que una fábrica es una unidad de producción de bienes tangibles y/o productos intangibles como servicios e ideas, que ocupa un espacio físico o virtual y hace uso de instalaciones, maquinaria, herramientas, personal capacitado, materia prima, energía y recursos económicos para lograr sus objetivos de producción.

METODOLOGÍA

Para dar respuesta a las preguntas de investigación antes mencionadas, y partiendo de que, a pesar de contar con industrias atractivas tanto en su infraestructura como en su maquinaria y producción, en México no se han aprovechado la gran cantidad de industrias procesadoras de alimentos, chocolate, dulces, incluso automotrices, tanto activas como inactivas para promover el turismo industrial.

El tipo de investigación propuesta es cualitativa, se aborda la historia como primer enfoque necesario para comprender el origen del turismo industrial. Posteriormente se considera el concepto de turismo industrial para analizar Mundo Cuervo como una muestra del turismo industrial de manera cualitativa ya que se obtuvieron datos descriptivos de fuentes orales y escritas proporcionados por personas. Además de la conducta observable y las características y condiciones del lugar, los hechos y fenómenos sociales como algo que ejerce influencia exterior en las personas. Así, los contrastes se pueden comprender de manera más humana, más personal, los motivos y creencias que están detrás de las acciones.

Tomando en cuenta lo anterior se realizó la investigación mediante la observación directa y la poca información que hay al respecto, además de entrevistar a personas que han visitado “Mundo Cuervo” o que viven en Tequila Jalisco. Y se puede verificar que los directivos de Tequila Cuervo asumieron un cambio en la mentalidad ya que tuvo que ir de la producción a los servicios, esta mentalidad es flexible tomando en cuenta que el turismo es mostrar, exhibir, exponer, no sólo la forma y el proceso de producción, sino todo lo que envuelve a esta industria desde el punto de vista histórico, cultural, de infraestructura, los empresarios tuvieron que perder el miedo a enseñar su proceso de producción al mundo, incluso a ser copiado. Fue necesario terminar con esa mentalidad “cerrada” y tener ahora una mente abierta.

Cualquier cambio puede generar un dilema y terminar en el rechazo a implantar otro servicio, de acuerdo con lo anterior es posible mencionar que Tequila Cuervo cambió de gestión al pasar de ser una industria 100% procesadora de agave para producir tequila a una empresa prestadora de servicios turísticos. Considerando lo que dice Jaurlaritza (2012) “Las empresas que no se han arriesgado al cambio han perdido su posición competitiva en el mercado” Tequila Cuervo ahora no sólo se preocupa por los consumidores de tequila, sino que en un contexto de responsabilidad social le interesa la sociedad en general. Para lograr una gestión integral elaboró estrategias y tácticas además de objetivos, estos son, el comercial, de comunicación y relaciones públicas, Industrial- tecnológico, de recursos humanos, institucional y financieros.

Cabe agregar que otro cambio fue el de la comunicación iniciando con la producción como evento continuo, las experiencias que ofrece “Mundo Cuervo”, un turismo interactivo, las promociones que hace “Mundo Cuervo” con lo que se logra comunicación masiva y al mismo tiempo la mejor forma de promover a ambas empresas por la propagan de voz.

Mejía (2004: 23) en su artículo “Sobre la investigación cualitativa” menciona que la investigación cualitativa es más flexible, pues permite interactuar con los informantes de manera natural mediante la conversación. El investigador es empático y busca aprehender el proceso interactivo a distancia, aparta sus propias creencias y perspectivas, debe ver las cosas como si ocurrieran por primera vez es decir no darse por sobrentendido.

La investigación cualitativa se aplica en cualquier contexto y dependiendo de éste se interpretan los datos; dicha investigación no tiene como función básica garantizar la verdad sino ser utilizada de forma creativa.

Para la realización de esta investigación se aplicaron técnicas e instrumentos como la observación directa que facilitaron la descripción de la empresa turística “Mundo Cuervo” yuxtapuesta a una empresa procesadora del agave azul para la elaboración de la bebida nacional llamada tequila.

Posteriormente se aplicaron encuestas a visitantes y entrevistas semiestructuradas a personas de la empresa y de la comunidad con la finalidad de determinar su

interés por participar de las experiencias que la Empresa “Mundo Cuervo” ofrece a sus visitantes y conocer, de primera mano, los impactos generados.

Dichas experiencias son muestra de estrategias integrales mediante las cuales la gente tiene la oportunidad de conocer “Mundo Cuervo.”

La metodología para analizar la creación de una empresa turística yuxtapuesta a una industria parte del Modelo integral de la empresa turística de Mancebo (2010) como lo muestra el esquema (anexo 1): A partir del cual se puede interpretar que una empresa tiene 4 ejes:

La sociedad a quien va dirigido el producto y quien posteriormente será su demanda; la cultura creada por esta empresa para obtener una identidad y ser reconocida si es posible a nivel mundial; la política, refiriéndose específicamente a las normas con la que se rige el sector industrial al que pertenece o del que forma parte la empresa; la economía es la finalidad con la que se crea la empresa y cuyo resultado es la productividad material y económica, es decir, el producto elaborado y las ganancias por la venta del mismo.

Estos elementos son esenciales para que una empresa logre el éxito, aun y cuando parecieran estar aislados, la conjunción de los mismos logra la unificación e identidad de una empresa ya que cada uno tiene su función específica pero que a la vez se conjunta con los otros tres para lograr los objetivos. Así, los clientes consumidores de un producto se convierten en una sociedad, considerando que ésta es un conjunto de personas que se relacionan entre sí para alcanzar un fin

común, pero a esta sociedad no sólo le interesa comprar un producto, sino, además, quieren saber ¿cómo se produce? ¿Cuál es el proceso de elaboración? ¿Cómo es que tiene éxito en el mercado? Para dar respuesta a estas cuestiones se tendría que conocer la cultura de la empresa, considerando en este caso actitudes y actividades que identifican a una industria que busca colocarse en el mercado y tener éxito aunado a esto. También es necesario contar con una política orientada en forma ideológica a la toma de decisiones por parte de los que forman del sector industrial para alcanzar los objetivos establecidos en cada una de las empresas que conforman a dicho sector y cuyo éxito será reflejado en la producción y por lo tanto en la derrama económica generada por la venta del producto. Como se mencionó anteriormente el cliente no sólo está interesado en comprar, sino en conocer el proceso de producción y siempre que tiene oportunidad, se da a la tarea de visitar las empresas generando el turismo industrial, el cual demanda una serie de necesidades que sólo una empresa turística le puede ofrecer y que es posible que la industria procesadora las cubra, no obstante existe una necesidad de cambio que incluye tres aspectos: cambio de mentalidad, de gestión y de comunicación y las razones para este son: el cambio es necesario, no se puede escapar de él; es relativo: al entorno, al tiempo; es prospectiva (Perspectiva vs retrospectiva); es gestionable, “experiencial”; no es ajeno, es nuestro. Es decir, a más cambio gestionable, menos percepción de crisis.

Además como lo menciona en su modelo integral de la empresa turística Mancebo (2010), estos cambios dan origen a la empresa turística sin que esto signifique tener

en mente el fin de la producción por el contrario es la mentalidad flexible la integración de la empresa de servicios a la industria procesadora, ir más allá de lo establecido, tener ideas nuevas, proyectarlas y, sobre todo, ponerlas en práctica; el cambio de gestión debe ser integral, del sector industrial hacia fuera; del ámbito territorial, a un destino turístico ahora el entorno que sólo abarcaba la fábrica mostrando maquinaria y equipo se convierte en un atractivo sensorial este cambio llevará a percibir sensaciones antes desconocidas para el visitante.

Cuando Mancebo (2010) hace referencia al cambio se puede entender que un cambio en la comunicación es la promoción, la forma de dar a conocer la marca mediante una producción continua y las puertas siempre abiertas para conocer el proceso de producción adquiriendo un carácter exhibicionista por parte de la empresa turística. Aprovechando los recursos materiales y humanos con los que cuenta porque no sólo se puede admirar la maquinaria, la arquitectura o el entorno natural, también se puede apreciar la forma de trabajar de las personas que laboran en la industria convirtiéndose esto en un gran teatro, ya que cada área de la industria hace diversas actividades que no se pueden admirar desde fuera de la industria procesadora, debe perder el miedo a ser copiada y si optar por ser admirada.

Con estos cambios se da el surgimiento de una empresa turística que al igual que la industria cuenta con cuatro ejes, pero ahora los clientes son los residentes o turistas que acuden a conocer la industria y su proceso de producción. En lo que se refiere a la cultura será necesario mostrar usos, costumbres y tradiciones del lugar en el que se ubica la industria, así como la cultura de la misma y la política por la

que se rige el destino al que llegará el turista y la economía dependerá de los servicios que preste la empresa turística a los visitantes de la industria. De esta manera se logrará un modelo integral y la sostenibilidad de la industria procesadora y de la empresa turística como lo muestra el Modelo integral de la empresa turística Mancebo (2010).

Para el desarrollo de la investigación también se emplearon algunas técnicas para el acercamiento a la empresa, con base en los métodos seleccionados y el objetivo de la investigación. De esta manera se emplearon técnicas de investigación documental o de aproximación indirecta a la realidad y las de campo o de contacto directo.

El trabajo para su estudio se presenta en tres capítulos. El primero aborda los conceptos y definiciones que apoyan la elaboración del trabajo, como son industria, empresa y fábrica. En ese mismo sentido, se presenta al turismo desde el punto de vista industrial, sus antecedentes tanto en el ámbito Internacional como nacional; en el segundo capítulo se consideran los antecedentes de la Casa Cuervo, principal industria tequilera a nivel mundial se presenta en dos apartados: en el primero se da a conocer la ubicación geográfica de Tequila Jalisco, México, el segundo contiene parte de la historia del Tequila y de la Casa Cuervo; el tercer capítulo titulado “Mundo Cuervo” del Tequila al Turismo como empresa de turismo industrial se presenta también en cuatro apartados: el primero se refiere a los antecedentes de la empresa, el segundo al reto que implicó la creación de la empresa turística al pasar de una industria tequilera a empresa turística, misma que ha logrado atraer al

turismo nacional y extranjero, el tercer apartado se refiere a los servicios turísticos que presta “Mundo Cuervo” como son el viaje en el Cuervo Express, los servicios de alimentos y bebidas, así como los recorridos tanto por los campos agaveros como dentro de la fábrica, para conocer el proceso de producción del tequila. Al final se presentan las conclusiones a las que se llegó al término de la investigación.

INTRODUCCIÓN

Normalmente se piensa que una industria turística son los bienes y servicios que se prestan a los visitantes, pero considerando los conceptos que más adelante se mencionan, una industria es aquella que transforma la materia prima en un artículo, esta transformación se da en una fábrica, cuya labor es el proceso de producción; por lo cual el turismo no se debe considerar como una industria ya que no se desarrolla en estas circunstancias pues no utiliza una materia prima para transformarla por el contrario hace uso de esa transformación para ofrecer bienes y servicios, surgiendo así una empresa. En el caso del turismo, este requiere de bienes y servicios y para satisfacer las necesidades de los turistas se crean las empresas turísticas.

Pero existen industrias que han combinado ambas, es decir, que además de continuar con una producción industrial, han implementado servicios donde muestran a los visitantes los procesos de producción, la maquinaria, la infraestructura o su historia. Muestra de esto es Mundo Cuervo, en Tequila, Jalisco, ejemplo del turismo industrial en México que se constituye como el objeto de estudio para esta investigación, ya que, de la fabricación del tequila se proyecta como una empresa turística debido a las nuevas exigencias de los visitantes quienes solicitaban un recorrido guiado para conocer el proceso de producción del tequila en la fábrica. Así comenzaron las visitas a las instalaciones e inicio el proyecto. En un principio los grupos de visitantes no rebasaban los diez integrantes y eran esporádicos, no tenían la misma frecuencia que ahora.

La investigación toma como referencia de marzo de 2003 a la fecha, es decir, del año en que se plantea y pone en marcha el proyecto “Mundo Cuervo”, hasta la fecha de apertura del hotel, este periodo incluye fechas y actividades importantes, como el año 2010, cuando se inaugura el tren “Mundo Cuervo”, que va de la ciudad de Guadalajara a Tequila Jalisco y que ha sido de gran importancia para los visitantes.

El Turismo industrial ha tenido presencia a nivel mundial pero sólo algunos países y sobre todo hay industrias que lo han aprovechado con buenos resultados. Pero lo cierto es que en México algunas las empresas no se han profesionalizado, es decir, no tienen contratados a especialistas en turismo, lo que dificulta la operatividad.

CAPITULO 1

TURISMO INDUSTRIAL

1.1.- Fábrica, industria o empresa

Al hablar de turismo industrial la mente viaja rápidamente a las fábricas que cada uno conoce o aquellas de las que se escucha una historia o en la cual ha trabajado alguien conocido y es correcto este pensamiento, pero en realidad una fábrica en su definición más elemental es aquel: “Establecimiento con las instalaciones y la maquinaria necesarias para fabricar, confeccionar, elaborar u obtener un producto el cual posteriormente será comercializado a nivel nacional o internacional” (2014 Diccionario de la Real Academia Española. RAE).

Dice Lajo Pérez (1990) que una fábrica es una unidad de producción de bienes tangibles y/o productos intangibles como servicios e ideas, que ocupa un espacio físico o virtual y hace uso de instalaciones, maquinaria, herramientas, personal capacitado, materia prima, energía y recursos económicos para lograr sus objetivos de producción.

De acuerdo con estos conceptos, una fábrica además de necesitar una instalación, maquinaria y herramientas para la producción de algo, también requiere de personal capacitado, materia prima, energía y recursos económicos, entre otros.

Es decir, una fábrica no sólo es un inmueble de gran tamaño como la de autos, tintes, algodón o telas, también puede ser incluso una casa en la que se elaboran

zapatos; vestidos, muebles, esferas, piñatas, licores, etc., sólo que estas no cumplen con los requerimientos para ser consideradas fábricas, por mencionar algunos de estos requerimientos: espacio, cantidad de oferta y demanda mano de obra calificada, estándares de control, etc.

Dicho lo anterior y tomando en cuenta la definición de industria, que menciona Cuartas; Escobar (2006: 263) como “un conjunto de empresas que producen un bien homogéneo o idéntico”, es decir, que el consumidor considera como bienes sustitutos, aunque sean físicamente diferentes. Se tiene entendido que la industria es el conjunto de fábricas que se dedican a la producción de un determinado artículo necesario para el ser humano, como la industria automotriz, del vidrio, textil, siderúrgica etc.

Para una mejor comprensión resulta oportuno mencionar que de acuerdo con García; Casanueva (2001:3) una empresa es “Unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios”. En este caso se habla de empresas: turísticas, restauranteras, hoteleras, centros comerciales, agencias de autos. Inmobiliarias etc.

1.2.- Concepto de turismo industrial

A pesar de existir definiciones de turismo no hay una clara referente al industrial, se confunde con la exhibición de las industrias que sólo muestran su infraestructura o instalaciones, por ejemplo: Yarto (2002) nos dice que el turismo industrial es aprovechar las condiciones de una ciudad industrial para generar visitas a empresas y fábricas. Para Álvarez (2003) el turismo industrial permite la unificación del patrimonio industrial, social y cultural, evitando la desaparición de estos patrimonios. Además, Domínguez (2005) afirma que el turismo industrial permite convertir instalaciones (fábricas abandonadas) en conjuntos activos. También Hosper (2002) concuerda con Domínguez y Álvarez en que el objetivo primordial del turismo industrial es preservar la identidad de la región.

Por su parte Troncoso y Almirón (2005) consideran que el patrimonio industrial es un atractivo turístico, ya que tanto la arquitectura como las máquinas y los procesos de producción resulta un atractivo cultural para los visitantes.

Como se puede observar no hay enorme diferencia entre estos conceptos, ya que la infraestructura por si sola es atractiva para visitantes por el tipo de arquitectura que presentan. Por otra parte, mediante la historia de los lugares en los que las fábricas eran el centro de trabajo para los habitantes se puede conocer un poco de cómo era el proceso de producción y los beneficios o perjuicios que la instalación de la fábrica provocaba en la región, convirtiéndose esto en un atractivo cultural.

Se puede apreciar la importancia de la industria para generar turismo e incluso se rescatan algunas palabras clave como Industria activa, industria inactiva, identidad de la región, atractivo turístico.

La Industria activa es aquella que aún procesa un producto y es atractiva para los turistas no sólo por sus instalaciones sino por la muestra del proceso de producción. Por el contrario, la Industria inactiva es aquella que sólo las instalaciones son atractivas ya sea por su arquitectura, su antigüedad o por sucesos importantes ocurridos en esa fábrica.

Algunas industrias ayudan a otorgar identidad a la región ya sea por la producción que se lleva a cabo o porque la materia prima que se procesa en las fábricas es la actividad económica primordial de la región. Con esto se convierten en atractivos turísticos o culturales y que es digno de ser visitado y admirado.

1.3.- Antecedentes de Turismo industrial

En el pasado, el interés se centró en castillos, catedrales, iglesias, museos considerados como atractivos turísticos. Sin embargo, las instalaciones vinculadas a actividades productivas en algunos casos considerados como responsables de la degradación de un determinado territorio han sido en general olvidadas y abandonadas una vez que su actividad cesó. Es importante tomar en cuenta los inicios del turismo industrial, ya que no es una actividad reciente, sino que se remota a los años 30.s del siglo XX cuando se inicia en Europa con las visitas a las ruinas de las fábricas surgidas de la Revolución Industrial que, por algunos motivos,

principalmente el económico, habían dejado de funcionar como industria viva, pero que atraía la curiosidad de los visitantes.

Pero no es sino hasta los años 60s, del siglo anterior cuando en las zonas industriales europeas inició la decadencia de las industrias ubicadas principalmente en las regiones de Inglaterra, Gales, Escocia e Irlanda del Norte, que dieron origen a la Revolución Industrial; con la creación de la industria la textil y siderúrgica dedicadas al carbón y el acero respectivamente.

Debido a los diversos problemas a los que se ha enfrentado la industria ha ocasionado una nueva tendencia para su aprovechamiento, el turismo industrial.

Mientras tanto en 1930, México contaba con industrias principalmente minera, siderúrgica y textil, esta última empleaba a personas que vivían en la ciudad de México mientras que la minera y siderúrgica se localizaban en las zonas mineras del país; sin embargo, ninguna de ellas fungía como un atractivo turístico.

1.3.1.- Ámbito internacional

En el ámbito internacional el turismo industrial se ha desarrollado principalmente en países europeos como Alemania, por ejemplo la fábrica de Schindler ubicada en Cracovia, Polonia, que en su momento se dedicaba a la confección de ollas y utensilios de cocina en tiempos de paz y en época de guerra a la producción de capsulas y vainas de proyectiles, empleando la mano de obra barata de operarios judíos y que al mismo tiempo les sirvió a estos últimos como un refugio al ser perseguidos por los nazis; cómo se puede ver en la película *la lista de Schindler*(1)

que muestra cómo, durante la invasión de Polonia, Oscar Schindler adquirió una fábrica de ollas conocida como *Deutsche Emaillewaren-Fabrik* en la que decidió producir utensilios de campaña. Debido a que la mano de obra alemana era demasiado cara, decidió seleccionar a sus trabajadores entre los judíos que se encontraban en el campo de trabajo de Plaszow. A medida que conocía más detalles sobre el atroz modo en el que los nazis trataban a los judíos, Schindler comenzó a tomar conciencia y negoció para que sus trabajadores pudieran mantenerse alejados de Plaszow dándoles cobijo en la fábrica. Llegó un momento en el que la fabricación de ollas dejó de ser rentable, por lo que comenzó la construcción de cápsulas de proyectiles para lo cual dio órdenes de que una parte de ellos fueran defectuosos. Schindler logró proteger a los trabajadores de su fábrica para que no acabaran en los campos de concentración, salvando a más de 1.200 personas. Actualmente esta fábrica funciona como museo de historia. Otro ejemplo es la fábrica de seda en Lombe, Inglaterra, que aloja actualmente el museo y galería de arte Industrial de Derby, que alberga colección de porcelanas algunas de más de 200 años de antigüedad, que ilustran diferentes épocas de la manufactura (http://viajes.michelin.es/web/destino/Gran_Bretana-Derby/lugares-turisticos consultado el 10 de marzo de 2014). En Nueva York, a las orillas del río Hudson, una antigua fábrica de la empresa de galletas Nabisco se convirtió en uno de los mayores museos de arte contemporáneo del mundo.

Países Europeos como Portugal, Italia, Francia, Bélgica y España son lugares en los que se manifiesta el turismo industrial, el cual refleja la importancia que se le da a la industria tanto activa como inactiva.

Cada uno de estos países presenta una oferta de turismo industrial, algunos en industrias vivas, mostrando los procesos de producción; otros con fábricas históricas por los sucesos ocurridos en algún momento específico, aspectos que se aprovechan y donde tiene gran importancia para captar al turismo industrial. Portugal, por ejemplo, tiene el Plan Nacional de Turismo el cual ha introducido diez productos estratégicos, entre ellos los llamados recorridos, culturales y paisajísticos, que tiene una clara referencia geográfica porque busca los valores culturales de unos paisajes de vieja vocación cultural en relación con el turismo industrial y las pruebas sobre el terreno”. Para ello aprovecha las rutas de turismo industrial que tiene integradas en el Plan Estratégico Nacional de turismo. (http://portal.mma.gob.cl/wp-content/uploads/2014/10/1_Estrategia-Nacional-de-Turismo-2012-2020.pdf).

Turín, Italia se encuentra representada por prestigiosas fábricas activas procesadoras de chocolates (incluyendo algunos con tequila), pertenecientes a diferentes sectores económicos.

Todas estas fábricas, algunas activas, que reciben visitantes y otras inactivas se han convertido en recursos turísticos sumamente atractivos a los turistas.

En Bélgica cada año se organiza en Flandes un acontecimiento de Puertas Abiertas llamado “El Open Bedrijvendag” para que los visitantes puedan disfrutar de las visitas a fábricas, se hacen estudios para analizar el impacto económico y el perfil de los visitantes que acuden a este evento siendo ellos de entre los 25 y 40 años y quedando un 91% satisfechos de la visita y el 95% tienen intención de regresar. Mancebo (2008).

Mientras tanto en Francia, el turismo industrial atrae sobre todo a los profesionales de la vid y del vino, pero el objetivo comercial de las industrias de este país, aunque es un turismo en torno a un tema “viña y vino”; es un público más amplio ya que se dirige, a distintos niveles, y por consiguiente los visitantes no sólo son industriales sino consumidores.

El turismo industrial es importante en el ámbito comercial porque ayuda a promocionar los productos y/o servicios, por ejemplo en Francia, donde 5000 bodegas reciben el promedio 1500 personas al año cada una, con un mercado estimado de siete millones de visitantes; La ruta de los vinos de Alsacia, creada en 1953, permite cada año la visita cercano a los dos millones de visitantes, ya que muestra cuatro temas o la muestra de cuatro productos: el coñac y la vid, el coñac y el rio, el coñac y la piedra, el coñac y las tradiciones Mancebo (2008); en España se lleva a cabo la promoción de un programa de turismo industrial mostrando un patrimonio industrial, tanto antiguo como actual, para exponer elementos preindustriales, minas prehistóricas, molinos, telares etc., o industriales como fábricas, minas, colonias y empresas actuales. En Europa se hacen recorridos y

promociones para visitar las fábricas y en algunas conocer el proceso de producción.

El caso latinoamericano es diferente porque no se les da importancia a las fábricas como atractivo turístico y por lo tanto se limita a una visita superficial. De hecho, México es el país más visitado por turistas extranjeros, pero se enfoca más al aspecto cultural.

En Sudamérica y principalmente en Perú, el patrimonio industrial abarca dos puntos: Patrimonio industrial urbano del trabajo metalúrgico. Cabe resaltar la presencia de barrios obreros, así como el patrimonio industrial arquitectónico. En los barrios la vivienda obrera posee diversas tipologías. En cuanto a infraestructura industrial, la Fundición de La Oroya y la Refinería de Huaymanta poseen interesantes aportes en arquitectura industrial (URL [www. Camaralicante.com/turismo](http://www.Camaralicante.com/turismo)).

1.3.2.- Ámbito nacional

En México, Esteban de Antuñan (1792-1847) fue un economista, industrial y empresario poblano que fundó la primera fábrica de hilados y tejidos de algodón mecanizada que funcionó en México, con lo que dio origen a la moderna industria textil del país y el auge industrial llegó entre 1920 y 1950, principalmente con inversión extranjera ya que los españoles se encargaron de la industria textil, los ingleses de la minera y los estadounidenses de la ferroviaria y mano de obra mexicana, convirtiendo a México en un país eminentemente industrial. Actualmente existen en México fábricas inactivas que tuvieron su auge en el periodo antes

mencionado y que se han convertido en centros de esparcimiento turístico, como la antigua fábrica de hilados y tejidos “El Águila” que tiene su origen en 1830 y concluye su actividad el 10 de junio de 1967 debido a una huelga por violaciones al contrato colectivo de trabajo por lo que la Suprema Corte de Justicia del entonces Distrito Federal ordenó a los dueños el pago de 47 millones de pesos por indemnización y al no ser cubierto, los muebles e inmuebles se pusieron en remate y el departamento del Distrito Federal lo adquirió el 19 de septiembre de 1973, se ubica en la colonia la Cruz, delegación Magdalena Contreras Distrito Federal, y desde el 3 de mayo de 1979 es un foro cultural; las fábricas de papel “Loreto y Peña Pobre” inicia sus actividades en 1565 como molino de trigo pero cambia su rubro en 1814 y se convirtió en la fábrica de papel y entre 1882 y 1883 se instalaron allí manufacturas de hilados y tejidos de algodón hasta que en 1905 fue destruida por un incendio, en 1899 fue adquirida por un alemán pero no es sino hasta 1910 que nuevamente se volvió a consolidar como fábrica de papel. En 1923 las instalaciones fueron renovadas y para 1940 era una de las fábricas más importantes del país. En 1970 alcanza su nivel de mayor productividad con más de mil trabajadores pero al momento de su cierre tenía aproximadamente ciento cincuenta concluyendo sus actividades en 1991 (www.dimensionantropologica.INAH.gob.mx/?p=1808).

La infraestructura de las fábricas es un atractivo turístico, el cual también se puede aprovechar adaptando sus instalaciones para utilizarlas como locales comerciales sin que esto signifique la destrucción o modificación total de las instalaciones originales, ya que dichas instalaciones muestran cómo era el mecanismo y

funcionamiento de la fábrica, como se puede observar en la delegación Álvaro Obregón en Tizapán San Ángel, DF, que actualmente alberga la Plaza Comercial Loreto y que antiguamente fue la fábrica de papel Loreto y Guadalupe y donde hoy día hay locales comerciales que en su interior aún conservan en la parte superior de algunas paredes tramos de la tubería, así como, algunos los tanques de almacenamiento de agua para realizar el proceso de producción del papel; además en los patios de la antigua fábrica se realizan eventos culturales como obras de teatro y presentación de algunos artistas de igual forma se han acondicionado espacios para que los visitantes puedan disfrutar de una buena charla ingiriendo alguna bebida o simplemente haciendo un recorrido a pie por el interior de lo que fue la fábrica de papel; asimismo dentro de la Plaza Loreto se encuentra el Museo Soumaya que cuenta con la colección más grande en Latinoamérica del escultor francés Auguste Rodin, con más de 120 piezas entre las cuales destacan el Beso, Las tres sombras, El pensador, La eterna primavera, Eva, Psique mirando al amor y la Cabeza de San Juan Bautista, entre otras. En la misma sala se encuentra escultura de Degas, Camille Claudell y Emile Antoine Bourdelle junto con otros escultores de los siglos XIX y XX meritorios de admiración (<http://www.mexicocity.gob.mx/contenido.php?cat=30600&sub=5>).

Cabe mencionar que también al sur de la ciudad, cerca del Parque Nacional Fuentes Brotantes de Tlalpan, se encuentra el cascaron de la que fuera la primera fábrica de textiles en el Valle de México, creada en 1831.

El vestigio de la ex fábrica de hilados y tejidos La Fama Montañesa, la cual desde 1986 se le considero como patrimonio histórico por el INAH, pero hoy “funciona” como bodega de la Comercial Mexicana, ubicada a un costado del inmueble (<http://www.eluniversal.com.mx/cultura/69640.html>).

La Antigua cervecería de Toluca y México establecida en 1875 y que en 1935 fue absorbida por la cervecería Modelo que actualmente está en la Ciudad de Toluca, estado de México y que abrió sus puertas en 2009 como, Museo Modelo de la Ciencia y la Industria MUMCI. Caso especial porque en el 2014 dejó de funcionar como Museo de Ciencias e Industria y actualmente es un cine, pero existe un proyecto para un nuevo museo destinado a la cerveza Victoria, que es parte de la historia de Toluca, además de temas de cultura, salud, educación y deporte.(Comunicado del grupo Modelo, 2/03/2014), considerando que era una fábrica de cerveza es posible que los visitantes esperen observar algo del proceso de producción ya que aún cuenta con algunos elementos de la maquinaria que se usaba para la elaboración de la cerveza, otro aspecto interesante será conocer la historia de cómo inició esta fábrica, cómo fue su crecimiento y cuál fue el motivo por el cual dejo de funcionar como tal. También sería interesante realizar una investigación al respecto para conocer los motivos por los cuales dejo de funcionar como Museo de Ciencia e Industria, ya que esto podría deberse principalmente a situaciones culturales; el museo del vidrio en Monterrey, que antiguamente funcionaba como oficinas generales de la fábrica Vidriera Monterrey S.A en donde se fabricaban principalmente botellas para la cerveza, aunque “para este museo no

se utilizaron las instalaciones de la fábrica como tal ya que el museo se instaló en el inmueble que albergaba las oficinas” Zavala (2015) resulta atractivo para los visitantes conocer la historia del vidrio en México ya que este museo muestra todo tipo de objetos elaborados con vidrio en las diferentes etapas del vidrio en México. Como se puede observar los conceptos que se manejan son amplios y muestran una visión de lo que es el turismo industrial, así mismo, al mencionar algunas fábricas que se aprovechan para atraer el turismo es posible darse cuenta que hay lugares que han puesto en marcha algunos programas para dar a conocer el lugar y aprovechar el turismo que los visita, pero existen otras a las que no se les da el funcionamiento apropiado.

CAPITULO 2

CASA CUERVO, INDUSTRIA TEQUILERA

En este capítulo se menciona la ubicación geográfica de Tequila, Jalisco, lugar donde se ubica la Casa Cuervo, así mismo se retoman antecedentes del tequila y la forma en cómo surge Mundo Cuervo como empresa turística.

2.1.- El municipio de Tequila

El Nombre de Tequila se deriva de la palabra Tequillan que significa “lugar en el que se corta”, sus primeros pobladores fueron los nativos nahuatlacas, toltecas y otomíes. En 1530 obtuvo la categoría de pueblo, contaba con 1500 habitantes y desde 1824 existe como municipio, que tiene a su cargo la organización política de varios pueblos, en 1843 se elevó a la categoría de Villa con 11 ranchos, se les denominaba villas a los poblados importantes en los que se llevaban a cabo ferias y mercados y que tenían de 2000 a 3000 habitantes y en 1844 por decreto se estableció como ayuntamiento que es el órgano colegiado del gobierno municipal y atiende las necesidades del municipio, años más tarde en 1874 se le dio el título de ciudad gracias al número de habitantes (más de 5000) y a los servicios con que contaba.

Como se observa en el mapa 1 El municipio de Tequila se localiza casi al centro del estado de Jalisco, levemente al poniente, a 65 km de Guadalajara y a 277 de puerto Vallarta cuenta con una extensión territorial de 1,364.14 kilómetros cuadrados.

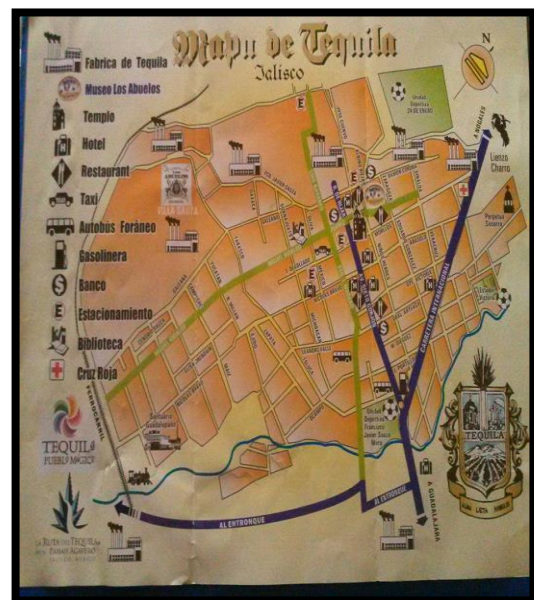
(www.inegi.gob.mx). El clima es semi-seco, con invierno y primavera secos, y semi-cálido. El río Grande o Santiago; atraviesa este municipio de oriente a poniente al norte se encuentra el río Chico que desemboca en el anterior; al oriente se encuentra la presa de Santa Rosa. A las orillas del río Santiago y río Chico hay 700 metros sobre el nivel del mar; hacia el sur del municipio se encuentra el volcán de Tequila, de tipo peleano cuyo cono volcánico es de 2920 m/nm, característico porque al salir la lava por el cráter y al contacto con el aire esta lava se solidifica y queda un peñasco (como una especie de aguja) de 150 metros de alto, el volcán en la parte norte, las alturas son de 1,700 y 1,800 metros sobre el nivel del mar; al oriente, en la sierra de Balcones, éstas son de 2,300 metros sobre el nivel del mar, Su vegetación se compone primordialmente de agave azul, pino, encino, roble, mezquite, guamúchil, nopal, huizache y árboles frutales, como: aguacate, limón, ciruelo, mango, naranjo, maguey y mezcal. Su fauna se compone de venado, gato montés, coyote, zorra, zorrillo, armadillo, ardilla, conejo, algunos reptiles y diversas aves pueblan esta región.



Carretera de entrada al Pueblo mágico de Tequila Jalisco y sus paisajes fotografía M.C.L.M en mayo 2015

Se puede llegar por la carretera Guadalajara Tepic libre o de cuota.

Considerada como una de las entidades municipales más importantes del estado, de Jalisco gracias a los elementos económicos y culturales que le otorgan gran peculiaridad, siendo uno de los más relevantes, el hecho de dar nombre a la denominación de origen de la bebida tequila, uno de los productos de mayor exportación a nivel nacional.



Mapa 1: Ubicación de Jalisco México
Mapa de Tequila Jalisco México
fuente: tríptico Tequila Pueblo Mágico

La categoría migratoria definida en los últimos años es de fuerte expulsión y su grado de marginación medio. Su población económicamente activa distribuida en sectores económicos se encuentra en equilibrio relativo, pero continúa el predominio de las actividades agrarias, artesanales y las industriales. La producción

que ha impulsado económicamente el territorio son la agricultura: agave, maíz, sorgo, frutales y la industria de elaboración del tequila.

La población del municipio tequilense registrada en el Censo de Población y Vivienda realizado en 2005 por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), ascendió a 38,534 habitantes, más de 25 mil en la cabecera municipal (www.inegi.gob.mx).

2.2.- Historia del tequila y de la Casa Cuervo

En cuanto a lo que se refiere al tequila ⁽²⁾ cabe señalar que es el aguardiente mexicano más famoso, resultado de la fermentación de la piña de origen del agave azul, abundante desde hace siglos en el estado de Jalisco, aunque también proviene de Guanajuato, Nayarit y Tamaulipas.

Antes de la llegada de los españoles, los nativos de Tequila, Jalisco, reservaban este fermento a los ancianos y sacerdotes así mismo lo usaban frotado para aliviar los dolores de artritis.

Cuando los españoles llegaron en el siglo XVI trataron de impedir la fabricación y el consumo de esta bebida, pero como no lo lograron entonces establecieron un monopolio para llamarlo vino mezcal de tequila, en años posteriores volvieron a prohibir su producción y más tarde en 1621 establecieron el control y venta de este producto.

Los ingresos derivados de este producto fueron destinados por la audiencia de Guadalajara para la edificación de obras hidráulicas de la Capital de Nueva Galicia. Para la época independiente en 1850, Antonio Gómez de Cuervo, funda su taberna en la Hacienda de San Martín de las Cañas, taberna que más tarde es vendida a Cenobio Sauza.

En 1873, antes del inicio del Porfiriato, la industria del tequila inicia su transformación modernizándose, ya que se integra el vapor en el cocimiento del agave; las tabernas dejan de llamarse de esta manera y se les denomina fábricas o destiladoras.

Es en 1874 que se declara a la Villa de Tequila con la categoría de ciudad. Durante la estancia en el poder de Porfirio Díaz, sobre todo de 1880 y hasta el estallamiento de la Revolución Mexicana, se promovió la europeización y con ella el consumo de brandies y cognacs, en demérito del tequila que, sin disminuir sustancialmente, vuelve a ver frenado su desarrollo como industria. Al mismo tiempo, los ferrocarriles se convierten en enemigos y aliados del tequila, ya que, por un lado, contribuyen a la distribución de las bebidas europeas, pero también ayudan a desarrollar la exportación del tequila hacia los Estados Unidos. Es en esta época que llegó a considerarse al tequila, despectivamente, como la bebida del populacho.

Durante 1894 se inicia la siembra de agave en las tierras rojas de los Altos de Jalisco, observando que su reproducción es muy favorable. Para 1899, se encontraban registradas 39 fábricas de tequila, de las cuales 18 se ubicaban en las

zonas en torno a la ciudad de Tequila. En 1900, La Rojeña, que había cambiado de nombre por el de La Constancia, vuelve a su nombre anterior. En ese mismo año ya se registran 60 destilerías. Ya para entonces Sauza y Cuervo son las principales empresas fabricantes de esta bebida espirituosa. Cenobio Sauza adquirió trece fábricas, eliminando así a la competencia.

Durante la Revolución Mexicana, principalmente entre 1927 y 1935 y como resultado de la misma, el reparto agrario afecta sustancialmente a los destiladores que habían desarrollado sus propios campos de cultivo de agave, ya que tuvieron que repartir parte de estos campos a los campesinos.

Los obreros de las minas y las fabricas enfrentaban enfermedades ocasionadas por las deficiencias e incluso inexistencia en las medidas de seguridad e higiene, lo que provocó una epidemia de influenza española que azotó el norte del país y que para combatirla el tequila se convierte en la mejor medicina; se dice que de ahí nace la costumbre de beber el tequila con sal y limón, pues tal era la receta de un médico en Monterrey, que habiendo evitado el contagio, éste lo atribuyó a su costumbre de tomar todos los días a la hora de la comida una copa de tequila con sal y limón.

A principios del siglo XIX se otorga la concesión para la elaboración y comercialización del tequila, para 1930 el conocimiento de la bebida se ha extendido al Norte y Centro de América, siendo los arrieros, que recorrían las rutas comerciales, los principales publicistas y promotores del tequila mezcal (<http://www.guadalajaraguadalajara.com/paginas.php?id=191>).

Paralelo a esto la música y la época de oro del cine mexicano (1936-1957) contribuyen a la popularidad del tequila en México y más allá de las fronteras creando un estereotipo falso del hacer y ser de los mexicanos, sobre todo en el cine donde el protagonista, mítico charro mexicano, siempre contaba con un trago o una botella de tequila en las buenas y en las malas, ya que en esa etapa, el charro, el mariachi, Jalisco y por supuesto el tequila son elementos inseparables (<http://www.acamextequila.com.mx/amt3/historia.html>).

Podría decirse que fue entonces donde el tequila consolidó su nombre; se recordará que todavía la canción “Cocula” donde Esperón, M. (1943) dice “...de Cocula es el mariachi de Tecatitlan los sones... de Tequila su mezcal...” ese vino mezcal ganó adeptos, pero en la segunda mitad del siglo XX simplemente se pedía por su lugar de origen: Tequila.

Dentro de la historia del tequila, es importante mencionar la crisis financiera del siglo XX en los años ochenta por la que pasó esta bebida nacional, ocasionada por plagas en los cultivos de agave y que lejos de perjudicar al tequila lo benefició, ya que muchos bebedores de vinos importados pusieron la mirada en el tequila, pero su mayor auge fue a finales del siglo XX por diversos factores como la reorganización de la industria tequilera, el incremento comercial y el consumo de esta bebida por el público femenino entre otros .

Hoy en día la industria tequilera es una de las más activas en México, existen un total de 125 empresas tequileras de las cuales el 80% son jaliscienses (Comité Regulador del Tequila, junio de 2015).



Paisaje agavero, fotografía M.C.L.M. mayo de 2015

El proceso de la producción del tequila se puede apreciar disfrutando también de los paisajes agaveros, ya que algunas fábricas de tequila han decidido dar un recorrido por sus instalaciones y sus campos agaveros, sin dejar a un lado lo pintoresco de la región que muestra sus costumbres y en algunas fechas las tradiciones del lugar.

Mundo Cuervo abre sus puertas como una empresa turística derivada de las necesidades de los visitantes a la industria tequilera en 2003. La Cofradía en 2005; Destilería Rubio en 2006; La Perseverancia en 2005; La Alborada en 2005-2006 y después en 2007 y la Fortaleza (Los Abuelos) en 2008. Estas empresas ofrecen recorridos para conocer el proceso de producción y apreciar el pueblo mágico de

Tequila, Jalisco, algunas lo hacen en un transporte especialmente característico ya sea en forma de barril, carretas o camionetas especiales para este recorrido, contando también con personal capacitado como son los guías, pero Mundo Cuervo es la única empresa que ofrece, además, el recorrido en tranvía.



Transporte turístico, fotografía M.C.L.M mayo de 2015



Placa del Permiso para elaborar tequila, fotografía M.C.L.M mayo de 2015

Tequila Cuervo tiene sus orígenes en la época colonial. En 1740 Malaquías y José Antonio de Cuervo obtienen el permiso para sembrar agaves y producir vino Mezcal en su taberna “La Chorreada” ubicada en la Cofradía de las Animas, la primera fábrica, productora de tequila que sigue en pie hasta nuestros días.

El 15 de diciembre de 1755 se da a conocer el edicto del Obispo Fray Francisco de San Buena Ventura Martínez, en el que se establece que queda prohibida la producción, venta y consumo de Vino Mezcal, entre otras bebidas alcohólicas so pena de excomunión, esto debido a cuestiones morales sociales y comerciales, además de proteger el vino de uva traído de la península Ibérica en periodos virreinales, no es sino hasta 1795 que el rey de España Carlos IV le otorgó a la familia Cuervo una nueva concesión para producir y distribuir el vino mezcal debido

a lo anterior algunos tequilas José Cuervo presentan dicho año como el inicio de la empresa.



Campos sembrados de agave azul que se utiliza para hacer el tequila, fotografía mayo de 2015

Según datos de la propia empresa ya en 1868 contaban con tres millones de agaves sembrados en sus tierras, aún a la entrada del municipio de Tequila, Jalisco se puede apreciar el paisaje agavero “origen de una Industria” Romo, Luis (2014:14), característico de la zona ya que, “un paisaje no solamente se ve y se contempla sino que se siente se asimila con todos los sentidos y penetra en nuestro cuerpo y nuestra mente produciendo ricos y variados sentimientos” Álvarez Muñarriz, Luis, (2011:59), que nos obligan a imaginar cómo era este paisaje cuando en 1758 José Antonio Cuervo adquiere la Hacienda de la Cofradía de las Ánimas, cuyas tierras ya contaban con grandes extensiones sembradas de agave. Y empieza con la producción de tequila, pero no es sino hasta 1795, como ya se mencionó, que José Guadalupe Cuervo, hijo de Antonio, recibe la primera autorización oficial para la producir y comercializar el vino mezcal.



La Rojeña de José Cuervo, fotografía M.C.L.M. mayo de 2015

Ubicada en Tequila, Jalisco, La Rojeña establecida en 1812 cuya fachada hoy día está cubierta por hiedra dejando al descubierto únicamente los portones y las ventanas produciendo una agradable sensación de frescura y humedad en medio de un clima cálido, es la primera fábrica que empezó a elaborar lo que hoy conocemos como tequila, la más grande y la más antigua de México cuyos dueños son descendientes de la familia Cuervo y que es la empresa número uno en ventas de tequila en el mundo ya que su marca “José Cuervo Especial” se vende en 90 países.

La Rojeña y sus alrededores es el espacio en el que se llevan a cabo las experiencias que ofrece Mundo Cuervo y en la que se puede observar la historia de dicha bebida y el proceso de producción desde el cultivo del agave, la jima, la recolección de las piñas, la cocción de las mismas en los hornos, la extracción y obtención de mostos, la fermentación, la destilación y la maduración, reposo o añejamiento. La siguiente fotografía muestra el patio de descarga de las piñas listas para su selección y pesado, antes de entrar al proceso de cocción las piñas deben ser cortadas a la mitad, este patio sirve como elemento de vinculación entre los demás espacios del establecimiento industrial que se convierte en un atractivo para el visitante.



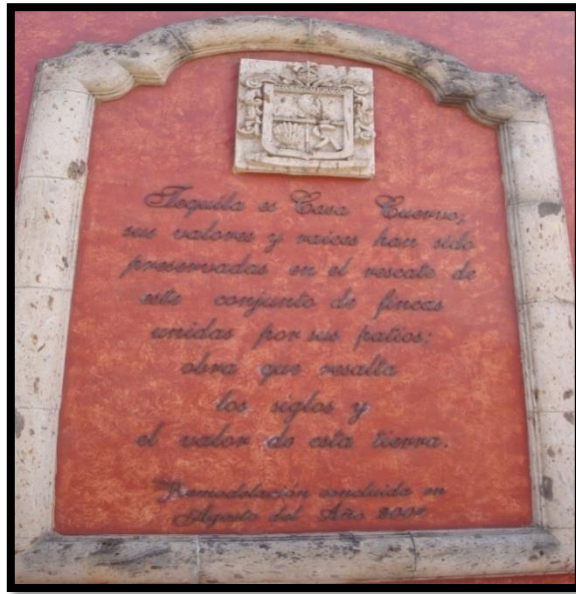
Las piñas del agave listas para la cocción, fotografía M.C.L.M mayo de 2015

2.3.- Mundo Cuervo

Es de suma importancia distinguir a las empresas que conforman el ramo turístico, sus características y relaciones con el sector empresarial a fin de comprender sus

funciones y la importancia que tienen en la actividad económica y social del país. “Mundo Cuervo” es una empresa turística creada en el año 2003 para satisfacer las necesidades de los visitantes de la Fábrica de Tequila José Cuervo de acuerdo con la definición, una empresa turística: es aquella organización que se dedica a ofrecer bienes y servicios turísticos y “Mundo Cuervo” es claro ejemplo de esto ya que además de mostrar a sus visitantes el procesos de producción de tequila ofrece una variedad de experiencias, para conocer sus instalaciones, su producto y en general el entorno del tequila: desde que se siembran los agaves, su proceso de corte, cocción, extracción del vino mezcal, su fermentación, almacenamiento y degustación hasta su venta.

El escudo de armas de “Mundo Cuervo” y José Cuervo Express están compuestos de tres elementos: un cuervo, una planta de agave azul y el fierro quemador de la Hacienda Solar de las Ánimas como se puede apreciar en la siguiente fotografía que se encuentra en uno de los patios de Mundo Cuervo.



Placa de remodelación que contiene el escudo de armas de la familia Cuervo, fotografía M.C.L.M mayo de 2015

En agosto de 2013 se habló de que el tequila José Cuervo, industria que controla alrededor de 29% del mercado mundial ocupando el cuarto sitio en la venta de bebidas alcohólicas y que factura cada año 450 millones de dólares, de tequila (2,800 mdd), 60% de las ventas se realizan en EU y además del tequila también vende sus propios vodkas: Oso Negro y Gotland y ron: Matusalén y Castillo, podría pasar a manos inglesas ya que la compañía Diageo; principal fabricante de bebidas alcohólicas en el mundo, como son Buchanan's, Smirnoff, Baileys, Captain, Tanqueray Morgan, y la cerveza Guinness está interesada en la compra que sería por más de tres mil millones de dólares dicha, empresa se encarga actualmente de la distribución del Tequila Cuervo fuera de México y que con la compra de José Cuervo reforzaría su presencia en el mercado de Latinoamérica, pero quizá sólo fue una propuesta pues ya no ha habido más información al respecto (<http://www.manufactura.mx/industria/2012/08/22/casa-cuervo-sera-ingles>).

CAPITULO 3

CAMBIOS DE GESTIÓN, MENTALIDAD, COMUNICACIÓN

3.1.- “Mundo cuervo” empresa de turismo industrial

Para considerar a Mundo Cuervo como una empresa de turismo industrial es necesario mencionar sus antecedentes los cuales fueron aprovechados para promover las visitas a la fábrica con el propósito de ver y conocer el proceso de producción del tequila y que posteriormente creó una empresa turística complementaria a la fabricación del tequila, ejemplo del turismo Industrial.

3.2.- Antecedentes de Mundo Cuervo

Antes del surgimiento de “Mundo Cuervo” sólo se mencionaba Casa Cuervo o Tequila Cuervo, ya que sólo se dedicaba a la producción y venta del tequila y ofrecía algunas visitas guiadas a sus mejores distribuidores para que conocieran el proceso de producción del tequila que vendían. La idea de crear una empresa turística surge en el 2003 por iniciativa de Araceli Ramos, directora de relaciones públicas de Tequila Cuervo.

De acuerdo con Torreros, (2010:26) pueden nombrarse cuatro periodos en la historia turística de esta empresa.

El primero Periodo de turismo espontáneo. Aunque el turismo en Tequila, se da por la venta de tequila, no representa hasta antes de 1997 una actividad relevante para la economía local. Cabe mencionar que el Tequila Express fundado por la Cámara Nacional de Comercio de Guadalajara y FERROMEX en 1997, año en que se da el

primer recorrido (tequilaexpress.mx/recorrido), tuvo como primer destino el poblado de Tequila, y fue un impacto importante para el turismo.

El segundo periodo de turismo informal. Entre 1997 y 2002 periodo en el que se da la integración de Tequila en el Programa Pueblos Mágicos; tomando en cuenta que un lugar es considerado como pueblo mágico cuando cumple con los requisitos necesarios propuestos en el año 2001, a través de la Secretaría de Turismo el gobierno federal que instituyó el programa Pueblos Mágicos, cuyo objetivo es darle un valor especial a aquellas poblaciones con gran afluencia turística dichos lugares deben reunir las condiciones de cercanía a lugares turísticos ya reconocidos o estar cerca de la zona urbana, tener vías de comunicación accesibles, así como poseer valores culturales y patrimoniales atractivos a los turistas, además de tener una planificación y contar con el compromiso de participación activa por parte de los pobladores entre otros. Tequila se incorporó al programa en el año 2003 y durante los primeros cuatro años recibió recursos próximos a los 1.5 millones de dólares por parte del gobierno (www.sectur.gob.mx) este periodo fue quizá el más importante debido a que la creación de nueva oferta turística, es uno de sus objetivos.

La mejoría de la imagen urbana sigue espacialmente la localización de las empresas turísticas.

El tercer periodo de institucionalización del turismo –inducido-. Entre 2003 y 2006 y quizá en más polémico porque involucra a la producción de agave y a los agaveros, es la declaratoria del paisaje cultural. Esta declaratoria implica un compromiso de todos, como lo menciona Francisco López Morales (2006) que dice “Los compromisos también incluyen una preservación muy cuidadosa a escala

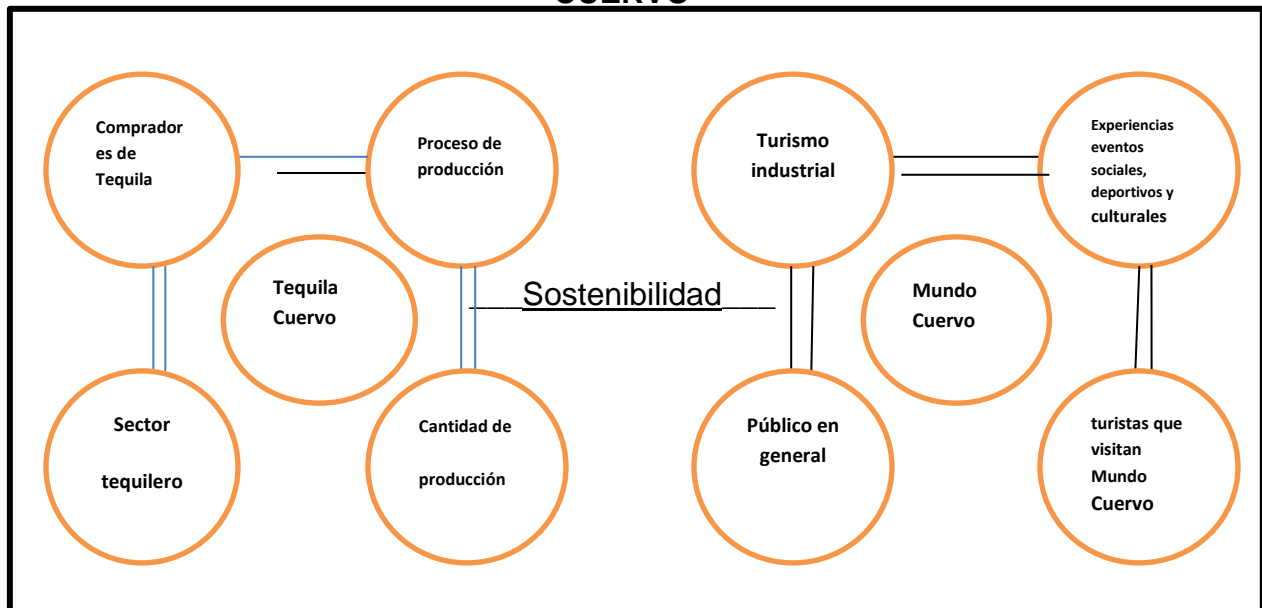
ambiental en toda la zona, con claridad en proyectos sustentables y que eviten la proliferación de asentamientos humanos, sobre todo en las áreas cercanas a los sitios arqueológicos”. (<http://www.jornada.unam.mx/2006/07/13/index.php?section=sociedad&article=048n1soc>). Por tanto, los campos agaveros no pueden utilizarse para otra actividad; además esta declaratoria no sólo protege a la planta de agave azul para que se siga produciendo en las zonas propicias, sino que la hace originaria y propiedad de México y evita su alteración o falsificación. Paralelo al reconocimiento de la UNESCO, surge el proyecto Ruta Turística del Tequila, promotor de nuevas inversiones en la zona.

Periodo de efervescencia turística. De 2007 a la fecha, periodo en el que Tequila Cuervo se convierte en una “industria viva” que además de dar a conocer su producto y el proceso de producción del mismo, son promotores de servicios turísticos y “vendedores de cultura nacional” ya que por medio de ellos se puede conocer parte de la cultura mexicana a través de su historia y el proceso de producción en la elaboración del tequila, de esta manera logran que vecinos, turista y trabajadores conozcan el proceso de producción del tequila.

Para explicar el cambio de una industria a una empresa turística se muestra el siguiente esquema elaborado a partir del ejemplo de Aracil (2010:8) que se presenta en la página 12 de esta investigación.

3.3.-DE LA INDUSTRIA TEQUILERA A LA EMPRESA TURÍSTICA MUNDO

CUERVO



Se cree que una industria procesadora de un bien no puede ofrecer más que el bien que produce, en este caso el tequila, pero Tequila Cuervo es un cambio conceptual que rompe los esquemas convirtiéndose en el ejemplo del turismo industrial en México ya que además de mostrar el proceso de producción del tequila ofrece una variedad de servicios turísticos como las experiencias, eventos deportivos sociales y culturales, además de eventos especiales dentro de sus instalaciones.

En la gestión de administración tanto la fábrica como la empresa son sostenibles y pueden funcionar a la par. La fábrica se enfoca a un determinado sector de la sociedad quien será su cliente y de esta manera hace la cultura de su fábrica o industria, y establece una política que satisfaga las necesidades del sector que consume el producto y que al final es el que hará crecer la economía de la misma.

Analizando el esquema anterior, se puede observar qué tanto la industria tequilera como en la empresa turística “Mundo Cuervo”, tienen cuatro ejes respectivamente como lo indica en su esquema “Modelo Integral de la empresa Turística” Mancebo (2010) y que se explican a continuación mencionando a la par cada uno de ellos.

Mientras en la Industria Tequila Cuervo, el primer eje sería la sociedad: que se refiere al sector a quien va dirigida su oferta de producción y que en este caso sería el sector tequilero, Para la empresa “Mundo Cuervo” este sector es el público en general.

El segundo eje se refiere a la cultura es decir el potencial para Tequila Cuervo son los compradores de tequila y no solo del ámbito empresarial o comercial sino los residentes del lugar y los visitantes o turistas tanto nacionales como extranjeros (Turismo Industrial) que son los mismos que al ser atraídos por el tequila, la cultura y la “Magia” del pueblo provocan el cambio de mentalidad de los industriales de Tequila Cuervo y dan la pauta para el surgimiento de la empresa “Mundo Cuervo”.

El tercer eje es la política que para Tequila Cuervo consiste en cubrir la demanda o cantidad de producción del tequila; para “Mundo Cuervo” será la cantidad turistas que visitan esta empresa y de quienes tendrá que conocer las necesidades de bienes y servicios que necesita el visitante.

El cuarto y último eje se refiere a la economía la cual para Tequila Cuervo se basa en el proceso de producción del tequila que también se convierte en un atractivo para los compradores y visitantes curiosos que además requieren satisfacer las

necesidades básicas como son alimentación ,hospedaje recreación y esparcimiento para sentirse satisfecho en su destino final en este caso “Mundo Cuervo” empresa adyacente a la fábrica procesadora de Tequila que con los cambios de mentalidad gestión, y comunicación ofrece satisfacer esos servicios básicos además de experiencias y eventos sociales, deportivos y culturales. De esta manera el funcionamiento conjunto de ambas logrará una economía sustentable para ambas una con la producción y la otra con los servicios que se ofrecen.

El objetivo de una empresa turística consiste en que el turista disfrute su estancia con la idea de regresar y para esto la empresa debe ofrecer los servicios necesarios para satisfacer las necesidades de los turistas sin dejar de tomar en cuenta a los habitantes de la localidad, que también son de vital importancia para el crecimiento económico de la empresa ya que ellos son su mejor promotor, es por eso que “Mundo Cuervo”, además de los servicios turísticos elementales, también organiza diversas actividades con los habitantes de Tequila Jalisco y de diversas partes que quieran integrarse a dichas actividades cumpliendo con los lineamientos y políticas de “Mundo Cuervo.” Entre estas actividades cabe mencionar los maratones, el ciclismo, los concursos de calaveritas, las noches mexicanas en el mes de septiembre, concursos en radiodifusoras, trivias por internet etc., todo esto para promover la visita a “Mundo Cuervo”.

3.4.- Un nuevo reto

Como se mencionó en los antecedentes, en un principio la Industria José Cuervo sólo recibía a distribuidores de tequila premiados por sus ventas para hacer un recorrido y mostrar el proceso de producción del tequila, esto originó la curiosidad de personas ajenas a la industria, pero interesadas en el proceso de elaboración. Tomando esto en consideración, José Cuervo abrió sus puertas en junio de 2003 al turismo nacional e internacional para dar a conocer el proceso de elaboración del Tequila en un ambiente familiar, cultural y tradicional, como comenta Araceli Ramos, Directora de Relaciones Públicas de “Mundo Cuervo” en entrevista realizada por Lucia González Torrero, estudiante de la Universidad de Guadalajara.

Hace 14 años cuando a mí me invitaron a trabajar en José Cuervo... era para manejar a cuatro grupos de 40 personas, distribuidores que venían premiados por sus ventas, era un viaje de incentivos que se les daba a ellos, pero Cuervo no tenía un anfitrión que se encargara de esto... Y les decía a la gente de centros de consumo: —mándame a los restauranteros, mándame a los meseros, mándame a los capitanes, para que cuando alguien les pregunte ellos sepan qué decir y lo mismo les decía a la gente de ventas...mándamelos para que la gente se enamore y sepan de dónde sale el tequila...

Torreros (2009:254)

De acuerdo con Araceli Ramos se dio cuenta que era necesario capacitar a las personas que se relacionaban con las ventas y consumo del tequila. Así mismo menciona que cuando iban a algún hotel por algún grupo algunas personas provenientes de otras compañías no relacionadas con la industria tequilera (Kodak, de Hewlett Packard, o de Flextronics) y que se encontraban en el mismo hotel,

preguntaban si ellos también podrían enviar a sus directivos a conocer el proceso de producción. Todo esto motivo a dar una respuesta positiva y a comprometerse a ofrecer otro tipo de servicios como es el de transporte, alimentos, recorrido y entretenimiento. Debido a lo anterior fue necesario estructurar la forma de crear un destino turístico creando itinerarios y dando origen a una empresa turística como lo es “Mundo Cuervo”.

Interpretando lo que dice Araceli Ramos: en un principio el dueño de la compañía, no confiaba mucho en la idea pero al exponer los motivos por los cuales la empresa podría tener éxito como historia, tradición, raíces y abolengo se atrevió a un cambio de mentalidad a arriesgar por un nuevo concepto y, sobre todo, confió y apoyó la idea de la creación de una empresa que se pone en marcha en junio de 2003 y que se va adecuando a las necesidades de los turistas.

...La creadora de la idea toma el cargo de Directora de Relaciones Públicas y el Director Corporativo del grupo JB (Juan Beckmann), Héctor Fernández Roselón, con apoyo del Director de Inmuebles y la parte administrativa de la empresa Alejandro Martínez” (Sobre el origen de la idea Mundo Cuervo. Entrevista con Araceli Ramos, Directora de Relaciones Públicas de Mundo Cuervo, realizada el 03 de octubre de 2009.) Torreros (2009:271).

El cambio en la mentalidad quizá fue lo más complicado al tratar de convencer a los dueños de Tequila Cuervo de ser más flexibles y crear una empresa de puertas abiertas para dar a conocer todo lo relacionado con la misma. Tener una mente abierta, flexible al cambio, a tener contacto directo con los turistas e incluso con los consumidores intrigados por saber cómo es el proceso de producción del tequila

Actualmente todo aquel que quiera conocer de manera profunda o específica el proceso de producción y añejamiento, así como las instalaciones de la tequilera y gran parte de la historia de la primera fábrica de tequila y de la producción del tequila en nuestro país lo puede hacer por medio de las diferentes experiencias que ofrece “Mundo Cuervo” y que son los diferentes recorridos por la Rojeña y sus campos de agave. Y por los que como menciona la Lic. Araceli Ramos, antes no se cobraba, pero en la actualidad, cada experiencia tiene un costo, este depende de lo que se quiera conocer o del poder adquisitivo de cada turista.

“...yo les daba el recorrido o les pedía a alguien de producción que me ayudara a dar el recorrido, así fue, al principio eran 7 y después eran 15 y después en un día hasta 60 gentes y claro, juntábamos el grupito y le dábamos el tour pero eso era totalmente por ganas de demostrar y de que la gente lo conociera. Claro que todavía ahí no teníamos los estándares turísticos, ahí era solamente por ganas de que conociera, no se cobraba nada...” Torreros (2009:271).

El cambio de gestión quizá no sea tan complicado, pero si de una ardua labor porque se trata de exhibir a la industria tequilera y a la empresa turística, yendo de la producción al servicio, mientras con las asociaciones del sector tequilero ir hacia afuera y abarcar otros sectores de la sociedad y de ser posible todos los sectores. Así mismo, con las instituciones públicas, es decir, del territorio al destino turístico que se quiere mostrar, en este caso, Tequila Jalisco, cuna del tequila.

Todo esto da como resultado una gestión integral que necesita de estrategias y acciones cuyos objetivos son los siguientes: comercial: mediante el cual se

promociona tanto el tequila como los servicios y experiencias que ofrece Mundo Cuervo; de comunicación y relaciones públicas: la interpretación es la clave de la comunicación hay que posicionar la imagen de marca “Cuervo” por ejemplo pasar de un concepto a otro:

Cuadro de conceptos

Industria Tequila Cuervo	Empresa Mundo Cuervo
Vendedor de tequila	Vendedor de experiencias
Creadores de Paquetes	Creadores de historias
Los promotores	Los guías, el jimador, cuenta historias
El director de operaciones	El director de las experiencias

Fuente: Elaboración propia

Para comprender la tabla anterior se hace el siguiente análisis.

Mientras la Industria Tequila Cuervo vende la bebida tradicional, que cuenta con la nominación de origen, el tequila; al darse el cambio de gestión, la empresa “Mundo Cuervo” vende experiencias que van desde el viaje en el cuervo express, la visita a los campos de agave, recorrido por la Rojeña, conocer el proceso de producción del tequila y las áreas de usos múltiples hasta la degustación del producto.

Tequila Cuervo vende variedad, paquetes y promociones de la bebida, al cambiar la mentalidad “Mundo Cuervo” a través del recorrido motiva a cada uno de los turistas a crear su historia.

En cuanto al personal se refiere la industria capacita promotores para aumentar las ventas del tequila a nivel mundial con el cambio de mentalidad la empresa capacita guías, hace uso de todos sus recursos humanos como el jimador, que además de ser un experto en la jima de las piñas se convierte en “cuenta historias” debido a su experiencia a través de los años como empleado de Tequila Cuervo.

Para explicar un poco el aspecto económico, mediante el cual se demostró la sustentabilidad tanto de la industria como de la empresa ante los propietarios de Tequila Cuervo, es indispensable considerar, que mientras en la fábrica de tequila el director de operaciones muestra las directrices a seguir para aumentar sus ventas; el director de experiencias se encarga de analizar el tipo de turistas, para ofrecerle el servicio adecuado a sus necesidades mediante las experiencias y así trabajando a la par incrementar las ganancias económicas tanto de la industria como de la empresa turística.

También fue necesario abarcar lo industrial y tecnológico, que se encarga de mostrar el saber hacer, para esto es necesario la capacitación de los prestadores de servicios; el área de recursos humanos que se encarga de integrar y motivar al personal propio y a todo aquel que esté interesado en integrarse a la empresa y que quieran formar una gran familia por lo que es necesario impulsar la aceptación positiva de las diferentes áreas de opinión tanto de la industria como de la empresa.

3.5.- Servicios turísticos

Al ofrecer servicios turísticos que satisfagan las necesidades de los turistas se logra, por parte de ellos, una comunicación y por ende una promoción diferente que genera menos gasto ya que se da de voz en voz.

Como se observa, los procesos industriales son un atractivo turístico ya que por medio de ellos podemos conocer parte de la cultura mexicana a través de su historia y el proceso de producción, de esta manera logran que adultos y jóvenes conozcan el proceso de elaboración del tequila, con un enfoque educativo, de aprendizaje, dentro de las instalaciones de La Rojeña (primera fábrica de tequila), pláticas educativas acorde a una carrera e interés. A través de “Mundo Cuervo” se harán participes en el consumo responsable de bebidas alcohólicas y de cuál es la mejor manera de disfrutarlas sin caer en excesos otro de los enfoques educativos es la historia que inicia contando como fue la primera de transportación del tequila mediante carretas, posteriormente se fueron utilizando automóviles de la época por lo que en los patios de la Rojeña se puede apreciar una colección de autos clásicos que se utilizaban para transportar las primeras botellas “damajuanas”, llamadas así porque se exportaba a Cuba y había una mujer que las recibía llamada Juana.



Colección de los primeros autos que se utilizaron para transportar las botellas de tequila llamadas damajuanas 1920-1940 fotografía. M.C.L.M. mayo de 2015

Además, se puede conocer el proceso y las historias que rodean a esta bebida nacional observando los murales que se encuentran en pasillos de la Rojeña convirtiendo también este lugar en un museo que hace volar la imaginación de los

visitantes hacia tiempos remotos y mediante la explicación imaginar cómo se realizaba el proceso de producción en forma artesanal, también se pueden apreciar fotografías de estos murales en el libro "Los Sentidos de Tequila".



En el antiguo proceso un hombre se metía a la barrica de madera y con sus microorganismos se llevaba a cabo la fermentación del tequila. Fotografía M.C.L.M. mayo de 2015

Durante mucho tiempo solo bebían tequila las personas de los ranchos o en las fiestas populares, pero de un tiempo a esta parte el consumo del tequila ha ido en aumento y no hay reunión en la que no se ofrezca un “caballito” cuando menos.

Si bien la industria mexicana que produce el tequila, el cual compite con otros licores de abolengo, ha tenido un proceso de expansión, se han mantenido bajo las

técnicas tradicionales para la obtención de dicha bebida, pero también se han dado cuenta de la necesidad de buscar soluciones tecnológicas que ayuden a ser más competitivas, para esto tequila Cuervo cuenta con especialistas y un laboratorio que se encarga de certificar el control de calidad del Tequila desde la materia prima hasta el producto final. Todo esto se explica dentro de los recorridos, pero se conceptualiza desde la gestión porque ya no sólo se venden paquetes sino historias significativas.



Placa de certificación de calidad y laboratorio Fotografía: mayo de 2015

3.5.1.- Recorridos

Los recorridos tienen ventajas y beneficios ya que, al ofrecer las experiencias, además de generar recursos económicos, se da a conocer la marca que será promovida de manera intensiva, fácil y económica, esta promoción la realizarán los visitantes de voz en voz dando origen a una comunicación masiva no sólo en el ámbito nacional sino internacional, ya que los turistas que visitan Mundo Cuervo son de diferentes partes del mundo.

En sus inicios “Mundo Cuervo” empezó dando dos recorridos: uno a las 10:00 y otro a las 12:00 porque eran pocos los turistas que asistían a conocer el proceso de producción de esto hace mención Araceli Ramos directora de relaciones Públicas:

...en ese momento dijimos —hay que empezar a estructurar esto y entonces comenzamos a dar dos recorridos por la mañana, uno a las 10 y otro a las 12 y juntábamos a la gente y les decíamos a las doce va a haber un recorrido a la gente que llegaba ahí por su propio pie... (Sobre el origen de la idea Mundo Cuervo.

Entrevista con Araceli Ramos, Directora de Relaciones Públicas de Mundo Cuervo, realizada el 03 de octubre de 2009) Torreros (2009:256)

Como dice Araceli Ramos, en la entrevista que le hizo Lucia González Torreros; en un principio el grupo era pequeño y no se cobraba nada, pero la demanda de los turistas por querer conocer el proceso de producción hizo necesario el cobro y entonces se tuvieron que buscar estrategias y objetivos para dar este servicio de una manera eficaz creando así experiencias.

3.5.2.-Las “experiencias” en Mundo Cuervo

El servicio, a diferencia del producto físico, es impalpable, por lo que no se puede experimentar la sensación antes del disfrute real, esto es, se puede beber el tequila, pero en el caso de los servicios no pueden evaluarse hasta que se disfrutan, muestra de ello son las experiencias que se viven en la empresa “Mundo Cuervo”, ésta ha diseñado diferentes recorridos para dar a conocer el proceso de producción y los atractivos con que cuenta.

“Mundo Cuervo” ofrece actualmente seis experiencias o recorridos que año con año van renovando y que son diseñados para diferentes tipos de público, se le denominan experiencias porque es algo que los turistas no olvidan ya que en estos recorridos pueden conocer tanto el proceso de producción como los lugares más importantes y atractivos de Mundo Cuervo.

Tabla de experiencias

Experiencia	Recorrido	duración	Costo	Horario
Experiencia Clásica	recorrido por la Rojeña	1 hora	200.00	lunes a viernes y domingo 10:00 a 17:00 hrs. Sábado 10:00 a 18:00 hrs.
Experiencia José Cuervo:	la cava exclusiva de José Cuervo	1:30	\$330:00	10:00,11: 00a.m,12:00,14:00,15:00,16:00, 17:00p.m. lunes a Domingo.
Experiencia José Cuervo VIP	Hacienda privada	2:30hrs	400.00	11:00a.m, 14:00 y 16:00 p.m. lunes a domingo
Experiencia José Cuervo VIP con campos	Hacienda privada, campos de agave para conocer la jima	3hrs	\$650.00	11:00, 13:00, 15:00 y 17:00 Sábados11:00, 13:00 y 15:00. domingo
Experiencia Catado Maridaje:	cava privada del tequila Premium Reserva de la Familia	2hrs	\$490.00	13 horas
Experiencia Envasa tu botella Reserva de la Familia	la cava exclusiva de José Cuervo	2hrs	\$1,550. 00	Previa reservación, min 5 personas

Fuente: Elaboración propia.

Se observa que hay experiencias para cada necesidad y presupuesto, con lo cual la empresa cubre un mercado más amplio. Se nota que el atractivo primordial de “Mundo Cuervo” es la Cava Exclusiva de José Cuervo ya que es la que tiene mayor demanda y los recorridos se llevan a cabo toda la semana a partir de las 10:00 am

hasta las 17:00 pm incluyendo el proceso de producción del tequila que da inicio con el recorrido por los alrededores de Tequila, apreciando los sembradíos que dan una vista muy singular a los paisajes.

Las experiencia que ofrece “Mundo Cuervo” son variables, generalmente esto otorga matices específicos en cada situación dependiendo el carácter, humor, motivación y demás elementos inherentes al ser humano se viven situaciones o sensaciones diferentes en cada uno de los espacios que forman parte del recorrido, en ocasiones se transportan en tiempo y espacio y se puede apreciar el olor y el sabor del tequila sin siquiera haberlo probado.

El éxito turístico de “Mundo Cuervo” se debe a los cambios de gestión, mentalidad y comunicación ya que al mostrar su producto sin perder el sentido original ha sabido innovar en la promoción de un destino mediante sus recorridos o mejor dicho “experiencias Mundo Cuervo” en las que se tienen vivencias culturales y educativas que pretenden perdurar en el recuerdo de quien visita Mundo Cuervo. Es evidente entonces que estos recorridos surgen al percatarse de las necesidades que tienen los turistas y para satisfacerlas de la manera más adecuada fue necesario poner en práctica los cambios antes mencionados y para mostrarlos se resumen de la siguiente forma:

3.5.2.1.- Experiencia Clásica: Consiste en un recorrido por la Rojeña, la destilería más antigua de América Latina degustación de agave cocido, tequila recién destilado, degustación de tequila, cóctel margarita.



Parte superior de la cava de la familia



Agave cocido conocido como mezcal

Fotografías M.C.L.M mayo de 2015

3.5.2.2.-Experiencia José Cuervo: Mediante el proceso de producción se muestra por ejemplo que: la cocción de las piñas dura entre 36 a 38 horas, este proceso refina el sabor del tequila; un agave tarda entre ocho y diez años en alcanzar su madurez, para elaborar un litro de tequila se necesita por lo menos 7 kilos de agave.

En esta experiencia además de conocer los cultivos de agave se recorre parte de la Rojeña y se pueden apreciar también los hornos que se muestran en la siguiente fotografía.



Hornos de mampostería para cocer las piñas de agave azul, fotografía M.C.L.M mayo de 2015.

3.5.2.3.- Experiencia José Cuervo VIP: Otro espacio de suma importancia es la cava exclusiva de José Cuervo porque su historia es de más de 250 años, en la que se vive una experiencia conociendo el proceso de elaboración del Tequila, visitando la cava privada la Familia con degustación directa de barrica.



Cava de la familia fotografía M.C.L.M mayo de 2015

3.5.2.4.-Experiencia José Cuervo VIP con campos: además con visita a los campos de agave para conocer la jima, incluye una visita guiada a la Hacienda privada para conocer los jardines con las esculturas de Leonora Carrington, degustación de bocadillos mexicanos. Barra libre de margaritas.



Esculturas de Leonora Carrington. Fotografías M.C.L.M mayo de 2015

3.4.2.5.- Experiencia Catado Maridaje: una experiencia por el proceso de elaboración del Tequila, visitando la cava privada de la Familia con degustación directa de barrica, finalizando con una cata Maridaje.



Cata Maridaje fotografías M.C.L.M mayo de 2015

3.5.2.6.- Experiencia Envasa tu botella Reserva de la Familia: incluye Experiencia José Cuervo antes mencionada y envasa tu botella reserva de la Familia.

Lo anterior muestra como de una industria 100% tequilera Tequila Cuervo se convirtió también en una empresa turística, “Mundo Cuervo”, que le ha llevado a un éxito mayor tanto en las ventas del tequila como en la captación del turismo y la organización de eventos especiales en sus instalaciones.

Los servicios turísticos se pierden si no se otorgan, no se puede almacenar.



La cava de la familia, fotografía M.C.L.M mayo de 2015

La cava de la familia es un lugar que invita a la convivencia aunque sólo sea por unos minutos, ya que el lugar esta acondicionado con una mesa y sillas haciendo sentir al visitante en una taberna en la que puede degustar el mejor tequila, un lugar que deja ver el paso del tiempo, mostrando las barricas de tequila con más de 100 años de añejamiento y algunas botellas que se utilizaban antiguamente como las damajuanas, primeras botellas en las que se transportaba el tequila. (información obtenida durante el recorrido en la visita a Mundo Cuervo).

3.6.-Conociendo el proceso de producción

El recorrido por Mundo Cuervo es una muestra del cambio de mentalidad ya que proporciona aprendizaje a los visitantes y turistas principalmente en lo que se refiere al proceso de producción del tequila y la primera enseñanza es la de:

3.6.1.- El cultivo

Para poder apreciar y comprender el proceso de producción es necesario entrar en contacto con la naturaleza y por ende con los cultivos de agave azul que es la materia prima. Ya estando en estos campos de cultivo el guía especializado se encarga de presentar a Don Ismael quien se podría decir es el jimador oficial de Mundo Cuervo, este hombre del campo comienza por decir que primero se siembra el agave azul, Tequilana Weber, se llama así porque fue tipificada a principios del siglo XX por un botánico llamado Weber se cultiva mediante el trasplante de hijuelos que son plantas pequeñas que nacen del corazón del agave. En promedio esta planta madura a los siete años cuando alcanza la máxima acumulación de carbohidratos, en ocasiones son cinco o diez años de maduración dependiendo de la planta, la tierra y el clima; en la actualidad hay unos 20 millones de plantas sembradas para la industria tequilera.



Don Ismael mostrando los cultivos y explicando el proceso de maduración de los agaves y cortando algunos hijuelos para invitar a los turistas a sembrar un agave, fotografía M.C.L.M mayo/3 /2015



Don Ismael, el jimador, fotografía M.C.L.M mayo 2015

3.6.2.-El jimador

En la industria del tequila, la cosecha recibe el nombre de jima evocando el gemido que hacen los trabajadores al realizar esta tarea, y a la persona que la realiza se le denomina jimador. De ahí que, al ser un personaje de suma importancia, la empresa optó por presentar, en una actitud de demostración y de teatralidad por parte de Don Ismael quien muestra cómo se realiza la jima que como dice él es el corte de la planta cuando ya está madura se hace con el instrumento llamado coa, que es una pértiga con una punta con una punta redonda afilada. Con la coa se cortan las pencas hasta dejar las piñas que pueden pesar de 40 a 100 kilos tras el corte las piñas se transportan a la fábrica.

Don Ismael es el Jimador/objeto/persona como parte importante del atractivo turístico ya que la mayoría de los turistas tienen la curiosidad de conocer a este hombre que juega una pieza clave como uno de los atractivos turísticos de tequila. El jimador es otra muestra en el cambio de mentalidad de la industria pues cada integrante de ella es de gran importancia para conformar la empresa turística.

La imagen de la empresa se difunde más debido a la sesión de fotos del jimador con los turistas fotos que regularmente circulan en las redes sociales innovando la forma de comunicación y promoción de la industria tequilera y de la empresa turística, que además de dar a conocer ambas en forma masiva es la promoción más eficaz y económica que existe.



María Nogami (Japón) con Don Ismael: fotografía M.C.L.M. mayo de 2015

Este hombre comenta que tiene 40 años siendo jimador en la Casa Cuervo. Que su oficio ha pasado de generación en generación desde sus antepasados, y quien mejor que él para explicar el proceso, desde que se siembra la planta hasta que llega a su estado de madurez y se corta para procesarlo y convertirlo en tequila. Don Ismael comenta que una persona tiene que sembrar de 3000 a 3500 plantas de agave en 5 horas. Él muestra y explica como con las herramientas de trabajo de los jimadores (un barretón, y una coa que pesa entre 8 y 10 k) se utilizan para llevar a cabo el trasplante de los hijuelos, así como, su selección; porque no deben estar

enfermos, si así fuera, sólo sirven como composta, además explica que el primer corte se hace cuando la planta tiene dos años, el siguiente a los cinco años, y el último año se le llama de castigo, también dijo que la piña por dentro es sólida se compone de fibra, agua y almidón que después de la cocción se hace líquida



Turistas simulando cortar las piñas, fotografía M.C.L.M. mayo de 2015

3.6.3.- Recorrido por la Rojeña

Después de visitar los campos de agave inicia el recorrido por la Rojeña.



Desde el área de recepción la atención es personalizada, fotografía mayo de 2015

En este apartado también se puede apreciar el cambio de gestión ya que es en este lugar donde se realizan las gestiones para dar inicio a cualquiera de los diversos recorridos o experiencias antes mencionadas, un patio que sirve como antesala, acondicionada con mesas para saborear, si se desea, un aperitivo o tener una agradable charla sobre lo que será el recorrido, es la primera impresión que se tiene al llegar a “Mundo Cuervo” y en la recepción que es el primer contacto personal se

pueden admirar muebles de madera con labrados de plantas de agave y en las paredes resaltan algunas fotografías de la atención personalizada. En este espacio se inician las gestiones para iniciar el recorrido por la Rojeña y es de suma importancia porque es el primer contacto con el personal capacitado para motivar al turista a participar de las experiencias que con el cambio de gestión se realizan en Mundo Cuervo.



Antesala donde se proyecta un video de Mundo Cuervo y las indicaciones para iniciar el recorrido, fotografía M.C.L.M mayo de 2015

Una vez que da comienzo el recorrido, los grupos reciben previamente algunas breves instrucciones sobre las normas de seguridad e higiene que cualquier visitante debe cumplir en esta empresa como usar una cofia y caminar por los

señalamientos, además de tomar fotografías sólo en los lugares permitidos y que serán indicados por el guía.

La empresa proyecta un video que habla de la historia de Tequila Cuervo, (2015) esto se lleva a cabo en una sala en la que se pueden apreciar algunas pinturas que muestran la historia del tequila y que los turistas al admirarlas se empiezan a identificar con lo que van a apreciar en el recorrido.



Muestra de las normas de seguridad de Tequila Cuervo fotografía M.C.L.M, mayo de 2015

Cabe mencionar que además del aprendizaje histórico cultural también hay un aprendizaje educativo mediante el cual conocemos el aspecto ergonómico de una empresa desde que nos proporcionan la cofia como parte de la higiene hasta el señalamiento al seguir las líneas de ruta de seguridad para evitar riesgos y/o accidentes.

3.6.4.-Cocimiento

Cuando tequila Cuervo se decide dejar que los turistas y visitantes no sólo admiren la infraestructura de la fábrica de Tequila sino también el proceso de elaboración, muestra el cambio de mentalidad por parte de los industriales al permitir observar paso a paso dicho proceso, que inicia mostrando cómo antes de meterse a los hornos las piñas se cortan a la mitad y se colocan en el patio que corresponde a un almacén temporal del mismo.

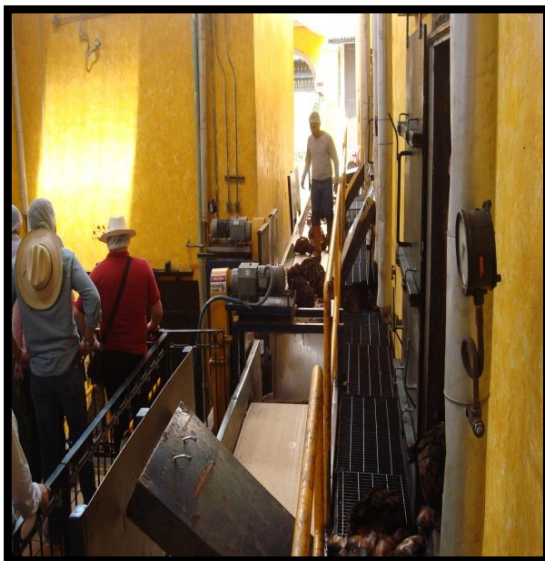


Las piñas listas para entrar a los hornos dan una imagen de teatralidad para hacer el recorrido más llamativo

fotografía M.C.L.M mayo de 2015

Las piñas se cuecen para transformar los almidones en azúcares simples que pueden fermentarse. El cocimiento antiguamente se hacía en hornos de piedra a nivel de suelo. Actualmente se emplea vapor en hornos de mampostería.

La siguiente fotografía muestra algunos de los 16 hornos hechos de mampostería de piedra para la mejor cocción.



Hornos artesanales hechos con tabique, fotografías M.C.L.M, mayo de 2015

3.6.5.-Extraccion y obtencion de mostos

Tras el cocimiento se extrae el jugo azucarado de las piñas mediante desgarradoras trenes de molinos de rodillos o ambas, cosas. Antiguamente se hacias en tahonas.



Tahona para moler las piñas, fotografía M.C.L.M mayo de 2015

3.6.6.-Fermentación

El jugo de mezcal es colectado en tinajas de preparacion de mostos aquí se agrega la levadura adaptada ya al medio desde un dia anterior. Una vez preparados los mostos son bombeados a la sala de fermentacion donde permanecen aproximadamente por setenta y dos horas, esto se realiza en volúmenes de 30,000 lts aquí los azúcares de mosto, por acción de las levaduras, se vuelven alcohol

etilico y dióxido de carbono. En esta etapa también se forman otros compuestos que contribuirán a las características esenciales del tequila.

3.6.7.-Destilación

Una vez fermentado el mosto es cargado en las columnas de destilación o alambiques de cobre o de acero inoxidable para su destrozamiento o primera destilación que consiste en el calentamiento del mosto para evaporarlo y condensarlo lo cual permite concentrar más el contenido alcohólico. Lo normal es la doble destilación pero en algunos casos se realizan hasta tres. El producto después de la destilación es el tequila ordinario, de la segunda destilación se obtiene un producto final con graduación alcohólica de 55% en volumen para reducir esta graduación a los niveles deseados la bebida es diluida en agua desmineralizada dando como resultado el tequila blanco.

3.6.8.-Maduración reposo y añejamiento

El tequila obtenido es almacenado en los tanques destinados para este propósito. De estos tanques el tequila es pasado a diferentes tipos de barricas para su maduración dependiendo del tequila que se quiera obtener: reposado, añejo o extra añejo. Las barricas suelen estar hechas de roble blanco de EEUU y otras Europeo.



Barricas de roble blanco, fotografía M.C.L.M mayo de 2015

Como se puede apreciar, el proceso de una industria viva pasa a ser parte de la exposición o del discurso con el cual se pretende dar a conocer, entretener y educar, a la par de promocionar, a “Mundo Cuervo”. Este aprovechamiento narrativo forma parte del cambio de comunicación y es el que ha dado éxito a la empresa, para esto se apoyan de guías jóvenes, capacitados, y serviciales, que durante todo el recorrido dan una reseña histórica de la Casa Cuervo sin perder de vista su mayor

atractivo, el Tequila por lo que se esmeran en dar una explicación detallada del proceso de producción del mismo.

3.7.-Transporte

3.7.1.-Mundo Cuervo sobre rieles

De las tequileras que reciben turistas Tequila Cuervo es la única que cuenta con tranvías turísticos para realizar recorridos dentro de la empresa “Mundo Cuervo”, por cuestiones de distancia y de tiempo; esto es buena innovación no sólo para aquellas personas que no les agrada mucho caminar sino para personas con capacidades diferentes, considerando que no se creó con esta finalidad en específico pero que ha beneficiado a estas personas que también disfrutan de estos lugares.

Al éxito de la empresa se sumó otro elemento más: los tranvías turísticos y el tren que va de Guadalajara a Tequila, el José Cuervo Express: tren que no es un transporte que lleva al Pueblo Mágico de Tequila es, como se mencionó anteriormente, una innovadora experiencia cultural y educativa que transporta a “Mundo Cuervo”; José Cuervo Express cuenta con siete vagones de lujo de 25 metros cada uno y cada vagón lleva el nombre de uno de los miembros de la familia Cuervo, de los cuales cuatro son destinados para pasajeros que gustan de admirar el paisaje y de una charla tranquila, y los otros tres vagones para un Bar, un Comedor y un Club Bar en los que se ofrece a los pasajeros una variedad de

botanas y tequila, en él se hace el recorrido de Guadalajara hacia “Mundo Cuervo” (www.informador.com.mx/economia/2015/6/amplian-ruta-del-cuervo-express.htm).

José Cuervo Express es un transporte que permite recorrer, y conocer, el paisaje agavero de Tequila Jalisco considerado por la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad; hasta llegar al Pueblo Mágico del Tequila y vivir experiencias en Mundo Cuervo. Esta empresa turística cada vez más visitada por turistas nacionales y extranjeros que están interesados en conocer el proceso de producción y disfrutar de los atractivos turísticos de “Mundo Cuervo”.

Tras la apertura del tren el 27 de enero de 2012, en el José Cuervo Express se transportan anualmente 22,000 personas para llegar hasta Tequila, Jalisco. La ocupación del expreso hoy representa el 60% del promedio anual de personas transportadas, lo que ha rebasado las expectativas de sus creadores. Un hecho que trasciende es que el 80 % de las visitas son nacionales mientras que el 20% restante son extranjeros provenientes en su mayoría de Estados Unidos, España, Canadá, Italia, Japón, Argentina, Inglaterra, Portugal por mencionar los más frecuentes (<http://www.forbes.com.mx/tequila-express-un-viaje-por-tren-con-sabor-mexico/>).

José Cuervo Express logró destacar dentro de “Mundo Cuervo” gracias a la experiencia que los pasajeros viven en sus siete vagones: cuatro, destinados para los pasajeros y tres vagones para un Bar, un Comedor y un Club Bar. Mientras el tren avanza, sumergido en paisajes tequileros, los pasajeros disfrutaban de botanas y de uno de los elementos que representan el orgullo mexicano, el tequila. Es así como el pueblo de Tequila y su Cuervo Express ofrece a sus turistas, magia y folklor.

Cabe mencionar que el expreso contribuyó al aumento en el número de personas que visitan "Mundo Cuervo". En 2012, a partir de la existencia del tren, 140 mil turistas visitaron el destino, un número considerable desde la apertura de "Mundo Cuervo" hace 11 años. Desde entonces "Mundo Cuervo" ha generado más de 400 empleos directos e indirectos, beneficiando principalmente a la comunidad de Tequila y sus alrededores (www.El Informador.com.mx/suplementos/2013).

Como se puede apreciar, el éxito turístico se ha debido a la diversificación de sus productos, que, sin perder la tradición, lo clásico, ha sabido innovar en la promoción de un destino.

A bordo del expreso, sus guías y sus creadores se encargan de informar que el tren no es el medio de transporte que lleva al pueblo mágico, es una "experiencia" que transporta a los visitantes a Mundo Cuervo. El tren es muy especial, su composición, su construcción, su estructura permiten un entretenimiento y enriquecimiento de viaje antes de llegar al destino. El trayecto que dura dos horas se hace ligero, agradable y divertido.



Tequila Cuervo Express fotografía: página de Mundo Cuervo

El tren parte de la estación FERROMEX (Washington 10, muy cerca del parque de Agua Azul, en el centro de Guadalajara) la salida es a las 5:00 y a las 11:00 a.m. el recorrido redondo toma aproximadamente 9 horas.



Tranvía turístico: fotografías: Página Mundo Cuervo

3.8.-Tiendas

Gracias al éxito obtenido, Mundo Cuervo se está extendiendo con innovaciones en otros giros que también ayudan a promocionar tanto a la industria Tequila Cuervo como a la empresa Mundo Cuervo mostrando así el cambio en la gestión y comunicación. El 25 de enero de 2013 inauguraron la nueva tienda “Casa del Tequilero” con sede en el Hotel Hilton de Guadalajara. La tienda se ubica muy cerca de la zona de Expos y Negocios más importante de la región lo que permitirá una afluencia destacada, como la ha tenido La Casa del Tequilero en el Hotel Camino Real Guadalajara y en el Hotel Camino Real de México en D.F.

La expansión de las tiendas tiene el fin de ofrecer una red más amplia en cuanto a puntos de ventas de los productos José Cuervo, mismos que gozan de gran aceptación entre los turistas.

“La Casa del Tequilero”, es una tienda que ofrece asesorías en línea y la venta de todo el portafolio de tequilas José Cuervo, así como objetos promocionales de la marca; de esta manera la industria Tequila Cuervo muestra el cambio de mentalidad, pues como se mencionó anteriormente además de vender tequila también vende experiencias.



Tienda la casa del tequilero Hotel Hilton Guadalajara, Jalisco, fotografía Casa Cuervo

3.9.-Hospedaje

Las empresas turísticas son las que se encargan de proporcionar los servicios necesarios como son: transporte alimentación y hospedaje. En relación con el servicio de hospedaje “Mundo Cuervo” no proporcionaba este servicio, pero debido a la demanda de los visitantes se ha hecho indispensable cubrir esta necesidad, por esto José Cuervo consideró necesario un cambio de gestión para pasar de la industria a la empresa turística ya que además de los atractivos naturales y culturales de un destino es sumamente importante ofrecer a los visitantes y turistas servicios que satisfagan sus necesidades como persona. “Mundo Cuervo”, hoy en día ya tiene su hotel, “El Solar de las Ánimas” inaugurado a principios del año 2015 “espera recibir gran afluencia, sobre todo de la industria de reuniones, congresos y convenciones, viajes de incentivo, quienes son los responsables de una mayor derrama económica en la población de Tequila” (Periódico Reforma. Título “En

Corto”. Lugar México DF. Fecha 4 de marzo 2015. Sección Negocios pág. 9) el hotel cuenta con una arquitectura de estilo virreinal de los siglos XVII y XVIII, cuenta con 93 habitaciones de lujo, es de categoría Gran Turismo, ubicado junto a la Plaza de Armas de Tequila, cubre de manera adecuada las necesidades de los turistas que deseen hospedarse en él; anteriormente Mundo Cuervo cubría este servicio con los hoteles ubicados en el pueblo mágico de Tequila, aunque no todos cubrían las necesidades de los turistas en el aspecto de hospedaje, este servicio era útil para aquellos turistas que quisieran disfrutar su estancia en este pueblo mágico. Esto es un ejemplo más de la adaptación de una industria viva que ofrece, las visitas guiadas y al mismo tiempo el confort para el turista que tiene necesidades de descanso y esparcimiento que se satisfacen mediante los servicios.





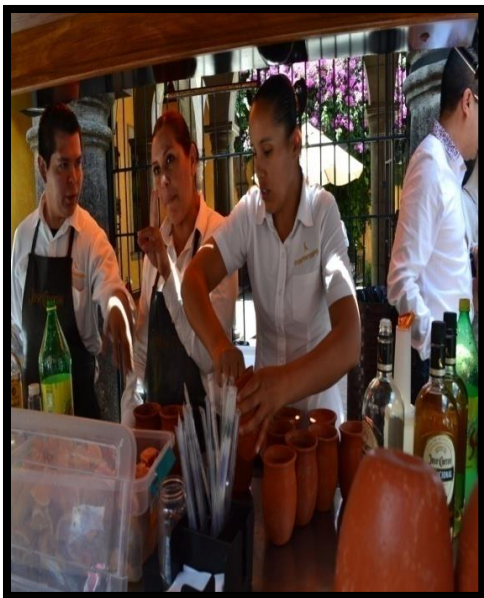
Visitantes y habitantes de Tequila, Jalisco, foto211grafíasM.C.L.M mayo de 2015

3.10.-Empleos

En un principio solo se daba un recorrido para conocer el proceso de producción

Araceli Ramos comenta: “Empezamos a estructurar el área, empecé a contratar gente para hacer un área de operaciones, un área de ventas... empezamos con

tours a las 10, a las 11, a las 12, a la 1 a las 2, tours bilingües empezamos a estructurar el área, empecé a contratar gente para hacer un área de operaciones, un área de ventas...” (Sobre el origen de la idea Mundo Cuervo. Entrevista con Araceli Ramos, Directora de Relaciones Públicas de Mundo Cuervo, realizada el 03 de octubre de 2009) González Torrerros Lucia (2009:256). Como nos podemos dar cuenta, para que una empresa turística tenga éxito es necesario contar con personal capacitado en el ramo turístico y administrativo como lo ha venido haciendo Mundo Cuervo para dar un servicio adecuado ya que el servicio que presta la empresa es la impresión que se llevara el turista quien es el mejor promotor de un destino. Es necesario que el personal que se contrata sea apto para desempeñar su trabajo y que además cuente con una actitud positiva que disfrute lo que hace.



Diversidad de empleos en Mundo Cuervo, fotografías M.C.L.M mayo de 2015

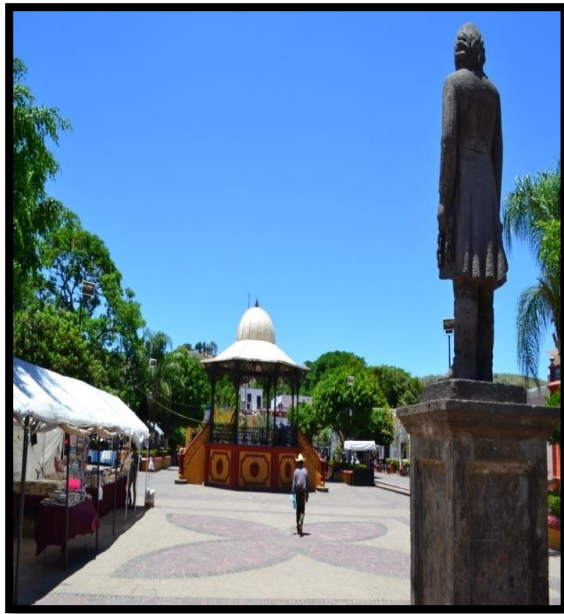
(El informador/Santiago Romero 2012) Itzel Fernández comenta que, en 2012 a partir de la existencia del Express Mundo Cuervo ha generado 400 empleos directos e indirectos beneficiando principalmente a la comunidad de Tequila y sus alrededores 140 mil turistas visitaron el destino



Artesanos y comerciantes, fotografía M.C.L.M mayo de 2015



Templo de la Purísima Concepción.



Plaza Cívica de Tequila Jalisco, fotografías mayo de 2015

Dadas las condiciones que anteceden, al pueblo de Tequila Jalisco se le otorgó la categoría de pueblo mágico pues cumple con los siguientes requisitos señalados por SECTUR. Debe contar con atributos como leyendas, historia, hechos trascendentales, cotidianeidad; 20,000 habitantes, la localidad debe ubicarse a una distancia no mayor a los 200 km o el equivalente a dos horas de distancia vía terrestre de un destino turístico, Generar productos turísticos dentro de la localidad, además de consolidar y/o reforzar los atractivos de la localidad fomentando así, flujos turísticos que generen mayor gasto en beneficio de la comunidad (gastronomía, amenidades y el comercio en general) así como, la creación y o modernización de los negocios turísticos locales, pero sin perder su aspecto provinciano. (www.sectur.gob.mx).

Además de cumplir con los requisitos anteriores debe contar con la inversión económica de la iniciativa privada y generarse un Comité de Pueblo mágico local y designar a un representante del mismo, la representación en el caso de Tequila, proviene de la empresa José Cuervo, así mismo la empresa participa con aportaciones económicas, cubriendo el monto municipal correspondiente ya que el municipio no contaba con los recursos monetarios suficientes para cubrir ese requisito (SEDEUR, 2007) ese apoyo se utilizó para remodelar la cabecera municipal de Tequila.



Cúpula para realizar alguna ceremonia fotografías, M.C.L.M. mayo de 2015



Estatua representativa de José Antonio de Cuervo fotografía M.C.L.M, mayo de 2015

CONCLUSIONES

Existen países principalmente en Europa donde el turismo industrial ha sido impulsado, gracias al patrimonio industrial con que cuentan estos países, primero dinamizaron económicamente aquellas áreas afectadas por el cierre de industrias, y la pérdida de empleos, consideraron que la recuperación del patrimonio industrial puede ser el inicio de un nuevo desarrollo completamente distinto al tradicional en el que el turismo se convierte en uno de los sectores principales para el progreso de un país, lo hicieron reutilizando la infraestructura de las fabricas inactivas convirtiéndolas en museos.

En México se cuenta al igual que en otros países de América y Europa con fábricas inactivas convertidas en museos que albergan colecciones de objetos que tienen una particularidad ya sea de lo que se producía en la fábrica o propia de la región donde se ubica este patrimonio; lo cual también permite la aplicación de numerosas claves temáticas, arqueológicas, técnica, socioeconómica, productiva etc. y presentar en todos los casos el mismo carácter didáctico que los museos convencionales, ya que ayudan a comprender a las generaciones actuales las formas técnicas, productivas y organizativas del pasado industrial. No obstante, no cuentan con los servicios necesarios para satisfacer las necesidades de los turistas tanto nacionales como extranjeros interesados en este tipo de patrimonio y que son los que dan nombre al Turismo Industrial.

Lo museístico del patrimonio industrial recupera un pasado y un paisaje olvidados que sirven de soporte para la identidad de lugares en los que se encuentran evidencias industriales.

Se recupera un atractivo crecientemente valorado y que muchas veces sólo se presenta con la interrupción de la actividad procesadora, haciendo atractivo únicamente la infraestructura, no obstante, es posible que en el momento en que la “industria viva” es decir la fábrica produce o transforma la materia prima en un producto, se convierta en un atractivo para los visitantes.

Los servicios, recorridos y experiencias muestran como una industria y una empresa tiene sentido si puede satisfacer con sus productos y servicios las necesidades de los clientes y turistas.

El cambio de mentalidad y la flexibilidad de la industria se observa cuando los empleados reconocen que sus actividades individuales son parte de algo mayor, se alinean en torno a metas comunes como el éxito de la industria y la satisfacción del cliente lo que los anima a ir más allá estimulando su creatividad. La comunicación no sólo es hacia afuera de la empresa sino en el interior porque si el personal de la empresa no conoce las actividades en las que están involucrados; existiría una falta de alineación en las actividades y los objetivos.

La flexibilidad y el cambio de mentalidad consisten en permitir al personal que se involucre en las gestiones de mejora continua e innovación. Al crear equipos donde se van a analizar las actividades, se fijan objetivos de rendimiento; se establece un sistema de aprendizaje interno que permitirá detectar oportunidades de mejora.

Considerando lo anterior en la presente investigación se pudo comprobar que si existe un cambio de mentalidad, gestión, comunicación y demanda de visitantes es posible crear una empresa turística y satisfacer las necesidades de los visitantes, ya que el patrimonio industrial de nuestro país es un atractivo tanto para los visitantes como a la comunidad local debiendo tener este último un protagonismo especial muestra de ellos es la empresa “Mundo Cuervo” que surgió gracias a la innovación y visión empresarial de la industria tequilera de la Casa Cuervo y que utilizo todos sus recursos tanto naturales como los campos de agave, culturales como es el caso de la historia de la Casa Cuervo y del tequila y lo recursos humanos como los guías y las experiencias personales, de los trabajadores con mayor antigüedad, como es el caso de don Ismael el jimador, se pueden incorporar y convertir su memoria y conocimientos en uno de los principales atractivos de la visita. Tequila Cuervo decidió transformar las simples visitas guiadas en una auténtica experiencia alrededor del Tequila, generando así un producto específico y una marca propia para el turismo industrial interesados en conocer “Mundo Cuervo”.

“Mundo Cuervo” tuvo que diseñar un programa de acciones para llegar a colocar en el mercado productos atractivos de turismo industrial como rutas, espacios temáticos incluso museísticos.

PROPUESTAS

Los destinos mexicanos deberán trabajar en transformar los actuales recorridos por el patrimonio industrial como son: fábricas, naves industriales o plantas maquiladoras, en auténticas experiencias, que además de conocimiento, despierten en el turista emociones y sensaciones especiales, de manera que siempre recuerde la visita como un suceso inolvidable y sobre todo, no se lo pueden perder porque son variados los aspectos que intervienen en este tipo de recorridos como los que se mencionan a continuación.

Una empresa turística debe considerar que antes de vivir la experiencia esta es intangible, e indisociable siempre existe la relación prestadora de servicio y turista, variabilidad y el carácter perecedero.

La apertura de las empresas, como “Mundo Cuervo”, al público sirve para ampliar la confianza de los consumidores en la marca y mejorar su imagen dando a conocer datos positivos del producto y la firma

Considerando lo anterior una industria activa que quiera hacer un cambio de gestión para convertirse también en una empresa turística deberá considerar los siguientes pasos:

Compromiso de la dirección, sensibilizar, educar, entrenar, identificar procesos y clasificarlos, relaciones entre los empleados, alinear las actividades a las estrategias a seguir, realizar experiencias piloto además de la flexibilidad para atender tanto a la industria Tequila Cuervo como a la empresa “Mundo Cuervo”

A pesar de que la investigación está centrada en el analizar como una industria se transforma además en una empresa turística como se menciona en el capítulo III, es conveniente mencionar algunos impactos detectados dentro del proceso de investigación derivado de la observación. Con referencia a los impactos físicos que ha sufrido el Pueblo Mágico de Tequila, Jalisco, debido a que se ha convertido en un lugar turístico gracias a las empresas tequileras y la belleza del lugar, ha tenido algunos impactos negativos, entre ellos, los problemas viales, ya que existe una excesiva circulación de automóviles, provocando congestiones viales por la estreches de las calles de este Pueblo Mágico ahondado a éstos la falta de preparación de los agentes de tránsito para controlar la circulación vehicular ocasionan el estrés de los turistas que de alguna manera vienen queriéndose alejar de los problemas viales de la gran ciudad; además de una pérdida de tiempo debido a que los estacionamientos son escasos y alejados.





Calles estrechas y ambulante fotografías M.C.L.M. mayo de 2015

Otro aspecto que se debe considerar es el impacto en a la naturaleza por el clima y la poca vegetación y áreas verdes al interior de la cabecera municipal esto se debe a que las tequileras tratan en cierta forma de promocionar su producto, mostrando la materia prima, | que el paisajismo u ornamentos de las áreas verdes de Tequila, Jalisco se orienta particularmente a los agaves que no proporcionan ninguna sombra que favorezca al medio ambiente.



Agave elemento principal como planta de ornato para calles y monumentos. Fotografía M.C.L.M mayo de 2015

Otro de los impactos negativos que trae consigo el turismo es la basura debido al incremento de visitantes ya que pese a los programas de concientización en escuelas y turistas es un factor cultural difícil de cambiar.

Por otro lado, el precio de los servicios se orienta a sectores que tienen un mayor poder adquisitivo y por lo tanto los pobladores tienen en algunos casos que pagar como si fueran turista ya que los precios en algunos lugares son demasiado elevados, otro problema es el aumento de la zona roja del Municipio, además de los niños guía (coleros) y el tequila adulterado que ocasiona el desprestigio de la bebida de procedencia del lugar.

NOTAS

(1) *(Dirigida por Steven Spielberg, música: John Towner Williams, Estreno 1993, Genero: Drama, Duración:187min).*

2)*La palabra Tequila proviene del náhuatl: tequitl: trabajo, oficio, empleo, cargo etc. y Tlan: lugar. Lugar donde se efectúa cierto tipo de labores. Tequila es el nombre de una población del Estado de Jalisco en la que se cultiva el agave azul y se fabrica la bebida que lleva su nombre) Etimologias.dechile.net/? tequila.*

BIBLIOGRAFÍA

Álvarez, Muñarriz Luis. Revista de Antropología Iberoamericana www.aibr.org
volumen 6 número 1 enero-abril 2011 Pp. 57-80

ÁLVAREZ, M.A. (2003): "Industrias culturales y patrimonio industrial: Hacia un eje cantábrico en los itinerarios industriales europeos".

ÁLVAREZ, M.A. *Estructuras y paisajes industriales: Proyectos socioculturales y turismo industrial.* INCUNA. Gijón, pp.15-39

Boullón, Roberto (2004). Marketing turístico: una perspectiva desde la planificación. Buenos Aires: turísticas.

Casado Galván, I. (2009) "Breve historia de la protección del patrimonio industrial". En Contribuciones a las Ciencias Sociales, noviembre 2009.

Cuartas Mejía, Vicente y Escobar Gallo, Heriberto. (2006). Diccionario económico financiero, Universidad de Medellín.

García del Junco, Julio. Cristóbal Casanueva Rocha, (2001) *Prácticas de la Gestión Empresarial.* Ed. pirámide S: A, España 2001,331pp.

García del Junco, Julio. Cristóbal Casanueva Rocha (2000). *Organización y Gestión de Empresas turísticas,* Ed. Pirámide S: A. España. Ed 1ª, 419pp.

Hernández López, José de Jesús Tequila: centro mágico, pueblo tradicional. ¿patrimonialización o privatización? Andamios. Revista de investigación social, vol.

6, núm. 12, diciembre, 2009, PP. 41-67, Universidad Autónoma de la ciudad de México

Homobono, José I. (2008). "Del patrimonio cultural al industrial: una mirada socio antropológica". En Patrimonios Culturales: Educación e Interpretación. Cruzando Limites y Produciendo Alternativas, Universidad del País Vasco, pp 57- 74

HOSPERS, G. (2002): "Industrial heritage tourism and regional restructuring in the European Union". En European Planning Studies nº 10 (3), pp. 397-404.

Lajo Pérez, Rosina (1990). Léxico de arte. Madrid - España: Akal. p. 80.

Pardo Abad, Carlos J. (2004). "La reutilización del patrimonio industrial como recurso turístico. Aproximación geográfica al turismo industrial". En Treballs de la Societat Catalana de Geografia, 57, pp. 7-32.

Torres G, Lucia "Modelo turístico Sustentable para el Municipio de Tequila, Jalisco, México: una perspectiva del desarrollo local" Guadalajara, Jalisco, México. Febrero de 2010.

Zavala Alonso, Manuel, (2015) Los Museos de México publicación Cultural

Troncoso, Claudia y Almiron Analía. Turismo y P.atrimonio. Hacia una relectura de sus relaciones Aportes y Transferencia, año/vol, 1. Número 009.Univrsidad Nacional del Mar del Plata. Mar del Plata Argentina. 2005 pp.56-74.

Fuentes electrónicas

www.eumed.net/rev/cccss/06/icg4.htm.

www.ecomusee-creusot-montceau.fr

www.ekomuseum.se

<http://www.eluniversal.com.mx/cultura/69640.html>

www.ironbridge.org.uk

<http://www.euskomedia.org/PDFAnIt/antropologia/11/12/12057074.pdf>

www.mnactec.cat

www.virtualtourist.com

<http://www.mundocuervo.com/es/sobre-cuervo/250-anos-de-historia>

<http://www.forbes.com.mx/tequila-express-un-viaje-por-tren-con-sabor-mexico/>

<http://www.a-cmas.es/index.php/turismo-industrial>

<http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/sociales/article/view/6928/6138>

(historiadel tequila industria agroalimentaria)

http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1316-3542001000200005&script=sci_arttext

<http://www.acamextequila.com.mx/amt3/historia.html>

<http://definicion.de/empresa/industria>

<http://www.e-torredebabel.com/Psicologia/Vocabulario/Metodo-Historico.htm>

http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_Pueblos_Magicos

<http://www.mexicodesconocido.com.mx/fotos-de-la-semana-la-rojena-tequila-jalisco.html>

<http://www.jornada.unam.mx/2006/07/13/index.php?section=sociedad&article=048n1soc>

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=62815957003>

HEMEROGRAFÍA

Medio: Periódico Reforma. Título “En corto” Lugar México DF Fecha 4 de marzo 2014 Sección Negocios pág. 9

BIBLIOTECAS VIRTUALES

UAEMex

UNAM

REDALIC

SCIELO U de G

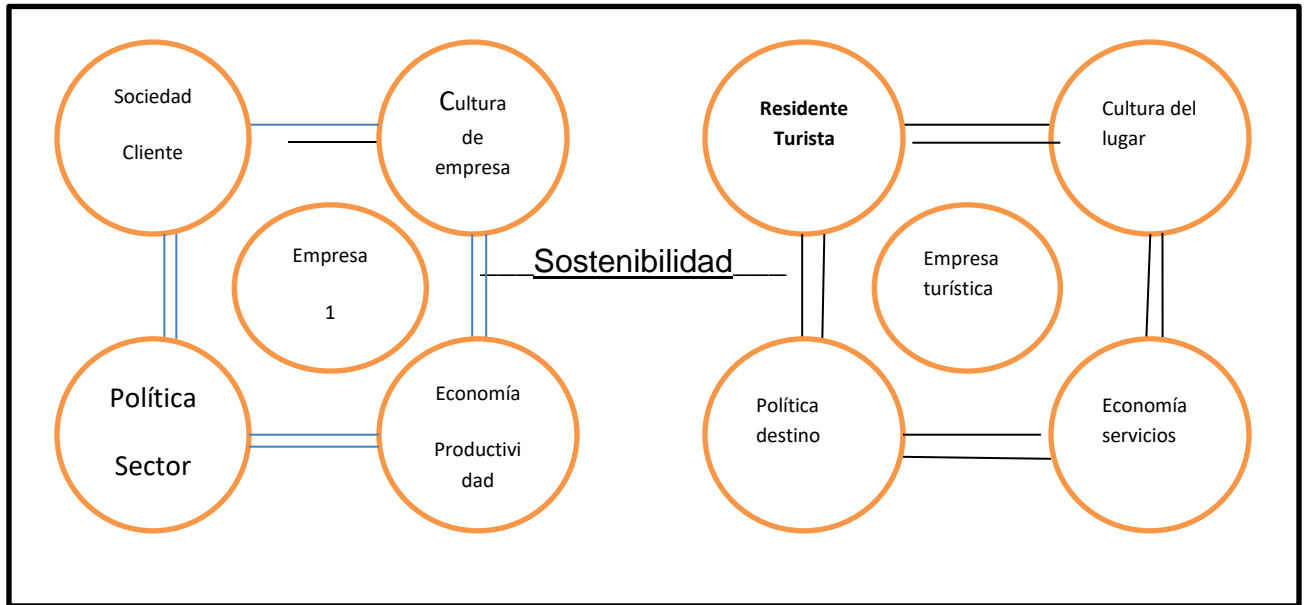
CIBEROTECA

GOOGLE BOOKS

ANEXOS

Anexo 1

Modelo integral de la empresa turística de Mancebo (2010)



Anexo 2

GUIÓN DE ENTREVISTA A EMPLEADOS DE MUNDO CUERVO

Esta entrevista es para investigación de tesis con el fin de conocer su experiencia laboral como..... que nos permitirá conocer más de Mundo Cuervo.

¿Cuál es su nombre?

¿Cuánto hace que trabaja usted aquí?

¿Cómo es el ambiente de trabajo?

¿Hay oportunidad de progreso en la empresa Mundo Cuervo?

¿Cuál es la importancia de contar con un plan estratégico?

¿Cuál considera usted que es el mayor atractivo de “Mundo Cuervo”?

¿Cuál cree usted que fue el principal motivo para la creación de Mundo Cuervo?

¿La creación de Mundo Cuervo ha incrementado las ventas del Tequila?

¿Cuál han sido las mayores dificultades que ha tenido la empresa?

¿Cuáles considera usted son los factores del ambiente que afectan y/o favorecen a la empresa?

¿Cuáles son los principales parámetros que buscan de las personas que quieren pertenecer a Mundo Cuervo?

¿Ustedes capacitan a sus empleados?

¿De qué manera cree usted que Mundo Cuervo ha beneficiado a la comunidad?

¿Cuentan con algún programa de asistencia social? ¿Cómo cuál?

GUION DE ENTREVISTA PARA TURISTAS DE MUNDO CUERVO

Esta entrevista es para investigación de tesis con el fin de conocer su experiencia como Turista que nos permitirá conocer más de Mundo Cuervo.

¿Cuál es su nombre?

¿De dónde es usted?

¿Cómo se enteró de la existencia de Mundo Cuervo?

¿Sabía usted de las experiencias que ofrece Mundo Cuervo?

¿Qué lo motivo a tomar la experiencia que eligió?

¿Qué fue lo que más le gusto de Mundo Cuervo?

¿Qué recomendaciones le haría?

¿Qué cree usted que pasaría si otras industrias tomaran la iniciativa de Mundo Cuervo como ejemplo, para crear una empresa turística adjunta a su industria?

GUIÓN DE ENTREVISTA PARA HABITANTES DE TEQUILA JALISCO MÉXICO

Esta entrevista es para investigación de tesis con el fin de conocer su experiencia como habitante de Tequila, Jalisco, la cual permitirá saber más de Mundo Cuervo.

¿Cuál es su nombre?

¿De dónde es usted?

¿Qué sabe usted de Mundo Cuervo?

¿Cómo ha cambiado el entorno desde el surgimiento de Mundo Cuervo?

¿Cómo cree usted que Mundo Cuervo ha ayudado a Tequila Jalisco en el aspecto?

Económico

Social

Cultural

¿Qué se puede esperar en un futuro de Mundo Cuervo?

¿Cree usted que debería haber empresas como Mundo Cuervo? ¿Dónde?