

REDES DE DESTINOS EN LA RUTA ARTE, QUESO Y VINO DE QUERÉTARO (MÉXICO): PROPIAS VS PROPUESTAS

**López Moreno, Ignacio¹
De León Calderón, Alma Patricia²
Miranda Gómez, Omar³
García Yagüe, Sofía⁴**

Recibido: 27/09/2025

Revisado: 07/01/2026

Aceptado:04/02/2026

RESUMEN

Este estudio tuvo como objetivo analizar los itinerarios reales de los visitantes de la Ruta Arte, Queso y Vino de Querétaro (RAQV, México), como red dirigida y contrastarlos con los itinerarios promovidos por agencias y autoridades, identificando nodos centrales y el papel de la accesibilidad/distancia en la configuración de los flujos. Para ello se centró en cómo los turistas construyeron sus itinerarios reales en la RAQV y los contrastó con las rutas promovidas por autoridades y prestadores de servicios. Se aplicaron 213 encuestas en viñedos de la RAQV para reconstruir rutas dirigidas, donde los nodos fueron los destinos (viñedos y atractivos) y los lazos los desplazamientos entre ellos. Se estimaron indicadores de centralidad y se elaboraron matrices geoespaciales (distancias intersitio, accesibilidad vial, proximidad a terminales y oferta de tours) con el fin de interpretar la topología de la red. En promedio, los visitantes realizaron dos desplazamientos por viaje y no siguieron rutas lineales fijas; Freixenet, Peña de Bernal y Tequisquiapan funcionaron como nodos-puerta, concentrando flujos. La accesibilidad vial y la distancia tuvieron mayor peso que la conexión con otros sitios; el perfil del visitante correspondió a hogares de ingresos medios-altos con transporte propio, lo que evidenció barreras de transporte público. El contraste con itinerarios de agencias mostró desacoples entre la oferta programada y los trayectos efectivos. Estos hallazgos sugieren concebir la

¹ Doctor en Ciencias Sociales (Universidad de Wageningen-WUR, Países Bajos); Maestro en Antropología del Desarrollo y la Transformación Social (Universidad de Sussex-UoS, Reino Unido); Licenciado en Antropología Social y Cultural (Universidad de Sevilla-US, España). Profesor-Investigador de la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM, México). *Dirección postal:* Av. de las Garzas No. 10, Col. El Panteón, Municipio Lerma de Villada, Estado de México, C.P. 52005. *ORCID:* <https://orcid.org/0000-0002-0900-3473>. *Teléfono:* +55 (728) 282-7002 ext. 4705; *e-mail:* i.lopez@correo.ler.uam.mx

² Doctora en Ciencias Sociales (Universidad Autónoma Metropolitana-UAM, México); Maestra en Estudios Regionales (Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora); Licenciada en Economía (Universidad Autónoma de Zacatecas-UAZ, México); Licenciada en Derecho (UAZ, México). Profesora-Investigadora de la UAM-México; Secretaria de Unidad (UAM-Lerma). *Dirección postal:* Av. de las Garzas No. 10, Col. El Panteón, Municipio Lerma de Villada, Estado de México, México, C.P. 52005. *ORCID:* <https://orcid.org/0000-0002-9855-6095>. *Teléfono:* +55 (728) 282-7002, Ext. 1004,1041; *e-mail:* a.deleon@correo.ler.uam.mx

³ Doctor en Ciencias Sociales (El Colegio de Jalisco-COLJAL, México); Maestro en Ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales (Universidad Autónoma del Estado de México-UAEMEX, México); Licenciado en Planeación Territorial (UAEMEX, México). Investigador posdoctoral CONAHCyT, adscrito a la Universidad Autónoma Metropolitana (México). *Dirección postal:* Av. de las Garzas No. 10, Col. El Panteón, Municipio Lerma de Villada, Estado de México, C.P. 52005. *ORCID:* <https://orcid.org/0000-0001-5429-1083>. *Teléfono:* +55 7228648906; *e-mail:* o_miranda@correo.ler.uam.mx

⁴ Doctora en Desarrollo Local y Planificación Territorial (Universidad de Huelva-UHU, España); Maestra en Estrategias Territoriales y Ambientales en el ámbito local (UHU, España); Experta en Sistemas de Información Geográfica (Universidad Internacional de Andalucía-UNIA, España); Licenciada en Ciencias Geoinformáticas (Universidad Autónoma del Estado de México-UAEMEX, México). Investigadora independiente. *Dirección postal:* Benito Juárez, 385, Metepec, Estado de México, 52172. *ORCID:* <https://orcid.org/0009-0000-8925-3271>. *Teléfono:* +55 7222019279; *e-mail:* sof.yague@gmail.com

RAQV como destino-red y no como ruta secuencial, destacando el rol de mecanismos espaciales (accesibilidad/distancia) en la configuración de flujos. Se discutieron implicaciones de política pública orientadas a diversificar y democratizar el acceso (p. ej., mejoras en transporte público intersitios) y se reconoció la limitación temporal del levantamiento (2018). Se propuso replicar el estudio para evaluar la estabilidad de la estructura de red en el tiempo y su sensibilidad a intervenciones de movilidad.

Palabras clave: enoturismo, rutas gastronómicas, análisis de redes, itinerarios turísticos, accesibilidad, Querétaro (México)

ABSTRACT

This study aimed to analyze the actual itineraries of visitors to the Arte, Cheese, and Wine Route of Querétaro (RAQV, Mexico) as a directed network and to contrast them with the itineraries promoted by agencies and authorities, identifying central nodes and the role of accessibility/distance in shaping flows. It focused on how tourists constructed their real itineraries along the RAQV, and compared them with the routes promoted by authorities and service providers. A total of 213 were conducted in RAQV vineyards to reconstruct directed routes, where the nodes were destinations (vineyards and attractions) and the ties were the displacements between them. Centrality indicators were estimated, and geospatial matrices (inter-site distances, road accessibility, proximity to terminals, and availability of tours) were developed to interpret the network topology. On average, visitors made two displacements per trip and did not follow fixed linear routes; Freixenet, Peña de Bernal, and Tequisquiapan acted as gateway nodes, concentrating flows. Road accessibility and distance had greater influence than the connection with other sites; the visitor profile corresponded to middle- to upper-income households with private transport, highlighting barriers in public transportation. The comparison with agency itineraries revealed mismatches between the programmed offer and actual trajectories. These findings suggest that the RAQV should be conceived as a destination-network rather than as a sequential route, emphasizing the role of spatial mechanisms (accessibility/distance) in shaping flows. Policy implications were discussed, aimed at diversifying and democratizing access (e.g., improvements in inter-site public transportation), and the temporal limitation of the 2018 survey was acknowledged. Replication of the study was proposed to assess the stability of the network structure over time and its sensitivity to mobility interventions.

Key words: Wine tourism, gastronomic routes, network analysis, tourist itineraries, accessibility, Querétaro (Mexico)

RÉSUMÉ

Cette étude a eu pour objectif d'analyser les itinéraires réels des visiteurs de la RAQV comme un réseau dirigé et de les comparer avec les itinéraires promus par les agences et les autorités, en identifiant les nœuds centraux et le rôle de l'accessibilité/distance dans la configuration des flux. L'analyse s'est concentrée sur la manière dont les touristes ont construit leurs itinéraires réels le long de la Route Art, Fromage et Vin de Querétaro (RAQV), au Mexique, et les a confrontés aux parcours proposés par les autorités et les prestataires de services. Un total de 213 enquêtes a été réalisé dans les vignobles de la RAQV afin de reconstruire des réseaux dirigés, où les nœuds correspondaient aux destinations (vignobles et attractions) et les liens aux déplacements entre elles. Des indicateurs de centralité ont été estimés et des matrices géospatiales (distances inter-sites, accessibilité routière, proximité des terminaux et disponibilité de circuits) ont été élaborées pour interpréter la topologie du réseau. En moyenne, les visiteurs ont effectué deux déplacements par voyage et n'ont pas suivi des parcours linéaires fixes ; Freixenet, Peña de Bernal et Tequisquiapan ont agi comme nœuds-portes, concentrant les flux. L'accessibilité routière et la distance ont eu une influence plus forte que la connexion avec d'autres sites ; le profil des visiteurs correspondait à des ménages à revenu moyen-supérieur disposant de transport privé, ce qui a mis en évidence les barrières liées au transport public. La comparaison avec les itinéraires proposés par les agences a révélé des décalages entre l'offre programmée et les trajets effectifs. Ces résultats suggèrent de concevoir la RAQV comme un réseau de destinations et non comme un itinéraire séquentiel, en soulignant le rôle des mécanismes spatiaux (accessibilité/distance) dans la configuration des flux. Les implications en matière de politiques publiques ont été discutées, visant à diversifier et démocratiser l'accès (par exemple,

amélioration du transport public inter-sites). La limitation temporelle de l'enquête (2018) a été reconnue, et la réplication de l'étude a été proposée afin d'évaluer la stabilité de la structure du réseau dans le temps et sa sensibilité aux interventions en matière de mobilité.

Mots-clés : enotourisme, routes gastronomiques, analyse de réseaux, itinéraires touristiques, accessibilité, Querétaro (Mexique)

RESUMO

Este estudo teve como objetivo analisar os itinerários reais dos visitantes da Rota Arte, Queijo e Vinho de Querétaro (RAQV, México), concebida como uma rede dirigida, e contrastá-los com os itinerários promovidos por agências e autoridades, identificando nós centrais e o papel da acessibilidade/distância na configuração dos fluxos. Para isso, o estudo concentrou-se em como os turistas construíram seus itinerários reais na RAQV, comparando-os com as rotas promovidas por autoridades e prestadores de serviços. Foram aplicados 213 questionários em vinhedos da RAQV para reconstruir rotas dirigidas, nas quais os nós correspondem aos destinos (vinhedos e atrativos) e os laços aos deslocamentos entre eles. Foram estimados indicadores de centralidade e elaboradas matrizes geoespaciais (distâncias entre os locais, acessibilidade viária, proximidade a terminais e oferta de tours), com o objetivo de interpretar a topologia da rede. Em média, os visitantes realizaram dois deslocamentos por viagem e não seguiram rotas lineares fixas; Freixenet, Peña de Bernal e Tequisquiapan atuaram como nós de entrada, concentrando fluxos. A acessibilidade viária e a distância tiveram maior peso do que a conexão com outros locais; o perfil do visitante correspondeu a domicílios de renda média-alta com transporte próprio, o que evidenciou barreiras relacionadas ao transporte público. O contraste com os itinerários das agências revelou descompassos entre a oferta programada e os trajetos efetivamente realizados. Esses achados sugerem conceber a RAQV como um destino-rede, e não como uma rota sequencial, destacando o papel dos mecanismos espaciais (acessibilidade/distância) na configuração dos fluxos. Foram discutidas implicações para políticas públicas voltadas à diversificação e democratização do acesso (por exemplo, melhorias no transporte público entre os pontos) e reconhecida a limitação temporal da coleta de dados (2018). Propôs-se a replicação do estudo para avaliar a estabilidade da estrutura da rede ao longo do tempo e sua sensibilidade a intervenções na mobilidade.

Palavras-chaves: enoturismo, rotas gastronômicas, análises de redes, itinerários turísticos, acessibilidade, Querétaro (México)

1. INTRODUCCIÓN

El turismo gastronómico y enológico se ha consolidado como un eje estratégico de desarrollo territorial en diversas regiones, al vincular la producción agroalimentaria con la experiencia cultural y el consumo turístico. En este contexto, la Ruta Arte, Queso y Vino de Querétaro (RAQV) en México representa un ejemplo emblemático donde convergen atractivos naturales, gastronómicos y patrimoniales.

Tradicionalmente los estudios sobre rutas turísticas se han centrado en la oferta y la demanda, privilegiando la visión de los prestadores de servicios o de las políticas públicas. Sin embargo, existe una brecha en torno a la comprensión de cómo los visitantes efectivamente construyen sus itinerarios, qué

destinos eligen y cómo configuran sus desplazamientos. Esta perspectiva es crucial, pues permite evaluar el grado de coincidencia o divergencia entre las rutas promovidas oficialmente y los trayectos reales de los turistas.

En el caso de la RAQV se ha abordado su potencial para fortalecer el turismo regional y la viticultura mediante una ruta enológica (De Jesús & Thomé, 2019). Además, el enoturismo en México ha sido objeto de análisis en términos más amplios, incluyendo su función como motor de desarrollo regional y como forma de valorización del patrimonio culinario (Arévalo, 2018). Por su parte, la creación de la Ruta Arte, Queso y Vino en Querétaro fue promovida por el Gobierno estatal desde 2016 como estrategia de articulación turística entre vino, cultura y patrimonio local (Morales-Loya

& Fusté-Forné, 2021; Morales-Gómez, 2020). Estas aproximaciones han sentado las bases para concebir la RAQV no solo como oferta promocional, sino también como un espacio de interacción entre actores y flujos turísticos.

En este sentido, el presente estudio plantea un estudio de caso orientado a analizar los itinerarios reales de los visitantes de la RAQV como una red dirigida y contrastarlos con los itinerarios promovidos por agencias y autoridades. A partir de este enfoque se busca identificar los nodos centrales de la red y examinar el papel de la accesibilidad y la distancia en la configuración de los flujos turísticos.

2. APROXIMACIONES TEÓRICAS AL CONCEPTO DE DESTINO COMO SISTEMA RED

Esta investigación parte de considerar al turismo como una práctica social y económica, que permite la producción y consumo del espacio geográfico (Pinassi & Ercolani, 2017). Así, cuando se compra turismo se

(...) está pagando por algo parecido a un derecho de uso temporal sobre una realidad geográfico-cultural, que forma parte del producto, pero no es ni la totalidad del producto ni exclusivamente producto; este espacio que se usa de forma temporal se denomina tradicionalmente *destino* (Barrado, 2004, p. 49).

El estudio del turismo y, por ende, del concepto de destino se relaciona con las bases epistemológicas en las que se fundamenta la perspectiva teórica de la que se parte. De acuerdo con Peña (2017) existen tres grandes enfoques: el positivismo, el pragmatismo y la teoría crítica⁵.

5 En este documento se retoman las dos primeras. La tercera -perspectiva crítica- parte de la idea de que cualquier fenómeno social debe ser analizado desde su contexto histórico materialista de producción. En este caso, el territorio tendería a ser visto como un espacio funcional acorde al modelo de producción capitalista que domina actualmente, cuestión que no se desarrolla en esta investigación (Peña, 2017).

El conocimiento cimentado en el positivismo se basa en abordar de manera objetiva a la realidad, es decir, que ésta es autónoma del sujeto que la observa. Desde este enfoque el espacio es una noción física absoluta que contiene objetos, tales como: infraestructura, vivienda, vialidades, bordes, entre otros (Peña, 2017). En este sentido, la noción más común del destino turístico se encuentra asociada con el territorio o área geográfica, misma que considera diferentes características naturales o artificiales que posibilitan la atracción de turistas (Flores & Mendes, 2014).

Por su parte, el pragmatismo considera que no se pueden separar el objeto y el sujeto, siendo el lenguaje el puente entre ambos (Peña, 2017). El espacio es visto desde una perspectiva relacional, «es decir, no se identifica el destino con una realidad preexistente (producto o territorio) sino como un sistema formado por varios elementos, poniendo el acento no en los elementos simples sino en los aspectos relacionales» (Barrado, 2004, p. 53). En consecuencia, el espacio está en proceso de definición y de construcción (Peña, 2017). Por tanto, el destino turístico se entiende como un espacio en constante construcción y permeable, influido tanto por factores territoriales como por la acción de los distintos actores que lo conforman (Moscoso, 2012).

Desde esta perspectiva, el consumo territorial se produce de manera fragmentada y discontinua: dependiendo de la actividad turística, los límites de los destinos pueden conectarse, superponerse o relacionarse entre ellos a través de corredores de distinta intensidad y tipo de flujo. Como resultado, emergen «complejos de interrelaciones territoriales que configuran destinos con identidad propia, pero que pueden encadenarse con otros cercanos o superpuestos» (Barrado, 2004, p. 58).

Este enfoque epistemológico ha permitido plantear la noción de *poliforma de redes* (Brenner, 1999; Jessop, 2004), en la que los territorios no son homogéneos, sino nodos que se conectan entre sí. Dichas conexiones no obedecen necesariamente a delimitaciones administrativas, sino a las relaciones que se establecen entre los nodos -destinos-. En este marco, algunos

nodos adquieren mayor centralidad y funcionan como puertas de entrada o salida de una ruta específica.

Cabe mencionar que los límites físicos del destino, derivados de la existencia de una unidad de producción-consumo -espacio-temporales-, se establecen también en función de la existencia de unos límites percibidos -espacio-apropiación- de los diferentes actores que en él operan -agentes y turistas- (Barredo, 2004). Así, «un destino turístico es un lugar de consumo que goza de una imagen que le otorga un determinado simbolismo social» (Vera-Rebollo *et al.*, 1997, p. 201). En este sentido, la percepción social del destino se vuelve un elemento clave en la planificación y elección de los viajes, como señalan Maya & Alieva (2018, p. 77).

2.1. MOTIVOS PARA ELEGIR EL DESTINO TURÍSTICO

En la literatura relacionada con los factores de atracción de destinos turísticos se pueden encontrar –a pesar de que se utilizan distintos métodos de análisis– ciertos elementos de coincidencia que, de acuerdo con los autores, favorecen la atracción local y que, por tanto, brindan información relevante sobre lo que los turistas buscan en un destino específico (Coelho *et al.*, 2016). La Tabla 1 resume los factores de mayor peso que se identifican en los estudios de destinos turísticos.

Para Coelho *et al.* (2016) los estudios de atracción turística enfatizan la importancia de los atractivos naturales y turísticos, la infraestructura de acceso, así como el hospedaje y alimentación. Sin embargo, Kotler *et al.* (2006,

Tabla 1

Factores de mayor peso identificados por estudios de atracción turística

Factor	Característica	Autor(es)
Condiciones climáticas	- Presencia de atractivos naturales (bosques, playas, ríos)	Tam (2012)
Aspectos histórico-culturales	- Contar con patrimonio cultural	Canale <i>et al.</i> (2019)
	- Atracciones culturales (museos, teatros, galerías)	Klufova (2016)
	- Gastronomía	Demir & Dalgıç (2022)
Reputación	- Eventos culturales (Conciertos, festivales, eventos deportivos)	Li <i>et al.</i> (2020)
	- Percepción de la seguridad	Santana-Gallego <i>et al.</i> (2020)
	- Evaluaciones en redes sociales	Basco <i>et al.</i> (2021)
Servicios turísticos	- Influencia de campañas publicitarias	Shang <i>et al.</i> (2021)
	- Presencia de lugares de hospedaje	Velázquez & Lara (2019)
	- Presencia de agencias turísticas	
	- Contar con servicios de alimentación y recreación nocturna	
Factores económicos	- Existencia de servicios auxiliares (bancos, telecomunicaciones, hospitales)	Buhalis (2000)
	- Atracciones deportivas	Klufova (2016)
	- Costos	Nicolau & Mas (2006)
Conectividad	- Oferta de paquetes turísticos	Buhalis (2000)
	- Distancia entre el origen y el destino	Nicolau & Mas (2006)
	- Presencia de medios de transporte (aeropuertos, estaciones de autobuses, taxis)	Buhalis (2000)
	- Dinámica regional que incentiva la actividad turística	Camacho-Murillo <i>et al.</i> (2021)

apud Coelho *et al.*, 2016) resaltan que el principal elemento para el éxito de los destinos está en la forma en que las personas implementan estrategias, planifican y coordinan acciones para la competitividad del lugar, lo que se suma al énfasis que también le dan otros autores (Milièviã *et al.*, 2017; Reitsamer *et al.*, 2016). En este sentido, el atractivo de un destino depende de sus características tangibles –naturales, culturales o de servicios–, pero también de factores intangibles vinculados con la gestión, la reputación y la percepción de los visitantes (Demir & Dalgıç, 2022).

Los autores que destacan factores relacionados con los atractivos naturales, culturales o de servicios del destino turístico podrían ubicarse en un enfoque positivista del destino, es decir, ven espacios o territorios fijos o incluso aislados. No obstante, en esta investigación se subraya que –además de dichos factores– cobran relevancia otros que favorecen la conexión de diversos destinos, como la accesibilidad y el desarrollo de medios de transporte y comunicación, los cuales permiten concebir el destino como un sistema red y explican la construcción de rutas turísticas de destino.

En suma, la distancia conlleva costes directos e indirectos que constriñen la movilidad de los turistas. Otros estudios han confirmado que la proximidad espacial (Jeuring & Haartsen, 2017) y la accesibilidad a otros lugares y monumentos (Ismagilova *et al.*, 2015) se relacionan con la probabilidad de visitar un destino determinado. En sentido contrario parece influir la ineficiencia del sistema de transporte (Prideaux, 2000). El tiempo invertido en el viaje también se tiene en cuenta al elegir el destino (De Palma & Picard, 2005). De acuerdo con Maya & Alieva (2018), estos factores de accesibilidad y tiempo son determinantes porque condicionan la posibilidad de establecer vínculos entre nodos, aspecto central cuando se analizan los destinos desde una lógica de red.

Desde una perspectiva relacional de destinos, los itinerarios resultan ser elementos fundamentales para conocer los lugares –nodos– y los vínculos generados por los desplazamientos de los turistas entre dichos nodos. La posición relativa que ocupa cada

nodo dentro de la red determina su centralidad y su papel en el sistema, lo cual aporta información clave para entender la configuración del destino como red de relaciones.

3. CASO DE ESTUDIO: RUTA ARTE, QUESO Y VINO EN QUERÉTARO

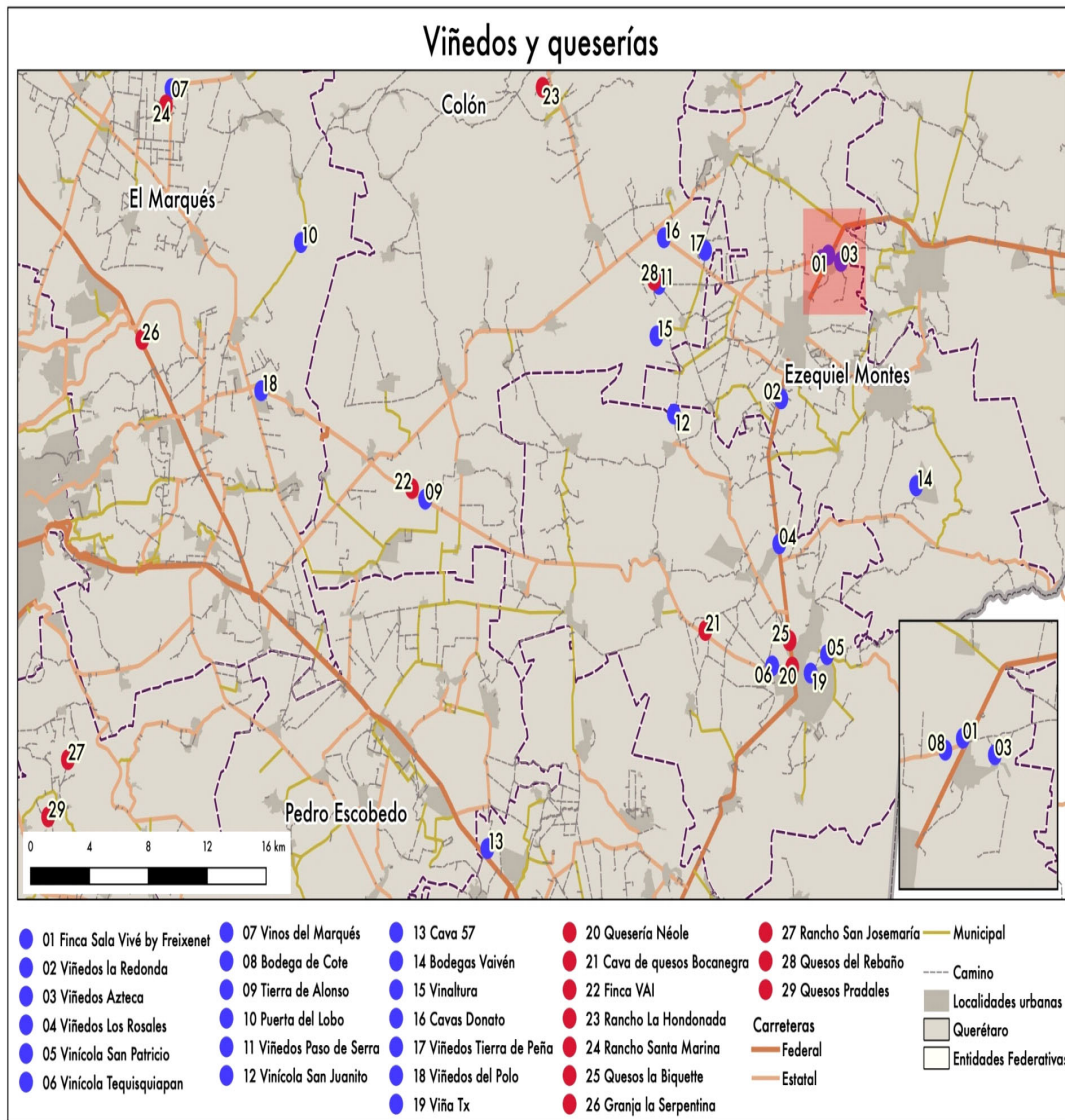
En México, como en otras partes del mundo, la tendencia en las actividades turísticas es a la diversificación; es decir, se buscan –además de los tradicionales destinos de sol y playa– aquellos relacionados con la cultura o bienes intangibles –*e.g.*, tradiciones, gastronomía, música, historia, entre otros–. Una muestra de ello ha sido la implementación de programas federales como *Pueblos Mágicos* y *Las Rutas de México*, los cuales han contribuido a visibilizar y articular territorios a través de productos turísticos diferenciados⁶.

Particularmente, en el estado de Querétaro destaca la «Ruta Arte, Queso y Vino» (RAQV), fomentada por la Secretaría de Turismo estatal. La ruta se conforma por el recorrido a diferentes viñedos –Freixenet, La Redonda, Azteca, entre otros– y queserías, ubicados principalmente en los municipios de Tequisquiapan, San Juan del Río y Ezequiel Montes (Figura 1). A ello se suman visitas a pueblos mágicos de la región, como Bernal, y eventos como la Feria del Queso y el Vino en Tequisquiapan, que refuerzan la identidad cultural y gastronómica del destino.

Entonces, una «ruta turística» se define como un clúster de actividades y atracciones que incentivan la cooperación entre diferentes áreas y que sirven de vehículo para estimular el desarrollo económico a través de una temática relacionada con el turismo (Briedenhann & Wickens, 2004). En el caso de las rutas del vino, se trata de recorridos señalados y publicitados que ponen énfasis en los valores naturales, culturales y ambientales de viñedos y bodegas.

⁶ Hasta el año 2018 esta fue la estrategia de turismo implementada por el gobierno federal. Más recientemente, el gobierno de López Obrador trató de promover el turismo solidario como una herramienta que permita el desarrollo y la cohesión de los diferentes actores (Castañeda *et al.*, 2020).

Figura 1
Viñedos y queserías de la Ruta Arte, Queso y Vino



Nota: este mapa es de elaboración propia; se creó usando los datos levantados en campo y con información georreferenciada de CONABIO

Estas rutas se convierten en un instrumento mediante el cual los territorios vitivinícolas y sus producciones asociadas pueden ser divulgados, comercializados y consumidos en forma de experiencia turística (Brunori & Rossi, 2000).

4. METODOLOGÍA

Se aplicaron 213 encuestas, de persona a persona -por grupo o familia-, en los municipios pertenecientes a la región vitivinícola de Querétaro, en agosto de 2018. El levantamiento se realizó en los puntos de la

RAQV con mayor afluencia de visitantes –Cavas Freixenet de México, Viñedos La Redonda, Donato, Cote y Azteca–. Este trabajo constituye un estudio de caso orientado a analizar los itinerarios reales de los visitantes de la RAQV como red dirigida, en contraste con las rutas promovidas por agencias y autoridades

Los datos obtenidos proporcionaron a la investigación información clave relativa a la ruta o itinerario de viaje por grupo o familia, el perfil del visitante de la RAQV, estancia promedio, gasto promedio y factores que influyeron en la elección del destino o destinos y la percepción de los visitantes en su estancia. A partir de esta información se elaboraron gráficas y cuadros para el análisis descriptivo, así como matrices y sociogramas procesados con los *softwares* UCINET 6 y NetDraw 2.1.

Para la red de itinerarios o rutas se pidió a los encuestados que realizaran un listado completo de todos los viñedos, atractivos turísticos o ciudades que visitaron durante su estancia en la RAQV, indicando el orden de los lugares de parada que siguieron durante la ruta. Asimismo, se construyeron matrices adicionales sobre la distancia geográfica entre viñedos, la oferta de las agencias y la distancia entre localidades relevantes. La definición y las características de todas ellas se resumen en la Tabla 2.

5. RESULTADOS

Con base en la información otorgada por los encuestados, se encontró que estos presentaron un promedio de 2 desplazamientos por viaje, entre un total de 50 puntos que se mencionaron en los cuestionarios. Este hallazgo resulta relevante porque, a pesar de que la RAQV está conformada oficialmente por alrededor de 30 destinos (Figura 1), los turistas efectivamente solo visitan en promedio dos puntos por recorrido. Así mismo se observó que no existen rutas determinadas para iniciar o finalizar la RAQV. Tal como se muestra en la Figura 2, los visitantes construyen trayectorias muy diversas, lo que evidencia la ausencia de un patrón lineal de recorrido y refuerza la noción de la ruta como un sistema de red flexible.

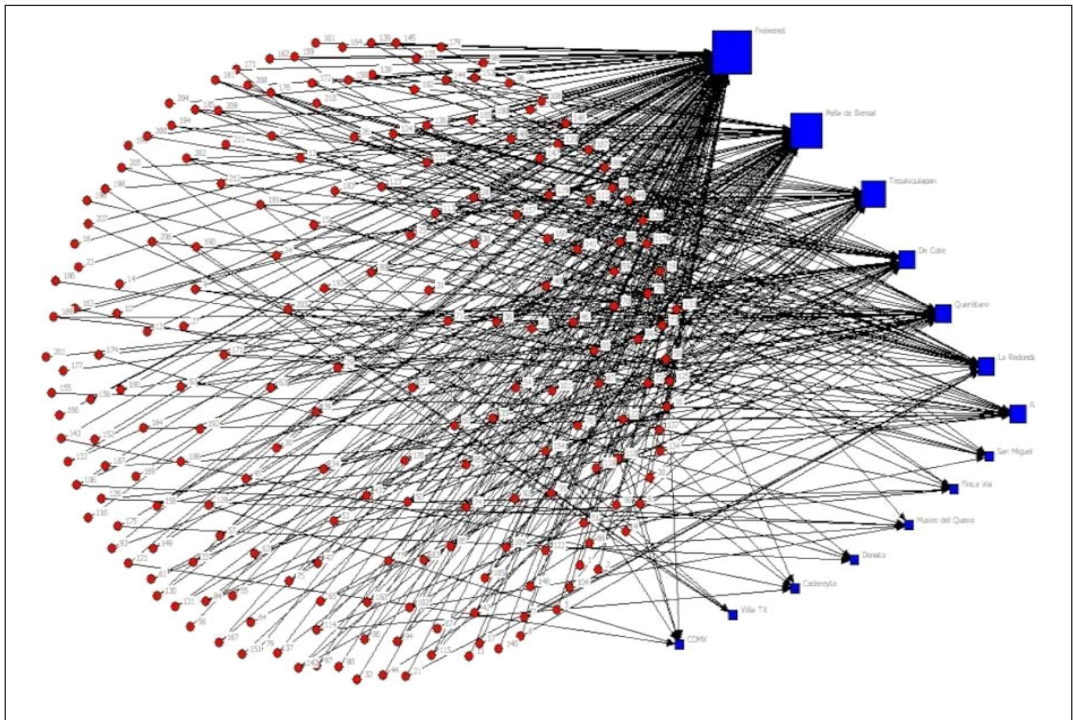
Se pudo observar que 14 destinos destacan por su asociación con la RAQV. En la Figura 3 se muestran dichos destinos según la posición que ocupan dentro de la ruta. El destino preferente es Freixenet, seguido por la Peña de Bernal y el pueblo mágico de Tequisquiapan. Estos tres lugares funcionan como nodos-puerta, concentrando la mayor parte de los flujos y constituyendo los principales puntos de acceso a la ruta en Querétaro.

Tabla 2

Matriz para el contraste con la red de rutas

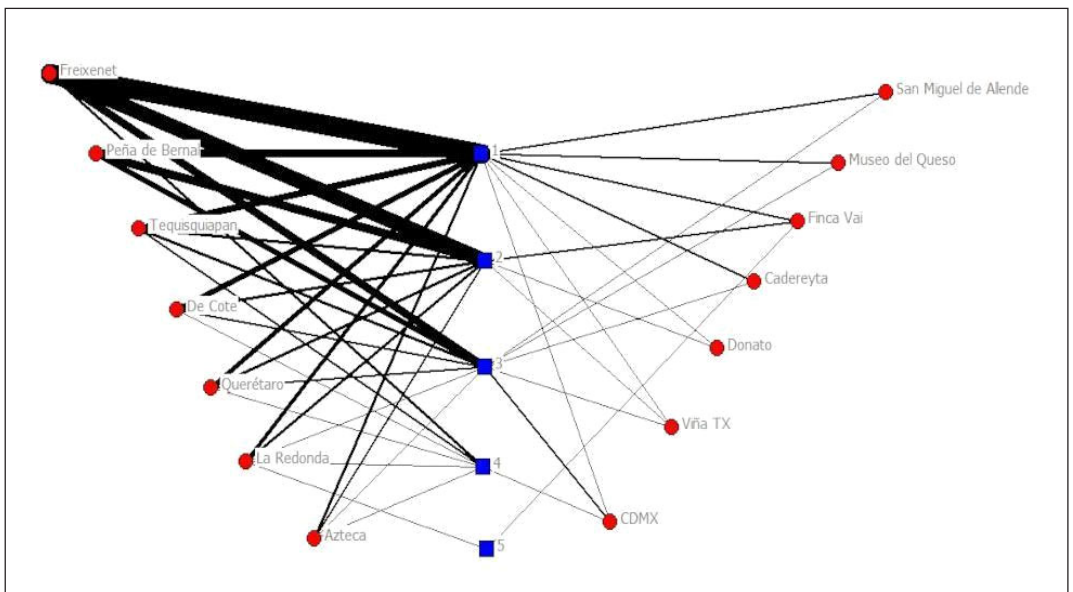
Matriz	Descripción
Distancia entre los sitios	La distancia geográfica entre los sitios
Tours de agencia	Los trayectos que proponen las agencias para recorrer la RAQV
Acceso al eje vial	Distancia entre los sitios de interés y las carreteras de tipo federal, estatal y municipal, así como, los caminos.
Distancia a terminales de autobuses	Cercanía a una terminal de autobuses
Distancia entre ciudades	Área de influencia de la RAQV y las ciudades aledañas

Figura 2
Rutas identificadas por los 213 grupos encuestados



Nota: elaboración propia con base en el cuestionario implementado en el trabajo de campo

Figura 3
Viajes mencionados por los encuestados



Nota: elaboración propia con base en el cuestionario implementado en el trabajo de campo

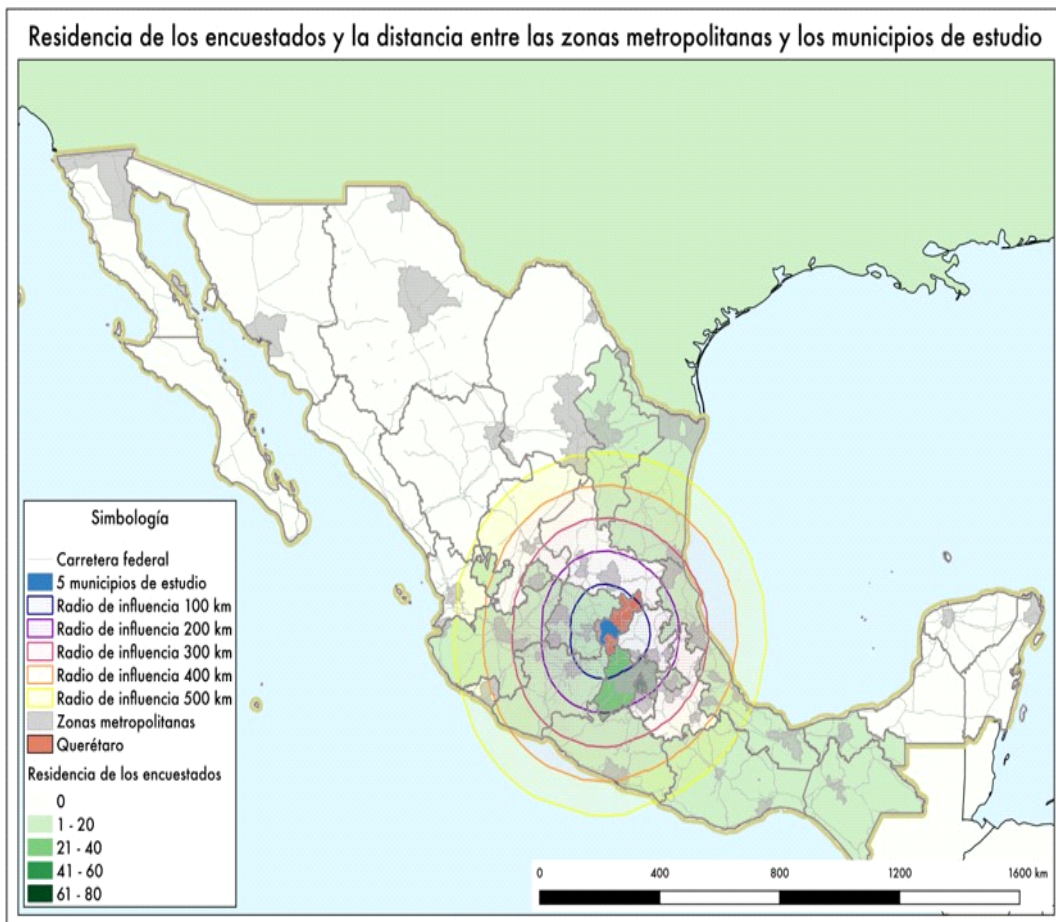
En cuanto al perfil de los visitantes de la RAQV, se observa que el promedio de ingreso familiar es de 48 mil pesos mexicanos trimestrales, lo que los ubica en el decil VII de acuerdo con el ingreso corriente promedio por deciles de hogares (INEGI, 2020). Este parámetro indica que se trata de un segmento con ingresos ligeramente superiores a la clase media. El jefe de familia de estos hogares presenta, en su mayoría, un nivel educativo de licenciatura y reside en vivienda propia –casa o departamento–.

Geográficamente, la mayor parte de los visitantes proviene de la región centro del país (Figura 4), principalmente de Querétaro, Estado de México y Ciudad de México. En menor medida se identificaron visitantes de estados colindantes como San Luis Potosí y Tlaxcala, así como de zonas metropolitanas más distantes, incluyendo el sur de Veracruz, Chiapas, Tabasco y Oaxaca; y al norte, de entidades como Nuevo León y Tamaulipas.

Con base en la encuesta, se constató que el principal factor que influyó para visitar la RAQV

Figura 4

Residencia de encuestados y distancias entre las zonas metropolitanas y las entidades federativas



Nota. Este mapa es de elaboración propia; se creó usando los datos levantados en campo y con información georreferenciada de CONABIO

de Querétaro fue la imagen del destino, seguido de la distancia del lugar de origen, la accesibilidad y el precio. En contraste, los encuestados señalaron como poco relevante la conexión con otros sitios de interés. A partir de las menciones de los encuestados sobre los sitios visitados se calcularon las distancias entre cada par de destinos, considerando siempre la ruta más rápida y accesible. Estas se muestran en la Tabla 3, en donde se observa que el rango de distancia entre los destinos más visitados es de 0,55 km -correspondiente a De Cote-Freixenet- a 291 km -el de Ciudad de México-San Miguel de Allende-. Destaca así mismo que los visitantes procedentes de la Ciudad de México recorren las mayores distancias en relación con los destinos más importantes de la RAQV.

Para complementar el análisis se consideró la oferta turística organizada en la región, especialmente los tours que facilitan y agilizan el recorrido de los visitantes. En este sentido, se usaron los tours ofertados en la zona y, con

base en la revisión documental, se seleccionó la agencia con mayor número de rutas (Tabla 4). A partir de estos datos se elaboró la Figura 3, que muestra la red de itinerarios promovidos por la agencia, la cual se contrastó con la Figura 4, construida a partir de las respuestas de los encuestados.

Como puede observarse en la Figura 5, los destinos incluidos en las rutas de tours aparecen representados con mayor tamaño en comparación con aquellos que no son contemplados en dichas ofertas. Por su parte, la Figura 6 refleja el número total de visitas registradas para cada viñedo, quesería y atractivo turístico reportado por los encuestados, entre los que destacan San Miguel de Allende, Peña de Bernal y Cadereyta. El análisis de las encuestas mostró que existe un número significativo de viñedos visitados fuera de las rutas propuestas por las agencias, lo cual evidencia un desacoplamiento entre la oferta programada y los trayectos efectivos de los turistas.

Tabla 3

Distancias en kilómetros entre los destinos más mencionados en la RAQV

	Freix.	Peña de Bernal	Tequis.	De Cote	Quer.	Redon.	Azteca	SMA	Museo del Queso	Finca Vai	Cader.	Donato	Viña TX	CDMX
Freixenet	-	20,9	22	0,55	63,6	9,4	1,7	117	21,2	38,6	8,3	11,7	21,1	230
Peña de Bernal	20,9	-	35,7	12	59,5	23,1	21,6	112	34,8	33,8	19,8	11,1	34,8	239
Tequisquiapan	22	35,7	-	23	63,6	15,7	23,7	116	2,1	30,1	31,2	28,5	1,7	188
De Cote	0,55	12	23	-	64,3	9,5	1,4	117	21,2	38,5	8,8	11,6	21,2	207
Querétaro	63,6	59,5	63,6	64,3	-	67	65,6	67,1	61,8	33,4	73,1	55,1	61,8	219
La Redonda	9,4	23,1	15,7	9,5	67	-	8	118	14,8	39,8	15,5	12,9	14,8	201
Azteca	1,7	21,6	23,7	1,4	65,6	8	-	118	22,1	39,6	9,3	12,6	22,1	208
San M. de Allende	117	112	116	117	67,1	118	118	-	118	89,6	129	111	118	291
Museo del Queso	21,2	34,8	2,1	21,2	61,8	14,8	22,1	118	-	29	29,9	27,3	1,1	208
Finca Vai	38,6	33,8	30,1	38,5	33,4	39,8	39,6	89,6	29	-	47,3	29,4	28,4	213
Cadereyta	8,3	19,8	31,2	8,8	73,1	15,5	9,3	129	29,9	47,3	-	20,3	29,7	216
Donato	11,7	11,1	28,5	11,6	55,1	12,9	12,6	111	27,3	29,4	20,3	-	26,8	232
Viña TX	21,1	34,8	1,7	21,2	61,8	14,8	22,1	118	1,1	28,4	29,7	26,8	-	186
CDMX	230	239	188	207	219	201	208	291	208	213	216	232	186	-

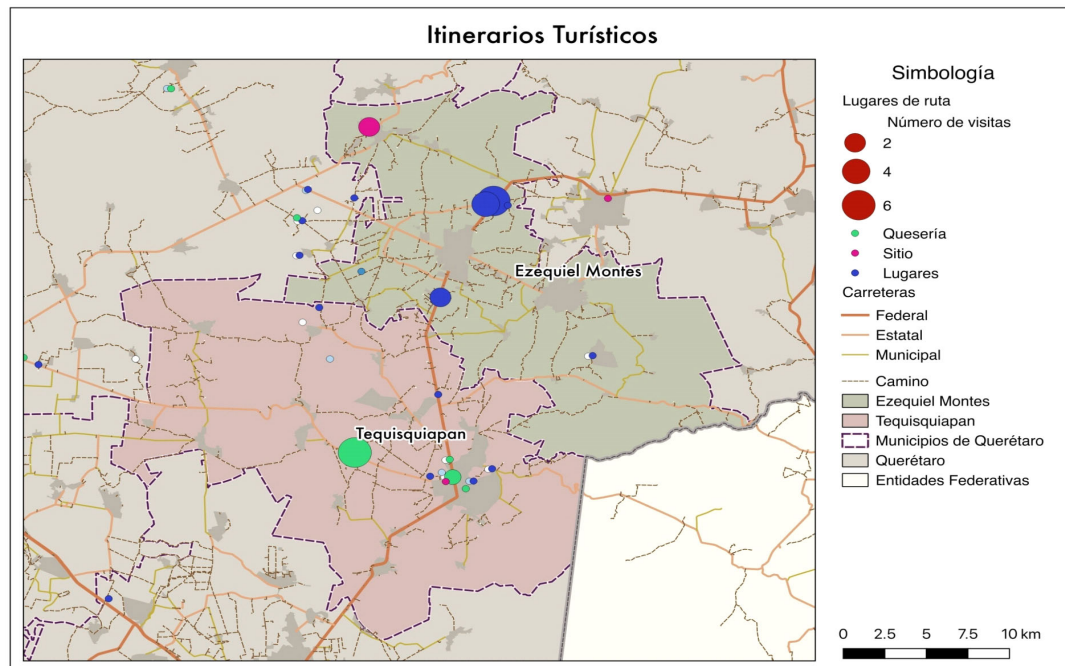
Nota: entre más saturado el color, más lejanos son los orígenes y destinos

Tabla 4
Tours ofrecidos en la RAQV

Tour de 7 hrs	Tour de 6 hrs	Tour de 5:30 hrs	Tour Ruta de queso y vino con "cata de vinos"	Tour Queso Vino y Bernal 5 hrs	Ruta Arte Queso y Vino con comida maridaje
Quesería Néole	Cava de Quesos Bocanegra	Cava de Quesos Bocanegra	Cava de Quesos Bocanegra	Cava de Quesos Bocanegra	Cava de Quesos Bocanegra
Cava de Quesos Bocanegra	Bodegas de Cote	Finca sala Vivé Freixenet	Bodegas de Cote	Finca Sala Vivé Freixenet o La Redonda	Bodegas de Cote
Bernal	Finca Sala Vivé Freixenet	La Redonda	Finca Sala Vivé Freixenet	Bernal	Finca Sala Vivé Freixenet
Bodegas de Cote Finca Sala Vivé Freixenet Tienda enoturismo	Tienda enoturismo	Tienda enoturismo	Tienda enoturismo	Tienda enoturismo	Comida Maridaje

Nota: elaboración propia, con base en datos de la página web oficial de la asociación que organiza la ruta del queso y vino (La ruta del queso y vino (s/f)

Figura 5
Destinos con base en los catálogos de agencia



Nota: este mapa es de elaboración propia; se creó usando los datos levantados en campo y con información georreferenciada de CONABIO

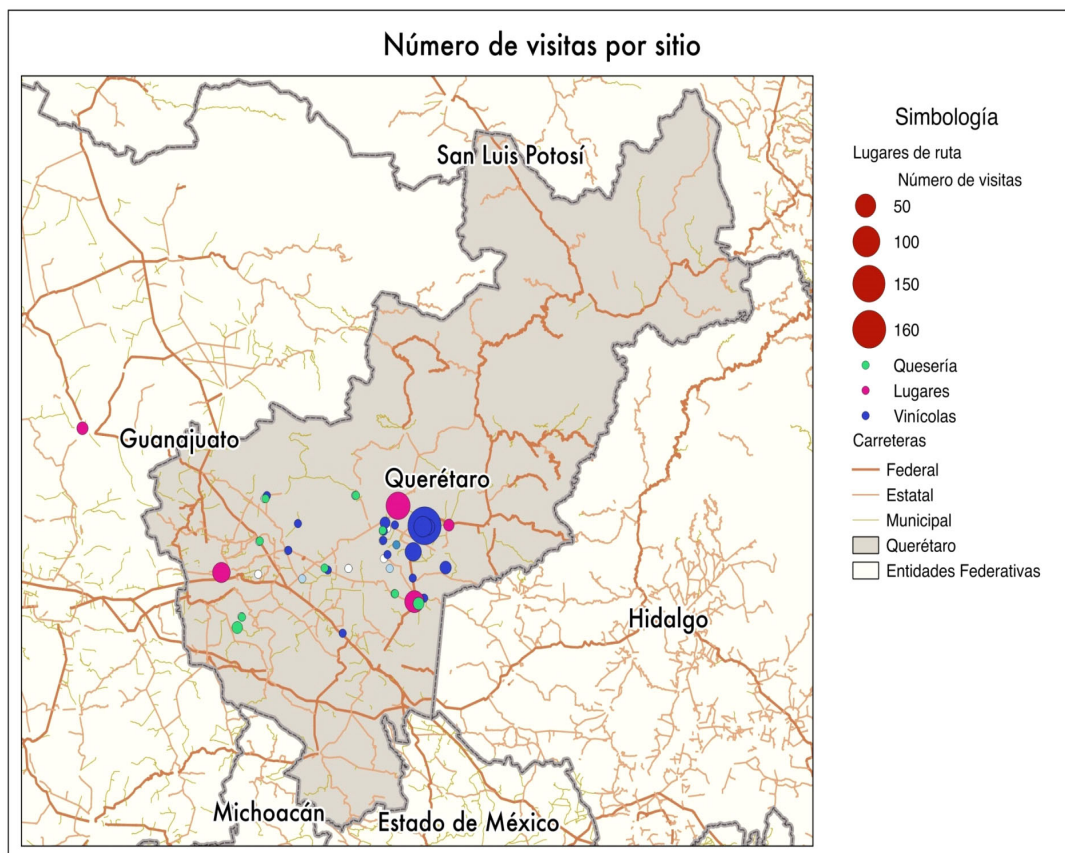
Como puede observarse en la Figura 5, los destinos incluidos en las rutas de tours aparecen representados con mayor tamaño en comparación con aquellos que no son contemplados en dichas ofertas. Por su parte, la Figura 6 refleja el número total de visitas registradas para cada viñedo, quesería y atractivo turístico reportado por los encuestados, entre los que destacan San Miguel de Allende, Peña de Bernal y Cadereyta. El análisis de las encuestas mostró que existe un número significativo de viñedos visitados fuera de las rutas propuestas por las agencias, lo cual evidencia un desacoplamiento entre la oferta programada y los trayectos efectivos de los turistas.

Otro de los factores que condiciona la frecuencia de visita a un sitio es el acceso vial. En la Figura 7 se observa que los lugares con mayor número de visitas se ubican próximos a carreteras federales y estatales, concentrándose principalmente en dos zonas: la localidad de Tequisquiapan y el norte del municipio de Ezequiel Montes. De los 30 sitios identificados, solo 9 se encuentran a una distancia máxima de 500 metros de una carretera, los cuales coinciden con los más mencionados por los encuestados.

En contraste, los destinos con menor número de visitas corresponden a aquellos con menor conectividad vial, cuyo acceso se realiza

Figura 6

Número de visitas por destino, con base a la encuesta de 2018



Nota: este mapa es de elaboración propia; se creó usando los datos levantados en campo y con información georreferenciada de CONABIO

a través de caminos secundarios. En total, 23 sitios se encuentran únicamente vinculados mediante caminos y el resto presenta acceso por veredas, lo que dificulta la llegada de los turistas y explica su baja frecuencia de visita.

El transporte público constituye otro factor clave en los recorridos hacia los distintos sitios de la RAQV. No obstante, debido a la falta de información detallada sobre este servicio, el análisis se limitó a considerar la cercanía a las terminales de autobuses de la zona de estudio, estableciendo radios de influencia de 10 km y 20 km. Como se observa en la Figura 8, algunos viñedos y queserías se encuentran fuera de dichos radios.

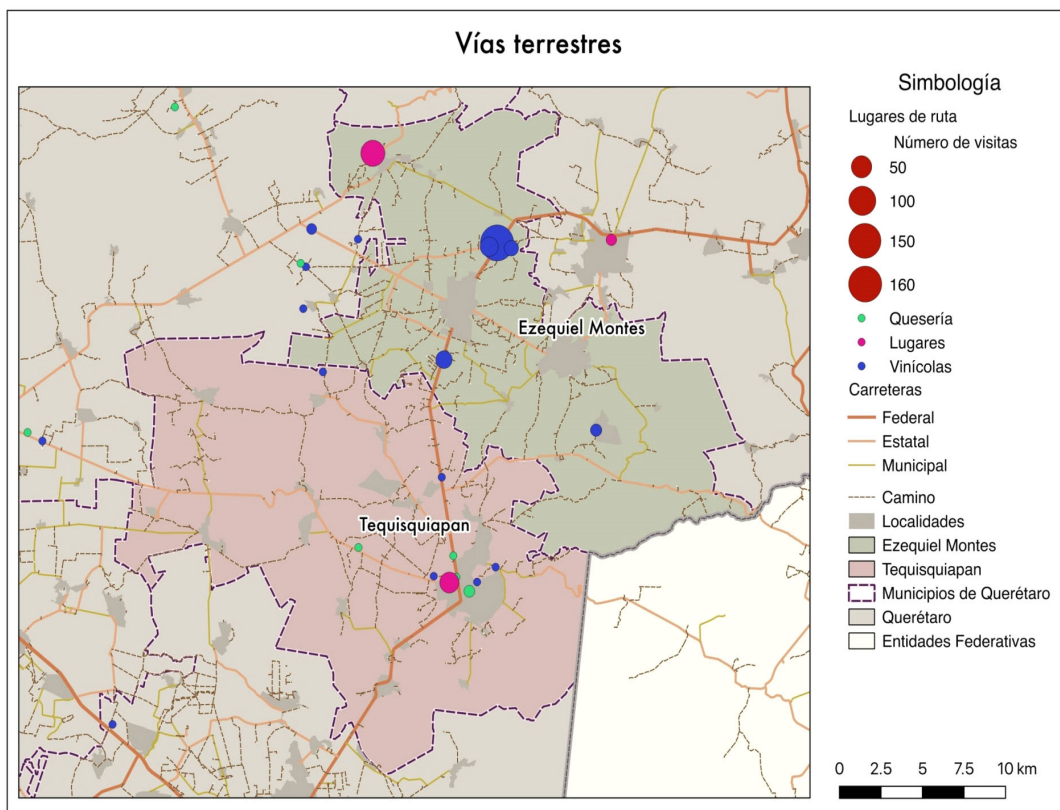
Para acceder a muchos de los destinos incluidos en la RAQV resulta indispensable

contar con transporte propio, ya que las rutas de agencias están restringidas a un número limitado de lugares. En este sentido, la escasa cobertura del transporte público se identifica como un obstáculo significativo para la accesibilidad y diversificación de las visitas.

6. CONSIDERACIONES FINALES

Al analizar la Ruta Arte, Queso y Vino de Querétaro (RAQV) promovida desde los gobiernos locales y federal como parte de una política pública de turismo, se observó que la formación de rutas de destinos no se ha materializado como ha sido planificado por las autoridades. La formación de los itinerarios se implementa de manera individual por los visitantes. Particularmente, en este trabajo se

Figura 7
Relación con las vías terrestres v los destinos de la RAQV



Nota: este mapa es de elaboración propia; se creó usando los datos levantados en campo y con información georreferenciada de CONABIO

Figura 8



Nota: este mapa es de elaboración propia; se creó usando los datos levantados en campo y con información georreferenciada de CONABIO

hace evidente que la RAQV no puede ser vista de manera tradicional como un territorio homogéneo de destino, ya que se trata de nodos interconectados, los cuales no obedecen a una delimitación administrativa (pues abarcan varios municipios) y cuyos efectos son heterogéneos en la región vinícola de la entidad.

Destaca que dicha heterogeneidad se solapa con la red misma que conforman los destinos de la RAQV, pues existen nodos que funcionan como puerta de entrada y/o salida a la RAQV. Entre ellos destacan Freixenet, Peña de Bernal y Tequisquiapan. Los motivos que encuentran los turistas para elegir estos destinos coinciden con factores señalados en la literatura (Coelho *et al.*, 2016;

Gearing *et al.*, 1974; Oliani *et al.*, 2011), tales como la imagen del destino, los costos, la distancia y la accesibilidad.

En esta investigación se enfatizó la relevancia de los factores de distancia y accesibilidad, que determinan la forma en que se van construyendo las rutas bajo el enfoque de destinos-red. Si se parte de la idea de que la estructura de la red depende de qué tan accesibles son ciertos destinos, entonces las rutas fluctúan en la medida en que se modifican estos factores.

Se observó que los destinos más visitados coinciden con accesos a carreteras federales y estatales, además de una marcada carencia de transporte público que comunique los distintos nodos de la RAQV. Por tanto, la mejora de estas vías -en particular de las redes de

transporte público intersitios-, podría generar incentivos para diversificar la demanda y facilitar la participación de sectores sociales más amplios. En la actualidad el perfil de los turistas corresponde a población de clase media-alta con vehículo propio, lo que excluye a quienes no cuentan con transporte particular.

De otro lado, una política pública de turismo debe diseñarse con base en la evidencia de los flujos turísticos reales, más que en los proyectados. En consecuencia, las rutas turísticas deben concebirse más que como recorridos fijos, como destinos-red, cuyos límites se definen por relaciones espacio-temporales en las que factores como distancia y accesibilidad son determinantes, superando una visión meramente positivista del territorio.

Finalmente se reconoce como limitación del estudio que los datos corresponden al levantamiento de 2018. Replicar este análisis en periodos posteriores permitirá evaluar la estabilidad de la red en el tiempo y su sensibilidad frente a intervenciones en movilidad y promoción. Del mismo modo, también permitirá identificar aprendizajes e innovaciones construidas por los actores que construyen y constituyen este destino-red.

REFERENCIAS

- Arévalo Pacheco, G. J. (2018). La ruta turística enológica como en Querétaro y Baja California, México. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 25. <https://www.eumed.net/rev/turedes/25/enoturismo-queretaro.html>
- Barrado Timón, D. A. (2004). El concepto de destino turístico. Una aproximación geográfico-territorial. *Estudios Turísticos*, (160), 45-68. https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/91963.pdf
- Brenner, N. (1999). Beyond State-centrism? Space, territoriality, and geographical scale in globalization studies. *Theory and Society*, 28(1), 39-78. <https://www.jstor.org/stable/3108505>
- Briedenhann, J., & Wickens, E. (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas—vibrant hope or impossible dream? *Tourism Management*, 25(1), 71-79. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00063-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00063-3)
- Brunori, G., & Rossi, A. (2000). Synergy and coherence through collective action: Some insights from wine routes in Tuscany. *Sociologia Ruralis*, 40(4), 409-423. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00157>
- Castañeda Muñoz, G., Castillo Nechar, M., & Cruz Jiménez, G. (2020). Las políticas públicas del turismo como herramienta de cohesión social y modelo de turismo solidario en la 4T: situación y retos. *RICIT: Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir*, (14), 132-157. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7678376.pdf>
- Coelho, M. de F., Gosling, M., & Berbel, G. (2016). Atratividade de destino turístico: a percepção dos atores locais de Ouro Preto, MG, Brasil. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(4), 929-947. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2016.14.060>
- CONABIO (Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad). (s.f.). *Geoportal Conabio. Sistema Nacional de Información sobre Biodiversidad*. CONABIO. <http://www.conabio.gob.mx/informacion/gis/>
- De Jesús Contreras, D., & Thomé Ortiz, H. (2019). Turismo enológico y rutas del vino en México. Estado del conocimiento y análisis de casos. *Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad*, 6(17), 27-44. <https://doi.org/10.35588/rivar.v6i17.3913>
- Flores, L. C. da S., & Mendes, J. da C. (2014). Perspectivas do destino turístico: repensando o sentido do conceito. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 8(2), 222-237. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v8i2.717>
- De Palma, A., & Picard, N. (2005). Route choice decision under travel time uncertainty. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 39(4), 295-324. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2004.10.001>

- Demir, M., & Dalgıç, A. (2022). Examining gastronomy festivals as the attractiveness factor for tourism destinations: The case of Turkey. *Journal of Convention & Event Tourism*, 23(5), 1-23. <https://doi.org/10.1080/15470148.2022.2089797>
- Gearing, C. E., Swart, W. W., & Var, T. (1974). Establishing a measure of touristic attractiveness. *Journal of Travel Research*, 12(4), 1-8. <https://doi.org/10.1177/004728757401200401>
- INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía). (2020). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares [ENIGH]*. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/programas/enigh/nc/2020/>
- Ismagilova, G., Safiullin, L., & Gafurov, I. (2015). Using historical heritage as a factor in tourism development. *Procedia-social and Behavioral Sciences*, 188, 157-162. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.355>
- Jeuring, J. H. G., & Haartsen, T. (2017). Destination branding by residents: The role of perceived responsibility in positive and negative word-of-mouth. *Tourism Planning & Development*, 14(2), 240-259. <https://doi.org/10.1080/21568316.2016.1214171>
- La Ruta del Queso y Vino. (S/f). *La ruta del queso y vino* [estado de Querétaro, México]. <https://www.larutadelquesoyvino.com.mx/>
- Maya Jariego, I., & Alieva, D. (2018). Caminos trazados: redes de itinerarios de los turistas rusos en Andalucía. *Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales*, 29(1), 76-91. <https://doi.org/10.5565/rev/redes.745>
- Milièviã, K., Mihaliã, T., & Sever, I. (2017). An investigation of the relationship between destination branding and destination competitiveness. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(2), 209-221. <https://doi.org/10.1080/10548408.2016.1156611>
- Morales-Gómez, L. (2020). *Turismo y hegemonía en la Ruta Arte, Queso y Vino del semidesierto queretano* [Tesis de maestría, Universidad Autónoma de Querétaro]. <https://ri-ng.uaq.mx/handle/123456789/2391>
- Morales Loya, M., & Fusté-Forné, F. (2021). Turismo gastronómico sostenible para la preservación del patrimonio culinario: las rutas del vino en Girona (Catalunya, España) y Querétaro (México). *Turismo y Patrimonio*, (17), 45-60. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2021.n17.03>
- Moscoco, F. V. (2012). La construcción social del territorio y su incidencia en la concepción del destino turístico. [Ponencia en las] *Jornadas de Turismo y Desarrollo Sostenible: el papel de las comunidades locales*. La Plata, Argentina. Publicaciones FCE. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/22601>
- Oliani, L. G. N., Rossi, J. B., & Gervasoni, V. C. (2011). What are the attractiveness factors that influence the choice of a tourist destination—A study of Brazilian tourist consumer. *Chinese Business Review*, 10(4), 286-293. <https://pdfs.semanticscholar.org/d7dc/75c070cebda23adfa6254e19d7c7bdc8469a.pdf>
- Peña, S. (2017). Perspectivas teóricas sobre la(s) frontera(s). En M. d. R., Barajas Escamilla, E. J. Valera-Álvarez & P. Wong-González (Coords.), *Entre fronteras. Construyendo una agenda comparada global* (pp. 23-37). AM Editores-Clave Editorial-El Colegio de la Frontera Norte-CIAD.
- Pinassi, C. A., & Ercolani, P. S. (2017). Turismo y Espacio Turístico. Un Análisis Teórico Conceptual Desde la Ciencia Geográfica. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, 7(1), 42-61. <https://doi.org/10.34019/2238-2925.2017.v7.3157>
- Prideaux, B. (2000). The role of the transport system in destination development. *Tourism Management*, 21(1), 53-63. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00079-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00079-5)
- Reitsamer, B. F., Brunner-Sperdin, A., & Stokburger-Sauer, N. E. (2016). Destination attractiveness and destination attachment: The mediating role of tourists' attitude. *Tourism Management Perspectives*, (19), 93-101. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.05.003>
- Vera-Rebollo, J. F., López-Palomeque, F., Marchena-Gómez, M., Antón-Clave, S., & Vilà-Valentí, J. (Coords.) (1997). *Análisis territorial del turismo: una nueva geografía del turismo*. Ed.