



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Económicas
Escuela de Estudios de Posgrado



Universidad de Buenos Aires Facultad de Ciencias Económicas Escuela de Estudios de Posgrado

CARRERA DE ESPECIALIZACIÓN EN ECONOMÍA Y GESTIÓN DEL TURISMO

TRABAJO FINAL DE ESPECIALIZACIÓN

**El turismo del mezcal como factor de crecimiento
económico en Oaxaca, México.**

AUTORA: LIC. ILEANA MONTELONGO

TUTOR: DR. ALEJANDRO OTAMENDI

NOVIEMBRE, 2018

Resumen

El mezcal es una bebida de elaboración prehispánica cuyo consumo en México existe desde su creación como país. El objetivo de este trabajo es investigar su historia, sus antecedentes prehispánicos, los diferentes significados atribuidos a la bebida, y las modificaciones económicas producidas por el turismo generado en la economía local del estado de Oaxaca en general, y en los productores de la bebida en particular, así como conocer el tipo de turismo que atrae, sus orígenes y sus características actuales. Asimismo se profundiza sobre la forma de turismo surgida en Oaxaca, con la finalidad de entender su origen, desarrollo y los aspectos económicos que repercuten en la región, comparando la ruta del mezcal en Oaxaca con la ruta del tequila en Jalisco. La metodología utilizada es de carácter cuantitativo y cualitativo, al analizarse estadísticas oficiales de los últimos diez años y realizarse entrevistas abiertas. El diagnóstico se obtiene de analizar documentación teórica, revistas especializadas, estadísticas gubernamentales, artículos periodísticos y de investigación, así como bibliografía tanto teórica como libros específicos del tema, además de la investigación *in situ* a través de la observación participante y el trabajo de campo. La propuesta de intervención es un modelo de desarrollo que unifique a los seis poblados que integran la ruta del mezcal en un proyecto conjunto para potenciar sus fortalezas a través de la optimización de recursos públicos e inversión privada; una campaña de promoción a nivel nacional tanto del destilado como de la oferta turística de la ruta y la consolidación de su oferta turística.

Palabras clave: turismo, economía, rural, mezcal, Oaxaca, México

Índice

1. Introducción.....	4
1.1 Fundamentación.....	4
1.2 Planteamiento del problema.....	5
1.3 Objetivos	7
1.4 Aspectos metodológicos	7
1.4.a Tipo de trabajo	7
1.4.b Enfoque del trabajo	7
1.4.c Diseño y alcance de la investigación	8
2. Marco teórico	9
2.1 El turismo alternativo en México.....	9
2.2 Turismo rural en México.....	9
2.3 Surgimiento del mezcal como bebida espirituosa	11
2.4 El turismo del mezcal en Oaxaca.....	11
3. Diagnóstico.....	14
3.1 Mezcal y Cultura.....	14
3.1.a Antecedentes prehispánicos y simbolismos del mezcal.....	14
3.1.b El mezcal como bebida espirituosa	15
3.1.c El mezcal como parte de la identidad de Oaxaca	16
3.1.d El mezcal como patrimonio cultural de las regiones productoras.....	18
3.1.e Significados del mezcal en la sociedad mexicana y el turismo externo.....	21
3.2 Turismo del mezcal en Oaxaca	22
3.3 Modificaciones económicas en los municipios que integran la ruta del mezcal.....	23
3.4 El turista del mezcal	24
3.5 Actividades turísticas en la ruta del mezcal.....	25
3.6 Otras rutas del mezcal	27
3.7 La ruta del tequila en Jalisco como modelo de producto turístico.....	28
3.8 Oferta y demanda del mezcal	32
3.9 Estadísticas turísticas de la ruta Caminos del mezcal.....	35
3.10 Las políticas públicas del mezcal.....	39
3.11 Repercusiones económicas de la ruta del mezcal en los productores.....	40
4. Propuesta de intervención	44
Pilar 1: Unificación de esfuerzos y optimización de los recursos públicos e inversión privada	45
Pilar 2: Campaña de promoción a nivel nacional del mezcal y de la oferta turística de la ruta	46
Pilar 3: Consolidación de la oferta turística.....	46
5. Conclusiones.....	50
6. Referencias bibliográficas	51
7. Anexos.....	57

1. Introducción

1.1 Fundamentación

La “ruta del mezcal” en Oaxaca, México, como una variedad de turismo rural, surgió hace relativamente poco tiempo con el auge del consumo de esta bebida dentro y fuera del territorio mexicano. Si bien desde la década del ochenta se hicieron pequeñas exportaciones a nivel internacional, recién en los últimos cinco años la exportación de mezcal se incrementó exponencialmente, pasando de 768,014 litros en 2013 a 2, 801,830 de litros exportados en 2017; gracias a esto los productores pretenden equipararlo con el tequila, bebida ya consolidada en varios mercados internacionales como referente del país. No obstante, según el Consejo Regulador del Tequila (CRT), México en 2017 exportó 211 millones de litros, cifra comparativamente superior en cuanto sus implicancias económicas y culturales. De todas formas, de modo incipiente a partir de 2013 empezaron algunas excursiones turísticas locales a los pueblos mezcaleros de Oaxaca.

Este trabajo tiene como objetivo conocer el proceso local de crecimiento del turismo mezcalero y de poner en valor al mezcal como una bebida tradicional mexicana, la cual es, junto con el tequila, una de las dos bebidas que representan a México en el mundo. El mezcal cobró popularidad y notoriedad en la comunidad global en la última década, diferenciándose del tequila –con una producción en su mayoría industrial- por el proceso totalmente artesanal del mezcal. Dicha característica despertó el interés en quienes buscan algo más auténtico y lo prefirieron por encima del tequila, hecho que fue aprovechado por empresarios del medio, restauranteros y gestores del turismo, sobre todo en Oaxaca, estado¹ que en 2017 acaparó el 87 por ciento del total de la producción, lo que representó un total de 3,467,142 litros. Con este *boom* del mezcal apareció un fenómeno turístico donde las personas además de consumirlo en bares y restaurantes, buscaron visitar las regiones y los lugares de elaboración de esta bebida, llamados *palenques*², los cuales fueron acondicionados para recibir a los visitantes.

¹Unidad delimitada territorialmente que en unión de otras “entidades federativas” conforman a la Nación. El Estado Federal de México tiene 32 estados o entidades federativas que son miembros. En Argentina la figura de “estado” sería el equivalente a Provincia.

² Se denomina “Palenque” al sitio donde se lleva a cabo el proceso de producción, fermentación, destilación, molienda y cocción del mezcal.

Específicamente la investigación se centra en el estado de Oaxaca, región que se consolida como ícono cultural del mezcal, por ser este, tal como se mencionó, el principal productor y exportador en el país. A la vez se busca identificar el tipo de turista que visita los palenques y la derrama económica generada durante su estadía en dicha región, con la intención de conocer así los alcances y retos de este tipo de turismo, las políticas turísticas derivadas a partir de él, la oferta y demanda –de los últimos cinco años-, los resultados obtenidos a nivel económico y la inclusión del servicio turístico en la producción artesanal.

1.2 Planteamiento del problema

Si bien el mezcal es una bebida que se consume en México desde la época prehispánica, es apenas en la última década que debido al crecimiento de su producción ha cobrado importancia a nivel nacional e internacional, y junto a ello ha surgido un interés turístico por su forma artesanal de elaboración. De este modo, este trabajo pretende investigar las características culturales del mezcal, las modificaciones económicas producidas por el turismo en el estado de Oaxaca en general, y en los productores de la bebida en particular, así como conocer el tipo de turismo que atrae, sus orígenes y sus características actuales.

En un primer acercamiento a la cultura y la identidad del mezcal, se investiga a grandes rasgos su historia, sus antecedentes prehispánicos, y los diferentes significados atribuidos a la bebida, específicamente dentro del estado mencionado, al cual se le asocia de forma naturalizada por procesos históricos propios de la cultura entre los mexicanos al hablar de mezcal, a pesar que su producción tiene lugar, aunque en menor medida, en otras regiones del país. De igual modo, se indaga sobre cómo se asocia el mezcal con la cultura mexicana, cuál es la percepción de ella en el exterior, qué elemento diferenciador acentúa dentro de la identidad mexicana, y si existe una construcción turística en torno a la bebida desde el estado y/o desde el sector privado, vinculando las políticas públicas y las emprendimientos comerciales existentes.

Una vez establecida la trayectoria histórica y social de la identidad del mezcal, se profundiza sobre la forma de turismo surgida en Oaxaca, con la finalidad de entender su origen y conocer los aspectos económicos que repercuten en la región. Asimismo se

compara con *la ruta del tequila* en Jalisco, buscando semejanzas y/o diferencias con el propósito de comprender mejor las características que conforman este tipo de actividad.

Teniendo en cuenta lo anterior, se plantean las siguientes preguntas problematizantes:

1. ¿Qué es el mezcal? ¿En qué regiones se produce? ¿De qué tipos?
2. ¿Qué diferenciadores culturales o de identidad se encuentran en el mezcal? ¿Qué representa el beber mezcal en la sociedad mexicana? ¿Qué significa para el turista? ¿Es una forma de apropiación de la mexicanidad?
3. ¿Qué percepción se tiene del mezcal fuera de México? ¿Atrae más al turismo interno o externo?
4. ¿Cómo se inició el proceso del turismo del mezcal en Oaxaca? ¿Cuál fue el impacto económico a nivel regional?
5. ¿Se puede establecer un perfil del turista del mezcal?
6. ¿Cuáles son las actividades propuestas en un tour de mezcal o en la visita a un palenque?
7. ¿Existen otras rutas del mezcal en estados con Denominación de Origen?
8. ¿Cuáles serían las modificaciones culturales para el productor al abrir al turismo el proceso de elaboración? ¿Qué elementos de la producción debería incluir el recorrido por el palenque? ¿Afectaría esto a la producción? ¿El productor está de acuerdo, le representa un beneficio?
9. ¿Están capacitados y/o dispuestos los productores mezcal para recibir a los turistas? ¿Cómo cobran el servicio turístico?
10. ¿Cómo se integran los particulares a una ruta del mezcal creada por el estado? ¿Quiénes reciben los beneficios?
11. ¿Es apropiada, en relación al manejo turístico, una comparación entre la ruta del tequila en Jalisco y la del mezcal en Oaxaca? Si así fuera, ¿Qué se puede aprender de la ruta del tequila en Jalisco?

1.3 Objetivos

Objetivo 1.3.a: Identificar el bagaje cultural del mezcal para entender la idiosincrasia de la bebida en la cultura mexicana y poder usarlo en beneficio de los productores y la comunidad local.

Objetivo 1.3.b: Establecer las características y alcances del turismo del mezcal dentro del estado de Oaxaca así como analizar las modificaciones económicas que trajo a la región para determinar la factibilidad de nuevos mercados potenciales o mejorar los actuales.

1.4 Aspectos metodológicos

1.4. a *Tipo de trabajo*

Si bien se estudia información de tipo cuantitativo, como lo son estadísticas y datos de tipo económico, el presente trabajo de investigación es mayormente de tipo cualitativo, donde la base empírica principal de la información se centra en la recolección de datos expresados a través del lenguaje escrito, verbal y no verbal, así como visual, para su descripción y análisis. Con ello se pretende describir y responder a las preguntas de investigación planteadas y desarrollar hipótesis antes, durante y después de la recolección y el análisis de los datos (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

1.4. b *Enfoque del trabajo*

El enfoque utilizado es de tipo cualitativo, histórico y descriptivo, y se utilizan técnicas e instrumentos para recolectar datos como la observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión de documentos, evaluación de experiencias personales, e interacción e introspección con grupos o comunidades a través de la observación participante con una perspectiva etnográfica. Paralelamente se indagan otras fuentes primarias o secundarias, como son publicaciones del municipio, páginas oficiales de turismo, folletería, mapas, entre otras fuentes.

Asimismo, según el planteo de los autores en la obra *Metodología de la investigación* (2014), se postula que la “realidad” se define a través de las interpretaciones de los participantes en la investigación respecto de sus propias realidades. De este modo,

convergen varias “realidades”, por lo menos la de los participantes, la del investigador y la que se produce en la interacción de todos los actores. Además, son realidades que van modificándose conforme transcurre el estudio y son las fuentes de datos (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, pp. 6-9).

1.4. c *Diseño y alcance de la investigación*

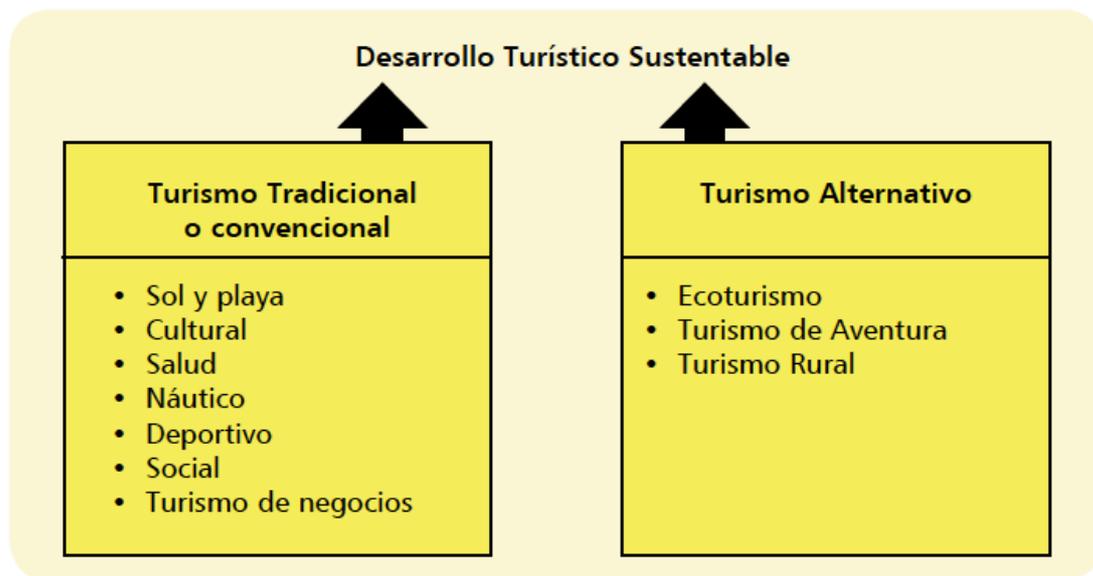
Para la recolección y el análisis de la información que da respuesta al primer objetivo se comparan y analizan distintas fuentes de información, se recurre a la observación empírica y a entrevistas abiertas con al menos dos productores de mezcal y gente del medio, y con la información resultante se intenta validar la hipótesis.

Para dar respuesta al segundo objetivo se estudian los datos oficiales ofrecidos por fuentes gubernamentales, tanto a nivel federal como a nivel estatal, así como específicamente la derrama económica del turismo de dicho estado en las variables que se presentan en el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en los últimos 5 años. A fin de realizar un análisis de la información, se estudia el Compendio Estadístico del Turismo en México, que presenta al usuario información del turismo receptivo y emisivo sobre los siguientes aspectos: actividad hotelera, registros de visitantes extranjeros por país de residencia y nacionalidad, transportación aérea del flujo y movimiento terrestre y marítimo, oferta turística, indicadores macro económicos, llegada de visitantes nacionales e internacionales a zonas arqueológicas y museos, cifras del PIB turístico, de los puestos de trabajo ocupados remunerados; tiempos compartidos y del turismo mundial; un comparativo de estadísticas respecto a la actividad hotelera; el anuario estadístico y geográfico, así como lo referente a los apoyos gubernamentales que ha hecho el gobierno del estado para impulsar el turismo de Oaxaca.

2. Marco teórico

2.1 El turismo alternativo en México

En el marco de la importancia de la sustentabilidad en cualquier actividad productiva, la Secretaría de Turismo junto con la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales realizó en el 2000 una Política y Estrategia Nacional para el Desarrollo Turístico Sustentable, en donde identificó las modalidades del turismo en dos grandes grupos, las del turismo tradicional o convencional, y las de turismo alternativo (Secretaría de Turismo, *Turismo Alternativo, Una nueva forma de hacer turismo*, 2004).



Fuente: Turismo Alternativo, otra forma de hacer turismo, 2004:13.

Según la Secretaría de Turismo de México, el Turismo Alternativo abarca: “los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales.” (Secretaría de Turismo, *Turismo Alternativo, Una nueva forma de hacer turismo*, 2004:22)

2.2 Turismo rural en México

Basado en el trabajo de Garduño *et al* (2009) el turismo rural es, según los autores, una alternativa de desarrollo que, por su condición de artesanal, no es masificado y genera empleo a los campesinos en su propia comunidad, diversifica la oferta turística de un país,

colaborando en la conservación del patrimonio natural y cultural de las regiones desfavorecidas económicamente en función de ingresos a partir de acciones productivas. El turismo rural asigna valor a los recursos locales, es decir los activos que se encuentran en manos de pequeña/os productora/es, en su mayoría en áreas ejidales organizados en cooperativas o asociaciones comunales. Esa posibilidad de ofertar un servicio turístico al mercado partiendo de las potencialidades endógenas, entiéndanse lo que poseen las cooperativas y municipios, es lo que permite dinamizar la economía local, en la medida en que el turismo rural y comunitario se convierta en el sector que logre la redistribución de ingresos y beneficios generados entre la mayor cantidad de actores económicos locales, democratizando de esta manera su economía, siendo éste un mecanismo de inclusión y diversificación de actores de la economía local que funciona como eje generador del desarrollo (Garduño Mendoza, Guzmán Hernández, & Zizumbo Villarreal, 2009).

Su definición, según la Secretaría de Turismo de México, comprende “los viajes que tienen como fin realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma” (Secretaría de Turismo, *Turismo Alternativo, Una nueva forma de hacer turismo*, 2004:29). Para la Secretaría de Turismo, este segmento del turismo alternativo es el más humano, ya que pone al turista en contacto directo con las comunidades, sensibilizándolo sobre el respeto y el valor de su identidad cultural.

En México el turismo rural se ha convertido en una fuente de trabajo para las comunidades rurales en algunas partes del país, tal es el caso de Oaxaca, Tamaulipas y Colima. Es importante destacar que este turismo es el segmento más humano del turismo de naturaleza, ya que ofrece al turista la gran oportunidad de experimentar el encuentro con las diferentes formas de vivir de las comunidades rurales respetando su identidad cultural (Rivera, 2015).

Este enfoque, se considera innovador en México y sus alcances han sido planteados recientemente (Santiago-Romero, 2013). Por ser reciente, existen pocos referentes que permitan valorar los territorios que son susceptibles de llevar a cabo esta combinación de actividades exitosamente (Santiago Romero, López Pozos, & Arcos García, 2017).

Dada la información anterior, podríamos entonces ubicar al turismo del mezcal como una experiencia propia del turismo alternativo, que dadas las características de sus actividades se ubicaría dentro de la categoría de turismo rural.

2.3 Surgimiento del mezcal como bebida espirituosa

El mezcal (del náhuatl *mexcalli*, que significa 'pencas de maguey cocidas', de *metl* 'maguey' e *ixcalli* 'cocido') es una bebida alcohólica prehispánica originaria de diferentes estados de México, entre los que destacan Durango, Tamaulipas, Oaxaca y Guerrero, la cual es elaborada a partir de la destilación de los azúcares fermentados que se acumulan en varias especies de agave. Cada tipo de agave produce una versión diferente de mezcal. La producción del mezcal está regulada por la Norma Oficial Mexicana 070³ y cuenta con denominación de origen. De tal modo, se tienen documentadas cuando menos 21 especies de agave que actualmente son utilizadas para producir mezcal en México (Piña, 2016).

La elaboración del mezcal se realiza con diferentes métodos, fundamentalmente artesanales y transmitidos tradicionalmente de generación en generación, que constituyen el principal atractivo de esta bebida para el turismo interesado no solo en consumirla sino en conocer las etapas que involucran su elaboración.

Un mezcal elaborado de manera tradicional utiliza un horno de leña para su cocción, se pica y rasga con una trituradora artesanal, se fermenta y destila con instrumentos artesanales, no industriales, para que finalmente el maestro mezcalero observe el perlado del mezcal para ubicar la riqueza alcohólica en la que se encuentra. El mezcal, al formar perlas, indica que tiene el carácter, sabor y olor tradicional (Montes Vásquez, 2014).

2.4 El turismo del mezcal en Oaxaca

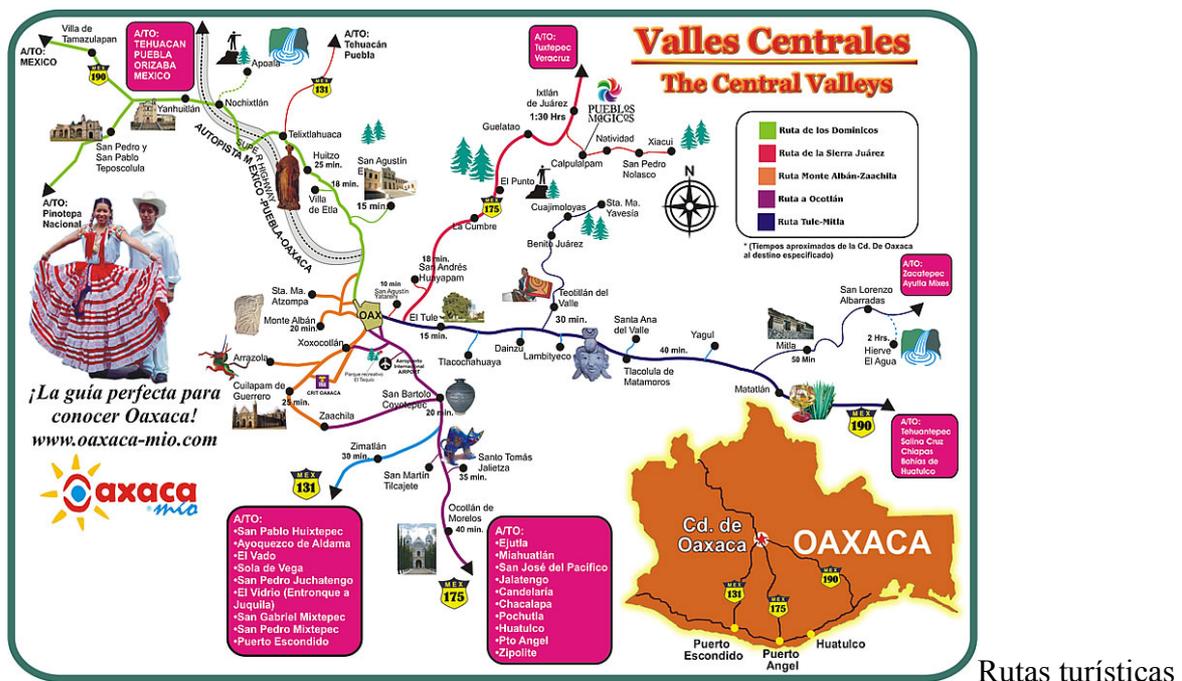
Aunque se produce en varios estados, el mezcal es una bebida que ha mejorado principalmente la economía de Oaxaca. El Consejo Regulador del Mezcal indica que la producción de la bebida pasó entre 2010 y 2015 de doscientos setenta mil litros a un millón

³La norma, creada en 1994, fue publicada por el Consejo Regulador del Mezcal y se puede consultar en la página oficial del organismo: <http://www.crm.org.mx/denominacion.html>

y medio de litros comercializados, lo que refleja un incremento de la demanda que tiene en varios mercados. Por otra parte, la directora de Promoción Comercial de la Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico de Oaxaca, Laura Martínez, asegura que de la producción total de mezcal en el país, el 93,7 por ciento proviene de ese estado, lo que significa un valor anual de 115 millones de dólares que benefician a más de 40 mil familias que viven en 603 diferentes localidades de seis municipios productores de esa entidad (Varela, 2016).

Según la Secretaría de Turismo de Oaxaca, durante el año 2017 arribaron poco más de 5 millones de turistas al estado, con una derrama económica de casi 14 mil millones de pesos. Sus tres principales destinos turísticos son la capital del Estado, (de nombre homónimo), Puerto Escondido y Huatulco (SECTUR, 2017).

Para apuntalar la industria turística de Oaxaca, en 2016 el gobierno impulsó 5 rutas que concentran la riqueza cultural, la biodiversidad y la gastronomía características de la zona. Se trata de la ruta de la Mixteca, ruta de la Chinantla, Ruta del Café (Sierra Sur), ruta de la Reserva de la Biósfera y del Istmo; dichas rutas se suman a las otras 5 lanzadas durante 2015: ruta de Artesanías, ruta de la Fe Juquila, ruta de la Sierra Juárez, ruta Costa Oaxaqueña y la ruta “Camino del mezcal” (La razón, 2016).



de Oaxaca. Fuente: Oaxaca mío <https://www.oaxaca-mio.com/rutasturisticas.htm>

La ruta “Caminos del mezcal” fue desarrollada mediante políticas públicas generadas por la Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico de Oaxaca en el año 2015 con una inversión por parte del gobierno de 287.9 millones de pesos mexicanos (poco más de 15 millones de dólares estadounidenses), y estuvo funcionando durante dos años con algunas deficiencias, según comenta el presidente del comité de dicha ruta, Juan Carlos Méndez Zamora, argumentando que ésta se implementó de manera “apresurada” y “sin tener un producto turístico como tal” (Altamirano, 2018). En el 2017 se detuvo la promoción por cuestiones políticas al cambiar de partido político en el gobierno; no obstante en el 2018 el gobierno actual busca impulsarla nuevamente a través de una reestructuración de la ruta, con una mejor selección de productores que estén interesados en recibir turismo y realizando capacitaciones en servicios turísticos y en temas de seguridad e higiene necesarios para la venta de alimentos en la vía pública (Altamirano, 2018); con el fin de lograr los estándares mínimos en dichos aspectos exigidos por el turismo.

Puntualmente, dicha ruta busca impulsar la promoción y comercialización del mezcal oaxaqueño, sin embargo son pocas las agencias turísticas que ofrecen recorridos completos a lo largo de los municipios productores. De acuerdo con los propios mezcaleros, son más los visitantes que deciden recorrer la ruta por cuenta propia, si bien algunas fábricas ofrecen visitas a los palenques con el propósito de conocer todo el proceso productivo y probar diferentes tipos de mezcales, en general se gestiona directamente a solicitud del visitante (Borboa, 2016).

Tal como se mencionó antes, el mezcal es un producto emblemático no solo de Oaxaca, sino una bebida, luego del tequila, emblemática del país. Veinte de las veintiuna variedades del maguey más usadas para la elaboración del mezcal son exclusivas de Oaxaca, por lo que la diversidad de sabores del mezcal oaxaqueño es amplia y la cantidad de personas que se han dedicado a vivir de la producción artesanal no es poca. En tal sentido más de 40 mil familias, cerca de 200 mil oaxaqueños están directamente vinculados con la producción del aguardiente y se estima que hay casi 350 productores distintos de mezcal en Oaxaca (Torreblanca, 2015).

3. Diagnóstico

Para conocer los alcances que el mezcal artesanal tiene para las regiones productoras y su entorno, en primer lugar es necesario entender de dónde viene y qué significa el mezcal para dichas comunidades, cuál es su simbolismo, qué representa para la economía local y qué significados le otorga tanto el que lo produce como el que lo bebe.

3.1 Mezcal y Cultura

3.1. a *Antecedentes prehispánicos y simbolismos del mezcal*

El maguey, planta de la cual se destila el mezcal, ha existido en México desde que dicho territorio era conocido como Mesoamérica, y ha sido utilizado para un sinnúmero de elementos, además de la elaboración de bebidas espirituosas, como por ejemplo para la elaboración de vestimenta, cordeles, redes, construcciones y canales de agua, comida, adornos, medicina, o entero para delimitar terrenos y evitar la erosión (Pérez Ricárdez, 2011).

Si bien durante años se tuvo la creencia de que fue con la llegada de los españoles al continente americano que se conoció la destilación, y el mezcal se le atribuyó al encuentro de esas dos civilizaciones, una investigación realizada por antropólogos de la Universidad Autónoma de México (UNAM) que derivó en el libro *El mezcal, una bebida prehispánica. Estudios etnoarqueológicos (2016)*, presentada por los académicos Jesús Carlos Lazcano Arce y Mari Carmen Serra Puche, muestra que los pobladores prehispánicos ya elaboraban el mezcal mediante una destilación ancestral; dichos hallazgos también dieron a conocer que en la época colonial la elaboración del mezcal estaba prohibida, ya que competía con el vino, por lo que su elaboración se volvió clandestina (Piña, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) Prensa, 2016).

Fue gracias a la migración y diversificación cultural en el México prehispánico que la elaboración del mezcal se volvió tan diversa, ya que en cada región se utilizaban métodos distintos para su elaboración y destilación, y con cada diferente forma de elaboración surgían variaciones únicas de formas y sabores. Cornelio I. Pérez Ricárdez, maestro mezcalero, promotor del mezcal, fundador de la *Logia Mezoclatras* cuya misión es que la gente aprenda a distinguir y apreciar los sabores del mezcal y autor de la ponencia *Los*

mezcales y sus tradiciones: complejidad, gastronomía, control social y gusto histórico, señala en dicha ponencia, “esta vasta herencia histórica, cultural, tecnológica y biológica, ha sido preservada y perpetuada por las naciones indígenas y las poblaciones campesinas de México, quienes la comparten generosamente con quienes quieran conocerla” (Pérez Ricárdez, 2011:1).

3.1 b *El mezcal como bebida espirituosa*

Entendiendo como “bebida espirituosa” a aquellas bebidas con contenido alcohólico elaboradas mediante la destilación de materias primas agrícolas, en este caso el maguey (Espirituosas, 2016), el mezcal tiene como rasgos característicos la complejidad y diversidad de su elaboración, así como su forma de elaboración, la cual es artesanal casi en su totalidad. Esto es gracias a la variedad de plantas utilizadas en su elaboración, así como de las particularidades propias de cada región en la que se produce, como lo son el clima, el suelo, la leña utilizada para su cocción, las aguas, los instrumentos de producción, las prácticas culturales para su elaboración y la pericia, gusto y forma de elaboración de los maestros mezcalilleros, cada uno con su propio bagaje cultural (Pérez Ricárdez, 2011:8,9).

Dentro de los mezcales tradicionales, sus variedades “tienen que ver con gustos históricos muy localizados, como el mezcal de gusanito, el de pechuga, los curados con hierbas y frutas, los añejados en ollas de barro o en bidones de vidrio enterrados y todas las infinitas variantes que las poblaciones mezcaleras crean y recrean a lo largo y ancho de México” (Pérez Ricárdez, 2011:9). Por otro lado, los mezcales no tradicionales o comerciales, pueden ser mezclas de mezcales de distintos productores, a los que comúnmente se les reduce la graduación alcohólica tradicional del mezcal, que es de 45° ALC.VOL.⁴, y en algunos casos se almacenan en barricas para transformarlo en reposado o añejo, por lo que tendrá distintos sabores y aromas, pero menos intensos y ricos en variedad que los mezcales tradicionales (Pérez Ricárdez, 2011:9).

⁴ A modo de comparación, el tequila tiene comúnmente 38° ALC. VOL., el vino tinto 13° ALC. VOL., el vino blanco 12° ALC. VOL., y la cerveza entre 3° y 10° de ALC. VOL.

3.1.c *El mezcal como parte de la identidad de Oaxaca*

En la mayoría de las regiones donde se produce mezcal, el tipo de maguey utilizado para su elaboración es el oriundo de dicha región, y su proceso de producción es, además de complejo, el resultado de una tradición de herencia y de la adaptación del proceso a las transformaciones tecnológicas e históricas (Benítez Rivera, 2011).

En la ponencia *El Mezcal; la sobrevivencia de una tradición en Guerrero y Oaxaca*, presentada en el *Encuentro de los Mezcales Tradicionales de los Pueblos de México*, el catedrático de la Universidad Autónoma Metropolitana, R. David Benítez Rivera, explica,

“el mezcal no es solo el resultado de la transformación de la naturaleza por la mano del hombre en un elemento de satisfacción de necesidades (...) (sino que) además de satisfacer necesidades de tipo material, satisface necesidades simbólicas importantísimas para las comunidades” (Benítez Rivera, 2011:3).

Además, comenta el autor, es visto como símbolo ritual, y está presente en las festividades, ceremonias y ritos, agregando que,

De manera más marcada en las sociedades tradicionales, la existencia de las bebidas embriagantes se encuentra ligada de un modo indisoluble con lo sagrado. El empleo de estas bebidas se da preferentemente en las ceremonias religiosas y en los rituales cíclicos que año con año se celebran dentro de estas comunidades. La función del mezcal para estas sociedades tradicionales de los estados de Oaxaca y Guerrero es la de hacer posible y de hecho garantizar el completo tránsito de la sociedad, de su cotidianidad hacia la ruptura festiva (Benítez Rivera, 2011:4).

De este modo la presencia de la bebida es un símbolo ritual, asociado a creencias e indispensable en las ceremonias locales, conformando un elemento característico de la identidad regional, por lo que el autor continúa señalando:

El mezcal, consumido dentro del contexto ritual y festivo, hace a la vez de catalizador de ese estado de ensoñación que en sí mismo representa el ritual en tanto que ruptura con el tiempo corriente de estas sociedades. Así, en las ceremonias de petición de lluvia en Guerrero, el mezcal es un elemento indispensable, que de hecho, debe ser preparado con la anticipación necesaria y ex profeso para la ocasión. Por ejemplo, en Oaxaca, el mezcal conocido como *de pechuga* (el cual se refiere a la pechuga del animal utilizado, que puede ser de gallina o guajolote) se produce para las fiestas importantes en la comunidad como el día de los fieles difuntos, la semana santa o en navidad (Benítez Rivera, 2011:4).

Para muchas de las comunidades productoras el mezcal está ligado a su tradición histórica y cultural. Existen anécdotas que datan de la época de la colonia donde fue prohibida su producción, aunque ésta continuaba de manera clandestina, como una forma de resistencia y afianzamiento de su identidad a pesar de las imposiciones del colonialismo, simbolismo histórico de lucha, el mezcal ha sido parte de su cultura y de la forma en la que se relacionan, y viven.

En la gastronomía, claramente vinculada a la tradición, el mezcal está presente también en muchas de las regiones productoras. En Oaxaca, por ejemplo, el mezcal contiene un alto valor simbólico durante la celebración de la *Guelaguetza* (palabra de origen zapoteco que significa ofrenda o presente), un ritual que se realiza durante las llamadas “Fiestas de los Lunes del Cerro”, el cual según la historia tuvo su origen durante la época de la colonia, y consiste en un espectáculo de música, danza, bailes y cantos protagonizados por miembros de las diversas regiones del estado, quienes exhiben parte de su patrimonio cultural a través de bailes, indumentaria, gastronomía, y artesanías típicas de cada región (Redacción, Fiestas de la Guelaguetza, sitio oficial de turismo del estado de Oaxaca, 2018).

Asimismo, el mezcal es especialmente simbólico para las comunidades productoras principalmente de Oaxaca y Guerrero, ya que representa su modo de supervivencia; está presente en sus creencias y ritos religiosos, tradicionales e históricos al ser una forma de

lucha contra la colonia española, motivo por el cual posiblemente esté tan arraigado en la identidad local. A su vez, la planta de la cual se destila la bebida, el maguey, es percibida como una figura altamente significativa, ya que forma parte de la historia de dichas comunidades. Así pues, aunque el mezcal se elabora en diversas regiones del país, son las comunidades rurales de Oaxaca y Guerrero, principalmente, las que han logrado crearse una imagen como productores de mezcal a nivel nacional (Benítez Rivera, 2011).

Las regiones rurales productoras de mezcal de Oaxaca y Guerrero, quienes son ya reconocidas como regiones mezcaleras, han podido crear una sociedad en torno a su relación con el mezcal, no solo en su organización rutinaria sino en la estructura que gira en torno a la producción; “los tiempos del trabajo y del ocio, los de la fiesta, del disfrute, de la organización y participación política; la misma organización al interior de la familia, la postura que asumen los sujetos al interior de su comunidad y sobre todo al exterior donde son reconocidos como mezcaleros o mezcalilleros” (Benítez Rivera, 2011:5).

Ahora bien, se han impulsado políticas públicas para el desarrollo del mezcal en Guerrero y Oaxaca principalmente, cuyos apoyos se han enfocado, dentro del mezcal artesanal en programas turísticos para el impulso de sus productos a nivel local, así como en apoyos para las exportaciones del llamado mezcal comercial, el cual cuenta con mejores indicadores de calidad que lo hacen más susceptible de llevarlo a mercados externos, con los riesgos que implicaría culturalmente una mercantilización de dicha tradición.

3.1. d El mezcal como patrimonio cultural de las regiones productoras

La elaboración artesanal del mezcal, que como ya se ha mencionado, está rodeado de cultura y tradiciones ancestrales al ser estos transmitidos oralmente y que se ha seguido realizando de generación en generación, ha sido objeto de estudio y, por lo menos de un intento por lograr que la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) declare a los mezcales artesanales (específicamente su producción en los palenques) como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. En el 2011, un grupo de investigadores de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), además de otras instituciones, se propusieron trabajar para tal fin, buscando salvaguardar dicho patrimonio y contribuir así a la unión y supervivencia de las regiones

productoras, las cuales se encuentran amenazadas por la competencia de la producción industrial (Redacción, El mezcal, candidato a Patrimonio de la Humanidad, 2011).

Para Pérez Ricárdez (autor mencionado anteriormente), entrevistado en el artículo *El mezcal, candidato a Patrimonio de la Humanidad* (Redacción, El mezcal, candidato a Patrimonio de la Humanidad, 2011), “la única manera de preservar los mezcales tradicionales es que los ciudadanos se acerquen con respeto a las comunidades mezcaleras y con un verdadero deseo de conocer a ambos. Sólo así podrán reapropiarse de este patrimonio cultural y crear los lazos y redes sociales indispensables para garantizar su salvaguarda” (Proceso, 2011).

Sin embargo, si bien la propuesta se presentó en el 2011, actualmente no se tiene registro de que haya sido aceptado. Comparativamente, el paisaje agavero de los campos de las regiones de Tequila, Arenal y Amatitán, así como las antiguas instalaciones industriales de Tequila que datan de los siglos XVI al XIX sí lograron dicho reconocimiento en 2006, asegurando con ello su conservación (Palapa Quijas & Partida, 2006).

Para entender más cabalmente el concepto de patrimonio cultural, el libro recopilatorio *Antropología de la Cultura y el Patrimonio. Diversidad y Desigualdad en los procesos culturales contemporáneo* (Rotman, 2004), en el capítulo *Pinturas en las rocas, Turismo y Patrimonio en la Patagonia Argentina. Algunas consideraciones desde la antropología* de Carolina Crespo y Margarita Ondelj, las autoras mencionan:

Más que una herencia cultural que se pierde y que debe ser rescatada, el patrimonio es redefinido como una construcción social y simbólica, activada desde el presente por el poder político, los contrapoderes o la sociedad civil apoyada por algunos de ellos (Prats, 1997 en Crespo & Ondelj 2004:117).

En tal sentido, el patrimonio se trata de un proceso dinámico en el que el pasado es seleccionado, reconstruido e interpretado para dar continuidad y legitimar determinados intereses de quienes lo promueven. En el presente el patrimonio cultural es a su vez adecuado y acondicionado a la situación vigente, en donde la integración con el turismo

aparece como una opción en distintas regiones: “junto al uso político que revisten estos intereses patrimoniales, se agrega en los últimos años su utilización comercial con fines turísticos” (Prats, 1997 en Crespo & Ondelj 2004:118).

Si bien se ha llegado a satanizar al turismo al suponer que con el fin de maximizar las ganancias de unos cuantos se atropellan las tradiciones, corriendo el riesgo de transformar un ritual en una puesta en escena, en el caso del mezcal las actividades turísticas que exaltan la producción artesanal resulta una forma novedosa de preservar dicha tradición, debido a que, gracias a su acelerada mercantilización, el mezcal ha ido modificando su proceso productivo.

En tal sentido, como menciona Benítez Rivera en la ponencia *El Mezcal; la sobrevivencia de una tradición en Guerrero y Oaxaca*:

La inserción del mezcal como una mercancía más dentro del mercado de las bebidas, trae como lógica consecuencia múltiples exigencias a las que el mezcal tendrá que adaptarse. Sabemos que la inserción del mezcal como mercancía, lo sujeta a la lógica natural del mercado. Que de ser una bebida tradicional con un alto valor simbólico se puede transformar en una especie de fetiche mercantil al que se le agreguen elementos ajenos pero extravagantes que lo hagan atractivamente consumible.

La brecha entre tradición o cultura en su sentido más estricto y el folclor está marcada por el valor que cada una de estas mantiene en el mercado, un mercado donde la espectacularidad y la rareza mueven el consumo. Ante esta dificultad cabría preguntarse que tanto se puede ceder ante las exigencias mercantiles sin necesidad de sacrificar lo cultural en aras de lo económico (Benítez Rivera, 2011:5).

Si bien hay quien señala, de manera fatalista, que “la mercantilización de la cultural (sic) local dentro de la industria turística es (...) fundamentalmente destructiva” (Greenwood, 1992:261); también hay antecedentes donde “los actores no son sujetos pasivos frente a sus visitantes, ejerciendo en los espacios comunes prácticas interculturales donde se adaptan, negocian y dialogan los pobladores locales y los turistas”(Otamendi, 2009:202); partimos de una noción de cultura dinámica, cambiante, donde los sujetos modifican y son partícipes de lo que sucede en su entorno.

En el caso del turismo del mezcal, los productores, maestros mezcalilleros, están orgullosos de mostrar a quien quiera conocer, los secretos que guardan sus palenques; para ellos explicar el proceso de producción es motivo de orgullo, y en algunos palenques se ha vuelto una tradición que las personas que los visitan con la intención de conocer más del proceso, degusten de primera mano un sorbo de mezcal recién hecho; con ello los productores perciben un ingreso económico extra, con lo que ya no solo viven de la venta de un producto sino también de la prestación de un servicio.

3.1. e Significados del mezcal en la sociedad mexicana y el turismo externo

Para las regiones productoras de Oaxaca, donde el mezcal se realiza de forma artesanal, vemos que su producción se asemeja más a un ritual que a la elaboración de una mercancía; su consumo está ligado a lo simbólico y a lo religioso. Dicha forma de elaboración, rudimentaria y sin normas más allá de las que se imponen de generación en generación, empezó básicamente para consumo interno y se fue expandiendo conforme fue ganando popularidad más allá de las propias regiones, extendiéndose a las grandes ciudades. El consumidor nacional lo asume como un símbolo de identidad mexicana, dándole un significado de pertenencia localizada.

Al turista mexicano lo mueve un sentido de identidad y orgullo, además de su búsqueda de autenticidad, aromas y sabores distintos, mientras que el turismo externo se siente atraído por la cultura mexicana en general. Aunque estadísticamente se exporta más mezcal del que se consume en el país, en el exterior se asocia con mayor facilidad a México con el tequila, y por ello lo busca más. Esto se refleja en la infraestructura del turismo del tequila,

la cual está mucho más consolidada para recibir al turismo que el que en este momento posee el turismo del mezcal en Oaxaca.

3.2 Turismo del mezcal en Oaxaca

Aunque el mezcal estuvo presente en la cultura de México desde hace siglos, la popularidad que alcanzó en los últimos años fue inesperada. Hasta hace unos años el mezcal había sido considerada una bebida vulgar, de y para campesinos, y que solamente se consumía en cantinas de pequeños pueblos de México. Sin embargo, entre los años 2005 y 2012 se inició el llamado *boom* del mezcal, dado que en el período se registró un aumento de entre el 300 por ciento y el 500 por ciento de producción, consumo y exportación. A partir del 2013 continuó incrementándose el porcentaje aunque ya en menor medida; en 2014 las ventas crecieron 78 por ciento respecto del año anterior, y el consumo nacional alcanzó casi la misma cifra (Romero, 2016).

Según el artículo de la Agencia Italiana de Noticias ANSA, *El mezcal crece como espuma en México*, “durante décadas se pensó que el mezcal estaba dirigido a los hogares de menos ingresos y a las borracheras de los ‘springbrakers’, los universitarios estadounidenses que pasan sus vacaciones en México.” (ansalatina.com). No obstante en los últimos años el mezcal se benefició de la tendencia del orgullo nacional de consumir productos locales de alta calidad. El mezcal suele tener un sabor ahumado, más exótico que el del tequila, gracias al proceso de cocción con leña en hornos de tierra, y el beberlo se ha vuelto un asunto elitista y de moda, posicionándose como una bebida recurrente entre círculos de académicos e intelectuales; por su parte el tomar tequila es ahora visto como algo fuera de moda y ordinario (Romero, 2016).

Este auge por el mezcal trasciende las barreras de Oaxaca, lo que ha provocado que surjan en México las llamadas “*mezcalerías*”, bares donde se promueven catas y maridajes con distintos alimentos, se promocionan nuevas marcas con una carta muy variada de distintos mezcales y en general dicha bebida es el centro de interés. En Guadalajara, México, entre las más famosas destacan *Pare de Sufrir. Tome Mezcal Mezcalería*; *El Rey Mezcalería*, *Agüita Agavería*; en Ciudad de México las más reconocidas son *Mano Santa Mezcal*; *La Mezcalería* y *El Palenquito*.

Además de ello, el mezcal ha incitado peregrinaciones a Oaxaca, donde se lleva a cabo la Feria del Mezcal, realizada en el marco de las fiestas de la Guelaguetza, y donde además se encuentra la Ruta Caminos del Mezcal, la cual está siendo aceptada de manera positiva por el turismo, con un registro de afluencia de visitantes que se ha incrementado gracias a, según Ulises Bonilla, *tour operador* presidente de las excursiones *El Convento de Oaxaca*: “la promoción que la Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico realiza de manera asertiva, la cual se traduce en el número de visitantes que están haciendo uso de los tours con los que este servicio de excursiones cuenta”(Redacción, ADN Sureste, 2015).

3.3 Modificaciones económicas en los municipios que integran la ruta del mezcal

El pueblo de Santiago Matatlán (9,653 habitantes en el censo 2010), cuya vida de los habitantes gira casi completamente entorno al mezcal, pide se reestructure nuevamente la ruta del mezcal y se haga énfasis en el trayecto Oaxaca – Matatlán para apoyar a la economía de las más de 100 familias que se dedican a la producción de la bebida (Redacción, Mezcaleros de matatlán exigen reactivación de su ruta turística, 2017).

Como ya se ha dicho, la ruta del mezcal fue impulsada por el gobierno del estado de Oaxaca en el 2015, viéndose interrumpida por el cambio de gobierno en 2016, y es en 2018 que buscan ponerla en marcha nuevamente con promoción y convenios con operadores turísticos y proveedores de servicio. Esta reestructuración de la ruta se encuentra en la fase final y se espera su puesta en marcha para poder conocer su impacto económico en la región (Altamirano, Vuelve la ruta caminos del mezcal a Oaxaca, 2018).

Para el periodista Eduardo Torreblanca Jaques, en su artículo de *Mezcal y turismo en el eje emprendedor oaxaqueño*, “una ruta como la del mezcal fortalece a los productores, a restaurantes, hoteles, mercados públicos, infraestructura de la comunidad, caminos, a los artesanos y su oferta creativa” (El Financiero *en línea*, Torreblanca Jaques, 2015).

Si bien los resultados aún no son medibles con exactitud, los productores de mezcal y los habitantes de los municipios que conforman la ruta en general aceptan de buen agrado su creación, ya que la notoriedad de sus pueblos como fabricantes del mezcal repercute en forma favorable, beneficiando la economía local, motivo por el cual son ellos mismos los

que piden se les otorgue más promoción y apoyos por parte del gobierno estatal a la ruta, con el fin de incrementar el turismo así como fomentar la venta directa de la bebida en sus comunidades y el servicio, ya que ambas operaciones beneficiarían al productor.

3.4 El turista del mezcal

La ruta del mezcal ofrece la combinación de turismo cultural, rural, de naturaleza y aventura así como gastronómico (Redacción, Notimérica, 2016).

Sin embargo, se observa que dentro de la definición del turismo rural converge también la cultura, la naturaleza y la aventura, al definirse como: el que se realiza atraído por el paisaje, los recursos naturales y culturales en espacios no degradados, en edificaciones a pequeña escala, en armonía con su entorno y en contacto e interacción con la población local, cuyos atractivos y actividades que ofrecen dependerán de la ubicación específica de cada proyecto, y de su entorno, de la oferta turística de cada establecimiento y de las preferencias que asuma la demanda: descanso, tradiciones, cultura, deportes, aventura, etc. y que pueden en algunos casos coincidir con atractivos y actividades de otros destinos turísticos (Martinez Tarrago, 1999).

Las características principales de este tipo de turismo son una oferta a escala reducida con edificaciones que se integran en forma armónica, con los recursos naturales y culturales de la región, a fin de no alterarlos. Se ubican en zonas rurales no degradadas que pueden estar diseminadas en espacios geográficos, agrupadas regionalmente, presentes a lo largo de rutas turísticas, cercanas o integradas a pequeños núcleos urbanos, tierra adentro o cercanas a los litorales. Es respetuoso del medio ambiente y de la cultura local (Martinez Tarrago, 1999). Un claro ejemplo es el turismo que se promueve con el programa *Pueblos Mágicos* de México, en donde se invita al turismo interno a conocer distintos poblados que no son los sitios que se visitan comúnmente, para entrar en contacto con la cultura y las tradiciones de cada uno en un ambiente de respeto. Dicho programa federal, tiene como objetivo fomentar el desarrollo sustentable de las localidades poseedoras de atributos de singularidad, carácter y autenticidad a través de la puesta en valor de sus atractivos, representados por una marca de exclusividad y prestigio teniendo como referencia las motivaciones y necesidades del viajero actual (SECTUR, 2018).

Ahora bien, las características principales del turista rural son: turistas con interés por conocer culturas y dialectos locales; se ubican en un rango de edad de entre 30 y 45 años; generalmente se documentan sobre el destino elegido antes de su estadía y evitan el contacto con el turismo masivo (UNID, 2018).

Las fechas más recurrentes para realizar este tipo de turismo son los fines de semana (49,27 por ciento) y puentes (18,99 por ciento); generalmente los destinos elegidos se ubican entre dos y tres horas de distancia del lugar de partida (InfoHoreca, 2018).

Otro punto a destacar es que el turismo rural es demandado principalmente por parejas (48,60 por ciento), seguido de los viajes familiares grupales, con 35.75 por ciento de preferencia (InfoHoreca, 2018).

3.5 Actividades turísticas en la ruta del mezcal

La ruta del mezcal le permite al visitante la oportunidad de experimentar *in situ* todo el universo relacionado a la bebida, desde la observación de plantíos de agave hasta su envase, además de la degustación de la bebida en combinación con la gastronomía local (Oaxaca, Vive Oaxaca.org, 2018).

Dicha ruta se pensó con el propósito de que los turistas disfruten de los sabores y de los valles centrales de Oaxaca, su arqueología, artesanías y sus mercados indígenas, y es considerada una de las más interesantes del país, pues es posible conocer las raíces de Oaxaca a través de los vestigios arquitectónicos como a través de los sabores (Rodríguez, 2017).

Los municipios de Oaxaca que integran la ruta del mezcal son seis: Santa María del Tule, San Jerónimo Tlacoahuaya, Teotitlán del Valle, Tlacolula de Matamoros, San Pablo Villa de Mitla y Santiago Matatlán.



Mapa de la ruta del mezcal en Oaxaca. Fuente: viveoaxaca.org Ruta turística de Oaxaca, 2018. <https://www.viveoaxaca.org/2015/03/CaminosdelMezcal.html>

Todas esas poblaciones poseen fábricas de mezcal o palenques, en donde la mayoría ofrece la posibilidad de conocer el proceso de cocción, molienda, fermentación y destilación. Solamente en Santiago Matatlán, proclamado “cuna mundial del mezcal”, se concentran más de 130 productoras de mezcal, esto aunado al paisaje agavero a lo largo de los valles que conforman la población (Borboa, Los Sabores de México, 2018).

Sin embargo, además de las fábricas de mezcal, los seis municipios que integran la ruta poseen por sí mismos atractivos que los hacen dignos de ser visitados; Santa María del Tule ofrece al visitante la vista de enormes ahuehuetes, un mercado de artesanías y un templo que data del siglo XVII.

San Jerónimo Tlacoahuaya resguarda en sus centros culturales algunas de las manifestaciones culturales más interesantes de Oaxaca, como la lengua y la tradición oral zapoteca, la música antigua de órgano o de viento, obras plásticas de reconocidos artistas y la danza de la pluma; arte barroco de templos y el ex convento de San Jerónimo, además de museos.

Teotitlán del Valle es reconocido por su trabajo de lana en forma artesanal para la elaboración de sarapes, bolsas, cortinas, alfombras y tapetes. Cuenta con templos que datan del siglo XVII, mercado de artesanías y talleres familiares para la elaboración y venta de productos de lana.

Tlacolula de Matamoros es famoso por su feria dominical prehispánica en donde productores del valle ofrecen productos como chile, cacao, artículos de barro y textiles. Cuenta también con zonas arqueológicas y cuevas prehistóricas declaradas patrimonio de la humanidad en el 2011.

San Pablo Villa de Mitla, posee una de las más grandiosas zonas arqueológicas del país, además de iglesias, templos y talleres textiles de algodón.

Santiago Matatlán, llamado cuna mundial del mezcal, cuenta con un templo que data del siglo XVII, un rancho dedicado a la conservación de algunas especies, además de ofrecer actividades como senderismo, safari fotográfico y ciclismo de montaña (Oaxaca, Vive Oaxaca.org, 2018).

3.6 Otras rutas del mezcal

Es un hecho que se han iniciado proyectos de rutas del mezcal en otros estados de la república mexicana donde cuentan con la denominación de origen para producir mezcal.

En el estado de Puebla, el primer recorrido a la tierra del mezcal es el proyecto de tesis de una maestría de la Universidad ISU, denominado *“Promoción y difusión del mezcal poblano por medio de recorridos turísticos a la fábrica de mezcal en el municipio de Huehuetlán El Grande”*, de Elisa Espinoza (2017), cuya visita incluye degustar la comida

típica de la región, coctelería y recorridos a los campos de agave, donde se explican las características de los cuatro tipos de planta que existen en la región y que son usados para elaborar mezcal (Mena, 2017).

Con la inclusión de Puebla dentro de la norma para producción del mezcal, la Secretaría de Desarrollo Rural, Sustentabilidad y Ordenamiento Territorial (SDRSOT) trabaja ya con la Secretaría de Turismo del estado para poner en marcha la “primera ruta del mezcal”, que estaría ubicada en esa comunidad, en donde existen hasta seis palenques (Mena, 2017).

Por otra parte, el estado de Guerrero, segundo lugar de producción artesanal de mezcal en México, y con la finalidad de fomentar y promover el turismo cultural y gastronómico, así como fortalecer la identidad mezcalera del estado, diseñó y puso en marcha desde 2015 una ruta del mezcal, en la que los visitantes pueden degustar mezcal y vivir de cerca las tradiciones locales como la danza de los *Tlacololeros*, cuyo significado se centra en la cosecha del maíz, además de probar los platillos locales, elaborados a base de productos agrícolas regionales como el maíz y el frijol. Este recorrido permite un acercamiento local, brindando una experiencia única y enriquecedora, además de fungir como un apoyo directo a los productores locales y a los habitantes de las comunidades (Orizaga, 2015).

En el estado de San Luis Potosí se trazaron dos rutas para conocer la fabricación del destilado y degustarlo. En los recorridos, mejor estructurados que los de Oaxaca, en donde a diferencia de San Luis Potosí cada visitante arma su ruta de manera personal, se traza un precio por las dos rutas, el cual incluye el viaje redondo, guía y alimentos (Ramírez, 2016).

Finalmente el estado de Guanajuato, quien también posee la denominación de origen del mezcal, ha iniciado también, sin gran promoción ni organización, una ruta que incluye tres comunidades mezcaleras dentro del poblado de San Felipe, sin mayor información que los nombres de los poblados.

3.7 La ruta del tequila en Jalisco como modelo de producto turístico

A modo de comparación, la ruta del tequila en Jalisco, creada en 2006, es un esfuerzo conjunto de la inversión privada de las principales tequileras y el fomento y apoyo del

gobierno de Jalisco. Las ganancias millonarias que suponen para las tequileras la venta de la bebida a nivel nacional e internacional, les han permitido realizar una inversión, que se prevé sea, a mediano plazo, de 200 millones de dólares, y que incluiría la apertura de un hotel de cinco estrellas, un centro cultural, un centro de convenciones y un corredor comercial (Redacción, La ruta del tequila desarrolla una oferta nocturna, 2014).

Antes de la existencia de la Ruta del Tequila, la visita en la región tenía una duración de dos a tres horas. Ahora es de cuatro a ocho horas. En 2005, el primer año de la Ruta del Tequila, se registraron 150 mil visitantes en toda la zona. En 2013 se alcanzó una afluencia de 820 mil turistas. En los primeros ocho meses de 2014 superó el número de visitantes del año anterior con 828 mil y una derrama económica de 289 millones de pesos (Redacción, La ruta del tequila desarrolla una oferta nocturna, 2014). En 2017 la cifra se incrementó a un millón de visitantes, es decir, casi 10 veces más de los visitantes que acudían antes de la puesta en marcha de la ruta (De Anda Corral, 2017).

La ruta del Tequila es definida por sus organizadores como “un viaje que conjuga una riqueza histórica, patrimonial cultural y natural llena de tradiciones ligadas al desarrollo histórico de la bebida emblemática, la cultura del tequila y el México independiente” (Higa Alquicira, 2017).

Esta ruta recorre ocho de los municipios productores más emblemáticos de esta industria, con un paisaje de agave azul único que distingue a: Arenal, Amatitán, Tequila, Magdalena, San Juanito de Escobedo, Ahualulco de Mercado, Etzatlán y Teuchitlán.

Según la Cámara Nacional de la Industria Tequilera, el tequila ocupa la primera posición entre los productos que más consumen los extranjeros en su visita al país y de manera sorprendente, el 57 por ciento de los visitantes internacionales elijan viajar a México precisamente por esta bebida (Higa Alquicira, 2017).

El paisaje agavero, que como ya se mencionó fue declarado por la UNESCO Patrimonio Mundial en el 2006, aunado al orgullo regional y la conjunción de esfuerzos de empresarios, artesanos, autoridades locales y pobladores, quienes coordinados por el Consejo Regulador del Tequila (CRT) detonaron la afluencia de visitantes de todo el

mundo y el diseño de esta ruta única en el planeta, la cual se convirtió, en los primeros tres años de su creación, en la Mejor Ruta Turística de México, en el 2009 y, al año siguiente, en uno de los 10 mejores destinos turísticos del país, nombramientos otorgados por la Secretaría de Turismo (De Anda Corral, 2017).

La ruta del tequila ofrece la visita a las principales destilerías, recorridos por el Paisaje Agavero, senderismo, recorrido en tren, una cascada, rapel, el Pueblo Mágico de Tequila, museos, la zona arqueológica de Guachimontones, con su centro de interpretación, turismo de romance o de aventura, campos de golf, una gastronomía variada y artesanías que hacen los pobladores con fibra de agave, maderas, obsidiana y ópalo, entre otras muchas actividades.

Toda esta oferta se conecta naturalmente a una industria que ha crecido exponencialmente en los últimos 20 años, integrada por una red de más de 150 empresarios y artesanos que ha incrementado la derrama económica en 1,080 por ciento, pasando de 33 millones de pesos en el 2005, a 338 millones en el 2016, con una inversión pública y privada que supera los 1,500 millones de pesos en los últimos 10 años, y que ha generado 3,500 nuevos empleos directos en la región (De Anda Corral, 2017).⁵

El gasto promedio diario por visitante es de 700 pesos y entre 2012 y 2017, la infraestructura turística de la zona se ha beneficiado con 800 millones de pesos de inversión privada y en los últimos 10 años se han invertido 600 millones de pesos de recursos públicos para mejorar la imagen urbana, señalización de carreteras y otros. Para la consolidación de dicho circuito se ha trabajado en el empoderamiento de los empresarios y artesanos y de una marca- destino, lo que ha permitido la generación de tres mil 500 nuevos empleos en la región (Redacción, La Capital, 2017).

Según el director del Consejo Regulador del Tequila, Ramón González Figueroa, la ruta es impulsada por este organismo y es un detonador de desarrollo regional donde actualmente se suman el tema de prestaciones de turismo; además resaltó la importancia de la denominación de origen Tequila que ha permitido impulsar la zona agavera, el turismo,

⁵ Como referencia, un dólar americano equivale a 19 pesos mexicanos.

generación de empleo y el crecimiento económico de esta región del país, a partir de un producto originario de esta zona (Redacción, La Capital, 2017).

Asimismo, para aportar a la industria turística, creó un hotel temático enclavado entre agaves, que ofrece varias actividades turísticas y la posibilidad de dormir al interior de una barrica de gran tamaño con las comodidades necesarias (Redacción, La Capital, 2017).

Sin duda, la ruta del tequila es un caso de éxito para el turismo y la industria del tequila, que se logró principalmente gracias al enorme apoyo del sector privado, que es el que más recursos ha aportado para el proyecto, y la voluntad de trabajar en conjunto con los resultados que ya se han documentado, y es precisamente eso lo que la ruta del mezcal puede aprenderle a la del tequila.

El reconocimiento por parte de la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad otorgó al paisaje agavero y al tequila notoriedad a nivel internacional; y el buscar dicho reconocimiento para el proceso artesanal de elaboración del mezcal quizás podría ser un impulso para el turismo del mezcal en las regiones mezcaderas de Oaxaca y Guerrero.

Finalmente, ambas rutas buscan mostrar un paisaje agavero, mostrar la forma de fabricación de un destilado y generar actividades turísticas complementarias para una mayor estadía del visitante, sin embargo la gran diferencia es que en el caso del tequila, los empresarios tequileros, tienen fábricas industrializadas que generan ganancias que les permitieron avanzar rápidamente en temas de infraestructura, situación que en el caso los productores de mezcal artesanal no se tiene, ellos más bien cuentan con la buena voluntad del gobierno y los proyectos que de ahí emanen para apoyar su labor.

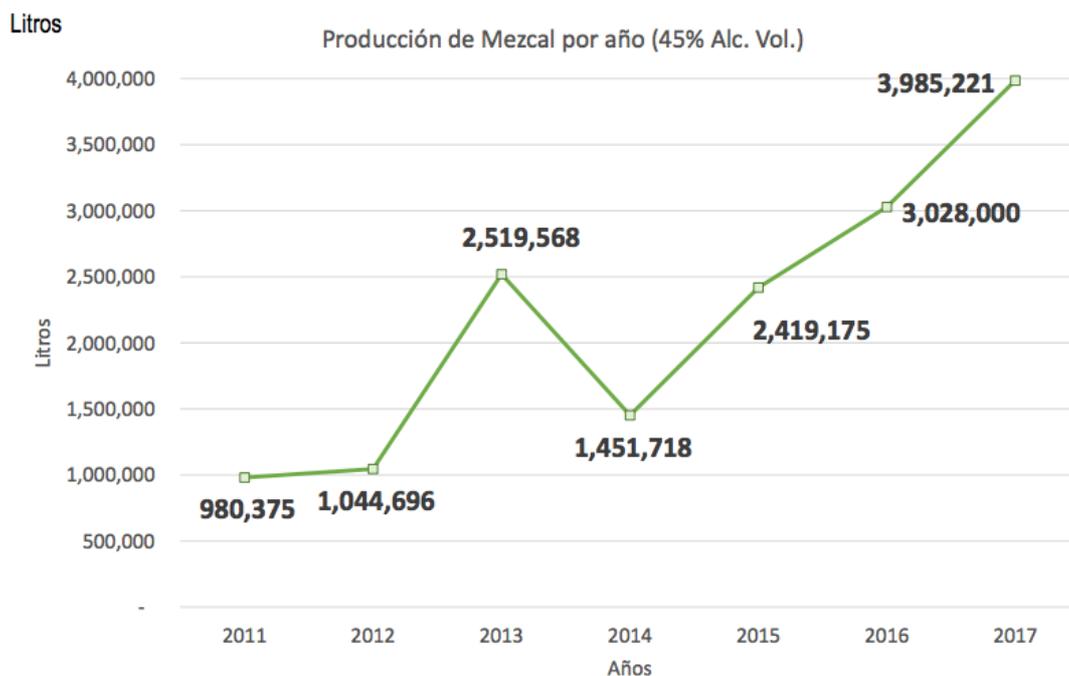
Como se pudo constatar por los estudios estadísticos en cuanto a oferta hotelera e infraestructura turística, los municipios que conforman la ruta del mezcal están ampliamente rezagados, no es posible pensar en una visita que se extienda más de 3 horas, y menos aún en el pernocte del visitante, ya que la mayoría de los poblados ni siquiera cuentan con establecimientos de hospedaje y la infraestructura de los mismos no está en condiciones de recibir adecuadamente al turismo.

Es un hecho que si bien el mezcal ha empezado a ganarse un lugar entre los destilados más vendidos a nivel nacional e internacional, con un enorme crecimiento en los últimos 5 años, aún está muy por debajo de los niveles que ostenta el tequila, gracias en parte a que la norma vigente de denominación de origen del tequila permite ya que su composición no sea 100 por ciento agave, sino que se le puedan agregar azúcares para realizar distintas mezclas, además de que su elaboración, como ya se ha comentado, es totalmente industrializada, lejos ya del proceso artesanal que en un principio lo distinguió, por lo que se sacrificó la historia ancestral de la bebida en pos de la mercantilización, y si bien ha traído grandes beneficios a los grandes productores, y mejorado la infraestructura de los poblados que comparten la ruta, el precio a pagar quizás sea muy alto si se pondera todo lo que se ha perdido; un ejemplo de ello fue la crisis de escasez de agave que sufrió la industria del tequila hace unos años por su sobreexplotación.

Habría entonces que encontrar un equilibrio para un aprovechamiento sustentable del agave que beneficie a productores, pobladores y consumidores, ya que finalmente el agave sigue siendo parte de la identidad mexicana y es necesario conservarlo. El turismo del mezcal podría ser una forma de equilibrar el impacto ecológico al hacer que el visitante y el consumidor tomen conciencia de la fragilidad de la materia prima y de las condiciones en las que trabajan los productores; podría apoyar a la economía local y proteger la cultura que envuelve a esta bebida y a las comunidades que la elaboran. Sin embargo estos esfuerzos deben extenderse a los gobiernos estatal y federal, para fomentar la conservación de dicho patrimonio, ya que actualmente en aras de aumentar los beneficios económicos se está sobreexplotando la producción de la bebida de manera comercial, con los peligros que esto implica, como la escasez de la materia prima, la baja de calidad en la bebida y la pérdida de la cultura que envuelve dicha tradición.

3.8 Oferta y demanda del mezcal

El crecimiento de la producción del destilado se ha incrementado exponencialmente desde el llamado *boom* del mezcal; como se muestra en la tabla, en el 2011 se tenía una producción de 980,375 litros, y para el 2017 el total fue de 3, 985,211 litros, producidos en todos los estados con denominación de origen.



Fuente: Consejo Regulator del Mezcal.

La siguiente tabla muestra el liderazgo del estado de Oaxaca en la producción del mezcal.

Estado	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Oaxaca	77.4%	93.0%	99.4%	93.7%	97.3%	83.5%	87.0%
Guerrero	0.3%	1.6%	0.4%	0.9%	1.1%	3.5%	2.5%
Durango	0.0%	0.6%	0.0%	0.4%	0.5%	1.6%	1.8%
San Luis Potosí	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.7%	1.3%
Zacatecas	22.2%	4.5%	0.1%	4.4%	0.5%	9.3%	2.8%
Guanajuato	0.0%	0.2%	0.1%	0.0%	0.2%	0.5%	0.4%
Tamaulipas	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%
Michoacán	-	0.0%	0.0%	0.5%	0.2%	0.8%	0.6%
Puebla	-	-	-	-	-	0.1%	3.5%
Total	100%						

Fuente: Consejo Regulator del Mezcal.

La tabla inferior muestra la preferencia del consumidor del mezcal artesanal sobre el llamado mezcal comercial.

Categoría	%	Clases	%
Mezcal	11%	Joven	85%
Mezcal Artesanal	88%	Reposado	7%
Mezcal Ancestral	1%	Añejo	7%
		Abocado con	1%
		Destilado con	0%
		Madurado en vidrio	0%

Fuente: Consejo Regulador del Mezcal.

Se muestra a continuación una gráfica del histórico de mezcal envasado para el mercado nacional.



Fuente: Consejo Regulador del Mezcal.

Como se puede apreciar en la gráfica inferior, el envasado para exportación ha sido históricamente superior al que se queda en territorio nacional para su consumo.

Envasado para Mercado de Exportación



Fuente: Consejo Regulador del Mezcal.

Como se aprecia en la siguiente tabla, en los últimos 6 años, el número de marcas exportadas se incrementó en 195%.

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Total de marcas exportadas	68	106	105	113	159	175	201

Fuente: Consejo Regulador del Mezcal.

En el cuadro inferior se pueden observar los diez países a los que más se exporta la bebida, llamando la atención que Estados Unidos adquiere más del 60% del total.

A continuación se enlistan los 10 países a los que más se exporta el Mezcal.

2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	%
USA	USA	USA	USA	USA	USA	USA	64%
CHILE	CHILE	AUSTRALIA	CHILE	CHILE	ESPAÑA	ESPAÑA	6%
AUSTRALIA	AUSTRALIA	CHILE	ESPAÑA	ESPAÑA	FRANCIA	INGLATERRA	5%
FRANCIA	ESPAÑA	INGLATERRA	AUSTRALIA	INGLATERRA	INGLATERRA	FRANCIA	4%
ESPAÑA	INGLATERRA	ESPAÑA	INGLATERRA	ALEMANIA	CANADA	CANADA	4%
TURQUIA	CANADA	FRANCIA	PERU	AUSTRALIA	PAISES BAJOS	ITALIA	4%
RUSIA	ECUADOR	CANADA	FRANCIA	PANAMA	AUSTRALIA	AUSTRALIA	3%
INGLATERRA	PERU	ITALIA	ALEMANIA	ITALIA	ALEMANIA	PAISES BAJOS	3%
ARGENTINA	ALEMANIA	ALEMANIA	CANADA	CANADA	ITALIA	ALEMANIA	3%
PERU	FRANCIA	LATVIA	SUECIA	PAISES BAJOS	COLOMBIA	CHILE	1%
						OTROS	2.4%

Fuente: Consejo Regulador del Mezcal.

Se muestra el valor de la bebida en 2017, tanto nacional como de exportación, en millones de pesos.

Envasado	Litros (en millones)	Botellas	Precio promedio botella (pesos)	Total (en millones)
Nacional	2.1	2.8	\$ 382	\$ 1,068
Exportación	2.8	3.7	\$ 750	\$ 2,802
Valor estimado de la categoría en 2017				\$3,869

FUENTE: ISCAM y CRM

Fuente: Consejo Regulador del Mezcal.

3.9 Estadísticas turísticas de la ruta Caminos del mezcal

Dentro de los compendios estadísticos de indicadores de actividad turística de Oaxaca no se menciona ninguno de los municipios que conforman la ruta del mezcal, al no captar ingresos medibles. Este panorama se oscurece aún más cuando se revisa el *Anuario estadístico y geográfico de Oaxaca del 2017*, en donde en relación a los indicadores de turismo se nota un rezago casi total, ya que ninguno de los seis municipios han sido históricamente destinos turísticos. Solamente uno de ellos, San Pablo Villa de Mitla, forma parte del programa de Pueblos Mágicos de México, con alguna notoriedad, logrando beneficiarse de los apoyos de presupuesto y promoción que dicho programa otorga. Por lo

que aún queda un largo camino por delante para fortalecer y posicionar a la ruta del mezcal como un atractivo turístico.

Las estadísticas obtenidas del *Anuario estadístico y geográfico de Oaxaca del 2017*, las cuales comparan los indicadores de los 570 municipios que conforman el estado de Oaxaca, indican que, de los 6 municipios que conforman la ruta, solo 3 de ellos cuentan con hoteles, destacando que Santiago Matatlán, localidad conocida como “la cuna del mezcal” no cuenta con ningún tipo de alojamiento.

Establecimientos de hospedaje registrados por municipio según tipo de alojamiento Al 31 de diciembre de 2016

Municipio	Total	Hoteles	Moteles	Cabañas, villas y similares	Campamentos y albergues recreativos	Pensiones y casas de huéspedes	Departamentos y casas amuebladas con servicio de hotelería
Santa María del Tule	1	0	1	0	0	0	0
San Jeronimo Tlacochahuaya	2	1	0	0	0	1	0
Teotitlán del Valle	1	0	0	0	0	0	1
Tlacolula de Matamoros	4	3	1	0	0	0	0
San Pablo Villa de Mitla	3	3	0	0	0	0	0
Santiago Matatlán	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Anuario estadístico y geográfico de Oaxaca del 2017

El total de unidades de hospedaje o habitaciones es de 172, aunque este total toma en cuenta, además de los hoteles, moteles, campamentos y pensiones o casas de huéspedes. Nuevamente se destaca que el municipio de Santiago Matatlán no cuenta con una sola unidad de hospedaje.

Cuartos y unidades de hospedaje registrados por municipio según tipo de alojamiento Al 31 de diciembre de 2016

Municipio	Total	Hoteles	Moteles	Cabañas, villas y similares	Campamentos y albergues recreativos	Pensiones y casas de huéspedes	Departamentos y casas amuebladas con servicio de hotelería
Santa María del Tule	13	0	13	0	0	0	0
San Jeronimo Tlacochahuaya	10	9	0	0	0	1	0
Teotitlán del Valle	16	0	0	0	0	0	16
Tlacolula de Matamoros	90	86	4	0	0	0	0
San Pablo Villa de Mitla	43	43	0	0	0	0	0
Santiago Matatlán	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Anuario estadístico y geográfico de Oaxaca del 2017

Del total de establecimientos de hospedaje con los que cuenta en su conjunto la ruta del mezcal, uno es de categoría 4 estrellas (con 8 plazas o unidades de hospedaje), uno más es

categoría 3 estrellas (con 26 plazas o unidades de hospedaje), y los otros no tienen ninguna categoría (138 plazas en total).

Establecimientos de hospedaje registrados por municipio según categoría turística del establecimiento Al 31 de diciembre de 2016

Municipio	Total	Cinco estrellas	Cuatro estrellas	Tres estrellas	Dos estrellas	Una estrella	Sin categoría
Santa María del Tule	1	0	0	0	0	0	1
San Jerónimo Tlacoahuaya	2	0	0	0	0	0	2
Teotitlán del Valle	1	0	0	0	0	0	1
Tlacolula de Matamoros	4	0	0	1	0	0	3
San Pablo Villa de Mitla	3	0	1	0	0	0	2
Santiago Matatlán	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Anuario estadístico y geográfico de Oaxaca del 2017

Cuartos y unidades de hospedaje registrados por municipio según categoría turística del establecimiento Al 31 de diciembre de 2016

Municipio	Total	Cinco estrellas	Cuatro estrellas	Tres estrellas	Dos estrellas	Una estrella	Sin categoría
Santa María del Tule	13	0	0	0	0	0	13
San Jerónimo Tlacoahuaya	10	0	0	0	0	0	10
Teotitlán del Valle	16	0	0	0	0	0	16
Tlacolula de Matamoros	90	0	0	26	0	0	64
San Pablo Villa de Mitla	43	0	8	0	0	0	35
Santiago Matatlán	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Anuario estadístico y geográfico de Oaxaca del 2017

Solo los dos de los municipios que cuentan con hotel, Tlacolula de Matamoros y San Pablo Villa de Mitla, tienen registro de llegadas por año, con un total, entre ambos, de 6,680 turistas en 2016.

Llegada de turistas a establecimientos de hospedaje por centro turístico y municipio según categoría turística del establecimiento 2016

Municipio	Total	Cinco estrellas	Cuatro estrellas	Tres estrellas	Dos estrellas	Una estrella
Tlacolula de Matamoros	5201	0	0	5201	0	0
San Pablo Villa de Mitla	1479	0	1479	0	0	0

Fuente: Anuario estadístico y geográfico de Oaxaca del 2017

En cuanto a establecimientos de preparación y servicio de alimentos y bebidas, se cuenta con gran diversidad de restaurantes y servicios de preparación de bebidas más informales así como algunas cafeterías y un solo bar o cantina. Como se parecía en el cuadro inferior, algunos también cuentan con agencia de viajes, parque acuático, centro de convenciones, servicio de guía de turistas, transporte turístico por tierra, y tiendas de artesanías. Cabe mencionar que los ítems que se muestran en relación a los establecimientos relacionados

con el turismo, son la clasificación realizada para los 570 municipios del estado de Oaxaca dentro del Anuario geográfico y estadístico 2017, por lo que en el caso que nos ocupa, y por su condición de zonas rurales, ninguno de los 6 que aquí se mencionan cuenta con ellos, tal es el caso de centros nocturnos, discotecas, marinas turísticas, administración de puertos y muelles, módulos de auxilio turístico, alquileres de automóviles sin chofer y campos de golf.

Establecimientos de preparación y servicio de alimentos y de bebidas con categoría turística por municipio según clase del establecimiento Al 31 de diciembre de 2016						
Municipio	Total	Restaurantes	Servicios de preparación de otros alimentos para consumo inmediato	Cafeterías, fuentes de sodas, neverías, refresquerías y similares	Centros nocturnos, discotecas y similares	Bares, cantinas y similares
Santa María del Tule	16	5	10	0	0	1
San Jerónimo Tlacoahuaya	2	2	0	0	0	0
Teotitlán del Valle	4	4	0	0	0	0
Tlacolula de Matamoros	18	13	3	2	0	0
San Pablo Villa de Mitla	10	8	1	1	0	0
Santiago Matatlán	8	5	3	0	0	0

Fuente: Anuario estadístico y geográfico de Oaxaca del 2017

Otros establecimientos que prestan servicios relacionados con el turismo por municipio Al 31 de diciembre de 2016						
Municipio	Marinas turísticas	Administración de puertos y muelles	Módulos de auxilio turístico	Transporte turístico por tierra, agua y otro tipo	Tiendas de artesanías	Otros servicios recreativos prestados por el sector privado
Santa María del Tule	0	0	0	0	1	0
San Jerónimo Tlacoahuaya	0	0	0	0	0	0
Teotitlán del Valle	0	0	0	0	3	0
Tlacolula de Matamoros	0	0	0	1	0	1
San Pablo Villa de Mitla	0	0	0	0	1	0
Santiago Matatlán	0	0	0	0	0	0

Fuente: Anuario estadístico y geográfico de Oaxaca del 2017

Otros establecimientos que prestan servicios relacionados con el turismo por municipio Al 31 de diciembre de 2016							
Municipio	Agencias de viajes y servicios de reservaciones	Parques acuáticos y balnearios	Alquiler de automóviles sin chofer	Campos de golf	Centros de convenciones	Centros de enseñanza turística	Guías de turistas
Santa María del Tule	0	0	0	0	1	0	0
San Jerónimo Tlacoahuaya	0	0	0	0	0	0	1
Teotitlán del Valle	1	0	0	0	0	1	6
Tlacolula de Matamoros	1	1	0	0	0	1	0
San Pablo Villa de Mitla	0	0	0	0	1	0	1
Santiago Matatlán	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Anuario estadístico y geográfico de Oaxaca del 2017

Todos estos indicadores, que sirven para comparar la situación turística de los 570 municipios de Oaxaca, se espera puedan mejorar conforme se empiecen a tener resultados de los programas que el gobierno ha implementado en beneficio de las comunidades mezcaleras.

3.10 Las políticas públicas del mezcal

El gobierno de Oaxaca lleva a cabo desde hace más de 20 años la “Feria del Mezcal en Oaxaca”, realizada en el marco de las fiestas de la Guelaguetza, donde es patente la diferencia de arribo, ya que en su edición del 2016 dejó una derrama económica superior a los 30 millones de pesos y fue visitada por 70 mil personas, superando por mucho la afluencia del año anterior, que solo llegó a 30 mil visitantes (García, 2017).

Para el secretario de Economía del gobierno del estado de Oaxaca, Jesús Rodríguez Socorro, “la producción del mezcal en Oaxaca es una actividad que encierra una dimensión cultural, turística y económica importante, por lo que el gobierno de Oaxaca ha apostado por la producción asertiva de esta bebida artesanal a través de esta feria”⁶(García, 2017).

Por otra parte, la ruta caminos del mezcal se creó, por un lado, para fortalecer a los productores de la bebida, así como para crear conciencia de la sustentabilidad del maguey, capacitar técnicamente a los productores en cuanto a marcas, diseños y conceptos que mejoren su administración e incrementen sus mercados, pero también fue creada para definir una ruta en la que el turista no solo visitará una fábrica de mezcal, sino que además podrá realizar actividades complementarias en restaurantes, iglesias, museos, mercados de artesanías, apoyando con ello la economía de la población local(Torreblanca Jaques, 2015).

Con el apoyo del gobierno estatal de Oaxaca, comenta Víctor César Vázquez Bocanegra, subsecretario de Industria y Comercio de la Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico, “se ha logrado que en menos de dos años cerca de 358 fábricas de mezcal hayan sido certificadas con la norma oficial, además de dotarles de equipamiento e infraestructura, lo que hizo posible que solo el año pasado se embotellaran más de 10 mil

⁶(símbolo: igual a muchos significados, por eso el mezcal es símbolo para los oaxaqueños)

⁶<https://oaxaca.quadratin.com.mx/genera-feria-del-mezcal-oaxaca-derrama-economica-superior-30-mdp/>

litros de mezcal”⁷ (Reporte Índigo,*Revista on line*, Lemus, 2016). Las políticas con las que el gobierno estatal atiende al sector mezcalero han hecho posible, según el funcionario estatal, que Oaxaca se convierta en el ombligo de la producción de mezcal en el país, al lograr que el 87 por ciento de todo el mezcal de exportación emerja de las destiladoras establecidas en esa entidad, donde sólo en 2015 fueron más de 250 fábricas las que fueron equipadas y dotadas de infraestructura (Lemus, 2016).

3.11 Repercusiones económicas de la ruta del mezcal en los productores

La creación de la ruta caminos del mezcal, que hasta donde se puede percibir se creó de manera arbitraria, ya que no hay información de peso que documente las razones del gobierno para dicha segmentación, permite que los afortunados productores ubicados en dichos municipios reciban directamente el beneficio del turismo que ahí acude, sin embargo, las tasas impositivas que el gobierno aplica al destilado tras su comercialización, son el principal obstáculo que enfrentan los productores y que evitan el crecimiento del sector (Lemus, 2016).

De acuerdo con Vásquez Bocanegra, casi el 53 por ciento de los ingresos de los mezcaleros se destina al pago de impuestos, que se tazan en función del grado de alcohol que tienen las bebidas (Lemus, 2016).

Erika Cano, empresaria del sector del mezcal, comenta que los mezcaleros pagan casi 79 centavos por cada peso de mezcal vendido, aun cuando es venta directa al turista, además del 53 por ciento que se destina al pago del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS) por la producción y venta de alcohol, otro 16 por ciento va al pago del Impuesto al Valor Agregado (IVA) y a ello se suma el 10 por ciento del Impuesto Sobre la Renta (ISR), lo que obliga a los productores artesanales a que tengan que sacrificar utilidades, en aras de poder colocar su producto en el mercado (Lemus, 2016).

En el marco del Primer Congreso Nacional de Agave – Mezcal, celebrado en septiembre de 2017 en la ciudad de Oaxaca, la Revista Mexicana de Agroecosistemas publicó los

⁷<https://www.reporteindigo.com/reportes/mezcal-industria-comercializacion-maguey-oaxaca/3/>

mejores trabajos presentados en dicho encuentro, entre ellos el presentado por el Dr. Héctor Santiago Romero, Mtro. Roberto López Pozos y Mtro. José Luis Arcos García, titulado: *Metodología para evaluar el potencial agroecoturístico: caso del maguey y el mezcal, en Santiago Matatlán*, en donde presentan un análisis FODA que se sintetiza a continuación.

Fortalezas	Oportunidades
Belleza de sus paisajes	Existencia de una demanda de turismo enfocada en actividades ecológicas
Conservación de las costumbres	Cercanía con el Valle de Tlacolula, uno de los principales destinos turísticos de Oaxaca
Lengua y cultura zapoteca de sus habitantes	Incipiente planificación por parte del sector público
Preservación de su patrimonio arqueológico y religioso	Puesta en valor de sus atributos agroecológicos
Ubicación geográfica que la vuelve competitiva frente a otros pueblos productores de mezcal	
Buen cuidado del casco urbano del pueblo por parte de las autoridades locales	

Debilidades	Amenazas
Falta de servicios turísticos ofertados	Falta de formalidad en las visitas ecoturísticas
Pérdida de la identidad cultural en la población juvenil	Arribo de personas externas a la población que se apropian de los recursos naturales

	para producir sus propias marcas y empresas
Mal manejo publicitario del mezcal como producto de identidad del poblado	Presencia de empresas externas de mezcal que también podrían acaparar el mercado agroecoturístico
Mal estado de los caminos rurales que conducen a los campos agrícolas	Poca coordinación entre el gobierno local y el federal

En dicho trabajo de investigación se realizó también un pequeño estudio de mercado en el que se entrevistó a 22 turistas, que determinó como mercado meta de un posible agroturismo en la población al “turista nacional de sexo masculino con un nivel educativo alto, su edad se sitúa entre 21.5 a 46.5 años, suele viajar acompañados por la familia y en vehículo propio y su gasto promedio por familia y día es de 2,014.00 pesos (100 dólares estadounidenses)” (Santiago Romero, López Pozos, & Arcos García, 2017:119,120).

Ante este panorama, sin embargo, y como ya se mencionó anteriormente, el productor del mezcal está abierto al ingreso del turismo en sus comunidades ya que le representa beneficios económicos al poder promover su producto y crear conciencia de lo que significa su producción artesanal. El abrir al público su fábrica, o parte de ella, no implica un deterioro o baja en la producción, ya que se muestran los elementos más representativos del palenque sin la necesidad de que estén en funcionamiento en el momento de la visita, y cuando el mezcal se encuentra en su fase de destilación, comparten con el visitante la bebida recién destilada, con un costo extra que beneficia al productor, además de promover la venta directa y consumo de *souvenirs* del palenque y/o de la región.

Y es el mismo productor del mezcal o la gente de su entorno cercano, los más capacitados para otorgar el servicio turístico que consiste en una explicación del proceso de elaboración del mezcal dentro de su palenque, si bien lo que falta para consolidar a la mayoría de las poblaciones productoras que integran la ruta es infraestructura en cuanto a servicios complementarios como hoteles y restaurantes que permitan al visitante prolongar su estadía con una mayor derrama económica de la que actualmente se genera en su visita.

El servicio turístico por parte del productor actualmente se limita a una breve explicación del proceso de producción con visitas guiadas informales o excursiones pagas, por la cual se le otorga una propina, o en algunos lugares tienen una cuota de recuperación; mostrar los campos de agave y los utensilios e instrumentos que se utilizan en el proceso, y la degustación y venta del mezcal envasado, ya sea etiquetado o a granel, como recuerdo para el visitante.

4. Propuesta de intervención

Como se pudo observar en el diagnóstico, los seis municipios que conforman la ruta del mezcal, a pesar de ser de los principales productores de mezcal de Oaxaca, estado líder en la producción y exportación del destilado, se encuentran rezagados en varios indicadores de crecimiento, incluidos los relativos al turismo, por lo que la ruta, a pesar de su potencial de crecimiento, no ha podido consolidarse.

Además, los impuestos que el gobierno recaba por cada litro de mezcal fabricado son muy altos, por lo que a pesar de que hay poblaciones que se dedican casi en su totalidad a la elaboración del producto, no han tenido un crecimiento económico acorde a sus niveles de exportación.

Otro factor negativo es que si bien el gobierno impulsó la creación de la ruta del mezcal, no se tiene una estrategia clara de promoción que pudiera funcionar desde la capital del estado en recorridos turísticos que llevaran a los visitantes a través de toda la ruta; actualmente la ruta se realiza a petición del visitante, buscando información en las mezcalerías o bares locales de la ciudad, de donde los derivan a agencias de viajes que puedan ofrecer recorridos parciales, en donde solo visitarán la fábrica que provee del destilado al establecimiento.

Actualmente el gobierno del estado de Oaxaca promociona el mezcal a través de la “Feria del Mezcal”, sin embargo y a pesar de que se han incrementado favorablemente los niveles de asistencia a la feria, todo se concentra en la capital, ya que es ahí donde se lleva a cabo el evento, por lo que la derrama económica de los potenciales visitantes no se refleja en las comunidades productoras, sino que se concentra en las ganancias que puedan obtener los productores a través de los stands que adquieran para promocionarse en la feria. Con ello el visitante solo adquiere una botella de mezcal, pero se pierde de la oportunidad de realizar recorridos directamente a las poblaciones, conocer diferentes costumbres, artesanías, arquitectura, la vista de los campos de agave, la visita a una fábrica de mezcal, entre otras atracciones.

Por lo tanto se propone un modelo de desarrollo basado en 3 pilares, cuyo objetivo general sea alcanzar un desarrollo turístico en los seis municipios que conforman la ruta del mezcal, cada uno dentro de sus posibilidades, ya que si bien los seis están unidos por el trazo de la ruta turística, las características de cada uno son variadas en cuanto a su propio

nivel de desarrollo de infraestructura, comunicación, accesibilidad y oferta turística. Estos pilares serían los siguientes:

Pilar 1: Unificación de esfuerzos y optimización de los recursos públicos e inversión privada. Propuestas:

- a) Creación de un comité que trabaje de manera conjunta entre las seis poblaciones que conforman la ruta, para que se promocióne en su totalidad, ya que actualmente los esfuerzos realizados se hacen de manera individual, a pesar de que la ruta está trazada para hacer un recorrido completo, en donde la población más alejada de la capital de Oaxaca, Santiago Matatlán, está a una hora de distancia en automóvil, y la más cercana a veintitrés minutos de distancia.

Dicho comité, estaría integrado por representantes de los 6 municipios que conforman la ruta, preferentemente productores de mezcal con fábricas de prestigio, quienes se encargarían de convocar y difundir la información a todos los interesados, y funcionaría para que, en conjunto, se busquen apoyos, patrocinios, la creación de un fondo de inversión y en general de la obtención de recursos para promoción y mejoramiento de la infraestructura de las poblaciones, a través de programas y apoyos gubernamentales y del sector privado.

- b) La realización de páginas web turísticas individuales de cada uno de las seis poblaciones, así como la de una página web que condense toda la información de la ruta con enlaces a cada una de las poblaciones e información de los recorridos a la ruta que se pudieran reservar y pagar *on line*, con la finalidad de que la información esté accesible para el turismo interesado en realizar los recorridos y facilitar las reservas y pagos.
- c) La elaboración de una propuesta de un itinerario, un mapa en físico que mencione el recorrido de las seis rutas, en formato de folleto que pudiera entregarse en los módulos de información turística en Oaxaca capital, en los principales puntos turísticos de la ciudad, así como en módulos ubicados en el aeropuerto, central de autobuses y paradores turísticos en la carretera; y que también se pueda acceder a él por medio de una aplicación web que permita al turista con automóvil realizar el recorrido de manera individual.
- d) Buscar financiamiento del sector público y privado para la creación de una asociación con autobuses de transporte privado expreso para el recorrido de las

seis comunidades, con una propuesta de itinerario y una estadía aproximada en cada lugar que permita visitarlos a todos en el mismo día; con convenios en determinados restaurantes o mercados gastronómicos para que el grupo de visitantes pueda acudir a ellos en beneficio de todos.

Pilar 2: Campaña de promoción a nivel nacional del mezcal y de la oferta turística de la ruta, financiada con la búsqueda de recursos estatales y federales. Propuestas:

- a) Creación de una campaña de promoción del mezcal en los congresos internacionales que se celebren en México, congresos nacionales de renombre y ferias nacionales como las Ferias del Libro, en donde acuden tanto nacionales como extranjeros, con la intención de instalar uno o varios stands que promocionen tanto los mezcales elaborados en dichas regiones, como las regiones mismas como destinos turísticos.
- b) Asociación con congresos de alimentos y bebidas, de catering y de organización de eventos, en donde el o los stands de mezcal pudieran ofrecer degustación de mezcales, que se pudieran utilizar también para la preparación de platillos y cocteles. Para esta propuesta es necesario contar con el calendario de eventos en los principales centros de convenciones a fin de encontrar los congresos idóneos para la promoción.
- c) Asociación con las líneas aéreas nacionales que oferten a los pasajeros bebidas alcohólicas en los viajes para promocionar mezcales ya sea puros o en cocteles, por ejemplo Aeroméxico e Interjet.
- d) Buscar que la “Feria del Mezcal” realizada en Oaxaca pueda tener una agenda alterna con eventos en cada uno de las seis poblaciones para integrarlos de manera gradual en las actividades del evento, ya que actualmente los eventos se centran en la capital del estado.

Pilar 3: Consolidación de la oferta turística. Propuestas.

- a) Presentación de recorrido que alcanza los 6 municipios de la ruta, saliendo de la capital del estado, Oaxaca, el cual se describe a continuación:

Salimos de la capital del estado, Oaxaca, con rumbo al primer punto de la ruta, el pueblo de Santa María del Tule, que se localiza a menos de 13km de distancia, aproximadamente 23 minutos de camino en automóvil, y en donde se puede disfrutar la vista que ofrece el

enorme árbol ahuehuate que se encuentra en el atrio de la iglesia, y que se ostenta como el tronco más grande del mundo, con un perímetro aproximado de 42 metros y una antigüedad que se calcula supera los dos mil años. Si bien el árbol del tule es la mayor atracción del poblado, este cuenta también con un mercado de artesanías digno de visitar, además de mercados donde se puede disfrutar la gastronomía típica del lugar. En cuanto las fábricas de mezcal, Santa María del Tule posee la de *Mezcal Oro de Oaxaca* y *Mezcal Benevá*, esta última ofrece visitas guiadas a las instalaciones mediante reservación previa.

El siguiente punto de la ruta es el pueblo de San Jerónimo Tlacoahuaya, el cual se encuentra a menos de 10kms de distancia de Santa María del Tule, lo que representaría un viaje en automóvil de 14 minutos. Este lugar es conocido principalmente por su templo antiguo, que data de mediados del siglo XVI y que fue construido por los dominicos y lleva el mismo nombre del pueblo. Las fábricas de mezcal que tiene este pueblo son *Mezcal Casa Armando Guillermo Prieto* y *Casa Chagoya*, además del Parador Don Agave, un parador turístico donde se pueden degustar varios tipos de mezcal, además de gastronomía local y compra de artesanías.

Saliendo de San Jerónimo Tlacoahuaya nos dirigimos rumbo a Teotitlán del Valle, el tercer punto de la ruta, que si bien nos desvía un poco en realidad es un trayecto corto de 12.4km, lo que representa aproximadamente 19 minutos de camino en automóvil que vale la pena recorrer; este poblado es reconocido principalmente, como ya se comentó, por su trabajo de lana en forma artesanal, pero además cuenta con zonas arqueológicas, museo, iglesia, así como mercados de artesanías y gastronómicos. Esta población, más acostumbrada a recibir turismo por su reputación en su trabajo de lana, posee grandes restaurantes y una mayor conectividad terrestre, con su línea de autobuses y de taxis colectivos que ofrecen otras formas de transporte distintas al automóvil. Las fábricas de mezcal que tiene este poblado son *Mezcal Neepzahacg*, *Mezcal Pensamiento* y *Global Maguey Azul*.

El cuarto punto de la ruta corresponde al poblado de Tlacolula de Matamoros, a una distancia menor a 12kms desde Teotitlán del Valle, y unos 17 minutos de camino en automóvil; famosa por su feria dominical prehispánica, el poblado también cuenta con zonas arqueológicas declaradas patrimonio de la humanidad en el 2011. En cuanto a

fábricas de mezcal, cuenta con *Mezcal El Maguey Espadín*, *Mezcal La Ofrenda* y el *Restaurante y Fábrica de Mezcal Rancho Zapata*, en donde es posible conocer el proceso de producción, recorrer sus instalaciones y disfrutar de la gastronomía oaxaqueña.

El quinto punto de la ruta es quizá el poblado con mayor reconocimiento de los 6 que conforman la ruta gracias a su distinción como *Pueblo Mágico*, San Pablo Villa de Mitla, ubicado a 13.4km de distancia de Tlacolula de Matamoros, aproximadamente 17 minutos de camino en automóvil, posee una de las más grandiosas zonas arqueológicas del país, además de contar con tradiciones y costumbres auténticas, algunas de las cuales se presentan en el evento la Guelaguetza. Sus fábricas de mezcal más reconocidas son *Mezcal Laní* y *Mezcal El Sabino*, el cual cuenta con un jardín botánico con diferentes variedades de agave.

El último punto de la ruta, Santiago Matatlán, se ubica a 11km de distancia de San Pablo Villa de Mitla, aproximadamente a 16 minutos de distancia en automóvil; este poblado esllamado *cuna mundial del mezcal*, además de su templo construido en el siglo XVII y actividades de turismo alternativo como senderismo y ciclismo de montaña, posee varias de las fábricas que producen las marcas más representativas de mezcal, como lo son *Mezcal Mal Amor*, *Mezcal Dainzú*, *Mezcal del Amigo*, *Mezcal Real Matlatl*, *Rosarino*, *El Rey Zapoteco*, entre otras.

Una vez concluido el recorrido, el regreso a Oaxaca capital tomará un aproximado de 1 hora de camino, recorriendo poco más de 48 kms.

- b) Teniendo como punto de comparación a la ruta del tequila en Jalisco, se propone, a mediano plazo, consolidar las seis comunidades con mejoras de acceso carretero y de infraestructura; esto implicaría también la inversión, tanto pública como privada, para el mejoramiento visual de las poblaciones, empedrado o pavimentación de calles, luminarias, servicio de internet y comunicaciones en general, remodelación del casco urbano de los poblados, y mejoramiento de la oferta de servicios de tipo turístico que permitan alargar el tiempo de estadía del visitante, pudiendo pernoctar en alguna de las últimas dos poblaciones, que son San Pablo Villa de Mitla y/o Santiago Matatlán; el primer pueblo por ser el que tuviera más posibilidades de

crecimiento gracias a su ingreso al padrón del programa de Pueblos Mágicos de México, y el segundo por ser conocido como “cuna mundial del mezcal”, y cuyos habitantes se dedican casi en su totalidad a la elaboración y promoción del mezcal, y que si bien inició en la actividad turística en 2010, tiene el potencial para desarrollarse en este sentido.

5. Conclusiones

Si bien los objetivos planteados en este trabajo se cumplieron, al poder **identificar** y entender parte de la idiosincrasia que envuelve al mezcal y los significados culturales que se tienen en la sociedad mexicana, principalmente en los productores artesanales, así como **equiparar** las características propias de ese derivado del **turismo** rural, el **turismo** del mezcal, la evidencia presentada en las cifras económicas oficiales manifiestan que si bien la venta y exportación del mezcal se ha incrementado exponencialmente en los últimos años, poco o casi nada de esos beneficios han repercutido en los productores artesanales y en sus familias. Esto se debe a varios factores ya expuestos; primeramente la alta tasa impositiva que el gobierno impone a cada litro de mezcal elaborado, lo que deja un muy pobre margen de ganancia para el productor artesanal. Otro factor es la falta de organización entre las mismas comunidades productoras para aprovechar el momento que el mezcal está viviendo como una actividad turística, puesto que está visto que existe un mercado potencial de visitantes interesados en esa rama del turismo pero que dichas comunidades no han sabido desarrollar, entendiendo que esto se debe a que el turismo nunca ha sido su actividad comercial primaria, y que los productores han tenido que adaptarse a los cambios que se han estado desarrollando con el incremento del consumo del mezcal; por ello aún muestran una falta de capacitación o un aprendizaje improvisado para la prestación del servicio turístico, y por lo que, a fin de potenciar ese desarrollo, es necesario un mayor apoyo del sector público y privado.

Sin embargo el panorama es alentador si se compara con lo sucedido en el poblado de Tequila, en donde el crecimiento turístico y de infraestructura se dio a un ritmo acelerado gracias a la inversión de los propios productores tequileros, que en el caso de los productores de mezcal, dicha responsabilidad debería recaer en las grandes marcas de mezcal comercial que exportan su producción con ganancias millonarias, es decir un mayor involucramiento del sector empresarial privado; falta entonces visión y voluntad para ello.

Si bien no está claro el método utilizado para el trazado de la ruta del mezcal, las seis poblaciones que lo integran cuentan, en mayor o menor medida, con un inventario de atractivos turísticos que los hacen dignos de ser visitados; sería entonces deseable que la promoción turística que el gobierno del estado de Oaxaca ha implementado mediante el

trazado de las 10 rutas turísticas para el estado, que incluyen la ruta caminos del mezcal, pudieran de alguna manera entrelazarse en puntos estratégicos que permitan al visitante conocer los palenques o fábricas de mezcal en apoyo al desarrollo turístico de las personas ligadas a este, ya que actualmente se pierde la oportunidad de realizar un recorrido muy interesante por la falta de organización y de un plan de desarrollo que impulse dicho producto turístico; así pues, con una propuesta de intervención como la anteriormente expuesta, las comunidades productoras de Oaxaca podrían aspirar a tener un mejor nivel de vida.

6. Referencias bibliográficas

Teóricas

Crespo, C., & Ondelj, M. (2004). Pinturas en las rocas, Turismo y Patrimonio en la Patagonia Argentina. Algunas consideraciones desde la antropología. En M. Rotman, *Antropología de la Cultura y el Patrimonio. Diversidad y Desigualdad en los procesos culturales contemporáneos*. (págs. 115-129). Córdoba, Argentina: Ferreyra Editor.

Fassio, A., & Pascual, L. (2015). *Apuntes para desarrollar una investigación en el campo de la administración y el análisis organizacional*. Buenos Aires, Argentina: Eudeba.

Greenwood, D. J. (1992). La cultura al peso: perspectiva antropológica del turismo en tanto proceso de mercantilización cultural. En V. Smith, *Anfitriones e invitados* (págs. 257-279). Madrid, España: Endymión.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. DF, México: Mc Graw Hill.

Jiménez Vizcarra, M. (agosto, 2013). *El vino mezcal, tequila y la polémica sobre la destilación prehispánica*. Benemérita Sociedad de Geografía y Estadística del Estado de Jalisco.

Otamendi, A. (2009). Antropología del turismo: perspectivas, abordajes y contactos. En *Temas del Patrimonio cultural N°26: turismo cultural II* (págs. 193-208). Buenos Aires, Argentina: Ministerio de Cultura Buenos Aires.

Santiago Romero, H., López Pozos, R., & Arcos García, J. L. (2017). *Metodología para evaluar el potencial agroecoturístico: caso del maguey y el mezcal, en Santiago Matatlán*. Revista Mexicana de Agroecosistemas, IV(2, 2017 - Suplemento 2), 110-122.

Serra Puche, M., Lazcano Arce, J. (2016). *El mezcal, una bebida prehispánica: estudios etnoarqueológicos*. D.F. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Antropológicas.

Artículos periodísticos, sitios web, ponencias en línea

Altamirano, N. (06 de enero de 2018). Vuelve la ruta Caminos del Mezcal a Oaxaca. *NVI (Noticias, voz e imagen) Noticias de Oaxaca*. Recuperado el 26 de Marzo de 2018, de [www.nvinoticias.com: http://www.nvinoticias.com/nota/81069/vuelve-la-ruta-caminos-del-mezcal-oaxaca](http://www.nvinoticias.com/nota/81069/vuelve-la-ruta-caminos-del-mezcal-oaxaca)

Benítez Rivera, R. D. (3 de mayo de 2011). *El Mezcal; la sobrevivencia de una tradición en Guerrero y Oaxaca*. Recuperado el 9 de agosto de 2018, de *Mezcales Tradicionales Mx*: http://mezcalestradicionales.mx/mezcales_herencia_cultural_y_bio/Ponencias%20PDF/10%20SOBREVIVENCIA%20TRADICION.pdf

Borboa, C. (2016). *Los Sabores de México*. Retrieved 28 de Mayo de 2017 from Por la ruta del mezcal: <http://lossaboresdemexico.com/por-la-ruta-del-mezcal/>

CRM, Consejo regulador del mezcal, Recuperado el 12 de mayo de 2018. Denominación de Origen y NOM-070-SCFI-2016. <http://www.crm.org.mx/denominacion.html>

CRM. (2017). *Consejo Regulador del Mezcal*. Recuperado el 17 de agosto de 2018, de Informe estadístico 2017: http://www.crm.org.mx/PDF/INF_ACTIVIDADES/INFORME2017.pdf

De Anda Corral, J. F. (5 de agosto de 2017). La ruta del tequila: modelo turístico de exportación. *El Economista* Periódico en línea.

Espirituosas, F. E. (s.f.). *Federación Española de Bebidas Espirituosas*. Recuperado el 8 de agosto de 2018, de febe.es: <https://lactosa.org/wp-content/uploads/2016/10/Bebidas-espirituosas.pdf>

García, Ó. (25 de julio de 2017). *Genera feria del mezcal en Oaxaca derrama económica superior a 30 mdp*. Recuperado el 14 de agosto de 2018, de Agencia Quadrin Oaxaca: <https://oaxaca.quadratin.com.mx/genera-feria-del-mezcal-oaxaca-derrama-economica-superior-30-mdp/>

Garduño Mendoza, M., Guzmán Hernández, C., & Zizumbo Villarreal, L. (2009). Turismo rural: Participación de las comunidades y programas federales. *El Periplo Sustentable* (17), 7-12.

Higa Alquicira, D. (25 de agosto de 2017). *El Semanario*. Recuperado el 14 de agosto de 2018, de Ruta del Tequila, la apuesta para impulsar el turismo en México: <https://elsemanario.com/negocios/221753/tequila-la-apuesta-para-impulsar-el-turismo-en-mexico/>

INAH. (15 de Diciembre de 2011). *Instituto Nacional de Antropología e Historia*. Retrieved 15 de Julio de 2017 from www.inah.gob.mx: <http://www.inah.gob.mx/es/boletines/1142-documentan-importancia-del-mezcal-entre-indigenas>

InfoHoreca. (16 de abril de 2018). *InfoHoreca*. Recuperado el 14 de agosto de 2018, de Cómo es el perfil del viajero rural más frecuente: <https://www.infohoreca.com/noticias/20180416/perfil-del-turista-rural-clubrural-youtube#.W3OHrJNKi-U>

La razón on line. Redacción. (14 de septiembre de 2016). *La Razón on line*. [periódico en línea] Recuperado el 18 de mayo de 2018, de www.razon.com.mx: <https://www.razon.com.mx/oaxaca-ya-tiene-10-rutas-turisticas/>

Lemus, J. J. (9 de agosto de 2016). *Reporte Índigo*. Recuperado el 17 de agosto de 2018, de Mezcal: bebida profanada: <https://www.reporteindigo.com/reportes/mezcal-industria-comercializacion-maguey-oaxaca/3/>

- Martínez Tarrago, T. (diciembre de 1999). *CEDO Virtual*. Recuperado el 14 de agosto de 2018, de Panorama actual del turismo rural en México y su evaluación: <https://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/Documentos/003568Pri0000.pdf>
- Mena, M. (27 de noviembre de 2017). Tour mezcalero, nueva atracción turística en Puebla. *El Sol de Puebla, 2018* (agosto), pág. 14.
- México, P. (s.f.). *Playas México*. Obtenido de www.playasmexico.com: <http://www.playasmexico.com.mx/haz-patria-bebe-mezcal/articulo-playas/5667>
- Montes Vásquez, R. I. (febrero de 2014). *Universidad Autónoma del Estado de México*. Retrieved 18 de mayo de 2017 from <http://ri.uaemex.mx/>: <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/40681/Tesis%20REI.pdf?sequence=1>
- Orizaga, X. (8 de octubre de 2015). *Dimensión Turística*. Recuperado el 14 de agosto de 2018, de Guerrero estrena su primera ruta turística del mezcal: <http://www.dimensionturistica.com/index.php/secciones-15/1144-guerrero-estrena-su-primera-ruta-turistica-de-mezcal>
- Pérez Ricárdez, C. I. (3 de mayo de 2011). *Los mezcales y sus tradiciones: complejidad, gastronomía, control social y gusto histórico*. Recuperado el 7 de agosto de 2018, de Mezcales Tradicionales: http://mezcalestradicionales.mx/mezcales_herencia_cultural_y_bio/Ponencias%20PDF/2%20Mezcales%20y%20tradiciones.pdf
- Piña, E. (3 de Marzo de 2016). *Conacyt*. Retrieved 15 de Julio de 2017 from [Conacytprensa.mx](http://newsnet.conacytprensa.mx/): http://newsnet.conacytprensa.mx/media/com_hwdmediashare/files/97/cb/0e/71e4d59a257c69280cddb8ed64211.pdf
- Ramírez, V. (5 de mayo de 2016). Sigue los caminos del mezcal. *El Universal* . Redacción. (4 de octubre de 2014). La ruta del tequila desarrolla una oferta nocturna. *El Informador Periódico* en línea.
- Redacción. (4 de febrero de 2015). *ADN Sureste*. Recuperado el 17 de agosto de 2018, de A los turistas les gusta ruta "Caminos del Mezcal" en Oaxaca: <http://adnsureste.info/a-los-turistas-les-gusta-ruta-caminos-del-mezcal-en-oaxaca-1520-h/>
- Redacción. (14 de enero de 2011). El mezcal, candidato a Patrimonio de la Humanidad. *Revista Proceso* .
- Redacción. (21 de noviembre de 2005). El tequila, patrimonio de la humanidad. *Revista Proceso* .
- Redacción. (2018). *Fiestas de la Guelaguetza*. Recuperado el 10 de agosto de 2018, de Vive Oaxaca, www.viveoaxaca.org: <http://viveoaxaca.org/p/guelaguetza-videogaleria.html?m=1> Sitio oficial de turismo en el estado de Oaxaca.

Redacción. (23 de febrero de 2017). *Mezcaleros de matatlán exigen reactivación de su ruta turística*. Recuperado el 13 de agosto de 2018, de Expresión Informativa.com: <http://expresioninformativa.com/mezcaleros-de-matatlan-exigen-reactivacion-de-su-ruta-turistica/>

Redacción. (18 de enero de 2016). *Notimérica*. Recuperado el 13 de agosto de 2018, de 10 rutas para conocer la esencia de Oaxaca, México: <http://www.notimerica.com/sociedad/noticia-10-rutas-conocer-esencia-oaxaca-mexico-20160118143427.html>

Redacción. (2018). de *Ruta Turística de Oaxaca: Caminos del Mezcal*. Recuperado el 13 de agosto de 2018, Vive Oaxaca, www.viveoaxaca.org: <https://www.viveoaxaca.org/2015/03/CaminosdelMezcal.html> Sitio oficial de turismo en el estado de Oaxaca.

Rivera, L. (17 de febrero de 2015). *Milenio, periódico en línea*. Recuperado el 14 de agosto de 2018, de Turismo Rural: <http://www.milenio.com/opinion/varios-autores/universidad-tecnologica-del-valle-del-mezquital/turismo-rural>

Rodríguez, E. (6 de noviembre de 2017). *Marco Mares*. Recuperado el 13 de agosto de 2018, de Caminos del mezcal en Oaxaca, ruta que se disfruta sorbo a sorbo: <https://marcomares.com.mx/turismo/caminos-del-mezcal-oaxaca-ruta-se-disfruta-sorbo-sorbo/>

Romero, M. (22 de abril de 2016). *ANSA Latina*. Recuperado el 14 de agosto de 2018, de El mezcal crece como espuma en México: http://www.ansalatina.com/americalatina/noticia/sociedad/2016/04/22/el-refresco-mezcal-crece-como-espuma-en-mexico_e1fba0f4-3b3b-4771-9c02-2fbf27d26db9.html

SECTUR. Secretaria de turismo de Oaxaca. *Indicadores de la Actividad Turística 2017*. Recuperado el 18 de mayo de 2018, de <http://www.sectur.oaxaca.gob.mx/wp-content/uploads/2018/03/01.indicadores-turismo-2017-Cierre-definitivo.pdf>

Sectur. (s.f.). *Guía de incorporación y permanencia Pueblos Mágicos*. Recuperado el 13 de agosto de 2018, de [sectur.com](http://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2014/10/guia-pueblos-magicos.pdf): <http://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2014/10/guia-pueblos-magicos.pdf>

Sectur. (2017). *Portal del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica de Turismo*. Recuperado el 13 de agosto de 2018, de Anuario Estadístico y Geográfico de Oaxaca 2017: http://www.datatur.sectur.gob.mx/ITxEF_Docs/OAX_ANUARIO_PDF.pdf

Torreblanca, E. (1 de Diciembre de 2015). Mezcal y turismo en el eje emprendedor oaxaqueño. *El Financiero*. Periódico en línea.

Turismo, S. d. (2004). *Turismo Alternativo, Una nueva forma de hacer turismo* (Vol. Fascículo 1). México, D.F., México: Sectur.

UNID. (2018). *Universidad Interamericana para el Desarrollo*. Recuperado el 14 de agosto de 2018, de Turismo Rural:
http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/lic/AET/TR/S02/TR02_Lectura.pdf

Varela, R. (29 de Diciembre de 2016). El turismo del mezcal. *Crónica* .Periódico en línea.

7. Anexos

7.1 Mapas y Figuras



Figura 1. Estados de la república mexicana con Denominación de Origen del Mezcal. Fuente: Consejo Regulador del Mezcal, 2018. www.crm.org.mx

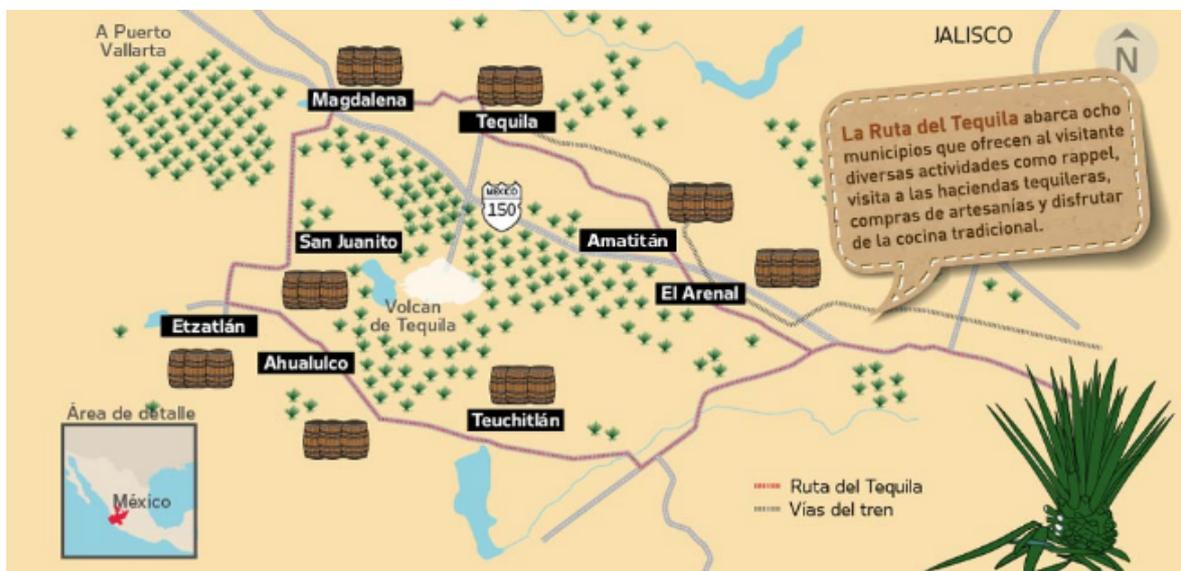


Figura 2. Mapa de la Ruta del Tequila en el estado de Jalisco. Fuente: El Universal. *Periódico en línea*, 2012
<http://archivo.eluniversal.com.mx/graficos/graficosanimados13/EU-Ruta-Tequila/lightbox/mapi.html>