

En humberto thome, *EXPERIENCIAS DE TURISMO RURAL EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE*. costa rica (Costa Rica): universidad nacional de costa rica.

# Experiencias de Turismo rural en America Latina y el Caribe.

THOME-ORTIZ, HUMBERTO.

Cita:

THOME-ORTIZ, HUMBERTO (2019). *Experiencias de Turismo rural en America Latina y el Caribe*. En humberto thome *EXPERIENCIAS DE TURISMO RURAL EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE*. costa rica (Costa Rica): universidad nacional de costa rica.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/humberto.thome.ortiz/100>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/ptuO/Bvr>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.  
Para ver una copia de esta licencia, visite  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

*Acta Académica* es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. *Acta Académica* fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

El libro Experiencias de Turismo Rural en América Latina es un texto académico orientado al estudio del turismo rural en América Latina y el Caribe, a partir del análisis de las particularidades y retos que presenta cada uno de los países. Se pretende con esta iniciativa dar proyección al cuerpo de académicos que trabaja en el tema de turismo y lograr un acercamiento de la región a través de la participación en red y divulgación de aportes originales, inéditos e innovadores.

EXPERIENCIAS DE TURISMO RURAL EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

Editores:  
Juan Carlos Picón Cruz • Damaris Caravaca Mendoza  
Aurora Hernández Ulate • Laura Obando Villegas

# Experiencias de TURISMO RURAL EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE





# EXPERIENCIAS DE TURISMO RURAL EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

## Editores

Juan Carlos Picón Cruz  
Damaris Caravaca Mendoza  
Aurora Hernández Ulate  
Laura Obando Villegas





## Experiencias de Turismo Rural en América Latina y el Caribe

Sede Regional Chorotege

### Consejo académico dictaminador:

Dra. Aurora Hernández Ulate

Universidad Nacional, Costa Rica

MSc. Laura Obando Villegas

Universidad Nacional, Costa Rica

MBA. Damaris Caravaca Mendoza

Dr. Neptalí Monterroso Salvatierra

Universidad Nacional Autónoma de México

Dr. Juan Carlos Picón Cruz

Universidad Nacional, Costa Rica

Diseño, diagramación y corrección:

Programa de Publicaciones e Impresiones, UNA

Las interpretaciones expresadas en esta obra colectiva son de exclusiva responsabilidad de los autores(as), al igual que las fotografías, figuras, u otras similares.

La publicación puede ser utilizada indicando los derechos de autor. Usted es libre de copiar y difundir los artículos comprendidos en la obra, siempre y cuando no se haga un uso comercial de la obra original, ni la generación de obras derivadas.

338.4791

P596e

Picón Cruz, Juan Carlos

Experiencias de turismo rural en América Latina y el Caribe / Juan Carlos Picón Cruz, Damaris Caravaca Mendoza, Aurora Hernández Ulate, Laura Obando Villegas. -- Heredia: Universidad Nacional de Costa Rica : CEMEDE, 2018.

348 páginas: 9.5 x 6.5,centímetros.

ISBN 978-9968-526-08-1

1. TURISMO. 2. TURISMO CULTURAL. 3. ÁREAS DE PROTECCIÓN. 4. TURISMO ECOLÓGICO. 5. DESARROLLO TURÍSTICO. 6. DESARROLLO SUSTENTABLE. I. TÍTULO. II. Caravaca Mendoza, Damaris, Autora. III. Hernández Ulate, aurora. IV. Obando Villegas, Laura, autora.

Universidad Nacional, Campus Nicoya, Guanacaste, Costa Rica  
Teléfono 25626200 / 25626236 Carrera de Turismo – Red de Investigación en Turismo Sociedad y Ambiente (UNA-REDTUR). Correo electrónico unaredtur@una.cr  
Universidad Nacional, Costa Rica. Sede Regional Chorotege, CEMEDE.

# Contenido



<b>La aruera</b> .....	5
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	7
<b>CAPÍTULO I. El mundo rural latinoamericano y caribeño, turismo rural y nueva ruralidad</b> .....	13
La magia del mundo rural latinoamericano .....	15
La neo-ruralidad del turismo brasileño: un estudio fenomenologico.....	37
Turismo rural, neorruralismo y calidad de vida en bahia banderas, México: caso el Jorullo.....	55
Triangulacion de metodos en ciencias sociales: propuesta para el estudio del turismo rural en America Latina y el Caribe .....	85
<b>CAPÍTULO II. Desarrollo local: turismo rural, planificación turística y empresarialidad en los espacios rurales</b> .....	105
Turismo rural comunitario en latinoamérica: estudios de caso.....	107
Estrategias gerenciales basadas en sistemas de información en el sector turismo: caso de estudio valledupar, Colombia .....	125
La construcción de un destino turístico eco-sostenible en República Dominicana a partir del análisis de las restricciones de su cadena de valor .....	143

Desarrollo turístico rural desde “la dimensión del emprendedor local”. Experiencia de vinculación participativa en el sur de Chile.....	167
Turismo rural y desarrollo sostenible en Monteverde, Costa Rica .....	187
<b>CAPÍTULO III. Innovación, cultura y vinculación del patrimonio en el turismo rural.....</b>	<b>197</b>
Turismo rural en áreas protegidas en Manabí- Ecuador .....	199
Provechamiento recreativo del patrimonio vitivinícola en el centro de México: una aproximación sociológica al enoturismo como estrategia de desarrollo territorial .....	223
Iniciativas de turismo educativo en comunidades rurales indígenas: “el bosque de los hongos azules”, Santa María Ahuacatlán (Morelos, México).....	245
Memoria e inclusión social: los puntos de relación entre el turismo rural y el patrimonio cultural en las haciendas históricas del valle del café, Río de Janeiro, Brasil .....	271
La postguerra de las imágenes y la incursión del turismo: representaciones visuales en la alfarería “chorotega” contemporánea en guanacaste, Costa Rica .....	285
Artesanato e sustentabilidade: Um olhar diferenciado do turismo rural comunitário no Brasil no município de Novo Airão/am.....	301
El turismo cultural y ecológico como estrategia de desarrollo en el territorio cabécar de Jameikari en Costa Rica....	325



# PROVECHAMIENTO RECREATIVO DEL PATRIMONIO VITIVINÍCOLA EN EL CENTRO DE MÉXICO: UNA APROXIMACIÓN SOCIOLÓGICA AL ENOTURISMO COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO TERRITORIAL

**Humberto Thomé-Ortiz<sup>1</sup>**

*Licenciado en Comunicación Social (UAM-X), Maestro en Desarrollo Rural (COLPOS), Doctor en Ciencias Agrarias (UChapingo).*

**Daniel De Jesús-Contreras<sup>2</sup>**

*Licenciado en Turismo (UAEMex) y Maestro en Agroindustria Rural, Desarrollo Territorial y Turismo Agroalimentario (ICAR-UAEMex)*

**Eurico de Oliveira Santos<sup>3</sup>**

*Doctor en Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales.  
Licenciatura en Turismo por la Pontificia Universidade  
católica do Rio Grande do Sul - PUCRS (1991).*

## Introducción

Como un efecto de los procesos de globalización económica y cultural, el espacio rural presenta diversas transformaciones socioeconómicas entre las que destaca la marginación y estado crítico de los sistemas productivos de pequeña escala; la emergencia de nuevos actores que surgen de la interfaz urbano-rural; y la inserción de nuevas actividades productivas. Estos cambios presentan dos

---

1 Investigador del Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales (ICAR-UAEMex).

2 Estudios Doctorales en Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales

3 Profesor del Programa de Pós-Graduação Maestria /Doctorado en Turismo y Hospitalidade en la Universidade de Caxias do Sul (UCS).



rasgos importantes que son la multifuncionalidad del territorio y la pluriactividad de los actores sociales. Todo ello a favor de la proliferación de diversas formas de empleo rural no agropecuario.

Los nuevos ingresos económicos rurales, de carácter no agropecuario, expresan el despliegue de estrategias de compensación económica del campo de naturaleza heterogénea. En algunos casos representan estrategias de abajo hacia arriba, mediante las cuales los actores sociales buscan una transformación positiva en sus condiciones materiales de existencia. Sin embargo, en la mayoría de los casos esta representa una visión prescriptiva sobre la ruralidad, a través de la cual se busca el despliegue de la lógica capitalista hacia espacios que ésta aún no ha conquistado.

De esta forma, la dimensión recreativa del capital rural se adopta como un mecanismo para que el espacio rural responda a las necesidades de consumo diferenciado y de consumo estético de las sociedades postindustriales. Ello abre paso a una amplia gama de posibilidades de ocio turístico que discurren entre los límites de rondan a la naturaleza y la cultura.

Una de las modalidades turísticas que mayor fuerza ha cobrado en el espacio rural es aquella que conjunta la agricultura, la producción de alimentos, la culinaria local y la disponibilidad de un tiempo libre fragmentado. Se considera que este tipo de fenómenos emergentes del espacio rural, pueden ser abordados con un alto nivel de complejidad desde la perspectiva del desarrollo territorial, toda vez que este enfoque implica procesos de construcción social del entorno, estimulados por la interrelación entre las características geofísicas, las iniciativas individuales y colectivas de los actores sociales y las variables económicas, tecnológicas, sociopolíticas y culturales dentro de un espacio – tiempo determinado.

El presente trabajo aborda el estudio de caso del enoturismo en el centro de México, que muestra la excepcional convergencia entre un sistema agroalimentario localizado (SIAL) y el mercado de una megalópolis que representa la cuarta ciudad del mundo y el mercado económico más dinámico de América Latina. Se trata de un espacio donde es posible observar una especialización territorial en la producción de vinos y en el turismo, que muestra la pronta dinamización económica del territorio en el contexto de la globalización.

Para abordar este objeto de estudio, se propone construir una visión crítica al enfoque de desarrollo territorial, a partir del cual



sean cuestionados los postulados del crecimiento económico y la institucionalización de los recursos rurales. Para ello, se parte de una visión materialista histórica del enoturismo en México, que no solamente explique la cronología del surgimiento de esta actividad, sino que también ponga de manifiesto las relaciones de poder, las asimetrías sociales y la construcción de clases en el desarrollo de esta nueva forma de apropiación turística del territorio.

El objetivo del presente trabajo es construir una aproximación sociocrítica de las dinámicas de aprovechamiento recreativo del patrimonio enogastronómico del centro del México, desde la perspectiva territorial. A partir de la perspectiva de la sociología rural se discute la incidencia de los actores sociales en la construcción de territorio enoturístico como un escenario de disputa en torno al capital rural.

Para el cumplimiento de este objetivo, el presente texto se compone de seis partes. Seguido de este apartado introductorio se presenta la perspectiva teórica de la investigación que se compone de la reestructuración productiva del campo y del análisis del territorio como sujeto de desarrollo. Posteriormente, se describe el diseño metodológico desde el que fue concebida la investigación. En seguida se presenta una sección de resultados. Finalmente, se plantea la conclusión a la que se llegó en este trabajo.

## **Turismo Rural y Apropiación Del Territorio** ∞

El espacio rural ha dejado de ser un escenario exclusivo de producción de alimentos para convertirse también en una fuente de satisfactores culturales relacionados con el ocio y el tiempo libre. Ello se inscribe en la dinámica de acumulación del capital, que incentiva un consumo heterogéneo y altamente diferenciado en el contexto de la globalización (Morales, 2006). Pese a la basta literatura sobre diversificación productiva del campo y turismo rural, son pocos los estudios que se han enfocado en el papel del territorio como objeto turístico para la transformación socioeconómica del campo (Thomé-Ortiz, et. al., 2015).

El abordaje de las transiciones rurales, a lo largo y ancho de la geografía del planeta, ha hecho que numerosos estudios postulen una “Nueva Ruralidad” (Ploeg et al., 2000; Goodman, 2003, 2004;



Ploeg y Renting, 2004; Sonnino y Marsden, 2006; López y Aguilar, 2013), la cual se caracteriza por un reordenamiento de los recursos simbólicos y materiales del mundo rural, donde nuevos productos y servicios buscan satisfacer la demandas de la sociedad posindustrial. De forma que el campo se convierte en generador de productos y servicios diferenciados, así como de valores y significados positivos (Aguilar 2007).

Dentro de las dinámicas emergentes en el medio rural destacan la pluriactividad de los actores rurales y la multifuncionalidad del territorio, elementos necesarios para mejorar las condiciones de vida de los habitantes del campo (Hernández y Meza, 2006). La pluriactividad presupone que los actores rurales asuman nuevos roles además de aquellos que venían desarrollando tradicionalmente (Kinsella, et al 2000), lo que implica que estos actores se reinventen de cara a una realidad cambiante. Por su parte, la multifuncionalidad se da en diferentes niveles (Knickel y Renting, 2000), pero en nuestro caso nos interesa cómo funciona a nivel territorial.

En este ámbito supone una acción estratégica a partir de la cual el territorio es la base material para una gran diversidad de actividades de van desde la producción primaria hasta los servicios, con sus consecuentes necesidades de ordenamiento y zonificación, lo que convierte al territorio en algo más que un mero soporte físico (Esparcia 2000; Lozano y Aguilar 2012).

De acuerdo con ello, las estrategias de desarrollo local construidas desde la activación de una ruta agroalimentaria se convierten en un contexto propicio para observar cómo la incidencia de los actores sociales se convierte en los procesos de apropiación, reinterpretación y revalorización de los recursos rurales para su aprovechamiento diferenciado como producto turístico (Thomé-Ortiz, et al., 2015).

La primera forma de apropiación de los recursos locales se produce en un sentido material a partir de las actividades primarias y de transformación. En el caso de la apropiación turística del patrimonio se percibe un proceso de meta – apropiación, lo cual se refiere las formas de uso y posesión de las cualidades simbólicas asociadas a los recursos rurales, que previamente han sido apropiados a partir de prácticas productivas tradicionales (Thomé-Ortiz, et. al., 2015; López y Thomé-Ortiz, 2016).

De acuerdo con lo anterior es posible asumir que el turismo rural supone una acción performativa, sobre los recursos territoriales. En el caso particular del turismo agroalimentario, el patrimonio cultural y la identidad se presentan mediante elementos escénicos y rituales, que obedecen a una hibridación cultural (García Canclini, 1989) orientada a satisfacer las necesidades de ocio y recreación de una sociedad hambrienta de expresiones identitarias “auténticas” (Espeitx, 1996; Amaya y Aguilar, 2012; López, 2014).

Ello, no necesariamente se juzga en términos negativos pues el acto performativo se convierte en una práctica social, en la que la representación de la identidad sigue un fin específico, siempre y cuando refleje las legítimas aspiraciones de la comunidad que se inserta en las prácticas turísticas como estrategia de desarrollo endógeno (Garofoli, 1992). Pero si devela el problema del patrimonio cultural y sus prácticas concretas (Rotman: 2003; 2006), así como la dialéctica entre la tradición y la transformación como dos ámbitos que coexisten en el mundo contemporáneo. El papel del campesino de cara al turismo rural (Thomé-Ortiz, 2008) nos lleva a pensar en su posible configuración como clase objeto (Bourdieu, 2003), al mismo tiempo que su incorporación en el turismo le confiere un rol diferenciador en la vida cotidiana, a partir de una práctica, que le otorga un nuevo estatus a nivel local.

Ello indica la relevancia de atender las formas de apropiación del territorio y las articulaciones entre los actores que participan en el proceso, para poder evaluar el nivel de eficacia del turismo como estrategia de desarrollo. Lo anterior, partiendo del entendido de que el territorio es un espacio donde se manifiestan y dirimen los conflictos económicos, sociales, políticos y culturales, donde se lucha por las conquistas de los respectivos intereses y donde se disputa el poder político y económico (Manzanal, 2006). A continuación, se desarrolla un recorrido por la conformación del sistema-producto vino en el centro de México y su evolución como tema central del ocio turístico contemporáneo.

## **Trayectorias del enoturismo en el centro de México** ∞

En México, la vitivinicultura inició durante la época colonial cuando las órdenes de religiosos introdujeron y plantaron diversas

variedades de vides en el país. Por algunas fuentes documentales se sabe que los primeros viñedos de la Nueva España se establecieron en la zona centro, específicamente en Puebla, y de ahí se difundieron hacia La Nueva Galicia (Zacatecas y Aguascalientes), avanzando después más hacia el norte en La Nueva Vizcaya (Durango, Chihuahua, Sinaloa y Coahuila) (Corona, 2004). Como resultado del trabajo de los encomenderos españoles y de las características edafoclimáticas de algunas zonas geográficas, aptas para el cultivo de vid, fueron configurándose importantes regiones vinícolas, destacando actualmente los Valles de Baja California (Guadalupe, Santo Tomás, Ojos Negros y San Vicente), el Valle de Parras (Coahuila) y la región de El Bajío o Centro (Guanajuato, Aguascalientes y Querétaro).

En la zona centro, al igual que en las otras regiones enológicas del país, la vitivinicultura estuvo ligada desde sus orígenes a las labores de evangelización de las órdenes religiosas y al establecimiento de misiones. En el caso de Aguascalientes, por ejemplo, Ramírez (2016) sostiene que para 1575 ya se practicaba la vitivinicultura y que la elaboración de vinos estaba destinada, principalmente, al culto religioso. Lo mismo ha sido observado para el caso de Guanajuato, destacando el municipio de San Luis de la Paz como productor de aguardientes y vino de excelente calidad a partir del establecimiento de las misiones en la región de la Sierra Gorda (Ramírez, 2012).

Respecto a Querétaro, a diferencia de los otros dos estados que componen la zona centro, muy poco se sabe de la trayectoria histórica de la vitivinicultura, pero es probable que haya seguido el mismo patrón. Reyna (1987) menciona que en 1554 los misioneros españoles ya habían establecido los primeros viñedos para la elaboración de vinos en la región de San Juan del Río, debido a las características edáficas y climáticas idóneas para el desarrollo de la vid. Con el tiempo esta región se convirtió en una de las principales zonas vinícolas de La Nueva España. Así, los orígenes de la vitivinicultura queretana estuvieron fuertemente asociados a la producción de vinos para el culto religioso, era una actividad fundamentalmente de corte familiar y sacramental, y el cultivo se limitaba a pequeños huertos.

Pese a que algunas fuentes documentales argumentan una prohibición de La Corona Española para cultivar vid, elaborar y comercializar vino en La Nueva España (Ramírez, 2012), es probable que esta prohibición no se haya llevado a la práctica de la forma que se esperaba, pues continuó la elaboración de vino, aunque no en las

mismas proporciones ni con la misma magnitud que antes de la prohibición (Corona, 2004). Este acontecimiento pudo haber generado un giro de la tradición enológica en Querétaro, pues se sabe que para mediados del S. XVIII se elaboraba vino y principalmente aguardiente en algunas haciendas de San Juan del Río (Corona, 2004).

Es probable, entonces, que la elaboración de aguardientes y destilados de uva se mantuviera durante la Independencia, en la Revolución Mexicana y a lo largo del período pos-revolucionario. Lo anterior es particularmente significativo en Reyna (1987), quien estima que desde 1942 se inició la plantación de vides con fines comerciales y que estas estaban destinadas a la elaboración de jugos, vinos y principalmente destilados como el brandy. Asimismo, destaca la presencia de cuatro empresas principales, todas ellas localizadas en el valle de San Juan del Río: SOFIMAR, La Madrileña, Cavas de San Juan y Cruz Blanca, cuya especialización estaba dirigida a la elaboración de aguardientes y destilados de uva. Aunque la autora menciona que estas empresas contaban con viñedos propios, también se abastecían de productores locales, lo cual sugiere la presencia de pequeños huertos familiares.

Durante la década de los años setenta y ochenta sobrevino una inestabilidad financiera en el mercado del brandy por la apertura del mercado mexicano al exterior, lo cual favorecía las importaciones y desprotegía el mercado interno. Esta situación generó una crisis severa de la vitivinicultura queretana que ocasionó su declive hasta el punto de desaparecer del territorio (de la Cruz, Martínez, Becerril y Chávaro, 2012), pasando de un estimado de 8 mil has aptas para el cultivo de vid a prácticamente cero (Rosas, 2015). Sin embargo, en medio de la crisis el papel de dos empresas de origen europeo fue determinante en la reactivación de la vitivinicultura queretana: Freixenet y La Redonda.

Ambas arribaron al territorio durante los años setenta, y desde entonces, se abocaron al establecimiento de viñedos propios y a la elaboración de vinos. Actualmente estas bodegas son las más importantes en la región en términos de volúmenes de producción y reputación de sus productos. La llegada de estas empresas supuso un replanteamiento de la tradición enológica queretana, pues en lugar de continuar con la producción de aguardientes y destilados de uva, se dio inicio a la elaboración de vinos de mesa, principalmente tintos y espumosos.

Un hecho que ha resultado significativo en la reactivación de la vitivinicultura queretana ha sido el surgimiento y consolidación del enoturismo. Esta actividad emergió como una estrategia de diversificación productiva y comercialización de las dos bodegas mencionadas. Sin embargo, debido al éxito logrado, la propuesta pronto se expandió e incorporó a otras bodegas y a algunas queserías de la zona para dar paso a la Ruta del Queso y el Vino a mediados del 2008. Es importante mencionar que el enoturismo ha sido un factor clave en la expansión de la región enológica (incremento de la superficie cultivada, aparición de pequeñas y medianas bodegas) y en el arraigo de la vitivinicultura queretana (consolidación de la identidad territorial de los vinos), pero ello no ha estado exento de asimetrías en la apropiación de los aspectos materiales y simbólicos del territorio y de los productos mediante su puesta en valor como recursos turísticos.

Actualmente la ruta se compone de trece bodegas, nueve queserías y un parque temático cuya oferta varía según las capacidades productivas, la infraestructura disponible y el capital humano. Sin embargo, el enoturismo va más allá de la propuesta de ruta, que se concentra básicamente en recorridos guiados por las bodegas, pues también han proliferado festivales temáticos en diversas épocas del año, eventos personalizados e inclusive el desarrollo inmobiliario de residencias entre viñedos.

Así, se puede observar que la trayectoria enológica del territorio ha transitado por la producción de vinos para fines religiosos, la elaboración de destilados y aguardientes, la fabricación de vinos de mesa, hasta la conceptualización del vino como recurso turístico. Inclusive dentro del mismo turismo se pueden apreciar dos etapas, la primera, que abarca desde la institucionalización de la ruta y que se caracteriza por una oferta sin mayor grado de diversificación o complejidad y otra que comienza a mediados del 2015 consistente en una mayor especialización de los servicios con la aparición de bodegas boutique y de los productos con la elaboración de vinos orgánicos, artesanales, de autor o de ensamble.

A pesar de las rupturas y continuidades de la actividad enológica en el territorio, la cultura del vino ha sido un recurso permanente para generar estrategias de diversificación productiva, pero de particular relevancia resulta su articulación al turismo como estrategia de desarrollo territorial, lo cual ha traído consigo una reconfiguración del

territorio, el surgimiento de nuevas tensiones sociales en torno a la valorización del patrimonio enogastronómico y la acentuación de las asimetrías en la apropiación de los recursos y los beneficios derivados del enoturismo.

## Nota metodológica ∞

El presente trabajo es una aproximación cualitativa y exploratoria del fenómeno enoturístico en el centro de México. Debido a que se trata de una actividad emergente sobre la cual no existen muchos estudios en el país, se consideró que el estudio de caso (Neiman y Quaranta, 2006) constituye la perspectiva metodológica idónea para comparar el enoturismo mexicano con las construcciones teóricas que se ha desarrollado sobre este mismo objeto de estudio en otros contextos. Ello permite observar la reestructuración productiva del espacio rural como un fenómeno con referentes empíricos en territorios específicos pero que se consolida como una tendencia global en diferentes escenarios con características similares, lo que confiere una mayor trascendencia a los elementos recuperados para la construcción del caso (Giménez y Heau, 2014).

El caso de la Ruta del Queso y el Vino de Querétaro es construido como un fenómeno social que recurrió a la figura del actor social y del territorio como referentes teórico-conceptuales.

El estudio se abordó como un caso único con subunidades de análisis (Yin, 2009). Lo anterior significa que la investigación se centró en la ruta del Queso y el Vino como el caso a estudiar, siendo las bodegas adheridas a la ruta un conjunto de micro-casos que de manera particular aportaron las partes de un todo complejo. La investigación comprendió dos fases: la primera, de tipo documental, consistió en la revisión de literatura sobre el desarrollo del territorio enológico que permitió una primera aproximación al objeto de estudio; la segunda, de trabajo de campo, se efectuó en diversos períodos entre los años 2015 y 2017. Se recurrió al método narrativo para explicar los procesos de aprovechamiento recreativo de los recursos enológicos en el territorio de estudio.

Se estudiaron 10 bodegas que forman parte de la Ruta del Queso y el Vino, todas ellas con características contrastantes. Fueron aplicadas entrevistas en profundidad y estructuradas a los encarga-

dos de la actividad turística en las bodegas. Paralelamente, se recurrió a la observación como herramienta que permitió complementar la información obtenida en campo. Adicionalmente se efectuaron diversas pláticas informales con turistas para comprender sus impresiones e interpretaciones respecto al desarrollo del enoturismo en la zona. La selección de los informantes se realizó mediante un muestreo no probabilístico de bola de nieve (Noy, 2008).

Los elementos considerados en la obtención de información fueron: i) identidad territorial de los vinos; ii) estrategias de aprovechamiento turístico de los recursos enológicos; iii) causas y efectos de la diversificación productiva de las bodegas iv) nuevas dinámicas sociales y económicas derivadas del enoturismo. Los datos obtenidos fueron contrastados con la evidencia documental recopilada previamente y su interpretación fue desarrollada desde la perspectiva teórica de la sociología rural con particular énfasis en el actor social.

## La ruta del queso y el vino de Querétaro ∞

A diferencia de los países europeos y sudamericanos, México no cuenta con una sólida cultura del vino. Aspecto que se refleja en los bajos niveles de consumo de este producto y la preferencia por otro tipo de bebidas, principalmente destilados de agave, como es el Tequila (Font, et. al., 2009; Hernández, et. al. 2011).

No obstante, en ciertas zonas del país existen conglomerados de producción vitivinícola que son reflejo del sincretismo cultural, producido por el encuentro entre América y Europa. Tal es el caso de la franja de producción de vinos en Querétaro que abarca un corredor que inicia en el municipio de Tequisquiapan y se extiende hasta los municipios de Bernal y Cadereyta.

Dichos municipios cuentan con la nominación de Pueblos Mágicos, distinción que hace la Secretaría de Turismo del gobierno mexicano, a aquellas pequeñas poblaciones de singular belleza que cuenten con un sólido sustrato cultural y un claro patrón de arquitectura vernácula. Aspecto por el que reciben recursos económicos para el desarrollo de su planta turística y la preservación del patrimonio material (Velarde, et. al., 2009).

A pesar de que la ubicación de la zona productora de vinos de Querétaro se encuentra posicionada dentro del triángulo de Pueblos

Mágicos (Tequisquiapan-Cadereyta-Bernal), la multiplicación de municipios con esta distinción a lo largo del país, hace que esta estrategia sea cada vez menos eficiente para la captación de turistas, en un contexto donde la especialización y la diferenciación son la pauta del consumo turístico (Strietska-Ilina y Tessaring, 2005).

De esta manera, se aprovechó el desarrollo de infraestructuras turísticas, el embellecimiento de los cascos urbanos y la promoción hecha por parte del programa de Pueblos Mágicos, como una base importante para el desarrollo de una oferta enoturística, que es el único producto en su tipo en la zona centro de México. Actualmente, la Ruta del Queso y el Vino de Querétaro agrupa diez bodegas que ofertan diferentes actividades y servicios ([www.larutadelquesoyelvino.com.mx](http://www.larutadelquesoyelvino.com.mx)).

**Tabla 4:** Estructura de la ruta del queso y el vino.

Nombre de la bodega	Nombre de la bodega	Actividades Turísticas
Viñedos La Redonda	Empresa Transnacional	Visitas guiadas, festivales y eventos corporativos
Finca Sala Vivé Freixenet	Mediana empresa	Visitas guiadas, festivales y eventos corporativos
Bodegas de Cote	Mediana Empresa Bodega Boutique	Visitas guiadas, festivales y eventos corporativos
Viñedos Los Rosales	Mediana empresa	Visitas guiadas, festivales y eventos corporativos
Viñedos Azteca	Pequeña empresa (Bodega Boutique)	Visitas guiadas, festivales y eventos sociales
Vinícola San Patricio	Pequeña empresa	Visitas guiadas
Vinícola Tierra de Alonso	Pequeña Empresa	Visitas guiadas
Vinícola Tequisquiapan	Pequeña Empresa	Visitas guiadas
Vitivinícola San Juanito	Pequeña Empresa	Visitas guiadas
Cava 57	Pequeña empresa Bodega Boutique	Visitas guiadas

*Fuente:* Elaboración Propia.

El surgimiento de la Ruta del Queso y el Vino tiene un objetivo claro como estrategia de marketing turístico, que más allá de representar una acción colectiva, sustentada en el asociativismo entre los diferentes prestadores de servicios del territorio, devela un proceso de posicionamiento individual de las marcas integradas, basada en dos ventajas comparativas: i) ser la única propuesta en su tipo en el centro de México, y ii) contar con el mercado del Área Metropolitana de la Ciudad de México, que es la cuarta metrópolis más grande del mundo con una población que supera los 20 millones de habitantes (Ward, 1998).

La iniciativa surgió a partir de la necesidad de las tour-operadoras locales de generar nuevas oportunidades de negocios que permitieran una mayor captación de turistas y como una estrategia para aumentar la estancia y el gasto promedio de los visitantes. Con ese propósito se desarrolló una plataforma de promoción turística que se desplaza en redes sociales y medios de comunicación, ayudando en la construcción del imaginario sobre el territorio enológico como destino turístico (Thomé-Ortiz, et. al., 2015).

Previo a la existencia de este aparato promoción, las grandes vinícolas (Freixenet y La Redonda) fueron las precursoras en abrir sus cavas y viñedos para la visita de turistas. Igualmente, fueron estas empresas quienes iniciaron el desarrollo de festivales temáticos que atraen un gran número de visitantes, motivados por acercarse a la cultura del vino. Estas estrategias, inicialmente, fueron concebidas como una plataforma de exhibición para sus productos, pero gradualmente se ha convertido en un negocio sostenible y de considerable importancia.

La Ruta del Queso y el Vino se ha mostrado como una eficiente herramienta para la captación de flujos turísticos de la zona centro de México, con lo que ha sido posible atraer a un consumidor de nivel socioeconómico medio, que busca en su acercamiento al mundo del vino, generar procesos de diferenciación social (Bourdieu, 1987), a través de sus hábitos de consumo. La anterior, ha tenido importantes efectos económicos benéficos, directos e indirectos, tanto para el sector vitivinícola como para el sector turístico, que anteriormente dependían exclusivamente de la estrategia de turismo cultural de los Pueblos Mágicos, cuya escasa diferenciación no se muestra eficaz para competir en un entorno turístico, cada vez más especializado.

## Resultados ∞

A partir de una lectura sociocrítica de la concepción de Schetjman y Berdegué (2004) se analizan los pilares sustantivos del desarrollo territorial rural (DTR): i) una *transformación productiva*, cuyo propósito es la articulación competitiva y sustentable de la economía del territorio a mercados más dinámicos, lo que a su vez implica cambios en los patrones de empleo y producción del espacio rural y ii) una transformación institucional, que tiene como objetivo promover los acuerdos entre los actores locales y con los agentes del exterior, además, busca la modificación de las reglas del juego que excluyen a los actores menos favorecidos de los procesos y beneficios de la transformación productiva.

### *Transformación productiva y reconfiguración del territorio en espacio enoturístico.*

El declive de la producción vinícola en Querétaro ocasionó una reconversión productiva y una reorganización del territorio. Según lo informaron pobladores locales de los municipios de Tequisquiapan y Ezequiel Montes, ante la poca rentabilidad de la vitivinicultura, algunos de los pequeños productores vendieron sus terrenos a particulares y empresas inmobiliarias para la construcción de zonas residenciales y zonas habitacionales de interés social.

Esta reconversión productiva del territorio permite observar que la transición de espacio rural –dominado por actividades agrícolas– a espacio rururbano, implicó su articulación a otros mercados más dinámicos, como el del desarrollo inmobiliario y/o la actividad industrial. Ello significó un incremento de la competitividad territorial a través de la creación de empleos no agrícolas y la diversificación productiva, así como la ampliación de los servicios e infraestructura (Serna, 2010). Sin embargo, pese al abigarramiento de características entre lo rural y lo urbano, el territorio vinícola conservó gran parte de su carácter agreste y rústico, especialmente en municipios como Ezequiel Montes y Tequisquiapan. Estos atributos atrajeron la atención del turismo, un mercado que, aunque es muy dinámico y competitivo, es inestable por naturaleza, dado que se rige por la estacionalidad de la demanda. Así, a principios de la

década de los años noventa, Tequisquiapan era reconocido como uno de los principales destinos de turismo de segundas residencias en el país (Hiernaux, 2005), pero ello no estaba asociado a la actividad enológica, sino a un turismo residencial cuyo fundamento sólido lo constituía el patrimonio histórico-cultural del poblado.

Lo que aquí interesa ilustrar es que la presencia del turismo en la región vitivinícola queretana no era completamente nueva, ya existían indicios de la articulación de un territorio localizado a un mercado global. La reactivación de la vitivinicultura a mediados de los años ochenta y noventa, y su consolidación en los años posteriores, recuperó gran parte de la vocación agrícola del espacio rural, pero ello estaba muy alejado del desarrollo agrícola de antaño, dominado por la presencia de pequeños viticultores y la producción de uva en pequeña escala que se complementaba con otros frutales y cultivos. La llegada de las dos bodegas más importantes del territorio introdujo una vitivinicultura comercial que promovía la competitividad del sector vía el incremento de la superficie cultivada y los volúmenes de vino, pero soslayaba otros aspectos como la sustentabilidad del ecosistema. Paradójicamente, estas empresas de capital son extranjero, lograron apropiarse de los atributos simbólicos del espacio que habían sido construidos por los pobladores locales y que luego fueron puestos en valor mediante el enoturismo.

Aunque desde principios de la década pasada dichas bodegas ya habían incursionado en el enoturismo, fue a partir de la institucionalización de la Ruta del Queso y el Vino a mediados del 2008 que la actividad turística adquirió mayor importancia. El desarrollo y consolidación del enoturismo en la región, constituyó una de las caras más visibles de la transformación productiva del espacio rural vinícola.

Resulta llamativo que el enoturismo ha funcionado como una plataforma para la consolidación de la vitivinicultura del territorio al crear y exhibir un imaginario que asocia a Querétaro con la producción de vinos; es decir, ha ido generando la idea de una identidad territorial del patrimonio enológico. De acuerdo con Hiernaux y González (2014), esto parece explicarse por la necesidad de expansión del posturismo hacia lugares donde sean posibles nuevas formas de ocio, compatibles con los objetos e imaginarios construidos desde y sobre los espacios. En tal sentido, el turismo en la región enológica ha significado no sólo una reestructuración productiva del territorio, sino también y quizá más importante, ha evidenciado el surgimiento

de nuevas territorialidades articuladas en torno a la producción, circulación y consumo de aspectos simbólicos asociados a la cultura del vino y a las características rurales del espacio.

Es evidente que la articulación del territorio enológico al mercado del ocio contemporáneo ha traído mejoras sustanciales en la competitividad económica de la región. Se estima que anualmente es visitada por 600 mil turistas, lo que significa una derrama económica promedio de 500 millones de pesos. Asimismo, ha implicado la creación de fuentes de trabajo y la ampliación de servicios e infraestructura. Sin embargo, estos beneficios han sido capitalizados por los empresarios de las bodegas, muchos de los cuales son actores externos que se instalaron en la región. En el mismo sentido, se han generado procesos de gentrificación, especulación en el valor de los terrenos y disolución de las interrelaciones productivas territoriales.

*Transformación institucional, nuevas tensiones sociales y relaciones asimétricas de poder.*

El surgimiento de la ruta fue muy importante en términos de institucionalización del enoturismo, pues implicó la movilización y concertación entre algunos de los actores que veían potencial en la zona para un desarrollo turístico a largo plazo. Esta primera movilización estuvo comandada por las dos bodegas señaladas, por algunos productores de queso de la zona y por un grupo de tour operadores independientes. El papel de estos últimos fue determinante en la expansión del enoturismo porque fungen como intermediarios entre la oferta y la demanda.

Aunque en teoría el proyecto de ruta contemplaba la inclusión de otros productores de vino, pequeños y medianos, su participación era apenas marginal, casi nula, de manera que existía una ruta turística construida en derredor de dos alimentos representativos del territorio, pero la oferta turística se concentraba en dos actores principales. Por su parte, los gobiernos locales no tenían una participación definida, más que como promotores y facilitadores de infraestructura y servicios relacionados con el turismo.

El crecimiento del enoturismo, que a su vez promovió la expansión de la región enológica y la aparición de bodegas con una apuesta diferenciada en términos de calidad de los productos y de la oferta de ocio, motivó una nueva movilización y concertación entre

los actores. Así, surgió la Asociación de Vitivinicultores de Querétaro como una acción colectiva para integrar a todos los eslabones de la cadena productiva de uva y vino de la región, en una aparente situación de igualdad. Además de fomentar la producción vitícola, la apertura de más bodegas, la cooperación con instituciones públicas o el intercambio de experiencias, uno de sus objetivos es la diversificación e impulso del enoturismo.

Existe la impresión de que en el discurso se les integró como miembros activos de vitivinicultura queretana, pero los beneficios han sido desiguales. Esto es especialmente visible en el turismo, las dos bodegas principales mantienen estratégicamente sus alianzas con los tour operadores para la captación de flujos de turistas. Es muy común observar que en los paquetes ofertados como recorridos por la “ruta del vino” se incluya la visita a estas bodegas, y sólo tangencialmente se contempla la participación de otros más, pero esto no es una situación frecuente, sino más bien circunstancial.

Lo que si resulta llamativo es que por primera vez el papel de las administraciones locales y otros organismos públicos encargados del fomento al desarrollo rural, a nivel nacional y estatal, están teniendo una participación más activa. Prueba de ello es la canalización de recursos públicos para la consolidación del enoturismo. En otro sentido, la inclusión de actores políticos y sus discursos, ha generado una re-interpretación del concepto de ruta, que si apela por la inclusión de todos los productores, pero que igualmente deja ciertas dudas sobre los motivos reales de su participación y de las relaciones de poder entre los actores.

Mientras que las grandes bodegas lucen repletas de turistas la mayor parte del tiempo, en las pequeñas y medianas el turismo no es una actividad cotidiana, por lo que deben conformarse con los pocos visitantes que puedan captar. Desde luego, ello ha generado tensiones entre los productores, ya que se explota una imagen territorial del vino, que ha sido construida colectivamente, pero que no a todos beneficia por igual. Una respuesta natural ha sido la complejización de la producción enológica y de la organización del turismo, apostando por productos y servicios altamente diferenciados de la oferta de las grandes bodegas. Esta diversificación da muestra de que los productores menos beneficiados por el turismo, están construyendo sus propias alternativas de resiliencia y adaptación a un contexto que no les favorece, pero que ofrece resquicios que pueden aprovechar.

Si bien ha habido una transformación institucional que acompaña a la transformación productiva, como lo han sugerido Schejtman y Berdegué (2004), también es cierto que estas transformaciones no han sido del todo positivas, más bien se han prestado para acentuar las relaciones asimétricas de poder, la subordinación de los pequeños productores a las decisiones de las grandes bodegas, una inclusión marginal de los pequeños productores, la acentuación de la desigualdad en la participación del turismo y la conformación de bienes de club entre los actores mejor posicionados. Todo ello llevaría a cuestionar la existencia de un DTR equitativo e integral, y asimismo, discutir para qué y para quién es el desarrollo.

## Conclusiones

La aportación sociocrítica del análisis del enoturismo como estrategia de desarrollo territorial devela el talante capitalista de los postulados del desarrollo, en escenarios donde existen fuertes asimetrías de poder entre los actores involucrados. Ello invita a cuestionar los principios de la reestructuración productiva del campo en función de algunas categorías analíticas del territorio como: los recursos endógenos, la acción colectiva, la institucionalización y la gobernanza.

Los efectos de la estrategia de la Ruta del Queso y el Vino han sido benéficos, pero al ser únicamente una estrategia económica, que no implica verdaderos procesos de asociativismo y organización colectiva, se generan una serie de ambigüedades sobre cuáles son los verdaderos beneficios creados por el enoturismo.

En este sentido, son las vinícolas más grandes y mejor capitalizadas quienes tienen mejores posibilidades de aprovechar esta estrategia, mientras que los pequeños productores sólo tienen la opción de adherirse a la ruta y aprovechar marginalmente sus beneficios. Lo anterior ha generado tensiones sociales, debido a que las imágenes, el prestigio y los productos de todas las bodegas son utilizados en la construcción del destino, pero no se aprecia una distribución equitativa de sus beneficios económicos.

Los límites de la investigación consisten en que los datos fueron obtenidos únicamente de los actores involucrados en la oferta de servicios turísticos, una visión territorial más amplia requiere incorporar los puntos de vista de otros actores locales y externos.

En el futuro es necesario abordar la re-valorización de los territorios rurales, en función de su interacción turística con los espacios urbanos y cómo esto influye en la expansión de la producción vitivinícola con un alcance regional.

## Bibliografía ∞

- Aguilar, Encarnación. (2007). "Productos locales, mercados globales. Nuevas estrategias de desarrollo en el mundo rural", en Manuel García Docampo (Ed.). *Perspectivas teóricas en desarrollo local*. Netbiblo, A Coruña.
- Amaya, Santiago. y Aguilar, Encarnación. (2012). "La construcción de la calidad alimentaria: tradición, innovación y poder en las DOP del jamón ibérico en España". *Revista de Economía Agrícola*. 59 (2): 39-52.
- Bourdieu, Pierre. (2003). *El baile de los solteros*. Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, P. (1987). *Distinction. A social critique of the judgment of taste*. Harvard University Press. USA. 640 p.
- Corona, S. A. (2004). *La vitivinicultura en el pueblo de Santa María de las Parras. Producción de vinos, vinagres y aguardientes bajo el paradigma andaluz (siglos XVII y XVIII)*. Coahuila, México: Ayuntamiento de Torreón 2003-2005.
- De la Cruz, M., Martínez, R.A., Becerril, A.E. y Chávaro, M.S. (2012). Caracterización física y química de vinos tintos producidos en Querétaro. *Revista Fitotecnia Mexicana*, 35(5), 61-67.
- Esparcia, J. (2000). The Leader programme and the rise of rural development in Spain. *Sociologia Ruralis* 40: 200-207.
- Espeitx, E. (1996) "Los nuevos consumidores o las nuevas relaciones entre campo y ciudad a través de los productos de la tierra". En: *Agricultura y Sociedad*. No. 80 – 81. pp. 83 – 116.
- Font, I. Gudiño, P. y Sánchez, A. (2009). La industria vinícola mexicana y las políticas agroindustriales. Un panorama general. REDPOL Estado, Gobierno y Políticas Públicas. 2, 1:30.
- García Canclini, N. (1989) *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalbo, México.
- Garofoli, G. (1992), *Endogenous Development and Southerne Europe*, Avebury, United Kingdom.
- Giménez, G. & Heau C. 2014. "El problema de la generalización en los estudio de caso", en C. Oehmichen (ed.) *La etnografía y el trabajo de campo en las ciencias sociales*: 347-364. México: IIA-UNAM.
- Goodman, David. (2003) "The quality `turn` and alternative food practices: reflections and agenda" en *Journal of Rural Studies*, vol. 19, nº1, pp. 1-7
- Goodman, David. (2004) "Rural Europe redux? Reflections on alternative agro-food networks and paradigm change" en *Sociologia Ruralis*, vol. 44, nº1, pp. 3-16
- Hernández, C. Mendoza, T. y Conde, E. (2011). La cultura de los vinos en el turismo. *TURYDES*. 4, 2-18.

- Hernández M. y Meza I. (2006) Nueva Ruralidad. Enfoques y Propuestas para América Latina. CEDERSSA, México.
- Hiernaux, D. (2005). *La promoción inmobiliaria y el turismo residencial: el caso mexicano*. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 9(194). Recuperado de <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-194-05.htm>.
- Hiernaux, D. y González, C.I. (2014). Turismo y gentrificación: pistas teóricas sobre una articulación. *Revista de Geografía Norte Grande*, (58), 55-70.
- Knickel, K., Renting, H. (2000). Methodological and conceptual issues in the study of multifunctionality and rural development. *Sociologia Ruralis* 40: 512-528.
- Kinsella, J., Wilson S., de Jong, F. and Renting H. (2000) Pluriactivity as a Livelihood Strategy in Irish Farm Households and its Role in Rural Development. *Sociologia Ruralis*, Vol 40, Number 4, pp 481-96.
- López, I., Aguilar, E. (2013). La nueva economía rural europea. Especialización territorial de calidad en la Isla de Texel y la Sierra de Cádiz [The new european rural economy. Especialization towards territorial quality in Isla de Texel and Sierra de Cadiz]. *Gazeta de Antropología* 29(2)
- López, I. (2014). Labelling the origin of food products. Towards sustainable territorial
- Lozano, C., Aguilar, E. (2012). Territorialising organic production: collective actions and public policies in Andalusia. *Sviluppo Locale*, vol. XV: 45-66.
- López, I. y Thomé-Ortiz, H. (2016). Los pueblos mágicos como enclaves territoriales: el caso de Tequisquiapan y la Ruta del Queso y el Vino de Querétaro, en: Hernández, R. *Pueblos Mágicos discursos y realidades: una mirada desde las políticas públicas y la gobernanza*. (pp.303-325). México: UAM-L; Juan Pablos.
- Manzanal, M. (2006) "Regiones, territorios e institucionalidad del desarrollo rural", en Manzanal, M.; Neiman, G.; Lattuada, M. (ed.) *Desarrollo rural. Organizaciones, instituciones y territorio*. CICCUS, Buenos Aires, pp. 21-50
- Morales, E. (2006), "Globalización o fractalización: una propuesta a título provisional". Ponencia presentada en el 11º. Encuentro Nacional Sobre desarrollo Regional en México. Mérida, Yucatán.
- Neiman G. & Quaranta G. 2006. "Los estudios de caso en la investigación sociológica", en I. Vasilachis (coord.) *Estrategias de investigación cualitativa*: 213-233. Barcelona: Gedisa.
- Noy, C. 2008. "Sampling knowledge: the hermeneutics of snowball sampling in qualitative research", *International Journal of Social Research Methodology* 11(4): 327-344.
- Ploeg, Jan Douwe van der; Renting, Henk; Brunori, Gianluca; Knickel, Karlheinz; Mannion, Joe; Marsden, Terry; Roest, Kees de; Sevilla-Guzmán, Eduardo; Ventura, Flaminia. (2000) "Rural development: from practices and policies toward theory.", *Sociologia Ruralis*, Vol. 40, n°4, pp 391-408
- Ploeg, Jan Douwe van der; Renting, Henk (2004) "Behind the 'Redux': A Rejoinder to David Goodman" en *Sociologia Ruralis*, vol. 44, n°2, pp. 234-242

- Ramírez, L. (2016). *El paraíso perdido. Historia vitivinícola y feria de la uva en el Aguascalientes del siglo XX*. México: Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- Ramírez, N.G. (2012). *Pugnas y disputas por el control político-administrativo y militar de la Sierra Gorda, 1810-1857* (tesis de grado). El Colegio de San Luis A.C., San Luis Potosí, México.
- Reyna, T. (1987). Estado actual de la viticultura en Querétaro. *Investigaciones Geográficas*, (17), 45-63.
- Rosas, S. (13 de febrero de 2015). Baja producción de uva contiene el boom vitivinícola queretano. El Financiero. Recuperado de <http://www.elfinanciero.com.mx/bajio/baja-produccion-de-uva-contiene-el-boom-vitivinicola-queretano.html>.
- Rotman, M. (2003), “Modalidades productivas artesanales: expresiones de “lo local” en un mundo globalizado. En: Revista Campos. No. 3. pp. 135 -145.
- Rotman, M. (2006), “Patrimonio cultural y prácticas artesanales. Concepciones gubernamentales locales y definiciones internacionales”. En: Revista Ilha, UFSC, volumen 8, n. 1, 2, pp. 97 – 115.
- Schejtman, A. y Berdegué, J. (2004). *Desarrollo territorial rural*. Chile: RIMISP.
- Serna, A. (2010). Regiones y procesos urbano-rurales en el estado de Querétaro, 1960-2015. *Estudios Demográficos y Urbanos*, 25(2), 317-361.
- Sonnino, Roberta; Marsden, Terry (2006) “Beyond the Divide: Rethinking Relations between Alternative and Conventional Food Networks in Europe”, *Journal of Economic Geography*, 6(2): 181-199.
- Strietska-Ilina, O. and Tessaring, M. (2005) Trends and skill needs in tourism. CEDEFOP, Greece. 139p.
- Thomé-Ortiz, Humberto. (2008) “Turismo Rural y Campesinado, una aproximación social desde la ecología, la cultura y la economía”. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*. Año 15, 47: 237 - 261.
- Thomé-Ortiz, Humberto. Vizcarra, Ivonne. y Espinoza, Angélica. (2015). “Perforancia y fractalización como herramientas de metabolización de los espacios rurales. El caso de la Ruta del Queso y el Vino de Querétaro”. *Spanish Journal of Rural Development*, VI (Special 1): 1 -15.
- Velarde, M. Maldonado, A. y Maldonado, M. (2009). Pueblos Mágicos. Distintivo Señorial, turismo sustentable, involucramiento de la comunidad. *Teoría y Praxis*. 6, 79-93.
- Ward, P. (1998). Future livelihoods in Mexico City: A glimpse into the new millennium. *Cities*. 15. 63 – 74.
- Yin, R. 2009. Case study research. Londres: SAGE Publications

## Lectura Sugerida

El Periplo Sustentable. Publicación semestral especializada en turismo, avalada por el consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de México.

Revista Mexicana De Ciencias Agrarias. Publicación científica que incluye temas diversos sobre las ciencias agrarias y los estudios rurales, avalada por el consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de México.

Revista Estudios Sociales. Revista especializada en patrimonio agroalimentario y estudios sociales, avalada por el consejo Nacional de Ciencia y Tecnología de México.

## Otros casos de turismo rural en México.

La Ruta del Tequila. Recorrido turístico basado en la emblemática bebida alcohólica, hecha a base de la cactace agave tequilana weber, tiene como base el pintoresco municipio de Tequila, ubicado en el estado de Jalisco en la región Bajío de México.

La Ruta de la Sal Prehispánica. Ubicada en la comunidad de Zapotitlán Salinas, Puebla, se basa en el recorrido por un sistema de producción de sal mediterránea con una profundidad histórica que ronda los dos mil años.

La Ruta del Nopal. Dentro del suelo rural de la Ciudad de México, la cuarta metrópolis más grande del mundo se ubica esta singular ruta en torno a una cactácea comestible (opuntia spp).