



Origine  
Diversité  
Territoires

[Daniel De Jesús Contreras Universidad Autónoma  
del Estado de México, México  
Marvin Blanco Murillo, Instituto Interamericano de  
Cooperación para la Agricultura, Costa Rica]  
Foro Origine, Diversité et Territoires  
[Taller n°1], [Sesión n°3]



## **Valorización turística de productos con identidad territorial: el caso de la Ruta del Queso y el Vino en Querétaro, México**

En varios países de América y Europa, la valorización de los productos agroalimentarios con identidad territorial y profundidad histórica ha sido considerada una de las estrategias implementadas por los gobiernos nacionales y las iniciativas locales para la reactivación económica del campo. El turismo rural, y dentro de este marco, el agroturismo y el turismo agroalimentario, son actividades que inciden en la activación territorial (Boucher y Riveros, 2017) de estos productos a través de visitas a explotaciones agrícolas, agroindustrias, tiendas especializadas, entre otros espacios. La formulación de rutas agroalimentarias busca, por tanto, promocionar el territorio a través de los productos agroalimentarios y los platos locales, pero en un sentido más amplio, busca poner en valor el patrimonio alimentario y generar un efecto multiplicador para otros sectores, como la artesanía o la restauración. En este marco, el objetivo de este artículo es analizar el caso de la Ruta del Queso y del Vino como una herramienta que ha incidido en la valorización de los productos agroalimentarios más destacados que le dan nombre, pero también de otros productos que constituyen una compleja cesta de bienes y servicios territoriales (Blanco y Riveros, 2010). La ruta pasa por la región vinícola de Querétaro -la segunda más importante de México- y su principal atractivo reside en las bodegas y queserías, que ofrecen visitas guiadas a las zonas de producción, elaboración y venta, además de otros servicios como catas guiadas, degustaciones y eventos temáticos. A partir de este caso, veremos cómo la carretera no sólo ha repercutido en la reactivación económica de las industrias del vino y el queso, sino que también ha contribuido a que otros productos agroalimentarios y artesanales encuentren un canal de comercialización dinámico, que al mismo tiempo implica la integración de otros actores del territorio que ofrecen servicios como alojamiento, restauración, guías y venta de productos típicos.

### **Referencias bibliográficas**

Blanco, M. y Rivero, H. (2010). El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial. En: D. Rodríguez (Coord.) Desarrollo de los agros negocios y la agroindustria rural en América Latina y el Caribe: conceptos, instrumentos y casos de cooperación técnica. San José, Costa Rica: IICA.

Boucher, F. y Riveros, A. (2017). Dinamización económica incluyente de los territorios rurales: alternativas desde los Sistemas Agroalimentarios Localizados y los Circuitos Cortos de Comercialización. Estudios Latinoamericanos, (40): 39-58.