

## Turistificación, comercios y servicios en el Barrio de la Cruz, Santiago de Querétaro, México

Turistification, commerces and services in Barrio la Cruz, Santiago de Querétaro, México

**Daniel Hiernaux-Nicolas**

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Autónoma de Querétaro  
danielhiernaux@gmail.com

**Resumen.** El tema de la llamada “turistificación” urbana tiene numerosas ramificaciones, toda vez que se relaciona con aspectos económicos (renta del suelo especialmente), de gestión urbana y patrimonial, culturales, (los imaginarios entre otros), y sociales, principalmente. La presente investigación se centra en la aparición de nuevos comercios y servicios y la desaparición de otros, en particular en referencia a su ubicación por tipo de oferta y a su relación con el turismo urbano creciente que experimenta la ciudad de Santiago de Querétaro y, en especial, el Barrio de la Cruz. Los resultados indican, por una parte, que los factores de localización de diversos tipos de alojamiento turístico son muy diferentes entre sí, en especial entre el alojamiento hotelero y el por plataformas. Por otra parte, los pequeños comercios y servicios se han multiplicado de manera sustancial, en particular para atender la población no residente, es decir tanto los habitantes del municipio y del estado que usan el Centro Histórico como espacio de ocio, como los turistas. Todo lo anterior evidencia además una gentrificación evidente en los precios del suelo y vivienda, la pérdida progresiva de población tradicional residente y de la identidad del barrio mismo.

**Palabras clave.** Localización de negocios; Barrio la Cruz Querétaro; turistificación; gentrificación.

**Abstract.** The issue of so-called urban "touristification" has numerous ramifications, as it relates primarily to economic topics (land rent), urban and heritage management, cultural aspects (urban imaginaries, among others), and social questions. This research focuses on the emergence of new businesses and services and the disappearance of others, particularly in reference to their location by type of offering and their relationship with the growing urban tourism experienced by the city of Santiago de Querétaro, and especially the Barrio de la Cruz neighborhood. The results indicate, on the one hand, that the location factors for various types of tourist accommodation are very different, especially between hotel and platform accommodations. On the other hand, small businesses and services have multiplied substantially, particularly to serve the non-resident population, that is, both residents of the municipality and the state who use the Historic Center as a leisure space, as well as tourists. All of the above also highlights an evident gentrification in land and housing prices, the loss of the traditional resident population, and the progressive loss of the neighborhood's identity.

**Keywords.** Commerce and services location; La Cruz Neighborhood, Querétaro; turistification; gentrification.

**Formato de citación.** Hiernaux-Nicolas, Daniel (2025). Turistificación, comercios y servicios en el Barrio de la Cruz, Santiago de Querétaro, México. URBS. Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales, 15(2), 9-26.

**Recibido:** 27/08/2025; **aceptado:** 27/10/2025; **publicado:** 30/11/2025

**Edición:** Ciudad de México, 2025, Universidad Autónoma Metropolitana

“Uno no vive en una ciudad sino en su descripción”

Carlos Monsiváis. Apocalipstick (2009: 19)

### Introducción

La transformación de las ciudades afectadas por la llegada de grandes olas de turistas es un proceso obvio que no debe ignorarse. Cuando se circula por los centros de esas urbes, se notan cambios como cierre de comercios, apertura de otros, mayor tráfico vehicular y peatonal y demás procesos que derivan, sin lugar a duda, de lo que se ha llamado la “turistificación” de las ciudades.

Esta investigación se diseñó para analizar las transformaciones que produce el turismo urbano en el Barrio de la Cruz, espacio emblemático en la historia de la ciudad de Santiago de Querétaro, en la República mexicana. Sustentada en un detallado trabajo de campo en diversos momentos de la evolución reciente del barrio, su objetivo principal es el de entender cómo se ha transformado la estructura de los comercios y servicios en ese barrio a escala de lote urbano.

### Ámbito socioterritorial: El Barrio de la Cruz en Santiago de Querétaro

Santiago de Querétaro, municipio cabecera del estado de Querétaro, es una ciudad de origen colonial cuya población gira actualmente en torno a un millón y medio de habitantes. Se integra entonces al conjunto de

ciudades conocidas como “intermedias” que desempeñan un papel relevante de enlace entre las grandes metrópolis (Área Metropolitana de la Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara y Puebla) y las ciudades de menor población que constituyen la trama básica del sistema de ciudades de la República mexicana.

Sin embargo, a mitad del siglo pasado, la ciudad llegaba difícilmente a 50 mil habitantes y se consideraba como una aglomeración urbana muy tradicional, religiosa y recatada (“ciudad levita” como dijeron algunos), con una industria incipiente y un entorno agrícola y ganadero al cual prestaba servicios. En las décadas posteriores inició un crecimiento económico notorio, impulsado por la imperiosa necesidad de desconcentrar la capital mexicana, que ya se había desbordado ampliamente sobre los municipios vecinos del Estado de México, avanzando con cierta velocidad hacia una suerte de “postmetrópolis” (Soja, 2008) o más bien, siguiendo a Carlos Monsiváis, a una temible metrópolis “postapocalíptica” (Monsiváis, 2009). Los capitales locales se alegraron de esas promesas de crecimiento que aportó prontamente la implantación de plantas industriales de capital nacional y extranjero; más aún, las inversiones requeridas para crear las condiciones adecuadas de infraestructura como carreteras, parques industriales, plantas eléctricas, aducción de agua y demás, fueron aportadas no solo por el gobierno federal sino también y de manera sostenida, por el capital privado.

A pesar de este contexto promisorio, el turismo distaba aún de ser visto como una actividad esencial en esa época: el modelo fordista de crecimiento y organización económica predominaba al unísono de lo que se podía reconocer en el país y mantenía el ojo puesto en las potencialidades de una industrialización rápida orientada al mercado nacional y, a la vez, a la exportación hacia los Estados Unidos. Es mucho más tarde que el potencial turístico pudo considerarse significativo y, en particular, el del área central de la ciudad.

La valorización de este como Centro Histórico o centro fundacional se ha modificado radicalmente en las últimas décadas, particularmente desde los últimos años de los noventa, entre otros por una apreciación mayor del patrimonio tangible e intangible, por la presión ejercida sobre las políticas públicas para lograr el nombramiento de la ciudad en la lista de Patrimonio de la Humanidad ya otorgado a varias ciudades mexicanas, y gracias al elevado potencial del área central para un desarrollo más diversificado de actividades económicas ligadas al ocio, al turismo y a la cultura, principalmente.

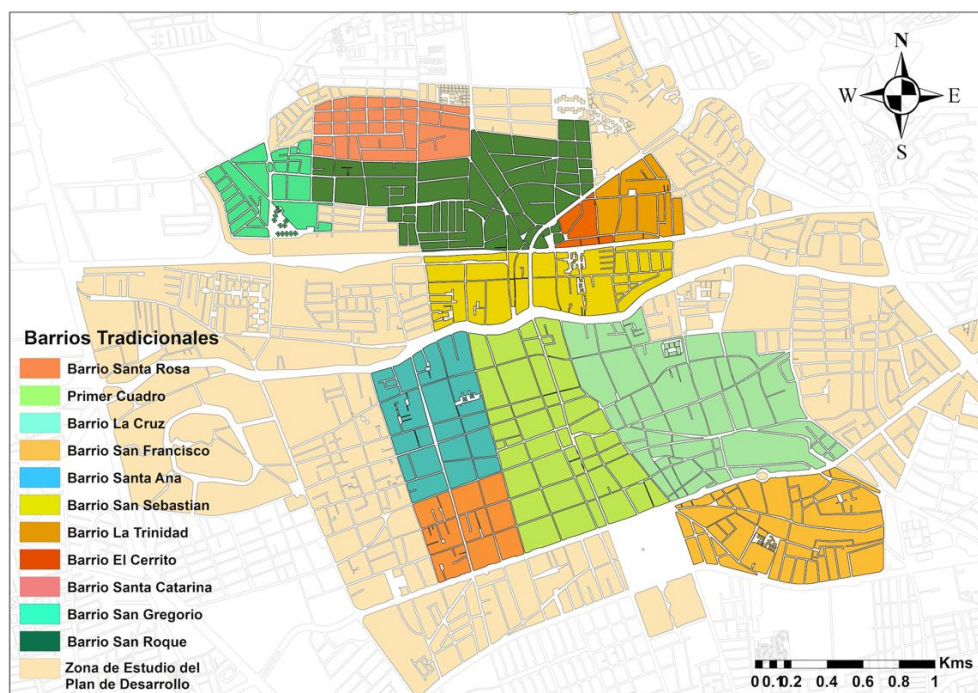
La calidad patrimonial del Centro Histórico de Querétaro no exige mayor aclaración: su adscripción al Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1996 es resultado de esfuerzos coherentes de preservación patrimonial por instancias federales como el Instituto Nacional de Antropología e Historia y por las sucesivas administraciones locales desde, por lo menos, la década de los ochenta. De tal suerte, el reconocimiento no solo ha servido para robustecer y justificar los esfuerzos de las administraciones locales, sino que, simultáneamente, ha creado condiciones para que el territorio de 4.2 km<sup>2</sup> que se reconoce oficialmente como “Centro Histórico” fuera asumido como un entorno propicio para las inversiones privadas particularmente en turismo y actividades asociadas como bares, sitios culturales, boutiques y demás, a la par de lo que ocurre en otros contextos (Jover-Baez, 2019). Así, parecería haberse cumplido la bien conocida afirmación que las inversiones e intervenciones del Estado pueden servir de acicate para que la iniciativa privada siguiera la corriente con la creación de nuevos negocios, toda vez que, para un autor como Michael Porter, los centros urbanos son portadores de ventajas competitivas significativas (Porter, 1995).

El caso en estudio resulta particularmente significativo porque dentro de la delimitación del Centro Histórico subsisten no menos de 1,400 edificaciones reconocidas como patrimoniales por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), cifra poco inferior a la de la Ciudad de México en su Centro Histórico, pero en un perímetro de menos de la mitad de superficie. En otros términos, la densidad patrimonial y la calidad misma de las edificaciones, así como de la traza urbana central son

índices esenciales del valor patrimonial pero también económico del espacio central: en efecto, la existencia de un verdadero tejido histórico-patrimonial denso y de calidad es un factor decisivo para que se multipliquen las inversiones, en una suerte de “distrito” o “cluster” patrimonial-turístico que pocas ciudades han alcanzado a conservar como tal.

Esta situación se debe a la relativamente reducida destrucción patrimonial ocurrida en el centro de la ciudad y por el bajo crecimiento demográfico de la misma hasta los sesenta. Más aún, el modelo de crecimiento a dominante industrial y los infundios de ciertos grupos para modernizar la ciudad no afectaron mayoritariamente la traza central ni las edificaciones con valor histórico, ya que se desarrolló una suerte de “ciudad envolvente” más moderna y en cierta forma relativamente independiente del centro tradicional: reducido a las funciones administrativas y de gobierno, al comercio y los servicios tradicionales así como a la cultura, el Centro preservó buena parte de su fisonomía y además de su población de niveles medio y popular, a diferencia de otras ciudades donde la modernidad ha hecho estragos, como en el caso paradigmático del Centro Histórico de la Ciudad de México (Delgadillo, 2023). En este contexto, se observa que el Centro Histórico de Santiago de Querétaro integra todavía una serie de barrios tradicionales y un área central que no merecen aún esta calificación.

Mapa 1. Barrios tradicionales del Centro Histórico de Santiago de Querétaro



Fuente: Elaboración propia.

Vale llamar la atención sobre la forma física de este centro. Se extiende de este a oeste con emplazamientos de gran valor cultural y patrimonial en ambas puntas: al Este el Convento de la Cruz situada sobre una colina, que marca el límite del Barrio del mismo nombre y del perímetro de protección patrimonial que se extiende de manera lineal al Este para proteger el muy conocido acueducto; al Oeste el Cerro de las Campanas, donde la Universidad Autónoma de Querétaro construyó en 1973 un campus moderno, actual sede principal de la Universidad. Conservó además algunas actividades académicas y culturales en el centro, donde se había fundado en 1625 como Colegio de San Ignacio de Loyola, posteriormente vuelto Colegio Civil de Querétaro y, más tarde, como Universidad de Querétaro en 1951.

Asimismo, el mencionado Cerro de las Campanas ha sido el lugar de un hecho histórico muy significativo: el fusilamiento en 1867 del emperador Maximiliano, hecho que marcó el final del Segundo Imperio y dio pie a la restauración de la República. De tal manera, se puede sugerir la metáfora que el Centro Histórico es una suerte de barco con proa y popa levantadas y una amplia extensión central plana.

El Barrio de la Cruz desciende con pendiente marcada hacia la Plaza de Armas y cuenta con 5,813 habitantes repartidos en 1,596 viviendas. Estos datos se obtuvieron de una muestra censal con capacidad de expansión que se levantó en 2015 y permitió estimar la población del barrio (Hiernaux, González y San Román, 2017: 147).

No se trata de un barrio cerrado, con población esencialmente nacida en el estado. Por el contrario, cerca de un tercio de la población no nació en el estado, aunque su identificación con la ciudad y el estado es bastante profunda. En su investigación comparativa sobre Popayán, Colombia y Querétaro que data de los años cincuenta del siglo pasado, Whiteford (2023) sostenía que la población queretana estaba muy entramada por su pertenencia identitaria con la Iglesia católica y las tradiciones conservadoras, lo que sigue válido en buena parte en la actualidad, aunque se evidencia su modificación progresiva por la intensa migración de población de otras partes del país, en particular, de la Ciudad de México.

### **Comercio y servicios en ciudades turísticas: complejidad y espacialidad**

En años recientes, abundan a nivel internacional los estudios académicos en torno al impacto del turismo en la estructura comercial y de servicios de las áreas turísticas; la proliferación de publicaciones implica una repetición de modelos de investigación y también de resultados, en particular sobre los impactos urbanos causados por la modificación de la estructura económica terciaria. Para elaborar esta síntesis de los casos estudiados, hemos dado más atención a los estudios de casos con cierta semejanza con el contexto mexicano: en particular estudios sobre ciudades mexicanas, por supuesto, latinoamericanas o de la Península Ibérica, aunque la mayor parte de los estudios sobre el tema de este trabajo integran una amplia bibliografía sobre el mundo anglosajón y el europeo.

Vale subrayar, en primera instancia, la proliferación de estudios sobre los espacios de consumo, en sus múltiples modalidades, como se manifiesta, por ejemplo, en Gasca Zamora (Coord. 2017 a y b). Por su parte, Cró y Martins (2018) quienes analizan la localización de hoteles en Lisboa, manifiestan que los nuevos hoteles de lujo tienden a concentrarse en las zonas remozadas donde hay más seguridad y mejor oferta complementaria como restaurantes y actividades de ocio diversas. Nuestra investigación que toca de manera detallada el Barrio de la Cruz muestra que la localización de alojamientos turísticos no sigue el postulado encontrado por los autores. En nuestro caso, la protección patrimonial juega un papel determinante en la localización de los hoteles, ya que no se puede construir en altura ni se dispone de terrenos amplios para localizar hoteles de lujo de tipo tradicional. Se verá que solo los llamados hoteles boutiques podrán encontrar espacio y autorización para localizarse en el Centro; por otra parte, vale advertir que el alojamiento por plataformas tipo Airbnb no está sometido a esas restricciones por lo que ha proliferado en el Barrio de la Cruz.

Un trabajo seminal sobre turistificación de barrios tradicionales es el de K. F. Gotham, el cual analiza en un artículo de 2005, la creciente turistificación del famoso “Vieux Carré” o Barrio Francés de la Nueva Orleans (Gotham, 2005). El autor se centra en la evolución de la oferta de negocios ligados al turismo e insiste en la presencia de grandes grupos de inversores especializados en el tema de las actividades de ocio y turísticas, tema que no es aplicable como tal a nuestro espacio de estudio. Sin embargo, con una perspectiva más amplia, se puede observar en las grandes ciudades que el capital financiero está a la caza de este tipo de inversiones potenciales, confirmando así su financiarización, en particular en lo relativo al mercado inmobiliario y a las actividades como comercio y servicios.

La investigación realizada por Hidalgo et al. (2016) sobre Santiago de Chile, señala una interesante articulación entre localización de hoteles y los procesos mayores de concentración del capital, cuando afirman que “la turistificación de las ciudades responde a una estrategia para atraer inversión y empleo por parte de muchas administraciones locales que, ante la reducción del gasto público estatal para el desarrollo urbano, se lanzaron a una competencia para posicionar a sus ciudades en la red de ciudades globalizadas” (2016, p. 224). Este texto incita a reflexionar sobre el hecho de que la patrimonialización de las ciudades puede actuar a contracorriente de las tendencias expansivas del capital sobre los espacios centrales, imponiendo límites o barreras a la posibilidad de turistificar una ciudad a partir del modelo tradicional de hoteles de cadena que suelen ser de gran apropiación espacial y de fuerte densidad de la oferta de alojamiento con, además, una oferta complementaria de servicios para el turista.

Casado, Blanco y López en un trabajo de 2025, analizan un eje vial de Barcelona, desde su transformación por el turismo. Su trabajo pormenorizado, el cual se asemeja parcialmente al nuestro, parte de las nociones de turistificación y de modificación del tejido económico del espacio de referencia, y agregan la noción de gentrificación turística, la cual fue propuesta por Gotham (2005), Hiernaux-y González (2014) y Cocola Gant (2015), entre otros.

La proximidad metodológica entre Casado et al. (2025) y nuestro trabajo se confirma también en Martínez-Hernández, Yubero, Ferreiro-Calzada y Mendoza-De Miguel (2021) así como en Ruiz Romera, Rojas Romero y Villar Lama (2025) que parten del uso de Google Street View como una fuente primaria de información. Los primeros combinan esta fuente de información con un trabajo de campo detallado para definir indicadores. Los resultados que aportan indican una evolución diferencial de la cantidad de comercios y servicios según el destino de su oferta, poco o muy ligado al turismo. También, en términos absolutos, señala la proliferación de los negocios relacionados con el turismo en el marco de esta turistificación que es su punto de partida.

D. Özdemir, İ. Selçuk (2017) presentan los resultados de una investigación cuyo trabajo de campo se realizó en 2014. Es de particular interés para nuestro propósito, porque los autores analizaron el caso de un eje vial que se peatonaliza en Kadıköy, área tradicional de Estambul, situada en la parte europea de la ciudad. Después de analizar los cambios ligados directamente a la supresión de los vehículos en la zona, se proponen analizar el efecto sobre los comercios locales. En primer lugar, confirman que la peatonalización provoca un mayor volumen de personas circulando a pie y la posibilidad de “flanear” o “vitrinear”, lo que se vuelve un atractivo para los comercios y genera a la vez un incremento de la renta del suelo. Este interesante trabajo puede ser asociado con el de Isik (2014) sobre la calle İstiklal, eje emblemático del barrio de Beyoğlu, también situada en la parte moderna de Estambul, la cual ha sido sujeta a numerosas transformaciones, como un incremento de flujo peatonal y a la desaparición de comercios tradicionales a favor de tiendas de marca, aunque se conservan numerosos pasajes cubiertos al estilo parisino que generan una intensa vida urbana muy apreciada por locales y turistas.

### **Planteamiento de la investigación y cuestiones metodológicas**

La investigación de la cual presentamos resultados en este trabajo inició en 2014 en el contexto de un proyecto de investigación con financiamiento interno de la Universidad Autónoma de Querétaro en torno al Barrio de la Cruz. El objetivo central era estudiar la transformación del barrio en el contexto de las obras de mejoramiento de la Plaza principal de la misma, la peatonalización de sus calles principales, por la creciente afluencia turística. Se plantearon una variedad de temas a estudiar entre los cuales se integró el de analizar la transformación del comercio y de los servicios.

En este contexto, se realizó un estudio del Mercado de la Cruz, mercado tradicional e hito urbano desde la Colonia que se ubicaba en la misma plaza central del barrio (hoy Plaza Fundadores), hasta su

desplazamiento en 1979 en cercanía del Río Ayutla, construyéndose un mercado formal, con una arquitectura y una estructura tradicional, llamado Mercado “Josefa Ortiz de Domínguez<sup>1</sup> - La Cruz” que los habitantes siguen llamando Mercado de la Cruz a secas (González y Hiernaux, 2017).

Para estudiar la dinámica de los comercios y servicios, se realizó un levantamiento lote por lote de las actividades económicas “visibles”. Es decir, que no se tomaron en cuenta ni se buscó identificar eventuales actividades clandestinas o de servicios que no tienen vitrina o señalamiento específico para distinguirlas, como bufete contable, trabajador(a) por su cuenta (costurero(a) a domicilio, por ejemplo), consultorios médicos y paramédicos diversos no señalados, etc. El levantamiento de 2014 verificado y ajustado en 2015, se acompañó de un análisis de los perfiles de cada calle del barrio mediante Street View de Google para el año de 2009, no disponiéndose de datos anteriores en la plataforma. Comparando los resultados, se obtuvieron algunas pistas sobre la transformación del barrio, como la apropiación de locales en calle para actividades no tradicionales y claramente enfocadas a dar servicio a visitantes externos al barrio o al centro mismo de la ciudad (turistas y excursionistas). Asimismo, se pudo observar la disminución concomitante y progresiva de edificaciones para uso habitacional, por este crecimiento de los comercios y servicios.

Por lo mismo, en 2022 se decidió emprender un nuevo trabajo de campo para volver a censar los locales presentes en cada lote dentro de la delimitación del Barrio de la Cruz. Se detalla la metodología en el apartado siguiente de este artículo. Entre el primer y el segundo levantamiento, se ha podido observar un cambio notable en las principales calles del barrio. Nuestra intención es entonces la de ordenar y cuantificar esos cambios (negocios que abren, otros que cierran, desaparición de ciertos tipos de negocios y aparición de otros...) para medir y explicar la dinámica de la economía local.

El objetivo del presente estudio es doble: primero obtener un censo con representación territorial de las actividades económicas en el Barrio de la Cruz, para cuantificar el cambio de la estructura comercial y de servicios, así como analizar estas transformaciones tanto desde la estructura tipológica de las actividades, su localización y diversos aspectos ligados a temas como la concentración/segregación de actividades. Lo último como puntos de partida para estudios posteriores, que requerirán de análisis de otro tipo de lo que se ha efectuado hasta la fecha y que demandarán otros instrumentos de medición y análisis.

Existen diversas fuentes de información para conocer la estructura comercial y de servicios de una localidad. No todas ofrece los mismos resultados ni son totalmente fiables. Por ello optamos entonces por un enfoque asentado en un levantamiento de campo. Para el proceso de campo de 2014-2015 se identificó el tipo de actividad, independientemente del nombre oficial del negocio o de su aspecto general, aspectos que se han usado como indicadores en otros estudios. Fue en reuniones posteriores del equipo de trabajo y a partir del conocimiento preciso de campo que se asignó una categoría a cada negocio derivándose en una clasificación más precisa: por ejemplo, se distinguió un expendio de pan tradicional de otro que, además vendía chocolate, café y productos no tradicionales, por ejemplo, introduciendo panes sin gluten o similares en un entorno que se quería atractivo por más “moderno”. En el [anexo 1](#) se presenta la lista de negocios registrados en el Barrio, y las categorías de clasificación que empleamos.

No dudamos que esta clasificación, el carácter “tradicional” o “moderno”, es ambigua, pero preferimos esta división simple a hacer intervenir otros indicadores como la denominación del negocio, que es también en buena medida poco formal y compleja de analizar. Por otra parte, preferimos no usar las categorías censales de clasificación de negocios, por la simple razón que son de utilidad muy limitada para lo que queríamos conocer, es decir, saber si los comercios y servicios del Barrio de la Cruz estaban orientándose cada vez más a una clientela de paso en vez de la clientela local. Un ejemplo: es muy

---

<sup>1</sup> Josefa Ortiz de Domínguez fue esposa del Corregidor de Querétaro, y pieza clave de la conspiración en el estado en contra del dominio español, apoyando a la insurgencia de Miguel Hidalgo y Costilla que inició en Dolores, Guanajuato.

diferente una peluquería tradicional de barrio de una peluquería “híster”, como también una cantina de cierto lujo y con una oferta muy variada dista de poder asimilarse a una categoría generalizante de bares y cantinas que mezcla negocios tradicionales con otros destinados a una población diferente. Eso no significa que no son útiles las categorías censales de categorización de negocios como aquellas que aplica por ejemplo Guadalupe Margarita González Hernández (2025) en su excelente estudio del Centro Histórico de Zacatecas, ya que se adaptan mejor a sus propósitos de investigación, pero no nos sirven para distinguir negocios tradicionales de muchos nuevos que surgen desde que se aceleró la turistificación del barrio.

Se usa en el presente trabajo la representación cartográfica como un instrumento esencial para evidenciar los cambios que se expresan en concentraciones, especializaciones de calles o segmentos de estas, desaparición o apertura de negocios, entre otros; para ello se utilizó el software libre QGis.

### **Comercios y servicios a la luz de la turistificación: algunos resultados en el Barrio de la Cruz**

Los resultados de la investigación son múltiples, los presentaremos en dos fases, la primera correspondiendo a los diversos tipos de alojamiento turístico y la segunda concentrará los resultados específicos sobre los comercios y servicios en general.

#### *Hoteles y demás: hallazgos en la Cruz*

En un estudio paralelo cuyos resultados están en proceso de publicación, se muestran los resultados siguientes con relación a la localización de los hoteles tradicionales y de los alojamientos de tipo Airbnb (véase mapa 2):

Los primeros hoteles de la ciudad de Querétaro se ubicaron tanto en el Centro como en la periferia de la ciudad, en particular, los hoteles de tipo tradicional y los moteles (“hoteles de paso”). Algunos de los hoteles se ubicaban en la parte central de lo que es ahora el Centro Histórico, pero no en el Barrio de la Cruz, considerado por la población como “retirado”, sucio por el mercado permanente que se localizaba en su plaza principal frente al convento, poco seguro por la presencia de ladrones. Difícil entonces pensar que un hotel de cierto nivel pudiera instalarse en la Cruz (Hiernaux y González, 2020).

Los hoteles periféricos que no eran de paso han subsistido e integran las categorías inferiores (menos de cuatro estrellas) de la oferta hotelera tradicional. Siguen siendo hoteles en operación y frecuentados por toda clase de población, así como en cierta medida por turistas. Algunos hoteles de categorías medias y altas y pertenecientes a cadenas hoteleras como Holiday Inn, Fiesta Americana, One, entre otros, han elegido desde tiempo atrás localizarse a lo largo de la vía, ahora rápida, 5 de febrero que cruza la ciudad de Sur a Norte, por su buena articulación con las áreas centrales.

Varios hoteles de paso antes periféricos han sido alcanzados por la ciudad y siguen operando sin mayor problema, como ocurre en cualquier ciudad. Finalmente, el segmento de los hostales céntricos ha sido muy variable, entre otros porque la renta del suelo se ha incrementado considerablemente y no son costeables frente a la competencia reciente de las rentas por plataformas.

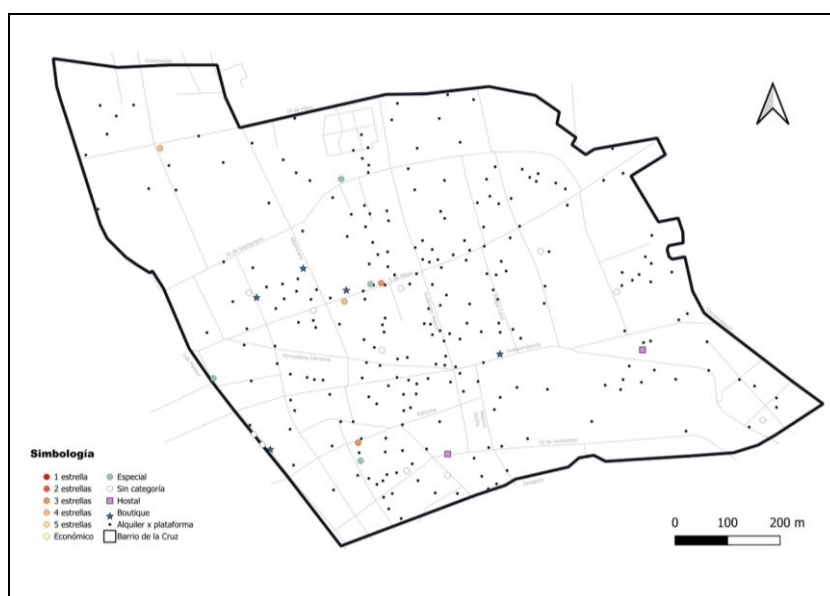
Otro grupo de hoteles que han tenido gran éxito son los denominados “hoteles boutiques”. El concepto surgió en los ochenta en Nueva York para calificar estructuras hoteleras de pocas habitaciones (de 10 a 100), con ubicación envidiable, centradas sobre la calidad y exclusividad de su oferta, como el servicio personalizado, un diseño fino de interiores, referencias culturales y diversas experiencias que no suele ofrecer un hotel tradicional concebido en la fase “fordista” del boom del hotelaría. De 2014 a la fecha, de nuestro último levantamiento de 2022, el número de hoteles boutiques ha pasado de ocho unidades al doble.

Estos hoteles tienen mucha demanda en fines de semana y puentes festivos, pero escasa entre semana. Para este tipo de desarrollos, son muy demandadas las antiguas viviendas patricias bien conservadas, pero también vecindades centrales son estructuras arquitectónicas que se adaptan a las necesidades hoteleras. En el caso de El Mesón de Santa Rosa, se trata de una antigua vecindad que fue restaurada y adaptada a las necesidades hoteleras en 1962 por parte del gobierno estatal, para finalmente pasar a mano de capitales privados para su gestión. Es posiblemente el hotel boutique más emblemático del Centro Histórico, es hoy un punto focal de actividad en la Plaza de Armas, al unisono con los restaurantes y cafeterías que se han multiplicado en los portales de dicha zona de la ciudad.

La calidad misma del espacio arquitectónico de este tipo de inmuebles con sus patios, grandes volúmenes y materiales nobles, es perfectamente indicada para la imagen de lujo que demandan los turistas. Estos amplios espacios con patio central a la usanza colonial permiten ofrecer, en la mayoría de los casos, habitaciones amplias y no en todos los casos, alojar otros servicios como restaurante, bar, spa y gimnasios, servicios muy preciados no solo por los turistas, sino también por residentes permanentes de la ciudad. La restauración de una casa patrimonial, si bien costosa, permite ofrecer una calidad de entorno envidiable. Diferenciar los cuartos con muebles de época todos diferentes entre sí es, además, una forma de luchar contra la estandarización que domina en los hoteles de cadena, y ofrecer un producto que, si bien no es modulado para un turista particular, se acomoda a una demanda creciente de calidad por una clientela en espera de lujo, tranquilidad y esmerado servicio, aunque la autenticidad no sea un componente inherente al producto. Un alojamiento de esta clase aprovecha indudablemente una renta simbólica por su ubicación y su entorno.

Resta señalar que la cantidad de alojamientos disponibles bajo el modelo de plataformas ha crecido considerablemente en el Barrio de la Cruz. A 2024, nuestro conteo más reciente a partir de la página web AirDNA muestra que la oferta es amplia: De un total de 2,390 ofertas en el municipio de Querétaro, 825 se ubican en la zona de monumentos, es decir, la zona bajo protección patrimonial y 244 se localizan en el Barrio de la Cruz. En otros términos, la zona de monumentos vale por un tercio del total municipal y el Barrio de la Cruz representa un poco más de 10% del total municipal.

Mapa 2. Distribución territorial de los hoteles por categorías y oferta por plataforma en el Barrio de la Cruz, Querétaro.



Fuente: Datos generados a partir de levantamientos propios y proporcionados por análisis de plataformas.



*La transformación de los establecimientos comerciales y de servicios del Barrio de la Cruz*

Los comercios y servicios del Barrio de la Cruz, analizados a detalle, se integran en una dinámica de cambio que implica simultáneamente la desaparición de algunos, cambios de giros en otros y la aparición de nuevos establecimientos. Gracias a los resultados comparables de 2009, 2015 y 2022, se puede analizar, en un primer tiempo, el carácter global de la mencionada transformación.

La primera tarea fue reunir toda la información lote (parcela) por lote con la presencia en algún momento de ciertos negocios. Los negocios fueron clasificados por actividad, como ya lo explicamos en el acápite metodológico. Se consideró conveniente analizar tres intervalos temporales: de 2009 a 2015, de 2015 a 2022 y uno sintético de 2009 a 2022.

El cuadro 1 a continuación, ofrece una imagen de esta clasificación a partir de ocho procesos que se definieron por el análisis de los resultados lote a lote y que explicamos a continuación.

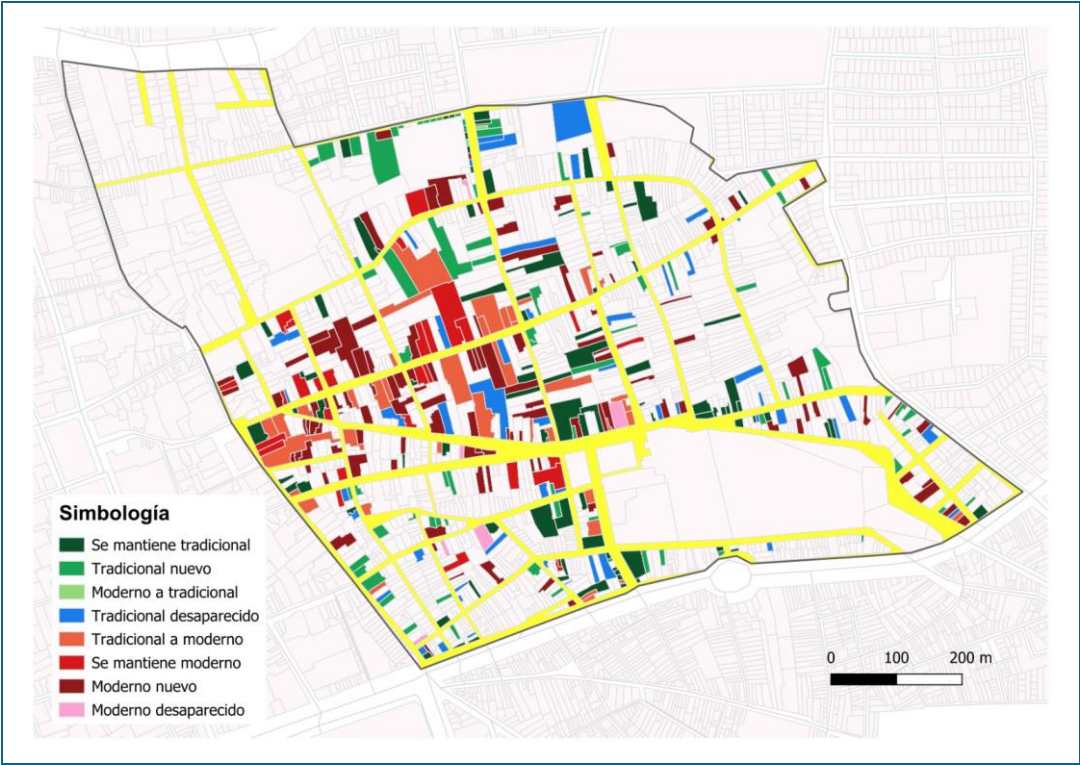
- 0- Casa a casa: son los casos en los cuales, en uno de los cortes temporales, el lote o parcela no era comercial o de servicios y las edificaciones destinadas a un uso habitacional.
- 1- Tradicional desaparecido: esta categoría incluye los casos de negocios que consideramos como tradicionales, que llegaron a desaparecer en alguno de los intervalos de tiempo entre dos levantamientos o conteos.
- 2- Se mantiene tradicional: casos en los cuales los negocios “resisten” y se mantienen como tal, aunque sin prejuiciar que pudieran hacer evolucionar sus productos sin llegar a un cambio radical de giro.
- 3- Moderno a tradicional: cuando un negocio detectado con rasgos de “moderno” como se definió anteriormente, se vio reemplazado por un negocio tradicional.
- 4- Tradicional a moderno: es el proceso inverso del anterior.
- 5- Tradicional nuevo: es la categoría que recoge las apariciones de nuevos negocios con características de “tradicionales”.
- 6- Moderno nuevo: la contraparte de la categoría anterior.
- 7- Se mantiene moderno: similar a la categoría 2, negocios que no cambian en un plazo determinado.
- 8- Moderno desaparecido: los casos en que un negocio moderno desaparece y la parcela regresa a un uso habitacional.
- 9- El corte temporal de 2015 corresponde aproximadamente al término de las obras de mejoramiento de la Plaza de la Cruz por el gobierno local, del ensanchamiento de las banquetas de las calles que llevan a la misma y la reconstrucción de parte de las infraestructuras con la supresión del cableado aéreo reemplazado por una red subterránea, dentro del marco de una política de embellecimiento de un barrio muy tradicional y conforme al imaginario de una ciudad “colonial” adecuada al nombramiento de Patrimonio de la Humanidad, en 1996, por la UNESCO. Mirando los resultados en las ocho categorías de proceso, se hace patente que una buena cantidad de negocios tradicionales empiezan a desaparecer en el primer intervalo temporal. Este proceso se reforzará en el plazo siguiente entre 2015 y 2022 con 90 desapariciones de negocios.

Cuadro 1. Evolución de los establecimientos comerciales y de servicios en el Barrio de la Cruz en diversos intervalos de tiempo entre 2009 y 2022

	Categoría de cambio	2009-2015	2015-2022	2009-2022
0	Casa-Casa	152	35	87
1	Tradicional desaparecido	19	90	55
2	Se mantiene tradicional	166	124	101
3	Moderno a tradicional	8	7	2
4	Tradicional a moderno	13	39	45
5	Tradicional nuevo	88	70	80
6	Moderno nuevo	47	81	119
7	Se mantiene moderno	38	63	37
8	Moderno desaparecido	2	23	6

Fuente: Procesamiento propio a partir de datos de campo.

Mapa 3. Ubicación de los negocios en el Barrio de la Cruz, por categorías de cambio 2009-2022



Fuente: Elaboración propia con datos de trabajo de campo.

El mapa anterior muestra la ubicación de los negocios en el Barrio de la Cruz de Querétaro, por categorías de cambio, 2009-2022. Sin embargo, este dato que pudiera dar pie a una declaración inmediata de “destrucción radical” de los negocios tradicionales debe ser visualizado a la luz de otros hallazgos: En primer lugar, que el balance de 2009 a 2022 es de solo 55 negocios. Lo que quiere decir que existen procesos opuestos que minimizan parcialmente las desapariciones: Los encontramos en la categoría 3 de moderno a tradicional, que son pocos casos, pero, sobre todo, en la eclosión de nuevos negocios de tipo tradicional: 88 de 2009 a 2015, 70 de 2015 a 2022, con un balance de 80 entre 2009 y 2022. ¿Cómo explicar esta paradoja? Consideramos, a partir del análisis detallado y de entrevistas informales, que los trabajos de remozamiento del barrio lanzaron señales contradictorias: por una parte, generaron un incremento de los alquileres de propiedad; por la otra, actuaron como un llamamiento a seguir invirtiendo en el comercio y los servicios como oportunidad de crecer y desarrollar negocios: Vale recordar el ya citado artículo de Michael Porter (1996) en el que afirma -desde su posición muy neoliberal- que los centros de ciudades son espacios en cierta forma todavía “vírgenes” para hacer negocios, muy prometedores por sus ventajas competitivas, más aún si un incremento de visitantes (*Ergo* turistas) está a la vista.

De tal suerte, el total de negocios tradicionales en el barrio se incrementó notablemente de 2009 a 2015, pasando de 198 a 262 unidades; pero la historia no termina acá: para 2022 solo quedan 180 negocios tradicionales, es decir, un 10% menos que la cantidad de 2009. Una situación en diente de sierra entonces, entre 2009 y 2022. Las posibles explicaciones: siguió el incremento de la renta del suelo por una parte y, en segundo lugar, los “residentes temporales” poco se interesan en negocios tradicionales, más bien buscan actividades distintas (compras de artesanías, de *souvenirs*, etc.).

Esto se verifica al confrontarse con los datos de los negocios “modernos”: la evolución en los tres cortes es de 48 en 2009, 98 en 2015 y 204 en 2022. Es decir, que se han duplicado en cada corte temporal, de manera continua. No es tampoco un proceso unilateral: a la vez se nota la desaparición de 23 negocios modernos entre 2015 y 2022 por ejemplo. Ya señalamos que unos pocos regresaron a la categoría de tradicional, mostrando fluctuaciones constantes. Las explicaciones a manera de hipótesis: negocios mal diseñados que no tuvieron el éxito esperado, entre otros que fueron creados por personas sin conocimiento del funcionamiento de su ramo o fueron localizados en lugares poco propicios, etc.

La siguiente dimensión que vale resaltar es la distribución por tipos específicos de negocios de estos movimientos globales. Las fondas y demás expendios de comida son un buen ejemplo: entre 2009 y 2015, no solo se mantienen (15) sino que duplican su presencia (con 18 nuevos establecimientos más). La contraparte en categoría “moderna” muestra que, en el mismo plazo, 4 expendios tradicionales de comida pasan a restaurantes formales y aparecen 9 nuevos de este tipo, compitiendo con los 19 que ya se mantuvieron en el plazo de 2009 a 2015. Confirma lo anterior que el cambio se hace presente, particularmente en los “negocios de boca” como se suelen llamar (negocios relacionados con el consumo de alimentos y bebidas).

Los resultados en el lapso 2015 -2022 refuerzan lo anterior y señalan la aceleración del proceso: 19 fondas y expendios de comida tradicionales desaparecen y solo aparecen 7 nuevos. Para los negocios modernos, la tendencia se amplifica: 27 negocios nuevos con otros 28 se mantiene en ese rubro: el cambio está presente y un simple paseo por las calles principales del barrio lo confirman. Los “negocios de boca” adaptados a la demanda de los visitantes se hacen omnipresentes. En 2022, se registran 56 restaurantes formales “modernos”, una aplastante mayoría.

Otra categoría de negocios sintomática de los cambios: las misceláneas y tiendas de abasto. Se mantienen porque son de demanda cotidiana y son las tradicionales que dominan el mercado y el espacio. Finalmente, el caso de los bares y cantinas, 4 tradicionales subsisten en 2022 contra 11 nuevas y “modernas” adaptadas a la demanda de los visitantes, tanto turistas como para la población local.

No tenemos espacio en este artículo para seguir detallando las transformaciones giro por giro, pero queda manifiesto que el Barrio de la Cruz se ha adaptado a la demanda que en un primer tiempo se pensaba potencial pero que, en la actualidad, está ampliamente confirmada como bien real.

Por otra parte, el mapa 3 como síntesis muestra también un fenómeno bien conocido por los economistas urbanos: la concentración de negocios del mismo giro que compiten entre sí en espacios cercanos: así, la calle 5 de Mayo y la Independencia se muestran como las más beneficiadas, entre comillas, de este proceso de “butiquización”<sup>2</sup> y el fenómeno se extiende progresivamente a las calles colaterales, por lo menos en sus tramos cercanos a los grandes ejes comerciales con sus flujos permanentes de visitantes, sean de la misma ciudad o de México y aun del extranjero. En particular, se notará la presencia de un eje denso de giros comerciales que articula el Mercado de la Cruz al Norte – accesible por la avenida Universidad- con la avenida Zaragoza al sur – periferia en forma de eje este-oeste-. Se reproduce así una suerte de Cruz de densidad de negocios, que algunos lectores no dudarán en asociar al nombre del barrio con su inevitable función religiosa, con el centro de la cruz siendo el lugar central e inamovible de los bailes de los danzantes. Pero eso remite a un análisis desde los símbolos y los imaginarios que no pretendemos emprender en este ensayo.

### **Algunos comentarios finales y propuestas desde la ciudad**

Los hallazgos de este estudio que pormenoriza el análisis de las transformaciones económicas ocurridas en el Barrio de la Cruz confirman tendencias estudiadas en numerosas ciudades mexicanas, además de reforzar conclusiones elaboradas desde otras latitudes. Sustentado en un trabajo de campo minucioso y a escala de un barrio completo, genera respuestas claras sobre el comportamiento de los negocios, pero carece de las dimensiones subjetivas que solo pueden construir a partir de una investigación cualitativa que analice los comportamientos individuales de los comerciantes, sus visiones a futuro de su propio negocio, los imaginarios desde varios ángulos, entre los cuales destacan el tipo de turista que se esperaría recibir, el devenir esperado del barrio, o nuestro último comentario antes de pasar a estos comentarios finales, entre otros muchos senderos de reflexión y análisis.

También, sería conveniente contar con un análisis a detalle de las políticas públicas a escala municipal y estatal que han contribuido a la reorganización de las actividades económicas o a la protección del patrimonio, entre otros tópicos. En otros términos, nuestro estudio llama a otras indagaciones que podrán no solo completar sino quizás cambiar algunos aportes del actual.

Para terminar, conviene tomar en cuenta que esas transformaciones que aprovechan antiguas viviendas sean patricias o populares, integran una oferta interesante, aunque dirigida a un residente efímero, el turista. La contracara de este proceso, es que se asiste a una “elitización” o “gentrificación” progresiva que provoca un encarecimiento de los costos de alquiler o compra de viviendas para la población residente y la progresiva retirada de los sectores populares del Centro Histórico<sup>3</sup>. En la calle 5 de Mayo y alrededores, desde hace más de diez años, empezaron a aparecer afiches en ventanas pidiendo “¡Basta de antros!” que reflejan bien cierto malestar de la ya escasa población residente por las consecuencias no previstas de esa elitización, que acarrea ruido, tráfico y problemas diversos. ¡Sin que se haya llegado a ver una pinta como la que rezó hace tiempo sobre una pared de Barcelona “Tourists you are the terrorists!” (Turistas, ustedes son los terroristas), no es menos relevante atender situaciones de este tipo, con reflexiones sobre el devenir del Centro y de los barrios que ya han sido afectados por numerosos cambios, y sin duda sugerir medidas concetras para reglamentar el crecimiento de un turismo urbano insaciable, particularmente en

---

<sup>2</sup> Término utilizado por Fernando Carrión Mena que refleja bien los procesos en curso en América Latina (Véase Mosquera, 2022, entrevista con F. Carrión) y en el análisis de Hernández-Cordero (2016) sobre el Casco Antiguo de Barcelona, entre otros.

<sup>3</sup> El domingo 27 de julio 2025, el Diario de Querétaro publicó una nota titulada: “Comprar casa en el Centro Histórico de Querétaro: entre el deseo y la frustración” en la cual se expone que una casa en el Centro Histórico cuesta entre 3.9 y 28.5 millones de pesos.

las modalidades de alojamiento desde la oferta por plataformas tipo AirBnB.

“Quasi Altera Domus” (*casi otra casa*) reza una placa de cerámica en la entrada del Mesón de Santa Rosa. Y es de eso de lo que se trata: un proceso complejo por el cual la vivienda del pasado puede volverse vivienda del presente, no solo por un nuevo uso residencial tradicional, sea para clases populares, sea para grupos medios y altos, sino también para esas élites posmodernas, sumidas en lo efímero, además de móviles, ávidas de patrimonio, y encantadas por encontrar en sitios como el Centro de Querétaro, una vivienda permanente o transitoria donde pueden soñar en un México pasado cuando la seguridad, el bienestar y el poder de las élites se encontraban menos en peligro que en la actualidad.

Es evidente también que los procesos antes señalados tienden a vaciar los barrios o la ciudad completa de sus características de “lugar”, como lo señala Sharon Zukin (2010): al perder sus espacios verdaderos, identitarios, referenciales, las ciudades están desnudas como lo manifiesta el título de su libro. También suena pertinente discutir el concepto de autenticidad; al respecto, Dennis Judd discute ese concepto, recordando de cierta manera la postura al respecto de MacCannell, y la crítica que se suele hacer a las ciudades por faltar de raíces: según él, y es algo que invita a la reflexión, las ciudades bien podrían volverse espacios de espectáculo en el sentido de los situacionistas o de Baudrillard, sin que por ello se les niegue su valor como espacio de vida (Judd, en entrevista realizada por Errazurriz, 2008). También al respecto, sería bueno profundizar sobre los imaginarios culturales de los académicos anglosajones *versus* los latinos sobre lo que es y debería ser una “ciudad” ya que se auguran serias diferencias de puntos de vista como lo reflejan las declaraciones del eminente sociólogo urbano y considerando la historia de sus ciudades respectivas.

En cierta forma coinciden otros autores con lo planteado por Judd: por ejemplo, Bronsvoort y Uitermark (2021) hacen notar que el uso de plataformas como Instagram impulsa los visitantes efímeros a proyectar sus características de valor a diversos espacios, lo que los encamina a volverlos “lugares” en el sentido pleno que le da Marc Augé a este concepto (1993). Es el caso, por ejemplo, de la formación de nuevos espacios-paisajes gastronómicos que otorgan una valoración particular y hasta un aura de nuevo tipo a dichos espacios (Olmedo-Neri, 2024; Cordero, Gómez del Campo y Salinas Arreortua, 2017).

Sin embargo, la nueva valorización de esos espacios lugares puede hacer desaparecer en corto tiempo toda su aura históricamente construida. Se trata de una construcción efímera y en buena medida egocéntrica de un lugar para que sirva a intereses personales, como el reforzamiento del ego (“Yo estuve en París y visité la Torre Eiffel y muchos lugares”, véase la película *Emily in París*) o un esfuerzo de valorización de la posición social (“Viajé a Japón”) o, más específico, fanfarrón y cínico, la boda de Jeff Bezos en Venecia (“Miren lo rico que soy”). La revalorización de espacios generalmente degradados puede llegar a provocar que “barrios problemáticos” como el barrio céntrico de Russa-fa (o Ruzafa) en Valencia, devienen en barrios de moda, en este caso una suerte de “Soho valenciano” como bien lo analizaron De Romero y Martín (2015) y puede decir lo mismo de una parte del Bronx en Nueva York, el barrio complicado “Les Marolles” en Bruselas y muchos otros de por el mundo.

Esta destrucción de los valores provoca que ciertos espacios tradicionales que solían ser auténticos lugares mudan a ser “seudo-lugares efímeros”, lo que es capaz de extenderse a la ciudad completa: es cuando la ciudad muere por volverse solo un desfile de espacios/paisajes urbanos envidiables por el turismo. Es lo que logra este último cuando es sobrevalorado y, sobre todo, sobreexplotado. Sobre la muerte de las ciudades, Víctor Delgadillo diserta sobre la dimensión simbólica de la ciudad (2023: 84) y es lo que nos parece más inquietante: la ciudad material persiste o, más bien, sobrevive a las transformaciones de su materialidad, pero simbólicamente agoniza o deja de existir, vuelta útil para el turismo y la vida “espectacular”.

Terminando con una cita de Nuria Benach:

“Es la actividad turística como forma económica que mercantiliza la vida y los espacios la que, para satisfacer su necesidad de expansión y masificación, necesita desposeer de significados urbanos complejos tanto a locales como a visitantes. Nos hallamos ante un proceso por el cual los espacios urbanos son encapsulados y su significado reducido para su venta, mientras que los ciudadanos, usuarios, incluso los propios turistas quedan desposeídos de su sentido múltiple y complejo” (Benach, 2016: 102).

Detrás de esta observación se esconden cuestiones fundamentales y éticas de saber si queremos, como sociedad urbana, vivir en territorios “espectaculares” más aun cuando están concebidos y administrados desde un capitalismo salvaje y destructor de las sociedades; en otros términos, si aceptados ser destituidos de nuestra identidad de “urbanita” tan cara a Georg Simmel para volvernos actores de un escenario manipulado, tal Truman Burkank (interpretado por Jim Carrey), personaje central de la película “El show de Truman” (1998) en la ciudad llamada Seahaven, en realidad un set de televisión vigilado las 24 horas del día. También conviene preguntarnos si estamos dispuestos a combatir una gentrificación turístico-comercial que elimina nuestro patrimonio de significados urbanos (Vollmer, 2019) mediante la destrucción de nuestras ciudades o ya hemos llegado a una posición tal de distanciamiento **con** nuestros espacios de vida, que aceptamos lo que nos depara el capitalismo salvaje y punto aparte.

## Referencias

- Álvarez, D. (2025). La marcha que no es la primera: San Francisquito insiste contra la gentrificación. En *Saltapatrás*, revista electrónica, 31 de julio.
- Augé, M. (1993). Los "no lugares". Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad. Barcelona, Gedisa.
- Benach, N. (2016). ¿Ciudades en el mapa o en la guía turística? Venta de la ciudad y sentido del lugar. *Revista Cidobs d'afers internacionals*, No.13. 89-105. Disponible en [diposit.ub.edu](https://diposit.ub.edu)
- Bronsvoort, I. y J. L. Uitermark (2021). Seeing the street through Instagram. Digital platforms and the amplification of gentrification, *Urban Studies*, 59 (14), 2857-2874. <https://doi.org/10.1177/00420980211046539>
- Casado Buesa, M.P., Blanco Romero, A., & López Gay, A. (2025). Commercial transformation, productive gentrification and tourism: case study of a commercial axis in Barcelona based on Google Street View. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (104). <https://doi.org/10.21138/bage.3554>
- Cocola Gant, A. (2015) Tourism and commercial gentrification. En *The ideal <City>: Between Myth and Reality*. RC21 Conference, Urbino: ISA, pp. 1–25.
- Cordero Gómez del Campo, L., y L. A. Salinas Arreortua (2017). Gentrificación comercial. Espacios escenificados y el modelo de los mercados gourmet. *Revista de Urbanismo*, 37: 1-12. <https://doi.org/10.5354/0717-5051.2017.45735>
- Cró, S. y Martins, A. (2018). Hotel and hostel location in Lisbon: looking for their determinants. *Tourism Geographies*, 20(3), 504–523. <https://doi.org/10.5555/20183184201>
- Delgadillo, V. (2023). Destrucción y futuro de la ciudad en la era del aislamiento social y del despilfarro urbano. Universidad Autónoma de la Ciudad de México y Gedisa.
- De Romero Renau, L. y Lara Martín, L. (2015). De barrio-problema a barrio de moda: gentrificación comercial en Russa-fa, El “Soho” valenciano. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*. [https://doi.org/10.5209/rev\\_AGUC.2015.v35.n1.48969](https://doi.org/10.5209/rev_AGUC.2015.v35.n1.48969)
- Díaz-Guerrero Galván, E. (2008). Sociedad, Territorio y Patrimonio. El centro Histórico de la ciudad de Santiago de Querétaro. Tesis para la obtención del Doctorado en Ciencias Sociales, Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco.

- Díaz Mosqueda, C.A. (2022). Entrevista con Fernando Carrión Mena. *Estudios de Sociología*, v.27, n.esp.1, abril, DOI: <https://doi.org/10.52780/res.v27iesp1.15752>
- Errazurriz, T. (2008). Pensando la ciudad como ciudad turística: una entrevista con Dennis Judd. *Bifurcaciones. Revistas de estudios culturales urbanos* No. 008, verano.
- Gasca Zamora, J. (Coord. 2017a). *Espacios del consumo y el comercio en la ciudad contemporánea*. UNAM, Instituto de Investigaciones Económicas.
- Gasca Zamora, J. (Coord. 2017b). *Ciudad, comercio y consumo. Experiencias desde Latinoamérica y Europa*. UNAM, Instituto de Investigaciones Económicas.
- González Gómez, C.I., D. Hiernaux (2017). Mercados queretanos: entre tradición y modernidad. *Ciudades*, No. 111, abril-junio, pp. 17-24.
- González Hernández, G. M. (2025). De la concentración a la dispersión. Alojamientos temporales de Zacatecas-Guadalupe, México (1988, 2003 y 2023). *Dimensiones Turísticas*, 9, e-923433. <https://doi.org/ABDO3433>
- Gotham, K.F. (2005). Tourism gentrification: the case of New Orleans' Vieux Carre (French Quarter). *Urban Studies*, 42(7), 1099-1121. <https://doi.org/10.1080/00420980500120881>
- Harvey, D. (2007). "De la gestión urbana al empresarismo: la transformación de la gobernanza en el capitalismo tardío." En *Espacios del capital, hacia una geografía crítica*, editado por David Harvey, 366-390. Madrid: Akal.
- Hernández Cordero, A. (2016). De la botiga a la boutique: gentrificación comercial en el Casc Antic de Barcelona. *URBS: Revista de estudios urbanos y ciencias sociales*, Vol. 6, Nº. 1, págs. 79-99.
- Hidalgo, R., Azar, P., Borsdorf, A. y Paulsen, A. (2016). Hospedándose en la ciudad global: patrones de localización de los hoteles de lujo en Santiago de Chile. *Cuadernos de Geografía*, 25, 221-236. <http://dx.doi.org/10.15446/rcdg.v25n2.57051>
- Hiernaux, D.; C.I. González (2020). "La nueva economía turística en el centro histórico de Querétaro" en González Gómez, C.I.; D. Hiernaux-Nicolas (ed.). *Patrimonio, economía local y turismo en centros históricos*. Programa Universitario de Estudios sobre la Ciudad, Universidad Nacional Autónoma de México; pp. 201-220.
- Hiernaux, D.; C.I. González; G. San Román (2017). "El Barrio de la Cruz, Querétaro: cambios en los espacios centrales y vivienda" en Alma Pineda y Mauricio Velasco (coord.). *Ciudades y centros históricos: Habitación, políticas y oportunidades*, volumen II, México: UNAM-CONACYT-Universidad de Guanajuato, pp.141-152.
- Hiernaux, D., & González, C.I. (2014). Turismo y gentrificación: pistas teóricas sobre una articulación. *Revista de Geografía Norte Grande*, (58), 55-70. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34022014000200004>
- Jover-Báez, J. (2019). Geografía comercial de los centros históricos: entre la gentrificación y la patrimonialización. El caso de Sevilla. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (82). <https://doi.org/10.21138/bage.2788>
- Judd, D. (2003). "El turismo urbano y la geografía de la ciudad." *EURE: Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales* 29 (87): 51-62. DOI: <https://doi.org/10.4067/S0250-71612003008700004>
- Martínez-Hernández, C., Yubero, C., Ferreiro-Calzada, E., & Mendoza-De Miguel, S. (2021). Didactic use of GIS and Street View for Tourism Degree students: understanding commercial gentrification in large urban destinations. *Investigaciones Geográficas*, (75), <https://doi.org/10.14198/INGEO2020.MYFM>
- Monsiváis, C. (2009). *Apocalipstick*. México, Fondo de Cultura Económica.
- Olmedo-Neri, R. A. (2024). Nuevos residentes, nuevos paladares: transformaciones espaciales y comerciales en Ciudad de México. *Íconos - Revista de Ciencias Sociales*, (80), 177-198. <https://doi.org/10.17141/iconos.80.2024.5978>
- Özdemir, D., y Selçuk, İ. (2017). From pedestrianisation to commercial gentrification : The case of Kadıköy in Istanbul. *Cities*, 65, 10-23. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2017.02.008>
- Porter, M. E. (1995). The Competitive Advantage of the Inner City. *Harvard Business Review*, 73, no. 3, mayo-junio.

[https://www.academia.edu/2917825/The\\_competitive\\_advantage\\_of\\_the\\_inner\\_city](https://www.academia.edu/2917825/The_competitive_advantage_of_the_inner_city)

Ruiz Romera, A., Rojas Romero, J.M. y Villar Lama, A. (2025). La turistificación comercial en centros históricos: una propuesta de análisis mediante Street View. *Investigaciones Turísticas* (29), pp. 124-141.  
<https://doi.org/10.14198/INTURI.27267>

Soja, E. (2008). *Postmetrópolis. Estudios críticos sobre la ciudad y la región. Traficantes de Sueños*.

Vollmer, L. (2019). *Contra la gentrificación. Por una ciudad desde abajo*. Ediciones Katakarak.

Whiteford, A.H. (2023). *Popayán y Querétaro. Comparación de sus clases sociales*. Universidad del Cauca, Colombia (1ª edición, 1963).

Zukin, S. (2010). *Naked City. The Death and Life of Authentic Urban Places*. New York, NY: Oxford University Press.



**CUADRO 2****Clasificación de actividades económicas (comercios y servicios)  
en el Barrio de la Cruz, Querétaro**1.- Alimentación

- 1.1. Fondas y demás expendios de comida preparada
- 1.2. Venta de alimentos (carnicería, pescadería, verdulerías, etc.)
- 1.3. Misceláneas y tiendas de abasto
- 1.4. Restaurantes formales
- 1.5. Cantinas, bares y “antros”, billares y demás expendios de bebidas alcohólicas

2.- Atención a la persona y a la vivienda

- 2.1. Venta de artículos personales (ropa, zapatos, música, fotografía, óptica...)
- 2.2. Venta de muebles y artículos para el hogar
- 2.3. Servicios a la vivienda (plomaría, carpintería, ferretería, vidriera, etc.)
- 2.4. Venta, atención de animales domésticos, comida especializada y aditamentos
- 2.5. Servicios personales (peluquería, estética, reparadora de calzado, tintorería...)
- 2.6. Hospitales, clínicas, consultorios médicos, laboratorios, etc.
- 2.7. Comercios de salud (farmacias, venta de productos naturistas...)
- 2.8. Artesanías y souvenirs

3.- Servicios de alojamiento temporal (Hoteles, hostales, cuartos en renta, agencias inmobiliarias, etc...)4.- Servicios diversos

- 4.1. Servicios profesionales (abogados, arquitectos ...)
- 4.2. Servicios financieros (bancos, cajas populares, Monte de Piedad...)
- 4.3. Servicios educativos (escuelas, centros de enseñanza de idiomas, bibliotecas...)
- 4.4. Servicios y venta de productos informáticos (cibercafé, venta de equipos, cartuchos, refacciones, celulares ...)
- 4.5. Venta y servicios de artículos profesionales (papelería, imprenta...)
- 4.6. Venta de vehículos automotores y refacciones
- 4.7. Oficinas de gobierno

5. Estacionamientos6. Comunicación y cultura

- 6.1. Medios de difusión masiva (periódicos, estación de radio...)
- 6.2. Agencia de viaje
- 6.3. Teatros, cines y demás
- 6.4. Galerías de arte
- 6.5. Gimnasio
- 6.6. Renta de bicicletas

Fuente: Clasificación propia.

**CATEGORIAS DE EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS**

1. Tradicional preexistente
2. Tradicional nuevo
3. Tradicional a moderno
4. Tradicional desaparecido
5. Moderno preexistente
6. Moderno nuevo
7. Moderno a tradicional
8. Moderno desaparecido



Los textos publicados en esta revista están sujetos –si no se indica lo contrario– a una licencia de [Atribución CC 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/). Usted debe reconocer el crédito de la obra de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede compartir y adaptar la obra para cualquier propósito, incluso comercialmente. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace. No hay restricciones adicionales. Usted no puede aplicar términos legales ni medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier uso permitido por la licencia.