

Tequila San Matías de Jalisco: Un legado de México para el mundo

Tequila San Matías de Jalisco SA de CV

por Jorge Camberos Sánchez

SAGARPA
SECRETARÍA DE AGRICULTURA,
GANADERÍA, DESARROLLO RURAL,
PESCA Y ALIMENTACIÓN



Introducción

El caso de éxito que aborda el presente estudio corresponde a la empresa Tequila San Matías de Jalisco S.A. De C.V., la cual se encuentra ubicada en el estado de Jalisco, se inserta en el Sistema Producto Agave Tequila y cuenta con una historia de 130 años de antigüedad.

Las características que la distinguen como empresa exitosa son: alto sentido de pertenencia, alto grado de motivación en todos los niveles, capacidad de liderazgo interno y externo, el trabajo en equipo al interior y exterior de la organización, la creatividad e iniciativa en el Equipo Directivo, la capacidad tecnológica que se ha alcanzado, la orientación de sus productos hacia los clientes y consumidor, su visión y misión congruentes con su desempeño, las estrategias empresariales establecidas para abordar sus objetivos estratégicos, el alto involucramiento del personal en el objetivo y quehacer de la empresa, su prioridad en las políticas internas de equidad de género y desarrollo sustentable, entre otros.

El caso de éxito exportador de la empresa mexicana Tequila San Matías de Jalisco, es relevante, como modelo de referencia, en el marco de experiencias empresariales innovadoras que aportan elementos para el desarrollo del sector agroalimentario y particularmente para el Sistema Producto Agave Tequila e industria tequilera.

La documentación realizada muestra a una empresa de abolengo que ha abordado y solucionado los retos y dificultades durante su desarrollo, lo cual le ha permitido posicionarse como una de las cinco empresas más importantes en el ramo de la industria tequilera y como una de las mejores empresas de México, en oferta laboral. La diversidad de productos que ofrece al mercado atiende a diversos segmentos de la población. En resumen, es una empresa que ha venido evolucionando e incorporando una serie de innovaciones que le abren camino



75 AÑOS DE INNOVACIÓN PARA UNA
AGRICULTURA MÁS PRODUCTIVA,
SUSTENTABLE E INCLUYENTE
EN LAS AMÉRICAS



INNOVAR
para competir



hacia la competitividad empresarial en el sector, mismas que sustentan su éxito de la organización y exportador.

Resulta además extraordinario, el liderazgo excepcional que ha implementado la Directora General de la empresa, siendo una mujer que trasmite una calidez y amabilidad en su trato al interior y exterior de la instancia, en un ámbito tequilero, caracterizado por el predominio del género masculino.

Antecedentes de la organización

La Casa San Matías de Jalisco, es una empresa de la industria de alimentos y bebidas, del sector económico de industrias manufactureras. En el giro de producción y venta de tequila fue registrada en la Cámara Nacional de la Industria Tequilera. En 1886, fue fundada por el Sr. Delfino González García en el poblado de Magdalena, Jalisco, con el objetivo de elaborar tequila. Posteriormente fue reubicada en la localidad Ojo de Agua en el municipio de Tepatitlán de Morelos, Jalisco, entre los años de 1935 a 1940, en donde actualmente se localiza. En 1995, la Casa San Matías paso ha ser posesión de Don Guillermo Castañeda, y treinta años después, el empresario jalisciense Jesús López Román adquiere la empresa e inicia la modernización de las misma. Para en 1997 Carmen Villareal Treviño asumió la Dirección General de la Casa San Matías e inició la segunda etapa de modernización de esta empresa y un proceso de innovación empresarial. En estos 130 años de existencia , la empresa ha superado obstáculos y retos . La trayectoria de exportación de la tequilera se remonta a la década de los ochentas hacia Estados Unidos de América (EUA) y Europa, pero el modelo exitoso exportador se inició a partir del año 2000, actualmente exporta Tequila 100% agave a EUA con Sazerac Company, Inc. Del total de su volumen de ventas, para el año 2016, alrededor del 49% se concretan en el mercado extranjero y el 51% en el mercado nacional, con más de 40 distribuidores para acercar productos a los diversos tipos de consumidores. Actualmente cuenta con 246 empleados para la fabricación de sus productos.

La visión de la empresa se expresa en : “Ser una Empresa Grandiosa, con Presencia Relevante en México y el Extranjero, Reconocidos como los Expertos en Tequila ofreciendo Productos de Alta Calidad y un Servicio de Excelencia”, y su misión es: “Proporcionar Experiencias Extraordinarias a Nuestros Consumidores Nacionales e Internacionales a través de la Fabricación y Comercialización de Tequilas de Excelente Calidad”.

AÑO	EVENTO
2016	Lanzamiento de San Matías Tahona Blanco. Celebración de 130 años perfeccionando el tequila.
2015	Lanzamiento del Tequila Añejo Cristalino: San Matías Cristal.
2006	Celebración de 120 años Lanzamiento de: Tequila Pueblo Viejo Orgullo (24 meses de añejamiento).
2003	Reconocimiento por el Consejo de Cámaras Industriales de Jalisco como la más destacada en la industria tequilera.
1999	Lanzamiento del Tequila Carmesí, sueva para paladares delicados, recomendado para segmento femenino.
1998	Lanzamiento de: Tequila Rey Sol con diseño de botella del artista Sergio Bustamante.
1997	Carmen Villareal Treviño asume el puesto de Directora Ejecutiva de la empresa.
1996	En la Hacienda Ojo de Agua, la fabrica es remodelada y se inaugura la planta de envasado en Acatic, Jalisco, reconocida en el sector como una de las mas modernas en diseño y construcción.
1993	Lanzamiento del primer tequila extra añejo del mercado mexicano: San Matías Gran Reserva.
1989	Lanzamiento del tequila: Pueblo Viejo marca líder y primera en ser 100% agave de la Casa San Matías.
1985	Jesús López Román adquiere la Dirección de la empresa, efectúa modernización e incremento de la calidad de los productos.
1955	Don Guillermo Castañeda asume la dirección de la empresa y se retira del negocio Delfino González, incremento de la producción de tequila y primeras exportaciones.
1940 - 1935	Reubicación de la destilería en la localidad de Ojo de Agua, Tepatitlán de Morelos, en los Altos de Jalisco.
1886	Fundación de la empresa por Delfino González García en el poblado de Magdalena, Jalisco, México. Momento de inicio de la elaboración del tequila a una escala familiar, evento que sentaría las bases de lo que hoy es la Casa San Matías.

Cuadro 1. Historia de la empresa.

MERCADO	DESTINO
Mercado Nacional	Zona de El Bajío
	Presencia principal en Jalisco
	Aguascalientes
	Michoacán
	Guanajuato
	Nayarit
	Ciudad de México, Estado de México y Puebla
	Querétaro
	Baja California Norte y Sur
	Sonora
	Cancún
	Zona de la Comarca Lagunera
Mercado Internacional	Estados Unidos de América (EUA)

Cuadro 2. Mercado de la empresa.

Motivación para la innovación en el contexto exportador de la organización

La motivación para la innovación, en el contexto exportador de la organización, se origina a partir del cambio en la Dirección General de la empresa en el año de 1997. En ese momento se inicia un proceso de renovación de la organización, transformándose en una empresa con desarrollo empresarial, planeación estratégica y visión de futuro. El modelo organizativo que se ha consolidado en el período de 1997 al 2016 es la fuente generadora de la motivación para las innovaciones que han permitido la competitividad y la conformación de un el modelo de éxito exportador como empresa tequilera.

En terminos generales, la motivación para la innovación en el contexto exportador de la empresa esta en función de: 1) Demanda de mercado, como en el caso del importador en EUA; 2) Apertura comercial de la empresa hacia el mercado exterior; 3) Aprovechamiento de las oportunidades de transferencia de tecnología, financiamiento, asistencia técnica especializada, 4) Construcción de una mejor empresa en sentido social y ambiental.

La naturaleza de estas motivaciones esta asociada a diversos factores,

como la atención de las demandas y expectativas del mercado, clientes y consumidores, tanto en el mercado doméstico, como en el contexto internacional. Para alcanzar el éxito exportador se han desarrollado capacidades y se han adquirido competencias para cumplir con los requisitos y exigencias legales y normativas; también se han aprovechando las oportunidades de financiamiento, asistencia técnica especializada y la oferta tecnológica, así como algunos subsidios provenientes de las políticas públicas para el sector agroalimentario, concerniente a la instalación de un biodigestor para el tratamiento de vinazas.

En este periodo, la empresa ha instrumentado una estrategia de expansión, diversificación, diferenciación y segmentación, misma que se ha facilitado por conducto de su estructura organizativa, y le ha permitido una mayor participación en el mercado e incremento de las ventas.

La motivación de innovación en el contexto exportador ha buscado la atención del consumidor mexicano y latino que radica en EU, como también, la conquista y consolidación de las preferencias del consumidor norteamericano. Esto se pone de manifiesto con el crecimiento exponencial en exportaciones en los últimos cuatro años hacia este país.



Cuadro 4. Tabla de porcentaje de ventas en mercado nacional e internacional por año.

Identificación del problema y diseño de la solución

En el período comprendido de 1985 y 1996, con la dirección de la empresa por parte de Jesús López Román, se inició la primera etapa de modernización y expansión de la empresa, que incluyó, el lanzamiento del tequila San Matías Gran Reserva, el primer Extra Añejo de alta calidad de esta Casa Tequilera (1993), También, se llevó a cabo la re-

modelación de la Fabrica en la Hacienda Ojo de Agua y la inauguración de la planta de embotellamiento en el municipio de Acatic, en el año de 1996. En este periodo se exportaba a EUA y otros países, sin embargo, la venta a importadores pequeños con menor alcance comercial representaban menores ingresos para la empresa, motivo por el cual se decidió dejar de exportar y comenzar a rediseñar y relanzar la estrategia de exportación con importadores con valores y principios compatibles con la empresa. Esto ultimo se emprendió a partir de que Carmen Villareal asumiera la Dirección General e iniciara una segunda etapa del proceso de modernización de la empresa, que incluyó una serie de innovaciones empresariales. Así, los tomadores de decisiones de la empresa lograron la identificación y aprovechamiento de oportunidades, así como la detección y atención de problemas. Entre las oportunidades destacaba el establecimiento de nuevas relaciones entre la empresa y los importadores bajo un enfoque de valores compartidos; y la atención a la demanda de clientes, orientando el desarrollo del producto a satisfacer lo que marcaba la demanda específica de los consumidores.

Un problema identificado que afecta el desarrollo de la empresa ha sido la escasez cíclica de agave (Agave tequilana Weber variedad azul), dado que el ciclo de desarrollo del cultivo es de siete a diez años, y la demanda de la materia prima se ha incrementado con el involucramiento de nuevos fabricantes de tequila, así como el crecimiento emergente de empresas que elaboran otros derivados del agave, como son, la inulina, jarabes de agave, entre otros; la escasez de agave en el medio se traduce en un aumento del precio en la materia prima para el fabricante de tequila, que se ve reflejado directamente en los costos de producción.

La empresa abordó esta problemática por medio dos acciones:

- 1) estableció plantaciones propias de agave para satisfacer sus necesidades de abasto, y
- 2) estableció alianzas con productores de agave.

Por otro lado, existe una problemática respecto a la investigación y transferencia de tecnología que ha representado limitaciones potenciales de desarrollo para la empresa, ya que el acceso a investigaciones, paquetes tecnológicos y consultores en la materia, son dispersos, y su difusión es insuficiente por parte de las instancias correspondientes. La empresa ha atendido esta limitación mediante el establecimiento de un área de investigación al interior de la misma, para la búsqueda de soluciones y atención a las necesidades de innovaciones tecnológicas en los sectores de cultivo del agave, destilación, embotellado y

comercialización de los productos, además de la vinculación con las instituciones y actores, partes de este eslabón de la cadena.

Es relevante mencionar la coordinación de la empresa, para solventar estas limitaciones, con el Consejo Regulador del Tequila (CRT), que efectúa e impulsa procesos de investigación y transferencia de tecnología para el sector agave – tequila, están involucrados algunos centros de investigación, universidades e instancias públicas en esta temática.



Cuadro 5. Problemática en investigación y transferencia de tecnología en el sector tequilero.

Asimismo, se han identificado algunos riesgos potenciales para la empresa en el contexto exportador, los cuales se han abordado mediante la implementación de estrategias empresariales, que le han permitido su posicionamiento y competitividad en el mercado nacional e internacional, entre estas, destacan la fabricación de tequilas para varios estratos del mercado: (tequilas accesibles para una población de menor poder adquisitivo, tequilas Premium para consumidores con alto poder adquisitivo, tequilas diseñados específicamente para satisfacer las necesidades de los clientes y de los consumidores),

La elaboración de productos de alta calidad, las alianzas estratégicas con importadores en EUA, el crecimiento en las eficiencias de pro-

ducción, entre otros, son elementos de la estrategia empresarial para atender estas amenazas.

Las oportunidades que se han aprovechado para la implementación de innovaciones que permiten la competitividad y el éxito exportador en la empresa, se han podido identificar a partir del propio proceso y experiencia de exportación en el que se ha participado. Es decir, a partir de la vinculación con el Consejo Regulador del Tequila (CRT) y con la Cámara Nacional de la Industria del Tequila (CNIT), se han generado posibles oportunidades para el éxito exportador, tales como las certificaciones en las que esta empresa ha participado, mismas que han facilitado la identificación de los aciertos y fortalezas, lo cual se ha abordado a través de diversas acciones de capacitación, consultoría y asistencia técnica, y el establecimiento de estrategias internas en la organización para el desarrollo de talentos, permitiendo el desarrollo y consolidación de la empresa.

Algunas de las oportunidades que la empresa ha potencializado para el éxito exportador son: los Tratados y Acuerdos internacionales de libre comercio entre México y otros países (TLCAN), y el aprovechamiento de las estructuras y circuitos de distribución y comercialización establecidos para el producto (importadores, distribuidores, mayoristas, departamentales, especializadas, supermercados, restaurantes, bares, etc.), el establecimiento y reconocimiento del Marco Normativo de denominación de origen del tequila, la vinculación con algunas instancias públicas y privadas de fomento al tequila que le han facilitado el acceso al mercado internacional (Cámara Nacional de la Industria del Tequila, Consejo Regulador del Tequila, entre otros), y algunos apoyos derivados de la política pública de apoyo al sector tequilero (FIRA).

Descripción de las innovaciones determinantes en el éxito exportador

Las innovaciones determinantes del éxito exportador de la empresa se vinculan a una innovación organizativa que ha identificado y desarrollado ventajas competitivas, enfocando sus esfuerzos al desarrollo de capacidades dinámicas que le ha facilitado la identificación de las oportunidades del mercado, integrando los recursos necesarios para el aprovechamiento de estas oportunidades y fortalezas, y consolidando una estructura interna que facilite la generación de nuevas ventajas competitivas.

Innovaciones de Producto

Las innovaciones en Producto consisten en la introducción de nuevos bienes, y/o significativamente mejorados, en cuanto a sus características y uso al que se destina. Estas, incluyen la mejoras significativas de las características técnicas, de los componentes y los materiales, de la informática integrada, y otras características funcionales.

El reciente lanzamiento de los tequilas Tahona 100% agave (artesanal de calidad), exclusivamente para celebrar el 130 aniversario de la Casa San Matías y para el mercado selecto de EUA, es un nuevo producto de alta calidad diseñado para el mercado norteamericano. El Tequila San Matías Cristal Añejo 100% agave con 35% de alcohol, es un nuevo producto cuya importancia resalta en la poca fabricación de tipos de tequilas por otras casas tequileras. Tequila Rey Sol Extra Añejo 100% agave, presenta un color caoba y sabores ricos y complejos, todos ellos representan innovaciones de producto para esta empresa, ya que son únicos en su tipo, diferenciados, diseñados especialmente para un mercado específico.

Tipo de Innovación:	Producto		
Nombre:	Tequila Tahona 100% agave	Tequila San Matías Cristal 100% agave	Tequila Rey Sol 100% agave
Características:	Recientemente lanzado (2016), exclusivamente para celebrar el 130 aniversario de la Casa San Matías y para el mercado selecto de EUA, producto de alta calidad, proceso productivo artesanal al estilo antiguo, tal y como se efectuaba a principios del siglo veinte. No existe otro producto similar en la empresa y en el mercado son pocos los tequilas artesanales de calidad Premium.	Producto que no existía anteriormente en la empresa, y son pocos los tequilas de este tipo elaborados por otras casas tequileras. Añejo cristalino con 35% de alcohol, elaborado con agaves de alta calidad, sometido al reposo de la madera y al proceso de filtrado pero mantiene sus características organolépticas de un añejo y la transparencia de un tequila blanco o plata.	Tequila con extraordinario y único diseño en su botella, licorera de cristal diseñada por el reconocido artista Sergio Bustamante, donde muestra un rostro del sol con el estilo característico de este reconocido artista, en un tequila 100% agave, extra añejo, de color caoba y sabores ricos y complejos. Único en su tipo y representa un posicionamiento de la empresa en el mercado
Estrategia:	Estrategia de diversificación y expansión		
Efecto:	Desarrollo y mayor participación en el mercado, nuevo segmento atendido, diversificación y complemento de portafolio de productos, mantenimiento de la cuota de mercado.		

Cuadro 8. Innovaciones de Producto.
Elaboración propia..

Innovaciones de Proceso

La introducción de nuevos, y significativamente mejorados procesos de producción, ha implicado cambios relevantes en las técnicas, tecnologías, equipos y en los materiales implicados en el proceso productivo de los bienes de esta empresa; estas innovaciones han tenido por objeto la disminución de los costos de producción, la mejora en la cali-

dad, y la producción de nuevos y/o mejorados productos, así como el mantenimiento de la competitividad y las relaciones con el mercado.

El establecimiento de un biodigestor para el tratamiento de las aguas residuales y control de la contaminación por vinazas, es una de las innovaciones de proceso más relevantes para la empresa, dado que el proceso de producción del tequila es muy contaminante para el medio ambiente, por cada litro de tequila producido se generan 10 litros de vinazas, y las aguas residuales presentan una dificultad para el tratamiento de manera convencional a nivel municipal, por lo que la aplicación de esta tecnología ha sido relevante.

Tipo de Innovación:	Proceso
Nombre:	Planta de tratamiento de aguas residuales – vinazas con biodigestor
Características:	Consiste en una fosa herméticamente cerrada para fermentación de materia orgánica por bacterias y microorganismos anaerobios para transformación en biogás y tratamiento de agua residuales para su transformación en agua benéfica para el riego y abono como resultados finales. Se compone de un derivador para la homogenización de la vinaza, un depósito para recepción de vinaza homogenizada, sistema de recirculación y agitación interna para su distribución homogénea, un depósito con un tanque de geomembrana flexible de cloruro de plivinilo (P.V.C.) para captura el biogás producido, el equipo incluye un sistema de calderas para mantener la temperatura, un sistema de bombeo para la circulación homogénea de la vinaza al interior del biodigestor, un sistema de inyección de biomasa, válvulas para regular la presión, filtros para gases tóxicos, sistema de conducción del biogás, quemador para el excedente de biogás, depósito para la captación del agua tratada. Además de caseta con tablero de sincronización y control de maquinas, así como oficina para registros y mediciones.
Efecto:	Reducción de de contaminación por vinazas, captura de gases y producción de biogás para su aplicación como combustible en producción del tequila. Oportunidad de recepción de beneficios económicos por la participación en el mercado de bonos de carbono. Mejoras en salud, incremento de productividad, cumplimiento de normas ambientales a nivel nacional e internacional. Potencial de acceso a recursos para desarrollo tecnológico, intercambio de información y fortalecimiento de las capacidades. Posicionamiento en las tenencias medioambientales.
Éxito exportador:	Reconocimiento y estímulo por parte de mercado, cliente y consumidor.

Cuadro 9. Características de la innovación de proceso de biodigestor.

Además, permite el acceso a otros beneficios, tales como: la generación de energía para su aprovechamiento en la planta de destilación y la oportunidad de recibir beneficios económicos por la participación en el mercado de bonos de carbono. Esta tecnología requirió de una capacitación y asesoría técnica especializada, para el personal que opera la planta. El funcionamiento de este sistema implica la medición y regulación de factores relevantes (pH, H₂S, CO₂, SO₂, volumen de vinaza y agua, entre otros). Esto a permitido a la empresa ser la primera en incorporarse al Programa Nacional de Reducción de Impacto Ambiental en la Agroindustria en México, a través del cual, pretende recibir

dinero con la venta de bonos de carbono mediante el uso de un biodigestor para capturar los gases y producir biogás para su aplicación como combustible en las calderas usadas en la producción del tequila.

Otra innovación de Proceso de esta empresa es la instrumentación de una Estrategia de Buenas Prácticas de Manufactura que le han permitido la adquisición de una serie de certificaciones para garantizar la calidad del proceso productivo. Se logró el Certificado distintivo “Hazard Analysis of Critical Control Points” (HACCP), relativo a la inocuidad de alimentos y bebidas, que abre las puertas para la venta de los productos en más de 140 países del mundo sin restricción alguna. El HACCP es un sistema preventivo y racional que permite la identificación, evaluación y control de riesgos y peligros que atenten contra la seguridad de los alimentos. Esta basado en los principios de: conducción de un análisis de riesgos, determinación de puntos críticos de control, establecimiento de límites a puntos críticos de control, establecimiento de procedimientos de monitoreo, establecimiento de acciones correctivas, establecimiento de procedimientos de registro, y establecimiento de procedimientos de verificación. Esta certificación se implementó en la empresa después de participar en programas de capacitación e implementación de Buenas Prácticas de Manufactura, misma que se logro con el apoyo del Consejo Regulador del Tequila, A.C. (CRT) y la Universidad Autónoma de Guadalajara (UAG), durante un periodo de tres años (una fase por año). Se implementó este proceso con la participación de la industria, el CRT, la UAG y COFEPRIS, y con el complemento de la certificadora Det Norske Veritas, que es una empresa noruega con sede en México, y que cuenta con un reconocimiento internacional. Este tipo de programas han servido para que la empresa realice las mejoras a su proceso, garantizando la inocuidad del Tequila que se comercializa tanto en México como en el extranjero.

En relación a las innovaciones de proceso, se cuenta con una estrategia de manejo responsable de residuos sólidos, en donde la empresa recibe el servicio de un proveedor para la colecta y transporte del bagazo de agave para su reciclaje, esto con apego a la normatividad en materia de medio ambiente, lo cual se alinea a la política de sustentabilidad de la empresa.

En relación a la vinculación entre innovaciones de proceso y producto, se identifican los procesos productivos de los tequilas de esta Casa Tequilera, destacando el Tahona Artesanal. Las características de los mismos se describen en el cuadro de innovación de proceso en fabricación de tequilas. Otro aspecto importante a destacar en las innovaciones de proceso es el establecimiento de plantaciones de agave tequi-

lana para satisfacer las necesidades de materia prima en la fabricación de tequila, además de el establecimiento de alianzas con agricultores (agaveros) para la producción de materia prima de calidad, logrando el aseguramiento de ésta para el proceso productivo. Estas acciones atienden a la problemática de escasez cíclica en la materia prima (ciclo de siete a diez años en el cultivo del agave) y al encarecimiento de esta materia prima derivado de su escasez.

Tipo de Innovación:	Proceso		
Nombre:	Tequila Tahona 100% agave	Tequila San Matias Cristal 100% agave	Tequila Rey Sol 100% agave Extra Añejo
Características:	Homeado a 90 ° C por 48 horas en horno de mampostería, molienda con Tahona en un espacio circular de cantera con piedra circular o muela para liberación de azúcares fermentables, el jugo del agave se mezcla con agua pura de manantial se vierte en tinas de fermentación de madera de pino por 72 horas, se incorporan levaduras especiales y levadura nativa de la región. El jugo fermentado se se destila en alambique de cobre estilo antiguo con dos fases de condensación. El añejamiento se realiza en barricas de roble francés. El embotellado es de calidad.	Destilado con dos fases de condensación con 35% de alcohol, añejamiento en barricas de roble francés y americano por 18 meses, proceso de filtrado especializado con carbón activado de determinados materiales y fibras de celulosa, balance perfecto entre el filtrado y añejamiento que mantiene características organolépticas. Envasado de calidad.	Cultivo con nutrición requerida, jima a la maduración a siete y/o diez años, Coccimiento en horno de mampostería, Destilado con dos fases de condensación a 38% de alcohol, añejamiento por seis años en barricas de roble francés y americano. Envasado de alta calidad.
Efecto:	Incremento de la productividad, diversificación de la oferta de productos, aumento de la calidad-precio, cumplimiento de exigencias medioambientales y regulatorias-normativas, reducción de tiempos de respuesta al cliente		
Exito exportador:	Posicionamiento en el mercado, mantenimiento de cliente, atención a demanda del consumidor.		

Cuadro 10. Innovación de proceso en fabricación de tequilas.

Innovaciones de Mercadotecnia

Las innovaciones de Mercadotecnia consisten en la implementación de una estrategia integral que incluye el diseño y fabricación de productos, a partir de las necesidades y expectativas del consumidor, para lo cual se efectúan estudios de mercado y grupos focales, y campañas publicitarias especiales para los productos. Se cuenta con un Portafolio diversificado de marcas para los distintos perfiles del consumidor. El modelo de promoción del producto considera un acercamiento al consumidor, y busca transmitir confianza, respeto y calidad. Así mismo, la Estrategia de Mercadotécnica, utiliza las Redes sociales, paginas electrónicas y un modelo de degustación de los productos con una pres-

encia formal.

Mercadotecnia	
Nombre:	Características
Exportación de barrica elegida por el cliente – importador	Una nueva forma de comercialización del producto es la exportación donde una determinada barrica elegida por el cliente – importador de un lote de tequilas selectos, se comercializa exportando el producto envasado de origen y la barrica vacía para que sea exhibida por el centro de consumo.
Calidad Premium	La identificación de la demanda y oportunidad que existe en el mercado de tequilas de alta calidad clasificados actualmente como Premium se ha potencializado por Casa San Matías, desarrollando estos productos bajo este distintivo, lo cual es una innovación de mercadotecnia que se ha implementado para atender estas nuevas modalidades del consumo del tequila.
Diseño de productos para el mercado	Fabricación de productos a partir de las necesidades y expectativas del consumidor, para lo cual se efectúan estudios de mercado y grupos focales, y campañas publicitarias especiales para los productos (Tahona, San Matías Cristal Añejo, Rey Sol Extra Añejo, San Matías Gran Reserva Extra Añejo).
Portafolio diversificado de marcas	Portafolio con trece marcas registradas en la Cámara Nacional de la Industria del Tequila (CNIT) para diferentes estratos de consumidores: Tequila San Matías Reposado, Tequila San Matías Gran Reserva Extra añejo, Tequila Carmesí Reposado, Tequila Pueblo Viejo Reposado, Tequila Pueblo Viejo Blanco, Tequila Pueblo Viejo Añejo, Tequila Rey Sol Extra añejo, Tequila Orgullo Pueblo Viejo Blanco, Reposado y Añejo, Tequila San Matías Azul Reposado, Tequila San Matías Blanco, Tequila San Matías Plata, Tequila San Matías Cristal Añejo, Tequila San Matías Tahona Blanco)
Campaña publicitaria por medios electrónicos	Páginas web actualizadas y redes sociales (twitter, facebook, instagram) con diseño especializado.
Campaña de degustación de los productos con una presencia formal	Campañas de degustación de los productos la participación de demostradoras y demostradores con una imagen de una persona común, atuendo cotidiano y formal, evitando la participación en estos eventos de modelos femeninas con atuendos sensuales, enfocando las campañas hacia el producto y no en la belleza o sensualidad de la demostradora, con esto la empresa comunica a los consumidores un mensaje de formalidad y seriedad en la labor, confianza en la calidad de los productos y el acercamiento a consumidores responsables.

Cuadro 11. Innovaciones de mercadotecnia

El lanzamiento de los Tequilas Tahona, Tequila San Matías Cristal Añejo, y Rey Sol Extra Añejo por de la Casa San Matías, incluyen innovaciones de mercadotecnia que consisten en un proceso de difusión y la búsqueda de adopción por los consumidores. Con ellos se ha logrado capturar el interés del consumidor, de tal manera que tome conciencia y conozca los productos, los evalúe y emita un juicio a partir de las ventajas y desventajas en comparación con otras marcas, lo pruebe o deguste y valore la adopción, lo adopte y lo confirme. Las características de estas innovaciones de mercadotecnia incluyen envases únicos, tapones especializados, etiquetas y embalajes distintivos, todos estos con un cuidado especial en su diseño y una calidad elevada. Estas innovaciones también integran elementos de nombres distintivos de las marcas, protección de las marcas, derechos y dificultad para copiar la imagen por los competidores. Un ejemplo de lo anterior es la marca de Tequila Rey Sol Extra Añejo, resultado de una

innovación de ésta empresa que permite una campaña de comercialización como un producto único y exclusivo, de cuidado y de calidad en todos sus aspectos. Ha sido clasificado como una de las 10 botellas de tequila imprescindibles según Forbes de México (Forbes Life) revista electrónica. Y también catalogado como uno de los tequilas de mayor calidad y mas caros del mundo.

Tipo de Innovación:	Mercadotecnia		
Nombre:	Tequila Tahona 100% agave	Tequila San Matías Cristal 100% agave Añejo	Tequila Rey Sol 100% agave Extra Añejo
Características:	<p>Las marcas reflejan las características de cada producto y la calidad empresa, transmiten al mercado un mensaje de identificación y diferenciación ante los consumidores y competidores. Los nombres de las marcas han sido seleccionadas y definidas para propiciar el éxito en el mercado y para satisfacer las necesidades del consumidor, el diseño de las marcas propician la adopción por parte del consumidor, atiende a un determinado grupo de consumidores, que se caracterizan por contar con ingresos y estatus social altos. Estas innovaciones de marcas son superiores a otras similares en el mercado y se orientan a la compatibilidad con el estilo de vida y valores del consumidor. Las botellas diseñadas para destacar visualmente y favoreciendo el éxito de los productos, transmiten un mensaje visual de calidad, satisfacción y placer para el consumidor, impacto positivo. Cada botella han sido diseñadas para atraer a grupos objetivo concretos. Envases de vidrios fácilmente reciclables y son compatibles con los valores ambientales del mercado y de algunos consumidores.</p> <p>Las tapas y tapones utilizados para los tequilas son de alta calidad, sistemas de apertura y cierre que garantizan la calidad y conservación de las bebidas, contención asegurada para el manteniendo íntegro el producto hasta su consumo sin presentar pérdidas en volumen, peso o cantidad, y aún después de abiertos los productos favorecen su conservación, seleccionados cuidadosamente para cada producto.</p> <p>Las etiquetas transmiten un mensaje de comunicación sobre la empresa y la marca, la tecnología de alta calidad y sofisticación, implica adhesivos especiales para el acomodo en determinada superficie del envase, el material y el diseño son de tecnología específica seleccionada para otorgarle a cada producto una imagen especial. Las etiquetas son diseñadas para cada producto y cada empaque incluyendo la información requerida en el mercado de acuerdo con las especificaciones normativas.</p>		
Efecto:	Incremento de las ventas. [7]		
Exito exportador:	Atención a las necesidades del mercado, cliente y consumidor		

Cuadro 12. Características de las Innovaciones de mercadotecnia en tequilas

Innovaciones de Organización

La introducción de un nuevo método organizativo que se aplica en las practicas, en el lugar de trabajo y en las relaciones hacia el exterior de la empresa, ha permitido la gestación de una nueva cultura organizacional, que facilita compartir el conocimiento y el aprendizaje entre los integrantes de la misma, el mejoramiento de las relaciones internas, el desarrollo de los talentos y la creatividad de los empleados que tiene como resultado una cultura de innovación con una iniciativa de cambio continuo y un liderazgo productivo de la empresa en la industria tequilera.

Este nuevo sistema organizativo ha permitido una nueva forma de

trabajar, con un mejor clima laboral, donde los empleados están mas involucrados en los procesos productivos y creativos de la empresa, esto se ve reflejado en el mejoramiento de los procesos productivos internos y a los productos que ofrece la empresa al mercado y a sus clientes, logrando, con ello ,una relación sólida con clientes y proveedores.

Tipo de Innovación:	Organización
Nombre:	Introducción de un nuevo método organizativo
Características:	Integración de un equipo de gerentes con un talento y un liderazgo positivo y propositivo, proceso de diagnóstico y planeación estratégica con desarrollo de capacidades y competencias laborales para enfrentar las debilidades y amenazas identificadas, así como las fortalezas y oportunidades identificadas, valoración de la satisfacción de los empleados, proveedores y clientes de la empresa, identificación de áreas de mejora. Impulso una cultura de mejora continua, impulso a creatividad y el crecimiento de la empresa, eficacia de procesos internos, mejora y fortalecimiento en los mecanismos de información, comunicación y relaciones personales. generando una iniciativa proactiva en el negocio. Incorporación de: una plataforma electrónica de comunicación, estímulos económicos y de coordinación que han facilitado el acercamiento entre todos los empleados. Y que ha implicado un nuevo método organizativo en las practicas, en la organización del lugar de trabajo y en las relaciones externas de la empresa.
Efecto:	Mejoramiento de organización del lugar de trabajo, fortalecimiento del liderazgo de la dirección general y coordinación entre las gerencias y áreas, eficiencia en los procesos productivos, implementación de un sistema de gestión de calidad. Mejora en relaciones internas y externas de la empresa, a nivel interno una satisfacción de empleados, con ambiente de cordialidad y compañerismo, arraigo a empresa y satisfacción por función que se realiza. A nivel externo, mejores relaciones e integración con los proveedores de servicios e insumos, el desarrollo de los proveedores a la par del desarrollo de la empresa, y con los clientes se han logrado nuevas formas de colaboración e integración que se han traducido en crecimiento e ingresos. Incremento de la productividad. Disminución de los costos laborales: horas trabajadas
Éxito exportador:	Impulso a las exportaciones.

Cuadro 13. Innovación organizativa

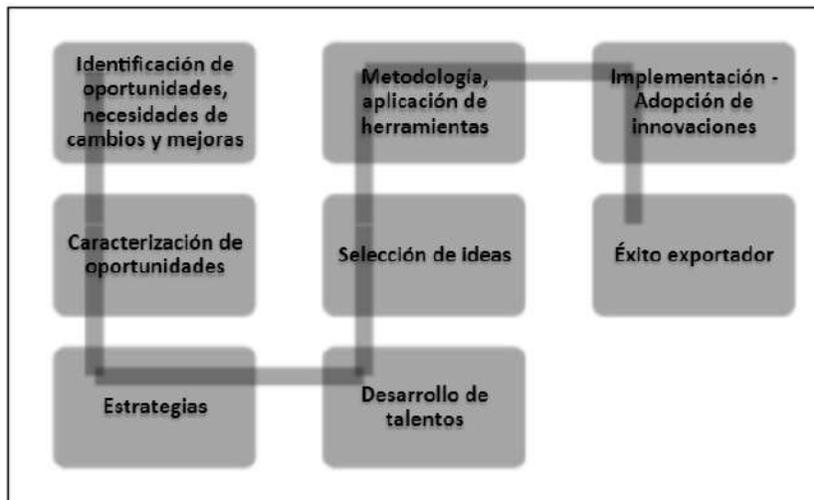
El nuevo método organizativo implementado en la empresa ha permitido el desarrollo de una estrategia de Certificaciones en el área de Recursos Humanos, logrando con ello: la Certificación del “Método de Equidad de Género” (MEG) ahora reconocida como Norma Oficial Mexicana de Igualdad Laboral. También tiene el Reconocimiento como una de las Mejores Empresas para Trabajar en México (Región Centro Occidente 2012, por Great Place to Work México), y la firma de investigación y consultoría. Presentó ranking, dentro de las 25 Mejores Empresas para Trabajar Región Centro Occidente, destacadas en aspectos de calidad humano . Las organizaciones son de las siguientes ciudades: Aguascalientes, Colima, Guanajuato, Jalisco, Michoacán y Nayarit.).

Así mismo, es reconocida como una de las 75 mejores empresas mexicanas por thetopcompanies.com y revista expansión. Y tiene el Certificado como empresa con bienestar libre de adicciones con sistema ELA.

Proceso para la implementación de las innovaciones

La implementación de las innovaciones en la empresa consistió en un proceso metodológico y aplicación de herramientas. Se requirió de la identificación de oportunidades, necesidades de cambios y mejoras en la empresa, partiendo de la propia experiencia y de su quehacer. Se efectuaron sesiones de trabajo con el equipo directivo de la empresa, y se establecieron estrategias y proyectos, canalizando recursos humanos y económicos para su implementación, y proyectando el desarrollo de la idea y el retorno económico a la empresa.

Es importante destacar que la implementación de las innovaciones en la empresa involucra un proceso sistémico, multifactorial y multisectorial, donde han participado las distintas áreas talentos y factores, para un determinado tipo de innovación, en relación a otras innovaciones, como por ejemplo, para el el lanzamiento de un nuevo producto, están implícitas las innovaciones de producto, proceso, mercadotecnia y de organización. La implementación de las innovaciones se han vinculado con etapas, ciclos y celebraciones significativas de la empresa, las cuales busca el lanzamiento de una nueva marca para conmemorar una fecha importante, como fue la celebración del aniversario de los 130 años de existencia de la empresa con el lanzamiento del Tequila Tahona Artesanal.



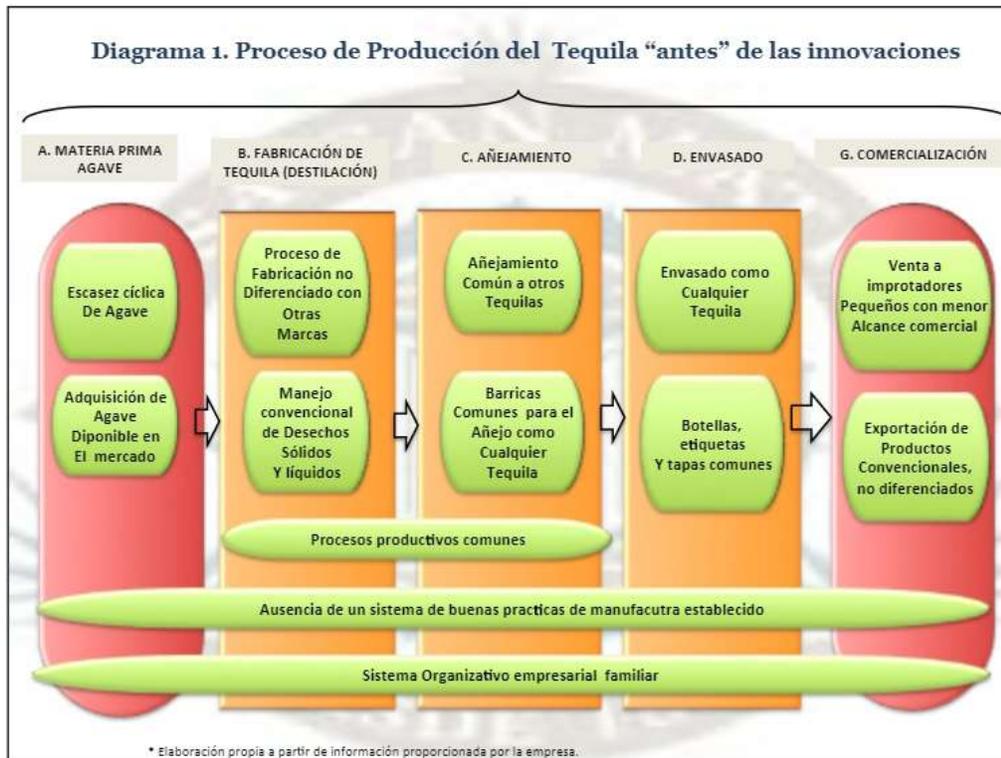
Cuadro 14. Proceso de implementación de las innovaciones.

La implementación de las innovaciones requirió de estudios exhaustivos de distinta índole (de mercado, análisis interno de disponibilidad de recursos, prototipos, fuentes de información, entre otros), y un período para su lanzamiento con sus objetivos y metas bien definidos,

un diseño y desarrollo metodológico, además de un modelo de diseño industrial, ingeniería de proyecto, modelos tecnológicos, establecimiento y adecuación de infraestructura y equipo. Lo cual incluyó las fases en el desarrollo, evolución del producto, desarrollo de mercado, el crecimiento y maduración.

Por otro lado, la producción de bienes de la Casa San Matías antes de las innovaciones, se desarrollaba bajo una situación de una escasez de agave, se adquiría la materia prima que estaba disponible en el medio que se obtenía, a partir de negociaciones con los productores de agave. El proceso de producción era poco diferenciado con procesos de destilación y añejamiento convencionales, o bien, se iniciaban con algunas innovaciones, los desechos sólidos y líquidos se efectuaba sin un manejo sustentable, se carecía de un sistema de buenas practicas de manufactura que controlaran los puntos críticos de todo el proceso, de igual forma el embotellado y la comercialización se efectuaba de manera convencional y a menor escala que la actual. Y la organización era poco desarrollada.

Esto se observa de manera esquemática en el diagrama que se presenta a continuación.



Cuadro 15. Proceso de Producción del Tequila antes de las innovaciones.

Por otro lado, las innovaciones se establecieron a partir de un proceso de modernización de la empresa, implementado entre los años de 1997 a 2016, que derivó en el desarrollo de la misma, es decir, en el éxito exportador alcanzado. De igual manera, se ha logrado concretar el establecimiento de cultivos propios de agave, alianzas estratégicas e incremento de la base de proveedores de agave para el abasto garantizado de materia prima de calidad.

Además de la implementación de un sistema de buenas practicas de manufactura, especializada y diversificada, para el proceso productivo y de comercialización, se ha generado un manejo sustentable de desechos sólidos y líquidos, provenientes de la fabricación del tequila.

También se han implementado estrategias de mercadotecnia que involucran el diseño exclusivo y de calidad en el envasado, etiquetado y empacado, obteniendo el reconocimiento de tequilas Premium de alta calidad, la alianza estratégica con importador en EUA. Así como la ejecución de un sistema organizativo innovador, que articulado estas acciones, ha posibilitado este éxito exportador de esta Casa Tequilera.

Lo anterior se puede observar en el mapa de innovaciones de la Casa San Matías que se presenta a continuación.



Cuadro 16. Mapa de innovaciones de la Casa Tequila San Matías de Jalisco.

Impacto de las innovaciones

El impacto de las innovaciones implementadas por la empresa han permitido el crecimiento de las misma y su competitividad, posicionándola como una de las cinco empresas tequileras mas importantes de México y el mundo. Con las distintas innovaciones se logró el desarrollo de talentos y desarrollo de emprendedores internos que se han convertido en mentores de sus equipos de trabajo. También el crecimiento de la empresa ha impulsado a la par el crecimiento de los proveedores de servicios e insumos de ésta, así como el incremento de las exportaciones.

Tipo de Innovación	Innovación	Impacto	Indicador
Producto	Nuevos Tequilas (Tahona, Cristal Añejo, Rey Sol)	Mayores ingresos generados por los nuevos productos Mayores exportaciones	% de ventas consecuencia de productos innovadores % de incremento en las exportaciones
	Fabricación de Tequila Artesanal de Calidad Proceso Artesanal, utilización de la Tahona, tinas de fermentación de madera de pino y destilación en alambique de cobre		
Proceso	Producción de Materia Prima con cultivos propios	Ahorro en compra de materia prima	% de reducción de costos de producción
	Alianza con Productores de agave para abasto de materia prima		
	Manejo responsable de desechos solidos (Bagazo)	Mejora al medio Ambiente Cumplimiento de normatividad ambiental	% disminución de riesgos por sanciones por incumplimiento de normatividad ambiental
	Sistema de tramamiento de Aguas residuales (Biodigestor)	Mejora al medio Ambiente	Tratamiento De aguas residuales: litros/segundo
	Proceso productivo especializado de Tequila San Matías añejo cristalino (filtros de carbono y fibras, añejamiento diferenciado)	Mejora en la calidad del producto	% aceptación del producto en mercado
	Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)	Acceso al mercado	% de ingresos derivados de las BPM
Mercadotecnia	Diversidad de proceso de añejamiento (tipos de barricas con distintas maderas, periodo diferenciados de Añejado)	Calidad de productos	
	Diseño y alta calidad en emvasado (tapas, botenillas, etiquetas, epaue)	Mejora en la oferta de productos	% en incremento de ventas derivado de estrategia de mercadotecnia
	Desarrollo de proveedores y clientes	Incremento en la cuota de mercado	
	Fabricación de producto a partir de la necesidad y expectativa del consumidor		
	Calidad Premium	Incremento en la cuota de mercado	
Nueva imagen empresarial	Aumentado las ventas		
Organización	Portafolio diversificado para los distintos perfiles del consumidor	Aumentado las ventas	
	Nuevo método organizativo en las prácticas, organización del lugar de trabajo y las relaciones exteriores de la empresa	Incremento de la productividad	% aumento de horas trabajadas % de incremento en la capacidad productiva

Cuadro 17. Impactos e indicadores del modelo de éxito de la Casa San Matías..

Este impacto derivado de las innovaciones instrumentadas por la empresa se han materializado en: la reducción de costos de producción en materia prima y de los cultivos propios, y en las alianzas con productores de agave, lo cual disminuye riesgos por la escasez de materia prima; También, en los ahorros logrados por los nuevos procesos productivos y productos, así como en la calidad de los bienes e incremento de los ingresos, estos últimos ,alcanzados por medio del manejo de residuos solidos y líquidos, selección de sepas, métodos de añejamiento y lanzamiento de nuevos productos (marcas).

El aumento en la capacidad productiva ha sido posible gracias a las buenas practicas de manufactura implementados; el incremento de la productividad de la empresa se a logrado mediante acciones de motivación y capacitación al personal, desarrollo de proveedores y alianza con el cliente importador; la mejora en la oferta de productos e incremento de cuota de mercado se ha alcanzado por las innovaciones en embotellado (envases, etiquetas, tapones, empaques) y la fabricación de productos de acuerdo a las demandas y necesidades del cliente.

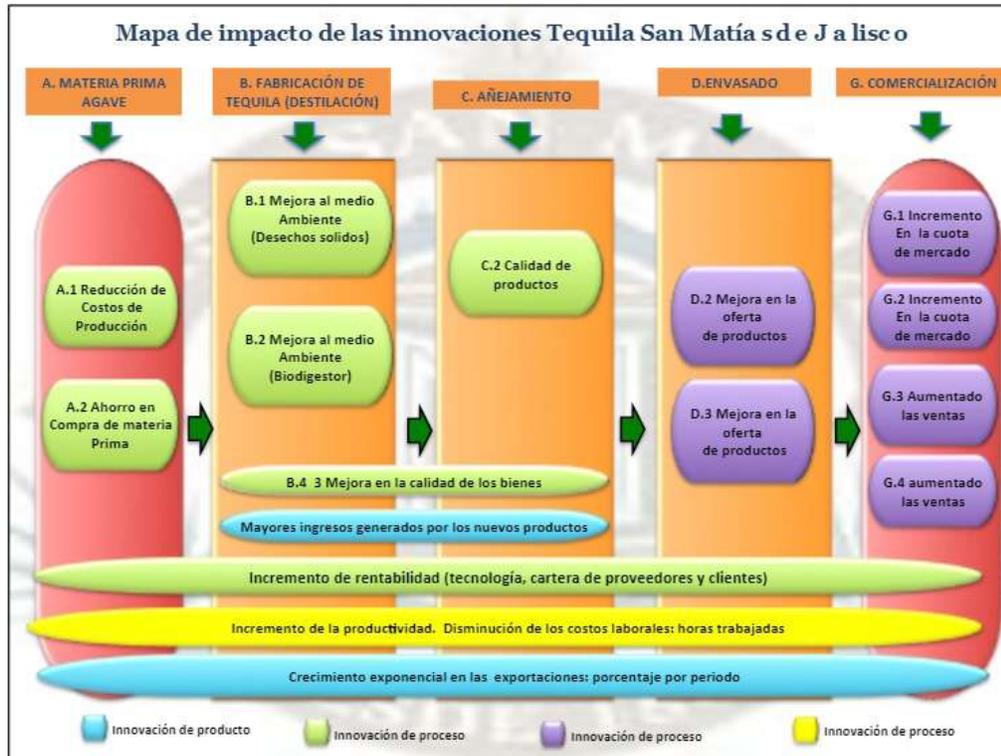
Asimismo, el aumento en las ventas y las exportaciones ha sido resultado de innovaciones en productos de alta calidad con reconocimiento Premium, innovaciones de mercadotecnia (redes sociales, paginas en internet, eventos con demostradoras, otros), diversificación de portafolio de marcas con productos orientados a distintos tipos de consumidores, así como el lanzamiento del tequila artesanal de alta calidad.

Lecciones aprendidas

Las innovaciones emprendidas por la empresa Tequilas San Matías de Jalisco durante el periodo de 1997 a 2016, le han permitido posicionarse como una de las cinco Casas Tequileras más importantes en México y en EUA, el desarrollo de capacidades y competencias empresariales han sido factores fundamentales para este posicionamiento, lo cual ha contribuido al éxito exportador.

Es sabido que existen grandes empresas tequileras posicionadas en el mercado internacional desde mediados del siglos veinte y que acaparan una buena parte del mismo, no obstante, la empresa Tequila San Matías de Jalisco ocupa un nicho significativo en este mercado derivado de su competitividad y modelo organizativo innovador.

La documentación del caso de éxito exportador con la Casa San Matías aporta una experiencia formativa tanto para la empresa como para el



Cuadro 18. Mapa de impacto de las innovaciones.

documentador.

El contacto con esta empresa transmite un mensaje cálido, cordial y familiar a quienes la visitan, y sus productos selectos son una muestra de la calidad mexicana, que refleja una tradición milenaria y una identidad cultural.

En relación al modelo metodológico para la documentación de casos de éxito exportador en el sector agroalimentario, es pertinente mencionar que se cuenta con la experiencia, el respaldo institucional y una propuesta metodológica adecuada para este propósito.

Es relevante continuar desarrollando la tecnología vinculada al cuidado del medio ambiente y sustentabilidad, particularmente, en cuanto a la utilización del biogás en el proceso productivo del tequila y en la venta de bonos de carbono, ya que se considera que esto le agregaría valor a los productos. Es deseable que la empresa mantenga un liderazgo en el sector tequilero, como innovadora en estrategias de sustentabilidad, lo cual le permitirá su competitividad en un mercado global con tendencias de cuidado del medio ambiente y tecnologías verdes.

La función que desempeña el Consejo Regulador del Tequila como pilar en la protección de la Denominación Origen-Tequila México y

el mundo, es indispensable para el desarrollo del Sistema Producto Agave-Tequila, y ha sido de gran apoyo para el éxito exportador de Tequila San Matías de Jalisco.

Referencias bibliográficas

Barrera Camacho, G y Sánchez Brito, C. (2003). Programa Nacional Estratégico de Necesidades de Investigación y de Transferencia de Tecnología, Caracterización de la cadena agroalimentaria/agroindustrial nacional e identificación de sus demandas tecnológicas: Agave. Reporte Final, Etapa II, Fundación Produce de Jalisco, Guadalajara, Jalisco, México, septiembre del 2003.

Estudio de Mercado para identificar la potencialidad de exportación del Tequila Regimiento en el Mercado Hispano del Medio Oeste de los Estados Unidos de Norteamérica. Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM), Secretaría de Economía (S.E.). APROCEDE, A.C., Aseincó Internacional S.A. De C.V., 2005.

FIRA (2011). Memorias de Sostenibilidad (2011), Dirección de Procesos, Calidad y Control. Oficina Central FIRA – Banco de México, Fideicomisos Instituidos en Relación a la Agricultura, Mas que un buen crédito, Morelia, Michoacán.

Lazcón Rivera, M. (2012). Plan Rector: Sistema Producto Nacional Agave Tequilana, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Puebla. SAGARPA, abril de 2012.

Orozco Martínez, J. L. (2011). Las relaciones de poder en los intercambios comerciales de la cadena productiva del tequila y su incidencia en la competitividad de la rama industrial. Tesis Doctorado en Estudios Científico-Sociales, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Tlaquepaque, Jalisco, 2011.

Martínez Morales, M del C. y Pérez Alvarado, E.L. (2008). Análisis del Mercado Potencial de Tequila 100% Agave. Tesis Ingeniero Químico Industrial, Escuela Superior de Ingeniería Química e Industrias Extractivas, Instituto Politécnico Nacional, México, D.F. 2008.

Manual de Oslo (2005) Guía para la Recogida e Interpretación de Datos sobre Innovación, Tercera edición. OCDE y Eurostat. Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos Oficina de Estadísticas de las Comunidades Europeas. Zamorano Ogállal, J. (2006). Traducción española: Grupo Tragsa Empresa de Transformación Agraria, S.A.

Rajadell Carreras, M. (2005). La primera fase para la implantación del proceso de mejora continua: el autodiagnóstico del sistema productivo de la empresa. Área de Ingeniería de Organización. Escuela Técnica Superior de Ingeniería Industrial de Terrassa. Universidad Politécnica de Catalunya, España.

Cadena-Iñiguez, J.; Becerril-Román, A.E. (2016). Generación y Reporte de Casos de Éxito en el Sector Rural. Campus San Luis Potosí, Maestría en Innovación en Manejo de Recursos Naturales Colegio de Postgraduados, San Luis Potosí, México. Posgrado de Recursos Genéticos y Productividad-Fruticultura, Colegio de Postgraduados, Campus Montecillo, Carretera México-Texcoco km 36.5, Montecillo, Texcoco, Edo. de México, México.

Fuentes electrónicas

Academia Mexicana del Tequila, A.C.

Cámara Nacional de la Industria del Tequila (CNIT)

Consejo Regulador del Tequila (CRT)

Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM).

Mundo Diario, primer periódico global de análisis y opinión.

Paginas de internet

<http://www.sanmatias.com/mx/home/>

<http://www.acamextequila.com.mx/2016/colaboraciones.html>

http://www.bicgalicia.es/MEMOFICHAS/web/comunes/editor/salida/Fich449_esp.htm

http://caterina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lni/bustos_1_lc/capitulo5.pdf

https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/2894/SE_MOU_Tequila_MX_EEUU_tem_sectoriales.pdf

<http://www.greatplacetowork.com.mx/region-centro-occidente-2012>

<http://www.forbes.com.mx/las-10-botellas-de-tequila-imprescindibles/>

<http://www.mundiario.com/>

http://depa.fquim.unam.mx/amyd/archivero/SistemaHACCP_1909.pdf

<http://www.reforma.com/aplicacioneslibre/articulo/default.aspx?id=911301&md5>

[=d68f40d6c16707b6d2f0f61e6813729a&ta=odfdbac11765226904c16cb9ad1b2efe&po=4](http://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/comercio-exterior-paises-con-tratados-y-acuerdos-firmados-con-mexico)

<http://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/comercio-exterior-paises-con-tratados-y-acuerdos-firmados-con-mexico>

Entrevistas Carmen Villareal Treviño. Directora General Tequila, San Matías de Jalisco.

Mario Edmundo Echanove. Director de Operaciones, Tequila San Matías de Jalisco.

Carlos Bernal Escalante. Director de Recursos Humanos, Tequila San Matías de Jalisco.

Humberto Ojeda Lozano. Director de Mercadotecnia, Tequila San Matías de Jalisco.

Jorge Padilla Valencia. Gerente de la Planta de Fabricación, Ojo de Agua, Tepatitlán, Jal., Tequila San Matías de Jalisco.

Juan Francisco Hernández. Operador Área de Biodigestor, Fabrica en Ojo de Agua, Tepatitlán de Morelos, Jal., Tequila San Matías de Jalisco.

Miguel Ángel Domínguez Morales. Presidente. Consejo Regulador del Tequila.

Guillermo A. Briceño Félix. Coordinador Unidad de Validación Tecnológica. Consejo Regulador del Tequila.