

## **Enoturismo y Desarrollo Territorial: Una Perspectiva Multidimensional en la Región Bajío de México**

### **Wine Tourism and Territorial Development: A Multidimensional Perspective in the Region Bajío of México**

Yuliana Hernández García<sup>1\*</sup>  
Casimiro Leco Tomás<sup>2</sup>

#### **Resumen**

El presente estudio analiza el enoturismo como motor multidimensional del desarrollo en la región Bajío de México. Se justifica por el crecimiento de la viticultura nacional y su potencial para diversificar el turismo rural. Mediante una revisión documental y un análisis comparativo de viñedos, se identifica el impacto que se tiene en la economía local, identidad regional y articulación territorial. Los resultados destacan al enoturismo como herramienta estratégica para el desarrollo sostenible, fortaleciendo la cultura vitivinícola y la valorización del territorio mexicano.

**Palabras clave:** desarrollo territorial, enoturismo, identidad local, región Bajío, turismo rural.

**Códigos JEL:** R11, Z32, O13

#### **Abstract**

This study analyzes wine tourism as a multidimensional driver of development in Mexico's Bajío region. The research is justified by the growth of national viticulture and its potential to diversify rural tourism. Through documentary review and comparative analysis of vineyards, the study identifies its impact on the local economy, regional identity, and territorial integration. Findings highlight wine tourism as a strategic tool for sustainable development, strengthening wine culture and the appreciation of Mexico's territory.

**Key words:** territorial development, wine tourism, local identity, Bajío region, rural tourism

<sup>1</sup> Doctorante en Ciencias del Desarrollo Regional, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Correo electrónico 0619213B@umich.mx, ORCID 0009-0004-0597-2500 (autor de correspondencia).

<sup>2</sup> Profesor-Investigador, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Correo electrónico casimiro.leco@umich.mx, ORCID 0000-0001-5811-8771

\* Autor de correspondencia: 0619213B@umich.mx

## Introducción

México es un país con condiciones agrícolas favorables para la producción de la uva y el vino de alta calidad, debido a su diversidad y características provechosas en suelos, tierras, climas y características geográficas (Secretaría de Turismo [SECTUR], 2023). Esta ventaja ha permitido el desarrollo de la viticultura y ha dado un paso a la modalidad turística emergente: el enoturismo.

Este tipo de turismo clasificado dentro del turismo rural, debido a la vinculación directa con producción y cultura del vino, se presenta como una herramienta estratégica para el desarrollo económico, social y cultural de las regiones vitivinícolas, particularmente en la región Bajío del país (Cano, 2008). Sin embargo, este tipo de turismo se enfrenta a limitantes como lo son: la falta de implicación de los bodegueros, las restricciones financieras y en cuanto al medio ambiente el riesgo de deterioro rural.

Es importante señalar que, en el contexto nacional, el turismo representa un pilar económico fundamental, reconocido por el Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024, como motor de crecimiento. En 2019, antes de la pandemia Covid-19, el sector aportaba un 8.7% del PIB y generaba alrededor de 11 millones de empleos. Actualmente, el turismo, continúa en evolución, adaptándose a nuevas formas, como es el caso del enoturismo, el cual contribuye al desarrollo sostenible y a la diversificación de la oferta turística en México.

Por lo que la presente investigación, tiene como objetivo analizar el enoturismo desde una perspectiva integral y multidimensional, la cual permite entender su papel en la valorización del territorio, la identidad regional y la dinamización del turismo rural. Promoviendo el enoturismo hacia un modelo que fortalezca al campo, active las comunidades y convierta la cultura del vino en un motor de progreso con rostro local.

La metodología empleada se basa en un análisis exploratorio y descriptivo, mediante técnicas como el análisis documental, la observación directa y análisis estadísticos, lo cual permite identificar el impacto que se tiene en la Región Bajío, al cual ha sido relevante, al generar nuevas oportunidades para los productores, impulsar el turismo regional y promover el reconocimiento del vino mexicano y su enoturismo.

El presente trabajo se organiza comenzando con la introducción, para posteriormente brindar una contextualización acerca de la industria vitivinícola, los tipos de turismo y su clasificación, el escenario del enoturismo mexicano como impulsor multidimensional, siguiendo por el marco teórico, y la descripción metodológica para luego exponer los resultados y finalmente las conclusiones de la investigación.

## 1. Marco contextual

### *1.1. El Bajío: territorio agrícola vitivinícola*

La región Bajío de México comprendida por los estados de: Aguascalientes, Guanajuato, Michoacán, Querétaro, y San Luis Potosí, destaca por su posición estratégica y geográfica dentro de las principales rutas de comercio del país, lo que facilita el transporte y la distribución de productos agrícolas e industriales hacia diversas zonas, esta ubicación, sumada a su alta productividad agrícola, la convierte en una de las regiones más dinámicas del país.

Además de su relevancia económica, el Bajío posee una rica herencia cultural que refuerza su identidad regional vitivinícola, la cual se consolida como un espacio idóneo para el desarrollo del enoturismo. En el Bajío, el enoturismo emerge como un motor clave para el desarrollo regional donde combina la viticultura con la gastronomía local y experiencias culturales (Quinzaños, 2021; Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios, 2016; Mexico industry, 2022).

En cuanto a la viticultura se presenta la figura 1, en la cual se señalan los estados productores de vid industrial (uva para la elaboración de vinos) de la región Bajío de México).

**Figura 1.**

Estados Vinícolas de la Región Bajío de México



Fuente: Elaboración propia, 2025

La figura 1. Muestra un mapa de la República Mexicana en el que destacan en color verde los estados de Aguascalientes, San Luis Potosí, Guanajuato, Querétaro y Michoacán. Estados localizados en la región centro-norte del país y han señalado su activa participación en la producción de vino. El resto del país aparece en color marrón permitiendo enfocar visualmente la atención en las entidades seleccionadas (Secretaría de Turismo [SECTUR], 2023).

**Tabla 1.**

Viñedos de la Región Bajío de México

Estados	Núm. de viñedos
Aguascalientes	22
Guanajuato	33
Michoacán	1
Querétaro	34
San Luis Potosí	6

Fuente: Elaboración propia, 2025

Con el fin de identificar el número de viñedos en los estados presentados en la figura anterior, se agrupan en la Tabla 1, los cuales, en conjunto, representan aproximadamente el 24% del total de viñedos en México. Este dato resalta la relevancia de estas entidades en la producción vitivinícola nacional, aunque es importante señalar que Baja California concentra cerca del 70% de los viñedos en el país, consolidándose como la principal región productora. Aun así, los estados agrupados en la tabla juegan un papel estratégico en diversificación y crecimiento del sector a nivel nacional (SECTUR, 2023; De Jesus,D., Thomé-Ortiz, H. 2019)

## *1.2. Clasificación del turismo*

El turismo es considerado como una actividad dinámica que consiste en el traslado temporal de personas fuera de su entorno habitual con el fin de descansar, recrearse o adquirir nuevos conocimientos culturales (Huizar, 2011). Más allá de su carácter recreativo, representa un motor clave para el desarrollo económico y social de las regiones que lo acogen, ya que mediante este se fomenta la generación de empleos, impulsa la inversión local y fortalece el desarrollo regional e identidad cultural en las comunidades. Dicha actividad se manifiesta en diversas formas, cada una orientada a distintos intereses y necesidades del viajero, entre las cuales destacan: el turismo ecológico, cultural, rural y de aventura.

Actualmente existe un tipo de turismo relacionado con la viticultura y a este se le conoce como enoturismo o turismo enológico (Cano, 2008). Dentro de estas modalidades, el enoturismo se destaca como una vertiente del turismo rural, enfocándose principalmente en la visita a viñedos y bodegas. A través de esta practica el turista tiene oportunidad y la experiencia de conocer de cerca el proceso de producción de vino, eventos relacionados con el mismo, degustar sus caldos y participar en actividades que permitan una inmersión en la cultura vinícola (Acerenza, 2001).

Dentro de las distintas formas en que puede clasificarse el turismo, Moreno y Coromoto (2021), proponen una tipología que lo agrupa en tres grandes categorías, según el propósito y las características que implica. En primer lugar, se encuentra el Turismo Especializado: el cual incluye modalidades como el turismo de aventura, el científico y el de salud, este ultimo puede abarcar actividades como visitas a clínicas medicas especializadas, balnearios o centros con aguas termales de propiedades terapéuticas. En segundo lugar, está el turismo de afinidad: que reúne a aquellos viajeros que se movilizan por motivos específicos vinculados a intereses compartidos como el turismo de negocios, el religioso o estudiantil.

Finalmente se encuentra el turismo vacacional, considerado como el turismo tradicional, que comprende actividades recreativas de descanso y ocio, como el turismo de sol y playa, así como el rural y el cultural. Cada una de estas categorías responde a diferentes motivaciones, pero todas contribuyen de manera significativa al dinamismo del sector turístico, Moreno y Coromoto (2021). Para ello y de una manera más ilustrativa se presenta la siguiente figura.

**Figura 2**



Fuente: Elaboración propia, basado en Moreno y Coromoto, 2021

El enoturismo se considera como una modalidad dentro del turismo rural, ya que se lleva a cabo en entornos rurales y ofrece experiencias ligadas al contacto con la naturaleza y las tradiciones agrícolas (esencia del turismo rural), y el enoturismo por su parte incluye actividades como la poda, la vendimia, el pisado de uvas y degustaciones, entre otras. De esta manera, combina el aprendizaje sobre prácticas agrícolas con vivencias culturales propias de la región en la que se realiza. Esto se ilustra en la Figura 3.

**Figura 3**

Ubicación del enoturismo dentro del turismo tradicional



Fuente: Elaboración propia con base en Moreno y Coromoto (2011).

La figura 3. Ubicación del enoturismo dentro del turismo tradicional, representa la estructura del turismo desde la estructura del turismo vacacional, del ámbito general al específico, donde el círculo más grande corresponde al mismo, dentro del cual se encuentra el turismo rural como una de sus ramas, y a su vez, el enoturismo se muestra como una modalidad específica dentro del turismo rural, destacando cómo estas formas de turismo se interrelacionan en diferentes niveles de especialización.

En México, el enoturismo ha crecido como una estrategia para fortalecer la industria del vino y dinamizar las economías locales. La apertura de bodegas al público, junto con la creciente demanda de experiencias relacionadas con el vino y la oferta de actividades como festivales y hospedajes rurales, han impulsado su desarrollo. Aunque el país no lidera aún en este ámbito a nivel global, regiones como la del Bajío destacan por su avance y consolidación en esta modalidad turística.

### 1.3. El escenario del enoturismo mexicano

El enoturismo en México comprende un conjunto de actividades turísticas orientadas a la valorización de la cultura vitivinícola, las cuales conllevan visitas guiadas por los viñedos, las bodegas, o recorrido por museos especializados, además de experiencias de degustación gastronómica, catas guiadas, festivales, participación en faenas agrícolas como la poda y el pisado de uva, y otras prácticas asociadas al patrimonio del vino.

Este segmento turístico ha experimentado un notable crecimiento en el país, impulsado por el aumento en el interés social por el vino y la apertura progresiva de las casas vitivinícolas al turismo como estrategia de promoción, diversificación económica y posicionamiento territorial (Arévalo, 2018).

#### Figura 4

Actividades enoturística



La Real Academia Española (RAE, 2025), define el enoturismo, como “Turismo por zonas de cultivo y producción de vino, con visitas a los viñedos y bodegas, y degustación de sus caldos”.

En concordancia con esta definición se presenta la Figura 4. -una nube de palabras formada de botella de vino- la cual ilustra de manera visual y dinámica las principales actividades asociadas al enoturismo, permitiendo apreciar la diversificación de experiencias que conforman la oferta enoturística, subrayando su relevancia como herramienta de desarrollo cultural, económico y turístico en las regiones vitivinícolas del país.

La relevancia del enoturismo, parte desde que se considera una actividad impulsora del desarrollo local debido a que existe una mayor diversificación de la actividad económica, un aumento notable de generación de empleos, además de un aumento de riqueza, nuevas vías de ingresos para los productores, la recaudación de impuestos para el país y por ende una mejora la calidad de vida de la población (Hall *et al.*, 2000; Millán, *et al.*, 2012; Andreu *et al.*, 2012).

De 15 de los estados vitivinícolas del país son 7 únicamente los que brindan experiencias turísticas, como las rutas del vino. Entre los que se encuentran Baja California, Coahuila, Hidalgo, Querétaro, Guanajuato, Aguascalientes, donde los últimos 3 son pertenecientes a la región Bajío, región donde el enoturismo emerge como un motor clave para el desarrollo regional donde combina la viticultura con la gastronomía local y experiencias culturales, pues es relevante mencionar que el Bajío tiene acceso a rutas de comercio importantes, que facilita el transporte y la distribución de sus productos a diferentes partes del país.

A causa de ello esta región tiene una gran relevancia, económica como cultural, por su importancia en la agricultura, ya que es considerada como una de las regiones agrícolas más productivas de México (El Consejo Mexicano Vitivinícola [CMV]). Por lo que en la tabla 2. Se plasman los viñedos de la Región Bajío de México, señalando las rutas y eventos como tipo de enoturismo que tiene cada uno, entre el cual resaltan los estados de Querétaro, Aguascalientes y Guanajuato.

**Tabla 2.**

Viñedos y turismo de la Región Bajío de México

Estados	Rutas del vino	Eventos del vino
Aguascalientes	1	9
Guanajuato	1	5
Michoacán	0	0 (3)
Querétaro	1	12
San Luis Potosí	0	0

Fuente: Elaboración propia, 2025.

Entre las diversas experiencias (dentro del viñedo) tradicionales que brinda el enoturismo, además de la vendimia o recorridos y explicaciones guiadas, sobresalen otras dos modalidades complementarias, una es la ruta del vino y la otra los eventos enológicos, como los festivales, ferias o fiestas de vino.

En cuanto a las Rutas del vino, únicamente son los estados de Aguascalientes, Guanajuato y Querétaro (pertenecientes a la región Bajío), mientras que eventos anuales que giran en relación al vino en la región lo lidera el estado de Querétaro, con alrededor de 12 eventos o festivales, Aguascalientes con 9, seguido por Guanajuato con 5, y finalmente Michoacán con 3.

Cabe mencionar que Michoacán, a pesar de tener un viñedo muy joven aun no ofrece experiencias dentro del viñedo, ni cuenta con rutas del vino, sin embargo, existen 3 eventos relevantes relacionados al vino en Michoacán, como lo es “Morelia en Boca”, “Festival del Queso, Pan y Vino” ambos en la ciudad de Morelia y otro en Pátzcuaro “Festival del Café, Chocolate y Vino”.

Mientras que, en Querétaro, se ha desarrollado la “Ruta del Queso y Vino” donde se resalta la fusión del enoturismo con la gastronomía local, haciendo alusión a sus tradicionales quesos junto con sus vinos, esta ruta además de visitar viñedos lleva al turista a cavas de queso o queserías para complementar la experiencia. Y en cuanto, a los festivales, se organizan alrededor de 12, entre la más popular destaca “Festival de Arte, Queso y Vino” evento gratuito celebrado en las plazas de Tequisquiapan, entre las minis-vendimias que se consolidan en la mayoría de los viñedos de Querétaro, como referente del turismo del vino en el Bajío de México.

#### 1.4. Enoturismo como impulsor multidimensional

Los eventos de vino, las rutas y festividades integran el turismo enológico con la gastronomía regional, más las celebraciones y eventos locales, logrando así un impacto positivo en la comunidad gracias a la colaboración entre productores vitivinícolas, autoridades gubernamentales, hoteles e instituciones turísticas.

Estas festividades no solo ayudan a dar valor a los productos locales, sino que también han contribuido de manera significativa a la dinamización de cada una de las regiones donde se desarrollan. Como principales aportes sobresale una diversificación económica, el fortalecido turismo enogastronómico y una mayor articulación territorial. Además, promueve una conexión activa entre los sectores primario, secundario y terciario, el primero con la agricultura y viticultura, el segundo con la producción y transformación del vino y, por último, los servicios turísticos y comerciales, consolidando de esta manera un enfoque integral de desarrollo regional sostenible (Millán, *et al.*, 2012; Andreu *et al.*, 2012).

Sin embargo, el enoturismo en el país, aún se encuentra muy débil en comparación con países extranjeros, ya que no existe aún una certificación oficial de las rutas del vino, y en la región Bajío, esta modalidad turística se enfrenta a diversas problemáticas que limitan su pleno desarrollo. Entre ellas destaca la escasa infraestructura en muchas zonas rurales, especialmente en las zonas agrícolas. A esto se suma la deficiente conectividad entre los distintos atractivos y rutas enoturísticas, así como la ausencia de señalización adecuada y los elevados costos de desplazamiento hacia las regiones vitivinícolas, dificultando al turista la llegada y disfrute de la experiencia (Marzo *et al.*, 2012).

Además, existen restricciones financieras y falta de apoyo a los viticultores de la región para que pueda desarrollar este tipo de servicios turístico, incluso hasta un posible deterioro del entorno rural (Zarate *et al.*, 2018). Además, se aprecia una minoría en la integración entre la comunidad a este tipo de turismo y una marcada indiferencia. Así mismo la falta de implicación de los bodegueros, para brindar servicios turísticos dentro de sus vinícolas, los cuales se enfocan en actividades limitadas a la producción y comercialización de uva y vino (Andreu, *et al.*, 2012).

## 2. Aproximación teórica del enoturismo

En cuanto al desarrollo, se entiende como un proceso complejo multidimensional que va más allá de la acumulación de bienes o servicios, Mencionan González *et al.*, (2022), que este proceso debe contemplar factores cualitativos como la calidad de vida de las personas, la cohesión social, la equidad y el nivel de vida. Así mismo Rodríguez-Gonzalez y Caldera-Ortega (2023) señalan que el desarrollo promueve el bienestar integral, no limitándose únicamente al ámbito económico sino también el social y humano, vinculándolo con la mejora en la condición de vida de la población, así como el progreso de una sociedad.

Por su parte, Buarque (1999), Boisier (1997) y Alburequerque (2003), señalan al desarrollo como un proceso endógeno que surge dentro de la comunidad, manifestándose en pequeñas unidades territoriales. Enfoque que destaca la capacidad de cada una de las localidades en generar dinamismo económico y por ende mejorar la calidad de vida, utilizando los propios recursos internos. Por lo que se considera relevante señalar que se reconoce que el desarrollo no debe centrarse únicamente en lo económico, sino también incluir los factores sociales y culturales, fortaleciendo así la comunidad, mediante un crecimiento equilibrado (Asociación Española de Enoturismo [AEE] (2018).

Entre las teorías relacionadas con la actividad estudiada, se considera relevante señalar la Teoría del Desarrollo Humano, propuesta por Max-Neef *et al.* (2010) en la que plantean que el ser humano posee múltiples necesidades fundamentales, que no deben entenderse como forma aislada, sino como un sistema interconectado, ya que este enfoque permite reconocer las necesidades humanas en un ser tan complejo como el ser humano, necesidades universales pero que en su forma de satisfacerse varían según la cultura, el tiempo y sociedad.

### **3. Metodología empleada**

Para la realización de la presente investigación se enmarca un enfoque cualitativo, de tipo exploratorio descriptivo, que busca comprender el enoturismo desde una perspectiva multidimensional y territorial, analizando fenómenos complejos que involucran factores sociales, culturales y económicos en el enoturismo de la región Bajío de México.

Como técnica se empleó un análisis documental y comparativo de viñedos de cinco estados (Aguascalientes, Guanajuato, Querétaro, Michoacán y San Luis Potosí, recolectando y sistematizando información proveniente de fuentes oficiales, estudios previos y mapas. La cual constituye a identificar las dinámicas actuales del enoturismo, su impacto y el fortalecimiento de la identidad regional. Enfoque que se complementa con una visión integral del desarrollo, considerando dimensiones económicas, sociales y culturales.

### **4. Resultados de la investigación**

Los resultados revelan que el enoturismo en la región Bajío comienza a consolidarse como una estrategia de diversificación económica y valorización cultural, posicionándose a Querétaro como el estado más desarrollado en esta modalidad, con una mayor oferta en viñedos abiertos al turismo, eventos y fiestas de vino, así como rutas consolidadas, que, aunque con menor infraestructura a la necesaria, se logra presenciar una creciente vinculación entre la vitivinicultura, gastronomía y cultura local.

La información recolectada indica que existen alrededor de 96 viñedos activos en la región, los cuales solo una parte ofrece experiencias turísticas integrales. Además, Querétaro lidera en número de eventos ecoturísticos, seguido por Aguascalientes, Guanajuato y Michoacán, este último, aunque cuenta con eventos y festividades vinculadas al vino, aun no desarrolla enoturismo dentro del viñedo.

Por lo que se puede señalar algunos retos identificados como la falta de señalización, la baja conectividad entre rutas, la escasa infraestructura en zonas rurales y la poca participación del viticultor con la oferta turística. A pesar de estos obstáculos el enoturismo muestra un impacto positivo en la economía local, el fortalecimiento de la identidad regional y la integración territorial al articular los sectores primario, secundario y terciario.

### **Conclusiones**

El turismo del vino se presenta como una actividad estratégica para impulsar el desarrollo sostenible en la región Bajío de México, al integrar dimensiones económicas, sociales, culturales y territoriales. El crecimiento

de estas no solo diversifica el turismo rural, sino que también fortalece la identidad vitivinícola regional y promueve la valorización del territorio.

Los resultados muestran que, si bien existen avances considerables en especial en Querétaro, aún hay desafíos significativos por superar, un ejemplo de ellos es la profesionalización del sector, la participación de la comunidad, el fortalecimiento de infraestructura, y la creación de políticas públicas que fomenten la consolidación del enoturismo como política de desarrollo local. Se recomienda exista una colaboración entre productores, instituciones turísticas, gobierno local y el apoyo de la academia, para poder lograr un buen posicionamiento de la región Bajío como una región líder en el enoturismo en el país, ya que promover el enoturismo es avanzar hacia un modelo que fortalezca al campo, active las comunidades y convierta la cultura del vino en un motor de progreso.

### Bibliografía

- Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios. (2016). El Bajío es una región próspera gracias a sus zonas agrícolas, ganaderas y mineras.
- Alburquerque, F. (1999). Manual del Agente de Desarrollo Local. Santiago de Chile: Ediciones SUR.
- Andreu Guerrero, L. V. (2012). "Turismo enológico en Alicante: la ruta del vino en el municipio de Pinoso". Cuadernos de Turismo, 30, 35-61.
- Acerenza, M. (2001). Administración del Turismo. Vol. 1. Editorial Trillas. México.
- Arévalo, G. (2018). La ruta turística enológica en Querétaro y Baja California, México: Un enfoque estratégico. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 14(2) 122-134.
- Asociación Española de Enoturismo [AEE]. (2018). *Enoturismo*. [https://www.xn--enoturismodeespaa-uxb.es/web/text.php?id\\_section=1467](https://www.xn--enoturismodeespaa-uxb.es/web/text.php?id_section=1467).
- Boisier, S. (2001). Desarrollo (Local): ¿De qué estamos hablando? En A. Vazquez y O. Madoery. *Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local*, (pp. 48-74).
- Buarque, S. C. (1999) *Metodología de Planeamiento do Desenvolvimento Local e Municipal Sustentável*. Brasil: Instituto Interamericano de Cooperación para a Agricultura (IICA).
- Cano, D. (2008). La evolución del enoturismo conquista al viajero. [https://www.evadium.com/acercanp\\_20080414](https://www.evadium.com/acercanp_20080414)
- Consejo Mexicano Vitivinícola. (2020). *¿Cuáles son los retos de la industria del vino en México?* <https://uvayvino.org.mx/2020/03/20/cuales-son-los-retos-de-la-industria-del-vino-en-mexico/>
- De Jesus, D. y Thomé-Ortiz, H. (2019). Turismo enológico y rutas del vino en México: estado del conocimiento y análisis de caso. *RIVAR*, 6 (17) 27-44.
- Hall, M., Sharples, L., Cambourne, B. y Macionis, N. (2000). *Wine tourism around the world*, Londres, Development, management and markets. Londres: Routledge.
- Huizar Sánchez, M. de los Á. (2011). Desarrollo y turismo en la región de Bahía de Banderas. *Relaciones Internacionales*, 1(1), 58-71.
- Marzo-Navarro, M., & Pedraja-Iglesias, M. (2012). Critical factors of wine tourism: Incentives and barriers from the potential tourist's perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(2), 312-334 <https://doi.org/10.1108/09596111211206196>

- Max-Neef, M., Elizalde, A., y Hopenhayn, M. (1986). *Desarrollo a escala humana opciones para el futuro*. Santiago de Chile: Fundación Dag Hammarskjöld.
- México Industry. (2022). *Bajío, clave en la recuperación económica*. <https://mexicoindustry.com/noticia/bajio-clave-en-la-recuperacion-economica>
- Millán, G. et al., (2012). Turismo del vino: una aproximación a las buenas prácticas. *Revista de investigación en turismo y desarrollo local*, 5
- Moreno, M., Coromoto, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Revista Visión general Venezuela*, 10, 135-158.
- Quinzanos, F. (2021). *El Bajío: La mejor región de América Latina*. <https://lideresmexicanos.com/entrevistas/el-bajio/>
- Real Academia Española [RAE]. (2025) <https://dle.rae.es/enoturismo>
- Rodriguez-Gonzalez, M., Caldera-Ortega, J. (2013). Crecimiento económico y desarrollo local en la región Centro-Bajío de México. *Quivera*, 15(2) 37-59.
- Secretaría de Turismo [SECTUR]. (2023). *Catálogo de Productos y Rutas Enoturísticas de México 2023*. <https://sistemas.sectur.gob.mx/SECTUR/2023/gobmx/catalogodeproductosyrutasenoturisticas2023.pdf>
- Zárate, R., Barragán R. (2018). Desarrollo de la oferta turística en La Ruta del vino de Baja California. *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local* (31), 80-90.