

PEREGRINACIÓN Y TURISMO RELIGIOSO EN LOS  
SANTUARIOS DE MÉXICO.

**José Pedro Juárez Sánchez\***, **Benito Ramírez Valverde\*\***, **José Alejandro Mota Vargas\*\*\***, **Fernanda César Arnaiz\*\*\*\*** y **Gustavo Ramírez Valverde\*\*\*\*\***

\* Colegio de Postgraduados, Campus Puebla. México. (pjuarez@colpos.mx)

\*\* Colegio de Postgraduados, Campus Puebla. México. (bramirez@colpos.mx)

\*\*\* Colegio de Postgraduados, Campus Puebla. México. (joalmova@colpos.mx)

\*\*\*\* Universidad de Anáhuac, Puebla. México. (fernandacesararnai@hotmail.com)

\*\*\*\*\* Colegio de Posgraduados, Campus Puebla. México. (gramirez@colpos.mx)

Artículo recibido: 26 de septiembre de 2012

Artículo aceptado: 26 de diciembre de 2012

## RESUMEN

En las últimas décadas el turismo ha crecido de manera importante a escala mundial, no sólo en el número de turistas, sino también en su aporte económico. En este contexto las peregrinaciones adquieren relevancia como estrategia de desarrollo, a través del impulso de la prestación de servicios turísticos. La investigación tuvo como objetivo analizar la distribución espacial de las peregrinaciones a los principales santuarios de México. Se realizó una revisión bibliográfica sobre la afluencia de las peregrinaciones, tanto nacionales como internacionales y regionales a los santuarios del país, ello permitió realizar una categorización. Los resultados muestran tres tipos de santuarios, en los de primer orden destacan las peregrinaciones nacionales como internacionales y van del millón y medio a los 14 millones de peregrinos anuales. En los de segundo orden están los santuarios que son visitados por peregrinos de varios estados de la república y los de tercer orden son de carácter regional compuestos por dos o tres estados. Se concluye que existe una importante afluencia de peregrinos y que contribuyen al desarrollo económico local.

**Palabras clave:** *Desarrollo local, turismo religioso, turismo cultural.*

## ABSTRACT

Tourism has grown significantly in the last decades both in number of tourists and in economic relevance. Within this context, religious pilgrimages have required a role as a development strategy, through the services provided by the tourist industry. This research was based on the analysis of the geographical distribution of the main religious sites in México. A review of the literature on the number of pilgrims attending the shrines at international, national and regional level was done. This allowed to classify the attendance in three groups. The results show three types of shrines, in the first order the national and international pilgrimages are included, and they are a million and a half to 14 million pilgrims annually. In the second order are the shrines that are visited by pilgrims from various states of the republic and in the third order the regional pilgrimage from two or three states are included. We conclude that there is an important economic contribution to the local economic development.

**Key words:** *Local development, religious tourism, cultural tourism.*

## INTRODUCCIÓN

El turismo como lo conocemos en la actualidad nació en el siglo XIX con la llamada revolución industrial, la cual permitió los desplazamientos de segmentos de la población con la intención de ocio, descanso, motivos sociales y culturales. Es considerado como fenómeno de masas hasta la primera mitad del siglo XX, específicamente en el periodo que transcurrió entre 1950 y 1973, que es cuando se produce el fenómeno conocido como el *"gran boom turístico"* (Vogeler y Hernández, 2000: 25-26). Este desarrollo se debe principalmente a los apoyos gubernamentales y al adelanto de los medios de transporte. En los años cincuenta, el viaje internacional se fue haciendo cada vez más accesible para una gran parte de la población, debido al mayor ingreso disponible de las familias, a la aparición de las vacaciones con todos los servicios pagados y al aumento del tiempo libre principalmente en las naciones industrializadas; y también obedeció al desarrollo de las comunicaciones, medios de transporte, a los bajos precios del petróleo y a las relaciones comerciales entre distintos mercados; llevando al turismo de sol y playa a los primeros niveles de este sector (Sancho, 2008: 11).

A partir de la década de los 80 y 90 el turismo manifiesta una reconfiguración en cuanto a las motivaciones y los espacios en los que se realizaba el turismo convencional, en este contexto surge el turismo alternativo en el que se identifican diversas vertientes (Castillo, 2011) entre ellas se puede mencionar al turismo cultural, y se menciona que durante los últimos años han crecido los desplazamientos y ha aumentado el número de visitantes que reciben museos, monumentos, conjuntos arqueológicos y otros recursos de tipo cultural (De la Calle y García, 2010: 32). De acuerdo a García y Alburquerque (2003: 99) ofrece posibilidades para diversificar y hacer más atractiva la oferta turística basada en el binomio de sol y playa. Sin duda, el turismo cultural y específicamente el religioso representa un nicho de mercado importante en torno a un elemento que ha estado presente por miles de años y es la relación que ha tenido el hombre, con quien ha definido como divinidades, ello lo condujo a construir espacios impregnados de poder espiritual dignos de visitarse. Es por ello que en algunos espacios ha venido creciendo de forma paralela y significativa el turismo cultural, al existir interés de los gobiernos locales en activar en términos turísticos los recursos culturales y patrimoniales que poseen.

En este sentido Martín y Sáez (2006: 98) mencionan que en algunos casos, el turismo se constituye en el único elemento dinamizador económico de una sociedad o grupo social concreto, ya sea para salir de situaciones de subdesarrollo o para recuperarse del declive de otras actividades económicas mediante la generación de empleos en las partes menos desarrolladas de un territorio. Es por ello que el turismo cultural y religioso toma auge en diversos espacios locales como una estrategia para contribuir al desarrollo territorial aprovechando las ventajas de los espacios urbanos y rurales; caracterizados por su abundante patrimonio cultural material e inmaterial.

Eliminado: ,

Es necesario considerar que el turismo contribuye al desarrollo económico de un país, y los actores que participan en el sector turístico obtienen ventajas económicas como cualquier otra empresa (Juárez y Ramírez, 2010: 46). Ello significa que no todos ganan y los que se benefician fundamentalmente son las Empresas Transnacionales que se dedican a la hotelería y las que pierden son las clases más empobrecidas. Buades (2012: 26) en ese sentido menciona que las autoridades promueven importantes inversiones en infraestructuras muy costosas para fomentar la expansión turística en detrimento de las inversiones en desarrollo social. Además, los gobiernos locales en busca de atraer inversiones de las empresas transnacionales aplican estímulos que se reflejan en las exenciones fiscales, flexibilizan los derechos sociales de los trabajadores, así como los derechos democráticos de las comunidades.

En este contexto adquiere relevancia el desarrollo local, el cual se considera que es un proceso endógeno que se da en pequeñas unidades territoriales y asentamientos humanos capaces de impulsar el dinamismo económico y la mejoría en la calidad de vida de la población; aplicado a diferentes escalas territoriales y asentamientos humanos, y puede ser una comunidad, un municipio o regiones de pequeña escala (Buarque, 1999: 23-25); por lo tanto el desarrollo local como proceso endógeno de cambio cabalga a horcajadas en el crecimiento y desarrollo (Boisier, 2005: 55). Ello significa que el proceso debe alcanzar resultados que se manifiesten en el mejoramiento del nivel y calidad de vida de los habitantes, a través de la participación coordinada de los diferentes agentes económicos-sociales y dependencias de Gobierno en sus diferentes niveles y con capacidad de respuesta a la demanda de las necesidades locales (Villa, 2005: 156).

El desarrollo no es solamente crecimiento económico, sino que comprende además la perspectiva social, cultural, ambiental y política, ya que es un proceso dinámico de ampliación de facultades locales que permita mejorar la calidad de vida de

los integrantes de la población. Asimismo, el desarrollo local debe ser integral, autónomo, con capacidad de retención del excedente para invertirlo en la región, debe buscar la inclusión social, la sustentabilidad ambiental y la autoidentificación socio-territorial de las comunidades (Darchary y Arnaiz, 2004: 19-20). Pero en realidad el desarrollo local como menciona Cuervo (1999: 12) responde a los problemas del desempleo y desorganización económica causados por la decadencia industrial y su deslocalización. Ello significa que responde a los impactos de la globalización sobre el empleo, industrialización y el bienestar económico de la población que aparecen como los grandes causantes del protagonismo de lo local en materia del fomento del desarrollo económico.

Esta nueva forma de enfrentar la crisis económica hace que tomen un lugar primordial las actividades no tradicionales en el desarrollo local, es el caso del turismo alternativo, que se considera como una opción viable de desarrollo local, que actúa no sólo como generador de ingresos, sino también en la creación de empleos, mejoramiento de la calidad de vida de la población local y en la conservación de los recursos naturales. En ese sentido, se debe tener en cuenta que con el nuevo modelo económico se fortalece a los espacios locales, ya sean urbanos o rurales con el fin de comercializarlos y de acuerdo a Sassano (2001: 101) se busca que se transformen principalmente las ciudades en productos de una *city marketing* atrayendo servicios, actividades comerciales, inversiones, además de la promoción creciente del turismo. Ello significa que el impulso de las actividades turísticas, en realidad no buscan el desarrollo de un espacio local, busca salir de la crisis en la cual está inmersa la economía, en este contexto se benefician los actores que tienen el poder económico y en menor cuantía se beneficia la población en general.

Pero es importante tener en cuenta que en los espacios turísticos el concepto de turismo y religión, se caracterizan tanto por su competencia como por su complementariedad, puesto que ambos "compiten" por ocupar el tiempo de ocio de las personas (Romo, 2000). En este sentido el turismo alternativo y especialmente el turismo religioso genera ventajas económicas sustanciales, ya que en el mundo existen más de 3 mil millones de creyentes de los cuales la mitad de ellos disponen de medios económicos para hacer una peregrinación, siendo la India el país con el mayor potencial (ONU, 2008). México es eminentemente un país religioso, con gran cantidad de santuarios, donde las peregrinaciones forman parte de la vida cotidiana, por lo tanto, no ha sido explotado este potencial en plenitud, haciendo que el turismo religioso sea una vía que pueda contribuir al desarrollo de los espacios urbanos y

rurales. La presente investigación tiene por objetivo, realizar una tipología de los santuarios religiosos en México a través del número de los peregrinos que asisten a los espacios sagrados.

## METODOLOGÍA

Esta investigación se basó en una revisión de información bibliográfica relacionada con el desarrollo local, turismo y turismo religioso, así como de las peregrinaciones que concurren a los principales santuarios que existen en México. También se consultó información estadística, del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), de la Secretaría de Turismo (SECTUR), Organización Mundial del Turismo (OMT), Organización de las Naciones Unidas (ONU), Banco Mundial (BM) y notas periodísticas con la finalidad de elaborar una tipología de los santuarios religiosos en México. La clasificación de los santuarios más importantes en México se realizó teniendo en cuenta su grado de importancia, basado en el reconocimiento que tienen a nivel local, nacional e internacional, a la afluencia de peregrinos y su inserción como nuevos destinos de promoción turística religiosa. Esta clasificación permitió realizar una jerarquización de los santuarios que se podrían denominar de primer, segundo y tercer orden.

En los de primer orden se consideran aquellos santuarios reconocidos a nivel nacional e internacional, están ubicados fundamentalmente en áreas urbanas y su afluencia de peregrinos va de 1 millón 500 mil a 14 millones peregrinos anuales; los de segundo orden son aquellos santuarios reconocidos a escala nacional, y que tienen promoción en los medios de comunicación nacional, se localizan en áreas rurales y urbanas y tienen una afluencia de 70 mil a 3 millones de peregrinos; y los de tercer orden, se ubican aquellos santuarios de alcance regional, y por lo regular asiste un menor número de peregrinos comparados con los de primer y segundo orden, su afluencia de peregrinos oscila entre 5 mil y 200 mil peregrinos.

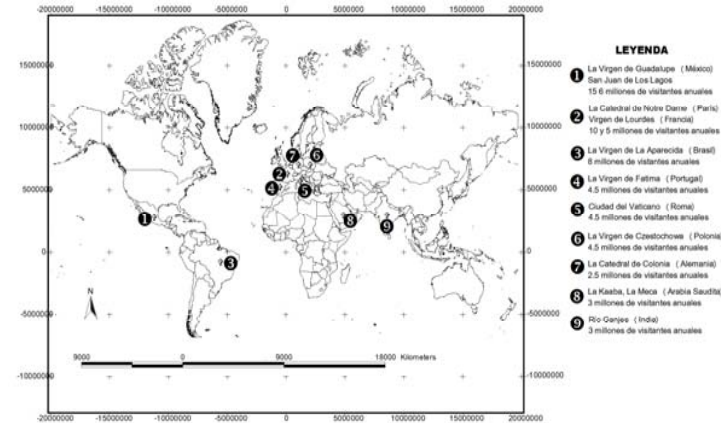
## LOS SANTUARIOS Y PEREGRINACIONES RELIGIOSAS EN MÉXICO

Se puede decir que los sitios religiosos más visitados del mundo están distribuidos fundamentalmente en América Latina y Europa. En el primero se puede mencionar el santuario de la Virgen de Guadalupe y la Virgen de San Juan de los Lagos en México con 14 y 7 millones de visitantes anuales respectivamente, y la Virgen de la Aparecida en Brasil con 8 millones; en Europa destaca la Catedral de Notre Dame y la Virgen de Lourdes en Francia con 10 y 5 millones respectivamente, la Virgen de Fátima en Portugal con 4.5 millones, Ciudad del Vaticano en Roma con 4.5 millones, la Virgen de Czestochowa en Polonia con 4.5 millones, la Catedral de Colonia en Alemania con 2.5 millones, Río Ganjes en la India con 3.5 millones y la celebración musulmana en la Kaaba la Meca en Arabia Saudita con 3 millones (SECTUR, 2009). Observe la figura 1.

La distribución geográfica de los principales centros religiosos en el mundo responde a la distribución espacial de la religión católica, en este sentido se tiene que el continente Americano tiene 528 millones de católicos, Europa 437 millones, Asia 97 millones, África 88.2 millones y Oceanía 9.7 millones de católicos (Maldonado, 2001). Estos datos confirman que el continente Americano y el Europeo concentran a la mayor parte de la población católica y ayudan a comprender por qué concentran el mayor número de visitantes religiosos en el mundo.

Con respecto a la aportación del turismo religioso a la economía, es bien sabido que el turismo religioso en Europa es un mercado bien aprovechado, pues muchas agencias promocionan viajes que incluyen paquetes y programas para los peregrinos a lugares santos, y es indudable que el fenómeno del peregrinaje en el mundo está prosperando, debido a la connotación económica y social, que tiene el turismo religioso, observado sobre todo en el orbe cristiano occidental. En ese sentido, se tiene que la industria de los viajes por causas religiosas o espirituales en el mundo, mueve a unos 300 millones de personas cada año con un volumen de facturación de 13 mil millones de euros, es decir, 16.8 mil millones de dólares de acuerdo a la Oficina Española de Turismo en Roma (OET, 2008). En el año 2007, se calculó que unos 150 millones de peregrinos viajaron a lugares relacionados con la tradición cristiana (Germain, 2007: 21-25).

Figura 1. Espacios religiosos con mayor presencia de visitantes en el mundo



[Fuente: Elaboración Propia]

Sin duda que en la movilidad de los peregrinos contribuye el avance de los medios de comunicación. De la Torre (2008: 50) en este sentido señala que las moviidades influyen las tecnologías de comunicación y por las industrias culturales que se proyectan a escala mundial. Además menciona que un principal rasgo de la posmodernidad es la globalización, cuyos flujos acortan las distancias entre culturales, y crean nuevos hibridismos inter-culturales, ya sea mediante los flujos migratorios campo-ciudad o Sur-Norte. Pero se tiene que tener presente que las peregrinaciones que se realizan en el mundo, no son similares en cuanto a la generación de recursos económicos; en el caso de los espacios religiosos de Europa se caracterizan por ser grandes captadores de turistas internacionales con un alto estatus social que augura una fuerte derrama económica; caso contrario se encuentran los destinos religiosos ubicados en América Latina, -como el caso mexicano- que tienen una importante afluencia de peregrinos, pero con un nivel de gasto muy inferior al europeo.

El turismo religioso en México en el año 2004 movilizó aproximadamente 24 millones de personas y dejó una derrama económica de 40 mil millones de pesos,

cantidad que superó el gasto total que realizaron los turistas internacionales en suelo mexicano durante el primer trimestre de ese año (Cruz y Monroy, 2005). Estas concentraciones se deben a que hasta el año 2010, en el país el 83% de la población se manifestaba católica (INEGI, 2011) y a que la religiosidad popular ofrece una riqueza cultural al mundo, debido al patrimonio cultural, a las fiestas y el folklore alrededor de los principales santuarios dedicados a Cristo, a la Virgen con sus múltiples advocaciones y a todos los Santos; donde el carácter espiritual, es una tendencia natural que se refiere al sentido de sacrificio y, donde la temporalidad del compromiso es de por vida (Vargas, 2000: 79). Con respecto a los principales espacios religiosos en el país, de acuerdo al Departamento Episcopal se tienen reconocidos 253 santuarios o lugares santos de especial devoción (Velasco, 2003: 124) y de acuerdo a Vargas (2003: 104) 38 están dedicados a Cristo crucificado, 6 al niño Dios, 22 a advocaciones marianas, y más de 86 están dedicados al culto de la Virgen de Guadalupe, y a 10 santos o patronos.

De acuerdo a la clasificación de los santuarios del país de primer orden propuesta, se tiene que a este pertenece la Basílica de Guadalupe ubicada en la Ciudad de México, ya que encabeza el llamado top 10 de los destinos turísticos religiosos a escala mundial, y el primero a escala nacional. Aproximadamente llegan más de 7000 peregrinaciones (Vargas, 2003: 109), con un total de 12 a 14 millones de peregrinos de todo el país. Es importante destacar que la devoción cristiana a la Virgen de Guadalupe se ha expresado materialmente a lo largo de la historia en una gran variedad de representaciones como son la cultura y las razas que ha acogido la fe cristiana (Arregui, 2009: 4); asociada al milagro de la aparición de su imagen, en donde elige un sitio para quedarse, y que da lugar al inicio de su culto con tradiciones y relatos de actos milagrosos y otorgación de favores, principalmente a la población de origen indígena (Rodríguez y Monzón, 2008: 341).

El segundo centro de devoción cristiana es el santuario de la Virgen de San Juan de los Lagos en los Altos de Jalisco, basada en la devoción a la Virgen de la Inmaculada Concepción, en los últimos años, se ha convertido en un importante centro de turismo religioso, según datos del Plan de Desarrollo Municipal 2010 el sector terciario ocupó el 58.3% de la población activa que desempeña alguna actividad económica, siendo la actividad comercial la que ha sido fundamental desde que el Santuario inició la masificación de la devoción religiosa. En el año 2000 se registraron 338 peregrinaciones organizadas (Fernández, 2007: 173) acuden peregrinos de

diversos estados del centro, occidente y norte de México, así como del sur de los Estados Unidos.

La derrama promedio que los peregrinos realizan en este Santuario se considera baja, Martínez (2011: 263-264) menciona que los peregrinos tienen un gasto promedio que oscila alrededor de los 300 pesos y que si se considera que se reciben aproximadamente siete millones de visitantes, se tiene un ingreso estimado de 2.100.000.000<sup>1</sup> pesos, siendo los rubros más importantes el gasto de alimentos, compras de recuerdos y limosnas. Es por ello que más del 40% de la población de la región trabaja en actividades comerciales o turísticas. En el aspecto económico las peregrinaciones que se realizan en México generan una derrama económica mucho menor que en el caso Europeo; en este sentido, se realizó un estudio sobre los gastos de los visitantes o espectadores a las conmemoraciones de Semana Santa en Córdoba, España, y se estima que estos gastos ascendieron a 7.240 euros con una estancia de 4,2 días incluyendo a 2,2 personas con alojamiento y otros servicios contratados (Villalba *et al.*, 2009: 106). En el cuadro 1 se aprecian los tres principales santuarios de México.

---

<sup>1</sup> 164,835,164.84 de dólares Estadounidenses (12.74 pesos mexicanos por un dólar: Tipo de cambio el 16 de diciembre de 2012)

Cuadro 1. Santuarios de primer orden y afluencia de peregrinos en México

Nombre del Santuario	Municipio, Estado a que pertenece	Espacio	Principales sitios de procedencia de los peregrinos	Afluencia de peregrinos anuales
Basilica de Guadalupe	Distrito Federal	Urbano	Tiene visitas de un gran número de países, principalmente del sur de Estados Unidos y lo visitan peregrinos de todo el país.	12 a 14 millones <sup>2</sup>
San Juan de los Lagos	San Juan de los Lagos, Jalisco	Urbano	Estado de México, D.F, Hidalgo, Querétaro, Guanajuato, y sur de Estados Unidos	7 millones <sup>3</sup>
Santo Niño de Atocha	Plateros, Fresnillo, Zacatecas	Urbano	Centro y norte de México y sur de Estados Unidos	1 millón 500 mil <sup>4</sup>

[Fuente: Elaboración Propia]

El tercer centro de devoción cristiana corresponde al santuario del Santo Niño de Atocha, en Plateros, Zacatecas, venerado desde el siglo XIX, y es una imagen fiel de la que se encuentra en Madrid, España. Es reconocido como patrono de los prisioneros, protector en México y España de viajeros y de personas que se encuentran en peligro, desamparados o abandonados (Propin y Sánchez, 2011: 17). Los peregrinos proceden del centro y norte del México y del sur de Estados Unidos; es importante señalar que en esta zona la principal actividad económica era la agricultura, la ganadería y la minería, y actualmente muchas personas se relacionan indirecta o directamente con la actividad turística religiosa (Fernández, 2010: 376), el turismo religioso ha motivado que el 90% de la población del lugar se dedique a la prestación de servicios relacionados con el turismo.

<sup>2</sup> Robles, J. 2001.

<sup>3</sup> Fernández, A. M. 2010b.

<sup>4</sup> Fernández, A. 2003.

En el segundo orden de clasificación se encuentra en primer lugar la Basilica de Nuestra Señora del Rosario en Talpa de Allende, Jalisco; la virgen es conocida como "la chaparrita" por los pobladores y tiene una afluencia de 3 millones de peregrinos anuales. La celebración de su fiesta es muy peculiar, los talpenses hacen alfombras de flores por donde pasa la imagen en hombros de sus fieles e incluye el Baño de la virgen cuando se encuentran en oración el peregrino. Con la finalidad de estimular los recorridos por la llamada Ruta del Peregrino se estableció un pasaporte turístico, de modo que este se va llenando con los sellos que imprimen en las estaciones del camino, como son zonas de descanso y ermitas, para disfrutar además del paisaje y el itinerario, y al final el peregrino recibe en la Basilica un diploma con la imagen de la Virgen de Talpa (Ávila y Tena, 2006). Dentro de esta clasificación existen otros santuarios de devoción cristiana de importancia nacional y con importante afluencia de peregrinos, como el santuario de la Virgen de la Soledad y la Virgen de Juquila, en Oaxaca; la Virgen de Zapopan, en Jalisco; el Señor de Chalma, en el estado de México; Cristo Rey, en Silao, Guanajuato; el Cristo de las Noas, en Torreón, Coahuila; y la Virgen de Ocotlán, en Tlaxcala.

Es importante destacar la relevancia económica de las peregrinaciones en estos lugares sagrados y en ese sentido Ávila y Tena (2006: 238) mencionan que los peregrinos representan una fuente de ingresos extraordinaria para la iglesia católica, no sólo por las limosnas que ofrecen los romeros, sino por el comercio que se genera en torno a la imagen de la Virgen venerada. Las peregrinaciones también constituyen la principal entrada del comercio laico; sin ellas la actividad económica de Talpa y su santuario sería acaso una pálida sombra de lo que ahora es. Esto es un fiel reflejo de lo que acontece en el aspecto económico en los santuarios de segundo orden.

**Cuadro 2. Santuarios de segundo orden y afluencia de peregrinos en México**

Nombre del Santuario	Municipio, Estado	Espacio	Principales sitios de procedencia de los peregrinos	Afluencia de peregrinos
Basílica de nuestra Señora del Rosario de Talpa	Talpa de Allende, Jalisco	Rural	Centro y occidente del país	3 millones <sup>5</sup>
La Señora de la Soledad y la Virgen de Juquila	Juquila, Oaxaca	Rural	Región central, pacífico y del Golfo de México	2 millones y medio <sup>6</sup>
Virgen de Zapopan	Zapopan, Jalisco	Urbano	Estados circunvecinos y centro del País	2.5 millones <sup>7</sup>
Señor de Chalma	Estado de México	Urbano	Estado de México, D.F, Michoacán, Querétaro, Guerrero y la Huasteca	3 millones <sup>8</sup>
Cristo Rey	Silao, Guanajuato	Urbano	Guadalajara, Aguascalientes, Durango y Zacatecas	500 mil <sup>9</sup>
Cristo de las Noas	Torreón, Coahuila	Urbano	Norte del país	70 mil <sup>10</sup>
La virgen de Ocotlán	Tlaxcala, Tlaxcala	Urbano	Centro del País	Miles de peregrinos <sup>11</sup>

[Fuente: Elaboración Propia]

<sup>5</sup> Martínez, R. 2011b.

<sup>6</sup> Diario local, 2011. En [On line]:<http://www.animalpolitico.com/2011/01/juquila-cuando-solo-queda-la-fe/>

<sup>7</sup> Fernández, A. M. 2010.

<sup>8</sup> Maldonado, M. C. 2001.

<sup>9</sup> Martínez, R. 2011b.

<sup>10</sup> En [On line]:<http://www.diputadospri.org.mx/res-01/oldsite/prensa.php?accion=texto&noticia=7181>

<sup>11</sup> En [On line]:<http://www.oem.com.mx/elsoldetlaxcala/notas/n2081201.htm>

En el tercer orden de la clasificación se encuentra en primer lugar, el santuario de Santa Ana de Guadalupe, dedicado al Santo Toribio Romo, llamado el santo protector de los migrantes, es una delegación que se encuentra en Jalostotitlán en el estado de Jalisco, a la entrada de la población se levanta un arco monumental de cantera rosa, erigido en el año 2000 por un grupo de agradecidos braceros de Zacatecas que le reconocen como su protector, además coincide con el año de su canonización realizada por Juan Pablo II (De la Torre y Guzmán 2010:107). Su templo está situado estratégicamente entre los santuarios más importantes de México, ya que forma parte del circuito turístico religioso que promueve el peregrinaje uniendo la ruta de San Juan de los Lagos y Fresnillo, Zacatecas, donde se encuentra el Santo Niño de Atocha (Elías y Contreras, 2004).

En esta clasificación existen otros santuarios de alcance regional que tienen la capacidad de inserción como nuevos destinos de promoción turística religiosa, como el santuario del Niño Doctor, en Tepeaca, Puebla; el Cristo Negro, en Otatitlán, Veracruz; la Virgen de Izmal, en Yucatán; y la Virgen de la Candelaria, en Tlacotalpan, Veracruz, San Miguel del Milagro, en Nativitas, Tlaxcala.

**Cuadro 3. Santuarios de tercer orden y afluencia de peregrinos en México**

Santuarios	Municipio, Estado	Espacio rural y/o urbano	Principales sitios de procedencia de los peregrinos	Afluencia de peregrinos anuales durante las fiestas religiosas
Santa Ana de Guadalupe dedicado a Santo Toribio Romo	Jalostotitlán, Jalisco	Rural	Centro y occidente del País	Más de 200 mil peregrinos <sup>12</sup>
San Miguel del Milagro	Nativitas, Tlaxcala	Rural	Puebla, Veracruz, Estado de México y Querétaro	200 mil <sup>13</sup>

<sup>12</sup> Martínez, R. 2009.



Santuarios	Municipio, Estado	Espacio rural y/o urbano	Principales sitios de procedencia de los peregrinos	Afluencia de peregrinos anuales durante las fiestas religiosas
Niño Doctor	Tepeaca, Puebla	Rural	Centro del País	50 mil <sup>14</sup>
Cristo Negro	Otatitlán, Veracruz	Rural	Oaxaca, Puebla, tabasco y Veracruz	25 mil <sup>15</sup>
La Virgen de Izmal	Yucatán	Rural	De la región	5 mil <sup>16</sup>
Virgen de la Candelaria	Tlacotalpan, Veracruz	Rural	De la región de Veracruz	Miles de peregrinos <sup>17</sup>

[Fuente: Elaboración Propia]

Si bien la clasificación de primer orden está representada por santuarios que se encuentran en áreas urbanas, con representación nacional e internacional, así como, los de segundo orden tanto por urbanas y algunas rurales, con representación nacional, no ha significado infundir un nuevo rigor de desintegración de valores urbanos o desorden sobre las áreas rurales, sino todo lo contrario, muchos centros rurales se han visto favorecidos para que los productos del turismo cultural y religioso de los centros urbanos, sean tomados como ejemplo de desarrollo, de ahí que en estos espacios, principalmente caracterizados por santuarios de tercer orden, muchos fenómenos culturales lejos de desdibujarse frente a la modernización parecen fortalecerse y reinventarse, frente a las tendencias homogeneizadoras modernas. Es de apreciarse que el turismo cultural en su vertiente de turismo religioso en México,

<sup>13</sup> Rodríguez, M. J. y Shadow, R. D. 1998

<sup>14</sup> En [On line]: [http://periodicodigital.com.mx/portal/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=129039:esperan-a-cerca-de-50-mil-peregrinos-para-festividad-del-ni%C3%B1o-doctor-en-tepeaca&Itemid=552](http://periodicodigital.com.mx/portal/index.php?option=com_k2&view=item&id=129039:esperan-a-cerca-de-50-mil-peregrinos-para-festividad-del-ni%C3%B1o-doctor-en-tepeaca&Itemid=552)

<sup>15</sup> En [On line]: <http://enlace.vaquezchagoya.com/nota.php?id=4809>

<sup>16</sup> Diario local. Miles de fieles siguen arribando al santuario. En [On line]: <http://thematix.sureste.com/cityview/merida1/tours/camarin.htm>

<sup>17</sup> En [On line]: «La Comunidad» Veracruz - Turismo Cultura Historia Aventura y Viajes » Todo listo para la fiesta de La Candelaria Tlacotalpan Vive.htm

representa un gran potencial turístico por explotarse, ya que las poblaciones receptoras, principalmente de peregrinos, cobijan a personas provenientes de diferentes partes del país o del mundo; por lo tanto, cada santuario tiene un área de influencia en impacto económico y social, tanto a nivel rural como urbano. Observe la figura 2.

Figura 2. Ubicación espacial de los santuarios más importantes de México.



[Fuente: Elaboración Propia]

Indudablemente, que México posee importantes recursos culturales como los templos católicos y un alto número de personas cristianas, resultado del proceso de evangelización y catequización realizado a partir de la conquista. Este contexto, las peregrinaciones que realizan los feligreses a los santuarios representa un nicho importante dentro del mercado turístico. Lo cual significa que puede ser una estrategia de desarrollo regional sostenible, ya que busca posibilidades y medidas para mejorar la situación de las regiones con problemas económicos, sociales y/o ecológicos (Maak, 2009: 151). Pero no se debe de perder de vista que las peregrinaciones en México, no tienen una derrama económica promedio importante por peregrino como las que se realizan al Vaticano o a Tierra Santa por citar algunas. Estas son más importantes en la cantidad de personas que visitan un santuario religioso que el gasto promedio que realizan.

## CONCLUSIONES

Se puede decir que México tiene un excelente riqueza cultural expresada en el sincretismo y belleza de sus santuarios y que se ubican en los espacios urbanos y rurales, lo que los hacen propicios para impulsar la creación o consolidación de productos turísticos, no solo para responder a la demanda de actividades de recreación en estos espacios, sino para contribuir a su crecimiento económico mediante la reactivación y diversificación de sus actividades económicas. Así, el turismo religioso y específicamente las peregrinaciones representan una opción para contribuir al crecimiento económico a través de la generación de empleos e ingresos; ya que en los peregrinos existe fidelidad sobre la visita a los santuarios, lo que propicia que regresen año con año. Si bien es cierto que las peregrinaciones de los espacios urbanos y rurales son importantes tanto cultural, espiritual como económicamente, se tiene que las celebraciones se realizan en distintas fechas que no chocan con otras peregrinaciones o por lo menos con las más importantes.

La movilidad de peregrinos que se desplazan dentro de la nación por motivos religiosos, genera una derrama económica importante, la cual es superada año tras año, ya que el turismo motivado por la cultura está en auge y más si se realizan visitas transcendentales como la visita del Papa a México, que trajo consigo un incremento de turistas y peregrinos. Los resultados indican que las principales peregrinaciones se llevan a cabo en la Basílica de Guadalupe, San Juan de los Lagos, Santo Niño de Atocha, la Basílica de nuestra Señora del Rosario de Talpa y Zapopan, así como el del Señor de Chalma, suman más de 20 millones de peregrinos, por lo que los ingresos del turismo religioso juega un papel predominante en la mayoría de sus economías; a pesar de que los peregrinos tienen en promedio un bajo gasto, es por ello, que se considera que las peregrinaciones pueden ser una opción o complemento para las actividades no tradicionales y serían un impulsor del desarrollo local.

Es importante que se trabaje y aproveche adecuadamente el potencial de recursos culturales con los que cuenta México, ya que representa una opción de desarrollo, la cual debe ser realizada con el involucramiento y participación de todos los agentes o actores sociales y económicos y que se impulse las peregrinaciones mediante una política de Estado a los santuarios ubicados en los diferentes espacios, sin descuidar las verdaderas necesidades de la población y sin distraer el presupuesto

destinado a gasto social. También es importante que no se descuide los impactos sociales y culturales que pueda traer consigo este tipo de alternativas de desarrollo.

## AGRADECIMIENTOS

Se agradece el apoyo económico brindado por la Línea Prioritaria de Investigación 4 del Colegio de Postgraduados: "Agronegocios, Agroecoturismo, y Arquitectura de Paisaje" para la realización de esta investigación.

## BIBLIOGRAFÍA

- ARREGUI, J. (2009): El turismo religioso como dinamizador sostenible del territorio: El caso de Torreciudad. Segundo congreso internacional de turismo sostenible en Montaña Huesca; pp. 26
- ÁVILA, R. Y TENA, M. (2006): "Morir peregrinando a Talpa". Revista Estudios del Hombre, N° 25, pp. 231 – 261.
- BOISIER, S. (2005): "¿Hay espacio para el desarrollo local en la globalización?" Revista CEPAL, N° 86, pp. 47-62
- BUADES, J. (2012): Turismo, la globalización invisible. En BUADES, J., CAÑADA, E. Y GASCÓN, J.: *El turismo en el inicio del milenio: una lectura crítica a tres voces.*, Colección Thesis, pp. 25 – 27.
- BUARQUE, S. (1999): *Metodología de planeamiento do desenvolvimento local e municipal sustentable*, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 2da. Edición, Recife, Brasil, pp. 172.
- CASTILLO, C. (2011): "La conceptualización de los segmentos turísticos en Andalucía: Una breve aproximación". Revista Turismo y desarrollo local, N° 10
- CRUZ, C. y MONROY, P. (2005): "México santuario turístico". Revista Fortuna. México <http://revistafortuna.com.mx/opciones/archivo/2005/abril/html/turismo/santuario.htm>
- CUERVO, L. M. (1999): "Desarrollo económico local. Leyendas y realidades". Revista Territorio, N° 1, pp. 9 – 24.
- DARCHARY, A. y ARNAIZ, S. (2004): *Desarrollo y turismo en la costa de Jalisco*. Centro Universitario de la Costa, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, Jalisco, pp. 240.
- DE LA CALLE, M. y GARCÍA, M. (2010): "Reflexiones sobre el turismo cultural. La aportación de la cultura en la conformación de flujos turísticos emisores en España y la Comunidad de Madrid". Revista Anales de Geografía, N° 2, pp. 31-58.
- DE LA TORRE, R. (2008): "La imagen, el cuerpo y las mercancías en los procesos de translocalización religiosa en la era global". Revista Ciencias Sociales y Religión, N° 10, pp. 49-72.
- DE LA TORRE, R. y GUZMÁN, F. (2010): "Santo Toribio. De mártir de Los Altos a santo de los emigrantes. Revista Estudios del Hombre, N°, 25, Serie Antropología Santuarios, peregrinaciones y religiosidad popular, pp. 107 – 128.
- ELÍAS, L. V. y CONTRERAS, M. (2004): "Santos con apellido. ¿Turismo o peregrinación?". En Gutiérrez, C.: *El fenómeno religioso en el Occidente de México*. El Colegio de Jalisco/Universidad de Guadalajara-cucsh, pp. 139-156.
- FERNÁNDEZ, A. (2003). El Santo niño de Atocha: Origen, función y actualidad. *Cuicuilco*, enero-abril, año/vol. 10, núm. 27. México; pp. 1-35
- FERNÁNDEZ, A. M. (2007): "Tradición y modernidad: la virgen de San Juan de los Lagos". *Boletín Americanista*, N° 57, pp. 159-178.
- FERNÁNDEZ, A. M. (2010): "El Santo Niño de Atocha: patrimonio y turismo religioso". Revista Pasos, N° 2; pp. 375-387.
- FERNÁNDEZ, A. M. (2010b). Turismo religioso en Jalisco. *Topofilia*, vol. II núm. 1.
- GARCÍA, A. y ALBURQUERQUE, F. J. (2003): "El turismo cultural y el de sol y playa: ¿sustitutivos o complementarios?" Revista Cuadernos de Turismo, N° 11, pp. 97-105.
- GERMAIN, A. (2007): "El mercado español de turismo religioso, un sector prometedor para la profesión". Revista EDITUR, N° 2480, pp. 21.

INEGI, 2011. *Panorama sociodemográfico de México*. INEGI, Aguascalientes, México, pp. 104.

JUÁREZ, J. P., RAMÍREZ, B. 210. Pobreza y turismo rural en territorios indígenas de México. Análisis de la infraestructura de alojamiento. *Espaço & Geografia*, vol.13, núm. 1, pp. 37 – 71.

MALDONADO, M. C. (2001): "El turismo religioso católico en México. (Estudio sobre la IV visita del Papa Juan Pablo II enero 1999)". Congreso, mesa 3 Mercados, segmentos turísticos y desarrollo de nuevos productos

MAAK, K. (2009): "El camino de Santiago como posible motor turístico en zonas rurales de escasos recursos: el caso de Brandeburgo". Revista Cuadernos de Turismo, N° 23, pp. 149 -171.

MARTÍNEZ, R. (2009). Un acercamiento al turismo religioso en los altos de Jalisco. *ORBIS* Revista Científica Ciencias Humanas; vol. 5, núm.13; pp. 47-63

MARTÍNEZ, R. (2011): "Los Altos de Jalisco: un enclave turístico religioso". En JUÁREZ, J. P. Y RAMÍREZ, B.: *Turismo Rural en México. Complemento o exclusión en el desarrollo territorial rural*. Ed. Altres Costa Amic; COLPOS Puebla, México; pp. 251-283.

MARTÍNEZ, R. (2011b). El turismo espiritual en México. *Turismo espiritual. Una alternativa de desarrollo para las poblaciones*, Martínez, R. (coordinador), Universidad de Guadalajara, pp. 29 – 34.

MARTÍN, P. y SÁENZ, A. 2006. "Turismo y desarrollo económico". En SÁEZ, A., MARTÍN, P. Y PULIDO, J. I.: *Estructura económica del turismo*. Síntesis, pp. 93 – 140. OET, 2008. *Turismo religioso. Italia como mercado emisor*. Oficina Española de Turismo en Roma.

ONU, 2008. Informe sobre desarrollo humano. [On line]: [http://hdr.undp.org/en/media/HDR\\_20072008\\_SP\\_Complete.pdf](http://hdr.undp.org/en/media/HDR_20072008_SP_Complete.pdf)

PROPIN, E. Y SÁNCHEZ, Á. (2011): "Turismo y magnetismo espiritual: la devoción al Santo Niño de Atocha en el santuario de Plateros, Zacatecas". En MARTÍNEZ, R.:

*Turismo espiritual. Una alternativa de desarrollo para las poblaciones*. Universidad de Guadalajara, pp. 13 – 28.

ROBLES, J. 2001. Turismo religioso, alternativa de apoyo a la preservación del patrimonio y el desarrollo. *Biblio 3W*, núm. 316

RODRÍGUEZ, M. y MONZÓN, M. (2008): "La Virgen María en los exvotos mexicanos". Revista Destiempos.com, N° 15, pp. 340-352.

RODRÍGUEZ, M. J. y SHADOW, R. D. (1998). La religiosidad popular en el Santuario de San Miguel del milagro. Dimensión antropológica, vol. 14.

ROMO, J. (2000): *El uso turístico del espacio religioso: El Santuario de Loiola en la Ruta de los tres tiempos*. Instituto de Estudios de Ocio. Universidad de Deusto

SANCHO, A. (2008). *Introducción al turismo*. Organización Mundial del Turismo, pp. 393.

SASSANO, S. (2001): "Transformaciones de un espacio urbano: El caso del mercado de abasto de Buenos Aires". Revista Anales de Geografía de la Universidad Complutense, N° 21, pp. 99-118.

SECTUR, (2009) "Dimensionamiento del Turismo espiritual en México". [On line]:<http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/15653/DIMENSIONAMIENTODELTURISMOESPIRITUAL.pdf>

VARGAS, G. (2003): "Peregrinación y santuario". Revista La palabra y el hombre, N° 128, pp. 99 – 121.

VARGAS, G. (2000) "La organización de la peregrinación general corporada de oriente al Santuario del Cristo de Olatitlán, Veracruz". Revista Mitológicas, N° 15, pp. 75-87

VELASCO, J. (2003): "Catolicismo popular en México: líneas temáticas para el estudio de los ámbitos de influencia ritual y devocional". Revista La Palabra y el Hombre, N° 128, pp. 123 – 143.

VILLA, M. R. (2005). *Marco conceptual y metodológico para el diseño de políticas públicas para el campo. El caso para el estado de Puebla*. COLPOS- CIAM. México; pp. 317.

VOGELER, C. y HERNÁNDEZ, E. (2000): *El mercado turístico. Estructura, operaciones y procesos de producción*. Madrid. Editorial Universitaria Ramón Areces; pp. 739.

VILLALBA, F., NIETO, E., EXPÓSITO, E., ÁLVAREZ, M. PÉREZ, S. (2009): *Semana Santa. Efectos socioeconómicos de la Semana Santa en la ciudad de Córdoba*. Unicaja, Ayuntamiento de Córdoba y Agrupación de hermandades y cofradías de Córdoba, pp. 159