



COLEGIO DE POSTGRADUADOS

INSTITUCIÓN DE ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN
EN CIENCIAS AGRÍCOLAS

CAMPUS PUEBLA

POSGRADO DE
ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO AGRICOLA REGIONAL

**IMPORTANCIA ECONÓMICA Y SOCIAL DEL TURISMO
RELIGIOSO EN EL DESARROLLO RURAL: CASO SAN
MIGUEL DEL MILAGRO, NATIVITAS, TLAXCALA.**

JOSÉ ALEJANDRO MOTA VARGAS

TE S I S

PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL
PARA OBTENER EL GRADO DE:

MAESTRO EN CIENCIAS

PUEBLA, PUEBLA

2012



COLEGIO DE POSTGRADUADOS

INSTITUCIÓN DE ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS AGRÍCOLAS
CAMPECHE-CÓRDOBA-MONTECILLO-PUEBLA-SAN LUIS POTOSÍ-TABASCO-VERACRUZ

CAMPUE- 43-2-03

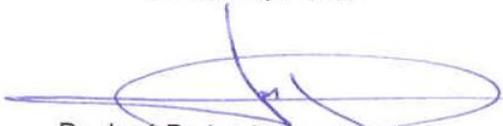
CARTA DE CONSENTIMIENTO DE USO DE LOS DERECHOS DE AUTOR Y DE LAS REGALÍAS COMERCIALES DE PRODUCTOS DE INVESTIGACIÓN

En adición al beneficio ético, moral y académico que he obtenido durante mis estudios en el Colegio de Postgraduados, el que suscribe **José Alejandro Mota Vargas** alumno de esta Institución, estoy de acuerdo en ser partícipe de las regalías económicas y/o académicas, de procedencia nacional e internacional, que se deriven del trabajo de investigación que realicé en esta Institución, bajo la dirección del Profesor **Dr. José Pedro Juárez Sánchez** por lo que otorgo los derechos de autor de mi tesis "IMPORTANCIA ECONÓMICA Y SOCIAL DEL TURISMO RELIGIOSO EN EL DESARROLLO RURAL: CASO SAN MIGUEL DEL MILAGRO, NATIVITAS, TLAXCALA" y de los productos de dicha investigación al Colegio de Postgraduados. Las patentes y secretos industriales que se puedan derivar serán registrados a nombre del Colegio de Postgraduados y las regalías económicas que se deriven serán distribuidas entre la Institución, el Consejero o Director de Tesis y el que suscribe, de acuerdo a las negociaciones entre las tres partes, por ello me comprometo a no realizar ninguna acción que dañe el proceso de explotación comercial de dichos productos a favor de esta Institución.

Puebla, Puebla, 25 de junio de 2012.



José Alejandro Mota Vargas
Nombre y Firma



Dr. José Pedro Juárez Sánchez
Vo. Bo. Profesor Consejero o Director de Tesis
Nombre y Firma

La presente tesis titulada: **“Importancia económica y social del turismo religioso en el desarrollo rural: Caso San Miguel del Milagro, Nativitas, Tlaxcala”**, realizada por el alumno: José Alejandro Mota Vargas; bajo la dirección del Consejo Particular indicado, ha sido aprobada por el mismo y aceptada como requisito parcial para obtener el grado de:

MAESTRO EN CIENCIAS

ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO AGRÍCOLA REGIONAL

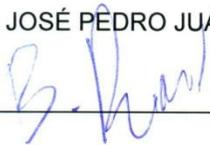
CONSEJO PARTICULAR

CONSEJERO: _____



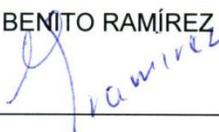
DR. JOSÉ PEDRO JUÁREZ SÁNCHEZ

ASESOR: _____



DR. BENITO RAMÍREZ VALVERDE

ASESOR: _____



DR. GUSTAVO RAMÍREZ VALVERDE

ASESORA: _____



DRA. FERNANDA CÉSAR ARNAÍZ

Puebla, Pue., 25 Junio de 2012

IMPORTANCIA ECONÓMICA Y SOCIAL DEL TURISMO RELIGIOSO EN EL DESARROLLO RURAL: CASO SAN MIGUEL DEL MILAGRO, NATIVITAS, TLAXCALA

José Alejandro Mota Vargas, M.C.

Colegio de Postgraduados, 2012

El turismo en el mundo, específicamente el cultural y religioso han crecido de manera importante en las últimas décadas no solo en el número de turistas sino también en el aporte económico a la sociedad. Paralelamente a este crecimiento, existen sectores como el agrícola que se encuentran en crisis y ante esta situación las familias rurales tienden a incorporarse a actividades distintas y una de esas actividades es el turismo religioso en el que destacan las peregrinaciones y las fiestas religiosas. El objetivo de la investigación es categorizar los santuarios religiosos de México y analizar la derrama económica de los peregrinos, en el Santuario de San Miguel del Milagro en Nativitas, Tlaxcala. Para la realización de la investigación se realizó una revisión bibliográfica y se utilizó la técnica de la encuesta, se aplicaron 60 cuestionarios dirigidos a los peregrinos y 30 a comerciantes. Los resultados arrojan que México tiene un excelente potencial en turismo religioso y que tiene santuarios de carácter internacional, nacional y regional, en este último destacan los santuarios ubicados en espacios rurales. También existe una importante derrama económica directa e indirecta producto de las peregrinaciones, estas fueron en promedio de \$667.44, se considera que los gastos que se erogan en promedio son bajos y quienes se benefician con los gastos de las peregrinaciones es el comercio informal establecido durante la fiesta religiosa en promedio obtienen ganancias de \$5, 066.66. Si bien la derrama económica de los peregrinos y los ingresos que perciben los comerciantes durante la fiesta religiosa de San Miguel no son permanentes, si representan ingresos importantes y complementarios a las actividades tradicionales del municipio, de manera que cuenta con el potencial para generar una infraestructura turística que permitan posicionar al municipio y a la región como destino turístico religioso para la preservación de las tradiciones y la cultura.

Palabras clave: Derrama económica, desarrollo, peregrinación y fiestas religiosas.

ECONOMIC AND SOCIAL SIGNIFICANCE OF RELIGIOUS TOURISM IN RURAL DEVELOPMENT: CASE MIRACLE OF SAN MIGUEL, NATIVITAS, TLAXCALA

José Alejandro Mota Vargas, M.C.

Colegio de Postgraduados, 2012

Tourism in the world, specifically the cultural and religious has grown significantly in recent decades, not only in the number of tourists but also the economic contribution to society. Parallel to this growth, there are sectors such as agriculture that are in crisis and in this situation rural families tend to join different activities and these activities in the religious tourism which include pilgrimages and religious celebrations. The research objective is to categorize religious shrines in Mexico and analyze economic flow models pilgrims in the Shrine of San Miguel del Milagro in Nativitas, Tlaxcala. To carry out the research involved a literature review and used the technique of surveys, questionnaires were used 60 pilgrims and 30 traders. The results show that Mexico has excellent potential in religious tourism and has shrines of international, national and regional levels, in the latter in clade the shrines located in rural areas. There is also an important economic direct and indirect product of pilgrimages, these were on average \$ 667.44, it is considered that the costs as incurred on average are low and those who benefit from the cost of the pilgrimage is the in formal trade established during the religious festival on average make a profit of \$ 5,066.66. While the economic flow of pilgrims and traders in come received during the religious festival of San Miguel are not permanent, if they represent important and complementary in come from traditional activities of the municipality, so has the potential to create an infrastructure allowing tourism to position the municipality and the region as a tourist destination for the preservation of religious tradition sand culture.

Keywords: Economic flow, development, pilgrimage and religious festivals

DEDICATORIA

*A mis padres, Maricela, Alejandro, mi familia, hermanos y sobrinos, Paola,
Gabriela, Eliud, Zabdi y Mariano*

y a la vida por darme otra oportunidad

“YO SOY la llama violeta”.

AGRADECIMIENTOS

Con toda mi gratitud y respeto a mis consejeros y amigos, Dr. José Pedro Juárez Sánchez y al Dr. Benito Ramírez Valverde por su paciencia, apoyo y guía, para la realización de esta investigación y quienes han alentado a seguir el camino del conocimiento.

A la Dra. Fernanda Cesar Arnaiz y al Dr. Gustavo Ramírez Valverde, por su colaboración y apoyo.

A mis maestros, especialmente a la Dra. Laura Caso Barrera, quienes me han enriquecido con sus comentarios y conocimientos.

A la Comisión Nacional de Ciencia y Tecnología por su apoyo financiero.

A mi amiga Isabel Muñiz y Adriana Pérez, por insistir en mi preparación académica, y a mis amigos, Guadalupe Galindo, Guadalupe González, Griselda Tomé, Helena Huerta, J. Guadalupe Ramos, Diego Ibarra y Daniel Ortega.

CONTENIDO

	Página
RESUMEN	iv
ABSTRACT	v
ÍNDICE DE CUADROS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
INTRODUCCION GENERAL	1
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	6
1.3. Problema general.....	11
1.4. Problemas específicos.....	11
2. OBJETIVOS	12
2.1. Objetivo general.....	12
2.2. Objetivos particulares.....	12
3. HIPÓTESIS	12
3.1 Hipótesis general.....	12
3.2 Hipótesis particular.....	13
4. METODOLOGÍA	14
5. OBJETO DE ESTUDIO	15

CAPITULO I. CARACTERIZACIÓN Y DESARROLLO LOCAL DEL TURISMO RELIGIOSO Y LA PEREGRINACIÓN A LOS PRINCIPALES SANTUARIOS RELIGIOSOS DE MÉXICO.....19

Resumen.....19

Abstract.....20

1.1. Introducción.....21

1.2. El turismo religioso y su importancia en el desarrollo local.....23

1.3. Metodología.....29

1.4. El turismo con énfasis en los santuarios religiosos en México.....30

1.5. Conclusiones.....43

1.6. Bibliografía.....45

CAPITULO II. EL TURISMO RELIGIOSO IMPULSOR DEL DESARROLLO LOCAL. ANALISIS DE LA PEREGRINACIÓN A SAN MIGUEL DEL MILAGRO NATIVITAS, TLAXCALA, MÉXICO.....49

Resumen.....49

Abstract.....50

2.1. Introducción.....51

2.2. La derrama económica del turismo religioso y su importancia en el desarrollo local.....54

2.3	Objetivos y Metodología de la Investigación.....	59
2.4.	Derrama económica de las peregrinaciones a San Miguel del Milagro.....	61
2.5.	Conclusiones.....	68
2.6.	Bibliografía.....	70
CAPITULO III. ANALISIS DEL IMPACTO ECONÓMICO DE LAS PEREGRINACIONES EN EL COMERCIO LOCAL: SANTUARIO DE SAN MIGUEL DEL MILAGRO, TLAXCALA.....		
		75
	Resumen.....	75
	Abstract.....	76
3.1.	Introducción.....	77
3.2.	El Impacto económico del turismo religioso en las festividades para el desarrollo local.....	81
3.3.	Objetivo y metodología.....	85
3.4.	La generación de ingresos y empleo durante la festividad religiosa.....	87
3.5.	Conclusiones.....	95

3.6. Bibliografía.....	96
CONCLUSIONES GENERALES.....	98
BIBLIOGRAFIA GENERAL.....	100
FOTOGRAFÍAS.....	110

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Población Total de Nativitas en relación con la población total de Tlaxcala.....	17
Cuadro 2. Población de Hombres y Mujeres en el Municipio de Nativitas y la localidad de San Miguel del Milagro.....	17
Cuadro 3. Tipología de Santuarios, características y principales sitios de Peregrinación en México.....	40
Cuadro 4. Gastos directos e indirectos efectuados por los peregrinos.....	68
Cuadro 5. Ingreso promedio total de los comerciantes.....	92
Cuadro 6. Promedios de empleos directos e ingresos generados durante la festividad religiosa.....	94

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Área de estudio San Miguel del Milagro.....	18
Figura 2. Espacios religiosos con mayor presencia de visitantes en el mundo.....	34
Figura 3. Clasificación de los santuarios más importantes de México.....	42

Figura 4. Área de estudio. San Miguel del Milagro, Nativitas, Tlaxcala.....	61
Figura 5. Lugares de procedencia de las peregrinaciones que concurren a San Miguel del Milagro.....	64
Figura 6. San Miguel del Milagro, Nativitas, Tlaxcala.....	87

INTRODUCCIÓN GENERAL

En las últimas décadas la política agrícola en México se ha caracterizado por excluir a los productores de granos bajo condiciones de temporal, ello ha traído consigo que sus habitantes en su mayoría estén en condiciones de pobreza alimentaria. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD, 2007: 48) menciona que a mediados de la década de los ochenta, el país emprendió una reforma gradual de la política agrícola, que consistió en una menor intervención del Estado en toda la cadena productiva; que significó abrir su economía para los productos agropecuarios y el casi total retiro del estado en el fomento de la producción de granos básicos. Calva (2004: 64) en ese sentido argumenta que el Estado transfirió a los agentes privados y al mercado sus funciones económicas para aprovechar las oportunidades de la globalización. Se puede decir que actualmente el gobierno implementa una política que desalienta la producción de los cultivos básicos y fomenta la pluriactividad, el empleo rural no agrícola y la migración.

En ese sentido Kay (1995: 28) menciona que la economía campesina sigue siendo importante proveedor de empleo y de alimentos, pero que es un sector en declive y que muchos productores se han visto marginados como productores quedando condenados a un nivel de sobrevivencia y/o a la búsqueda de empleo asalariado. Esta situación ha fomentado la migración a las principales ciudades del país o incluso al extranjero, sobre todo, en la búsqueda de empleo rural no agrícola. Esto ha traído consigo una constante despoblación de los territorios rurales.

Ante esta situación, se promueve un desarrollo territorial rural en donde la agricultura se considera que es un sector más de la economía local y no la base de su desarrollo. Se puede decir que las economías rurales han dejado de ser sinónimo de agricultura y, en muchos aspectos, se han diversificado y se han integrado en las economías nacionales y éstas a su vez en un proceso más amplio de globalización económica (Lacambra, 2001: 258). Bajo este esquema de desarrollo territorial, se impulsan nuevos estilos de desarrollo basados en las potencialidades de las economías locales, en donde se han revalorado y fomentado las actividades no convencionales o tradicionales como el turismo rural, las artesanías, actividades vinculadas al patrimonio cultural, entre otras (Piñeiro y Cardeillac, 2010: 58).

La importancia de las actividades no agrícolas y en especial el turismo, tiene efectos positivos al favorecer la generación de empleos, ingresos, divisas, ingresos públicos, actividades empresariales y generación de nuevos bienes y servicios, lo que ha permitido impulsar el desarrollo económico y social para las regiones receptoras (Goded, 2002: 112-113). Es por ello que la Organización Mundial del Turismo fundamenta que el turismo puede convertirse en una poderosa estrategia de desarrollo local y esta ha sido asumida o aceptada por diversos gobiernos para impulsar su desarrollo, es decir, que esta estrategia de desarrollo se ha generalizado en las últimas décadas.

Por otro lado, según la OMT en el 2010 su contribución al empleo se estimó entre el 6% y el 7% del total de puestos de trabajo en el mundo. En lo que concierne al turismo religioso, Germain (2007: 21-25) menciona que en el año 2007 unos 150

millones de peregrinos viajaron a lugares relacionados con la tradición cristiana y la Organización Española de Turismo (OET, 2008) indica que las movilizaciones por causas religiosas en el mundo, representaron aproximadamente 300 millones de personas que viajaron. Ello significa que existe una importante derrama económica en este sector turístico y se puede decir que el turismo religioso puede contribuir directamente a fomentar el desarrollo local y por consiguiente el mejoramiento del nivel de vida de sus pobladores.

Es importante señalar que en el fomento de la actividad turística no solo es significativo trabajar en la imagen urbana o modernización de los servicios turísticos, es decir en la restauración y embellecimiento de zonas a intervenir o en las inversiones, el capital, vías de transporte, construcción y/o mejoramiento de servicios médicos, terminales, áreas de recreación y descanso, entre otras (Suárez, 2005: 73). También se tiene que trabajar en investigar sobre los recursos turísticos de los espacios para poderlos incorporar a la oferta turística y que los turistas puedan apreciarlos. De aquí surge la importancia de conocer las características de los santuarios religiosos y la importancia económica que tienen las peregrinaciones en el desarrollo local de los espacios rurales, temas poco desarrollados en la investigación turística.

El presente trabajo se centró en conocer la importancia que tiene el turismo religioso en la economía del espacio rural como complemento a las actividades agrícolas, específicamente en el Santuario de San Miguel del Milagro, en Nativitas, Tlaxcala. Considerando como elementos clave a las peregrinaciones y los comercios que se establecen durante la festividad religiosa, cuya red de relaciones

tangibles e intangibles van a desarrollarse en un territorio; lo cual de alguna manera causa una serie de impactos económicos donde se fomentan las actividades turísticas y que pueden ser negativos o positivos y se observan tanto en aspectos ambientales, como en los socioculturales y económicos.

En el capítulo uno se analiza y da a conocer una categorización de los principales santuarios religiosos a escala internacional, con énfasis en México, para ello se tomó en cuenta la afluencia de peregrinos que asisten a los santuarios. Entre los sitios religiosos más visitados del mundo se puede mencionar el santuario de la Virgen de Guadalupe y la Virgen de San Juan de los Lagos en México con 12 y 6 millones de peregrinos respectivamente; la Virgen de la Aparecida en Brasil con 8 millones y la Catedral de Notre Dame en Francia con 10 millones. En los espacios rurales de México destaca la Basílica de Nuestra Señora del Rosario de Talpa, Jalisco, Nuestra Señora de la Soledad y la Virgen de Juquila en el estado de Oaxaca y San Miguel del Milagro en Tlaxcala con una afluencia de dos a tres millones de peregrinos en cada uno de los santuarios.

En el capítulo segundo se examinó el origen y la derrama económica de los peregrinos, al respecto se encontró que es un santuario regional ya que asisten a él peregrinos de los estados de Puebla, Hidalgo, México, Veracruz y el Distrito Federal. Los peregrinos son personas jóvenes, con baja escolaridad e ingresos, su peregrinaje lo realizan a pie, en bicicleta, en vehículo automotor y a caballo. Los gastos promedio directos de los peregrinos fueron de \$422.73. Es importante destacar que los principales gastos que realizaron los peregrinos fueron la compra de ofrendas y pago de comidas. Son muy pocos los peregrinos que pernoctaron y

estos por lo regular se hospedaron en casas que acondicionaron los pobladores. Pero aun cuando la derrama económica de los peregrinos no es cuantiosa como en otro tipo de turismo se puede decir que es muy considerable ya que anualmente alcanza \$ 1'056, 825, 000.

En el capítulo tercero se analizó el efecto económico producido por las peregrinaciones que llegan por la festividad del patrono de San Miguel del Milagro, en Nativitas, Tlaxcala, ya que uno de los aspectos importantes de las festividades religiosas es la generación de ingresos (que sirven de complemento a los ingresos obtenidos de las actividades agrícolas y otras no agrícolas) y empleo de los pobladores que se traducen en efectos inducidos para el desarrollo local. Al respecto se encontró que en este tipo de comercio predomina los hombres (60%), donde la edad promedio de los entrevistados fue de 33.4 años, y donde la procedencia de los entrevistados eran principalmente del estado de Puebla (36.7%), seguido del estado de Tlaxcala (36.6%), siendo el 10% de los entrevistados de la localidad de San Miguel; entre los ingresos promedios totales más significativos está el de los alimentos con \$22, 071.43, y el de las ofrendas con \$10, 833; mientras que los empleos promedio totales generados durante la festividad fueron de 2.25 empleos no familiares, respecto a 2.28 empleos familiares.

En la investigación se sostiene que en el desarrollo local de la comunidad de San Miguel del Milagro, municipio de Nativitas, Tlaxcala no depende sólo de la producción de la agricultura y específicamente de la producción de granos básicos, sino que su economía comienza a desarrollar fuertes lazos con la

prestación de servicios turísticos que brinda a una de las peregrinaciones rurales más importantes del país. También se considera que los servicios turísticos son prestados por los habitantes de la comunidad y del municipio. Lo que augura una política turística que incluye a los pequeños productores.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La economía de los países de Latinoamérica a través del tiempo ha transitado por diversos modelos de desarrollo y estos de una manera u otra han incidido en la promoción de su agricultura, bajo el estado de bienestar el sector agropecuario creció 3.2% de 1950 a 1980, ello no fue suficiente y en los setenta las importaciones de trigo, maíz, aceite y lácteos crecieron rápidamente (Pérez, 1990: 30). En México, se hizo presente la decadencia del modelo de Industrialización por Sustitución de Importaciones específicamente en el periodo presidencial de López Portillo se implementó una política para mantener la autosuficiencia alimentaria, a través de una reforma agraria integral, combinando el aspecto agrario y productivo en el desarrollo rural, pero los beneficios de las políticas públicas fueron diferenciadas (Olmedo, 2009: 178-179).

Bajo el modelo económico neoliberal implementado en América Latina se promueve la reducción del papel normativo del Estado e inicia la disminución significativa del apoyo público directo e indirecto al sector agropecuario y la liberalización comercial; además se busca la inversión de capital extranjero en la actividad agraria y en la industria agroalimentaria. También impulsan reformas jurídicas que faciliten la libre compra-venta de los recursos agropecuarios y

forestales (García, 2003: 4). Bajo esta lógica económica, la población económicamente activa de los países latinoamericanos dedicada a la agricultura se mantuvo alrededor de 40 millones de personas durante la década de los ochenta y noventa. En lapso, el total de la población económicamente activa de la región paso de 118 millones a 200 millones de personas. En donde la agricultura ocupó una proporción decreciente de la población activa, de casi 35% del total de trabajadores en 1980, disminuyó a 25% en 1990 y en 1999 fue solamente del 20% (FAO, 2000: 7).

En este contexto, la política económica en México a partir de la década de los ochenta fue dirigida a modernizar el aparato productivo, teniendo como sustento teórico el modelo económico neoliberal, que impactó en la economía del país. Bajo este modelo se fomentaron la conformación de bloques económicos, que condicionaron a la economía mexicana, en donde el gobierno inició un proceso de reestructuración de la economía para integrarse a la economía internacional (Corona, 2009: 46-47). En el periodo del Presidente Carlos Salinas de Gortari (1992-1996), el sector agropecuario inició el proceso de modernización a través de las negociaciones para su incorporación al Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLC) comenzando a dismantelar al sector; además en el periodo del Presidente Ernesto Zedillo, se descentralizó la administración de las dependencias del campo, lo que trajo consigo una mayor participación de los Estados en los programas agropecuarios, como Alianza para el Campo (Herrera, 2009:26-29).

Estas medidas trajeron consigo que en promedio anualmente, el crecimiento de Producto Interno Bruto (PIB) agropecuario fuera bajo, este fue de 1.3% y de 2.4% en 1980 y 1994 y de 1.6% y 3.5% en 1994 y 2000 respectivamente; el PIB general promedio fue de 3.5% y específicamente, el PIB agropecuario fue de 1.5% de 1990 al 2000; y de 2001 a 2004 crece en promedio el 2.8% (Ruiz, 2005: 95; Padilla, 2004: 248). También se puede decir que en México al igual que América Latina, las políticas públicas lograron crear un mercado de mano de obra barata, prueba de ello es la disminución de empleos en el sector agrícola (22%) de 1993 – 2004 y de los salarios (28%) entre 1994 y 1997 (Naciones Unidas -CEPAL 2006: 24). Es por ello que el ingreso derivado de actividades no agropecuarias representa más de la mitad del total de ingresos, de 1999 a 2004 el empleo no agropecuario tuvo un crecimiento superior en las regiones rurales (5.2 %) que en las urbanas (3.5%).

El comportamiento del PIB agropecuario se vio reflejado en el bienestar de la población rural, ya que de acuerdo al Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL, 2011) menciona que en 2008 alcanzaba la pobreza al 62.4% de la población y en el 2010 aumentó al 64.9%; por lo que respecta a la pobreza alimentaria en 2008 llegó al 31.3% y en 2010 bajo a 29.3% en los espacios rurales; y la pobreza de patrimonio en este periodo en promedio alcanzó al 60% de la población rural (CONEVAL, 2011). Paralelamente a esta situación, para atenuar la pobreza y pacificar el conflicto social el gobierno impulsa programas sociales dirigidos a la asistencia social.

Se puede decir que si bien los datos de la CEPAL y de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) no son estrictamente comparables, ponen en evidencia que históricamente la mayoría de los productores son minifundistas pobres que tienen escasa vinculación con el mercado y no logran vivir de la agricultura. También se puede decir que ni las políticas proteccionistas con fuerte intervención estatal, ni las políticas de apertura y privatización fueron capaces de modificar su situación de pobreza y marginación. Ello significa que la política agrícola ha impactado negativamente a la mayoría de la población rural y esta tiene serias dificultades para subsistir y sus posibilidades de desarrollo son escasas. Se puede decir que el campo mexicano fue casi olvidado, y se dio importancia a la generación de trabajo no agrícola.

La política económica y especialmente la agrícola ha tenido como consecuencia que los agricultores busquen soluciones ante la crisis del sector entre ellas destaca, la emigración, otros optan por actividades no tradicionales a la agricultura, es decir, que ya no solo trabajan en el sector agrícola, sino que se incorporan a las actividades no agrícolas, como una alternativa, o como complemento a su ingreso. Por su parte el gobierno federal impulsó programas de desarrollo rural -fundamentalmente en los espacios que siembran cultivos bajo condiciones de temporal- encaminados a fomentar el trabajo no agrícola.

En el ámbito del complemento o conjunción de las nuevas actividades de los espacios rurales, destaca el turismo alternativo específicamente el turismo cultural y dentro de este el religioso para mejorar las condiciones de bienestar de la población, basado en una revalorización del espacio a partir de elementos de su

identidad cultural, alimentos tradicionales, idiomas regionales, artesanía, folklore, artes visuales, teatro, referencias literarias, lugares históricos, paisajes, flora y fauna, peregrinaciones, ferias religiosas, entre otras, para impulsar el desarrollo rural y local; convirtiendo en producto todo aquello explotable de este medio.

Es importante destacar que una alternativa de ingreso en las áreas rurales ha sido el crecimiento de sectores como el turismo. De 1999 a 2004 el turismo en México fue uno de los sectores con mayor crecimiento, nuevamente ligeramente superior en áreas rurales (6.3%) que en áreas urbanas (5.9%). En 2004, 9% del empleo turístico se encontraba concentrado en áreas rurales. Las regiones sur-sureste y la Península de Baja California comprenden áreas rurales donde el turismo representa una proporción significativa del empleo y del valor agregado (más de 25%) (OECD, 2006: 7). Es importante destacar que los desplazamientos por motivos religiosos han estado presentes en la humanidad durante tiempos ancestrales; actualmente son millones de peregrinos que realizan estos tipos de viajes a los diversos santuarios, siendo los motivos muy variados desde una ofrenda, una manda o una petición, convirtiéndose el turismo religioso en una actividad constante y fiel, y una oportunidad para generar crecimiento y desarrollo para sus habitantes.

México es un país de tradiciones y costumbres, ya que el 83.9% de su población es católica (¹), por lo que su carácter religioso lo ha llevado a establecer santuarios de veneración y viaje. La importancia de este estudio radicó en analizar el impacto económico, social y cultural del turismo religioso, ya que los centros de

¹ En: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/749115.html>

culto en el país, a través de sus peregrinaciones son objeto de un gran turismo que influye en el desarrollo de la economía local; teniendo como ejemplo la peregrinación a San Miguel del Milagro que se realiza, en Nativitas, Tlaxcala; lo que da pie a la generación de una variada gama de servicios, entre ellos el comercio permanente y pujante; esto aunado a las actividades tradicionales de dicho municipio.

1.3 Problema General

Es pertinente preguntar ¿Cómo el turismo religioso aprovecha las ventajas materiales del patrimonio cultural e inmaterial como las peregrinaciones y las fiestas religiosas, para beneficio de las familias, en la generación de nuevos bienes y servicios, ingreso y empleo, y la promoción del desarrollo local?

1.4 problemas específicos

¿Contribuye la política económica y agrícola de los últimos tiempos, a que los agricultores busquen soluciones ante la crisis del sector optando por actividades no tradicionales a la agricultura, como el turismo religioso?

¿Cuál es el impacto de la derrama económica de los peregrinos, generado por el gasto en las compras realizadas en bienes y servicios?

¿Cuál es el impacto económico que tiene el turismo religioso en los ingresos de las personas que participan en esta actividad?

¿Es el turismo religioso promotor de desarrollo local y complemento a las actividades tradicionales del espacio rural?

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo General

Analizar si el turismo religioso mediante su derrama económica contribuye a fomentar el desarrollo local, mediante el aprovechamiento de su patrimonio tangible e intangible expresado en su iglesia y en los aspectos culturales, en las fiestas religiosas y en las peregrinaciones, en donde se benefician los habitantes de San Miguel del Milagro, en Nativitas, Tlaxcala en 2011.

2.2 Objetivos Particulares

- Clasificar los santuarios más importantes de México, teniendo en cuenta el 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.
- Jerarquizar los principales santuarios en México.
- Determinar la derrama económica de los peregrinos en el espacio rural de San Miguel del Milagro, en Nativitas, Tlaxcala.
- Determinar los ingresos resultantes sobre los comercios durante la festividad religiosa en el santuario de San Miguel del Milagro.

3. HIPÓTESIS

3.1 Hipótesis general

El turismo religioso ha llegado a ser complemento a las actividades tradicionales, por el potencial de generar efectos multiplicadores en el desarrollo local, influyen directamente en la derrama económica propiciada por los peregrinos durante la festividad religiosa, e incide en la generación de empleos e ingresos.

3.2 Hipótesis particulares

- El santuario de San Miguel del Milagro posee los recursos materiales e inmateriales para la generación de un turismo religioso.
- Los peregrinos generan una derrama económica muy considerable en la localidad de San Miguel.
- El turismo religioso genera ingresos y empleos significativos sobre la localidad.

4. METODOLOGÍA

4.1 Revisión Bibliográfica

En esta etapa se realizó una revisión de artículos, libros y periódicos relacionados con el desarrollo local, desarrollo rural, turismo, turismo cultural, turismo religioso, peregrinaciones, patrimonio cultural y fiestas religiosas. Asimismo 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 Banco de México (Banxico); y se consultaron páginas Web especializadas en los temas.

4.2 Modelo Metodológico de Estudio

El estudio se realizó durante la festividad religiosa al Santuario de San Miguel del Milagro, en Nativitas, Tlaxcala, celebrada el 29 de septiembre del 2011; siendo el estudio de corte transversal, observacional, descriptivo y explicativo, ya que estudia las variables simultáneamente en un momento determinado, lo que permitió un análisis cualitativo y cuantitativo. Al no existir un marco de muestreo sobre el número total de peregrinos que concurren al santuario, se decidió entrevistar al menos un peregrino que viajara en grupo con la finalidad de asegurar que los distintos espacios de donde concurren las romerías sean representados en la investigación (Izcara, 2007: 29). Con este criterio se entrevistaron a 60 peregrinos.

Para el caso de los comerciantes, se decidió tomar también, una muestra no probabilística con la modalidad de muestreo por cuotas (Hernández, 1997). Con base a cada tipo de producto se decidió realizar una cuota de tres cuestionarios como mínimo. Se aplicaron 30 cuestionarios, con el fin de conocer y determinar el efecto en los ingresos obtenidos por los negocios o comercios establecidos durante los días previos durante y posterior a la festividad patronal en el mes de septiembre.

El instrumento que se empleó para este estudio fue el cuestionario, aplicándose dos y abarcando los siguientes tópicos: para el cuestionario 1, datos socioeconómicos de los peregrinos, datos socioeconómicos sobre su peregrinación; para el cuestionario 2; datos socioeconómicos generales de los comerciantes, y datos socioeconómicos durante la fiesta patronal. Por lo que este

instrumento fue diseñado para cuantificar y universalizar la información, cuyo objetivo fue alcanzar la comparación de la información proveniente de diferentes informantes y basan la información en la valides de la información verbal de percepciones, sentimientos, actitudes o conductas que trasmite el encuestado (Trejo y Morales, 2009: 6).

5. OBJETO DE ESTUDIO

La zona de estudio se centra en el municipio de Nativitas, Tlaxcala, lugar que los peregrinos tienen como camino para llegar a San Miguel del Milagro; según la Enciclopedia de los Municipios de México, el Estado de Tlaxcala, Nativitas antiguamente era llamada Yancuitalpan que significa “en la tierra nueva” el vocablo proviene de las raíces náhuatl yancuil que significa “nuevo o reciente”, tlalli que significa “tierra” y la terminación pan que significa “en o sobre dé”. El municipio de Nativitas se ubica en el Altiplano central mexicano a 2200 metros sobre el nivel del mar, situándose en un eje de coordenadas geográficas entre los 19°14” latitud norte y 98°y 19” minutos longitud oeste. Nativitas se localiza al sur del estado de Tlaxcala y colinda al norte con los municipios de San Damián Texoloc y Santa Ana Nopalucan, al sur colinda con el estado de Puebla, al oriente con los municipios de Tetlatlahuca, Santa Apolonia Teacalco y Zacatelco, al poniente colinda con el municipio de Tepetitla de Lardizábal; según el Instituto nacional de geografía e informática (INEGI), el municipio de Nativitas tiene una extensión 61, 990 kilómetros cuadrados, representando 1.52% la superficie del estado de Tlaxcala (Figura 1). Respecto a los grupos étnicos, la población mayor a cinco años que habla lenguas indígenas es muy pequeña, para 1980 el 2.1% de la

población hablaba de alguna manera lenguas indígenas, pero el Náhuatl era la lengua principal. Para 1990, la población de 5 años o más baja a 0.4%, siendo 92.1% bilingüe y 7.9% no especificado, para 1995 disminuye aún más pasando de 0.4% a 0.2%, siendo el Náhuatl, la lengua principal seguida del Otomí y para el 2005 según el II Censo de Población y Vivienda solo hablaban lenguas indígenas 56 personas; respecto a su actividad económica, la actividad agropecuaria sigue siendo la más importante².

En cuanto a la Población Económicamente Activa (PEA), para el 2010 tiene una participación de 48.6%, mientras que la Población Económicamente Inactiva, representa el 50.8%³.

En relación a sus servicios turísticos, cuenta con el Museo de Cacaxtla, ubicado dentro de la Unidad de Servicios Turísticos de la Zona Arqueológica de Cacaxtla en el Circuito Perimetral Poniente, población de San Miguel del Milagro, en Nativitas, Tlaxcala⁴.

Respecto a la evolución demográfica, la siguiente tabla permite observar el crecimiento o disminución de la población total de Nativitas:

Cuadro 1: Población Total de Nativitas, en relación con el porcentaje de población respecto a Tlaxcala.

²En: <http://www.starmedios.com/municipios/nativitas-histo.html>

³En: <http://copladet.tlaxcala.gob.mx/m2011/nativitas.html#>

⁴En: http://www.inah.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=5907

Año	POBLACION TOTAL DE HABITANTES (EN MILES DE HABITANTES)	PORCENTAJE DE POBLACION RESPECTO AL TOTAL DEL ESTADO DE TLAXCALA
1970	14096	3.4
1980	16912	3.0
1990	21485	5.18
2000	21043	2.39
2010	23621	2.01

Fuente: Creación propia tabla construida a partir de información de INEGI, Censos generales de población y vivienda, 1970, 1980, 1990, 1995, 2000. Cuaderno estadístico Municipal Nativitas. 2002, 2010.

También es importante señalar que los resultados preliminares del 2000 al 2010 realizados por el Censo General de Población y vivienda, INEGI, resaltaron la tendencia en número de hombres y mujeres de ese municipio y de la localidad de San Miguel, la cual se observa en la siguiente tabla 2:

Cuadro 2: Población de hombres y mujeres del municipio de Nativitas y la localidad de San Miguel.

Año	HOMBRES	MUJERES	TOTAL DE HABITANTES EN NATIVITAS	HOBRES	MUJERES	TOTAL DE HABITANTES EN SAN MIGUEL DEL MILAGRO
2005	10,390	11,473	21,863	448	485	933
2010	11,330	12,291	23,621	539	578	1,117

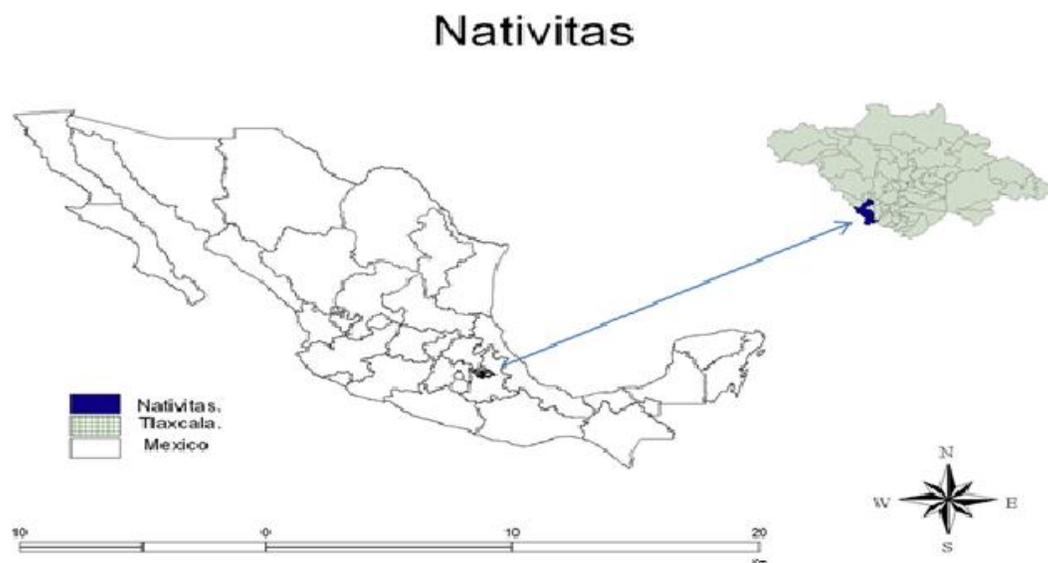
Fuente: Creación propia, datos obtenidos a partir de Internet, en Línea, <http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/tlaxcala/mpios/29023a.htm>

De acuerdo a la religión, el Censo General de Población y Vivienda, INEGI, señala que en 1990, el 94% profesa la religión católica, para el año 2000 el 80% y para el 2010, el 91%.

Dentro de Nativitas se encuentra la localidad de San Miguel del Milagro la cual se localiza en el Altiplano central mexicano a 2,200 msnm, entre los paralelos 19° 14”

latitud norte y 98° y 19" longitud oeste. Es una comunidad eminentemente rural, tiene una población de 1,117 habitantes, el 5% de la población de 15 años y más es analfabeta, su principal actividad económica es la producción de amaranto, tiene un grado de marginación media y el 90.57% de su población no tiene derecho a servicios de salud y presenta un grado de rezago social Muy Bajo (CONEVAL, 2010).

Figura 1: Área de estudio. Nativitas.



Fuente: Elaboración Propia.

CAPITULO I

CARACTERIZACIÓN Y DESARROLLO LOCAL DEL TURISMO RELIGIOSO Y LA PEREGRINACIÓN A LOS PRINCIPALES SANTUARIOS RELIGIOSOS DE MÉXICO⁵

RESUMEN

El turismo en el mundo, específicamente el cultural y religioso han crecido de manera importante en las últimas décadas, no solo en el número de turistas sino también en el aporte económico a la sociedad. Paralelamente a este crecimiento, existen espacios agrícolas que se encuentran en crisis y ante esta situación las familias rurales tienden a incorporarse a actividades distintas de la agricultura, como un complemento para compensar los bajos ingresos que obtiene de la agricultura y una de esas actividades sería la prestación de servicios turísticos. El presente escrito analiza el papel del peregrinaje en los principales santuarios religiosos de México, a través de una caracterización de orden, por su grado de importancia, su reconocimiento a nivel local, nacional e internacional, a la afluencia de peregrinos y como nuevos destinos de promoción turística religiosa. La investigación fue resultado de una revisión estadística y bibliográfica. Entre los resultados y de acuerdo a la jerarquización de los santuarios, en los de primer orden se consideran aquellos santuarios reconocidos a nivel nacional e internacional, con una afluencia anual de peregrinos de 1 millón 500 mil peregrinos a 14 millones; los de segundo orden son aquellos santuarios reconocidos a escala

⁵ Artículo enviado para su publicación, en la revista Estudios Demográficos y Urbanos del colegio de México, catalogada en el Índice de Revistas Mexicana de investigación Científica y Tecnológica (CONACYT).

nacional, y que tienen promoción en los medios de comunicación nacional, con 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 oscila entre 5 mil y 200 mil peregrinos. El turismo cultural en su vertiente de turismo religioso, representa un gran potencial turístico por explotarse, ya que las poblaciones receptoras, principalmente de peregrinos representan un impacto económico y social, tanto a nivel rural como urbano.

Palabras clave: Turismo religioso, desarrollo local y peregrinación.

CHAPTER I

LOCAL CHARACTERIZATION AND DEVELOPMENT OF TOURISM AND RELIGIOUS PILGRIMAGE TO THE MAIN RELIGIOUS SHRINES OF MEXICO

ABSTRACT

Tourism in the world, specifically the cultural and religious has grown significantly in recent decades, not only in the number of tourists but also the economic contribution to society. Alongside this growth, there are agricultural areas are in crisis and in this situation rural families tend to join in activities other than agriculture, as a supplement to compensate for low income derived from agriculture and one of those activities would tourism services. This paper analyzes the role of pilgrimage in the major religious shrines in Mexico through a characterization of order, by their degree of importance, recognition locally, nationally and internationally, to the influx of pilgrims and as new destinations

religious tourism promotion. The investigation was the result of a statistical review and publication. The results and according to the ranking of the shrines, the first order are considered those sanctuaries recognized nationally and internationally, with an annual influx of pilgrims from 1 million 500 thousand pilgrims to 14 million, the second-order those nationally recognized shrines, and are promoted in the national media, with an attendance of 70 thousand to 3 million pilgrims, and the third order, there are those shrines of regional scope, and usually attended by a smaller number of pilgrims compared with first and second order, their influx is between 5 thousand and 200 thousand pilgrims. Cultural tourism in its aspect of religious tourism, tourism has great potential to be exploited, as the host populations; mainly pilgrims represent social and economic impact, both rural and urban areas.

Keywords: Religious tourism, local development and pilgrimage.

INTRODUCCIÓN

El turismo que conocemos en la actualidad nació en el siglo XIX con la llamada revolución industrial, la cual permitió los desplazamientos con la intención del ocio, descanso, motivos sociales y culturales. Es considerado como fenómeno de masas hasta la primera mitad del siglo XX, periodo que transcurrió entre 1950 y 1973 y es cuando se produce el fenómeno conocido como el “*gran boom turístico*” (Vogeler y Hernández, 2000: 25-26). Este se debe a la política implementada en el sector para impulsar dicha actividad y al desarrollo de los medios de transporte. Es bien sabido que en los años cincuenta, el viaje internacional se fue haciendo cada

vez más accesible para una gran parte de la población debido al ingreso disponible de las familias, a la aparición de las vacaciones pagadas y al aumento del tiempo libre principalmente en las naciones industrializadas, al desarrollo de las comunicaciones, medios de transporte, a los bajos precios del petróleo y las relaciones comerciales entre distintos mercados; llevando al turismo de sol y playa a los primeros niveles de este sector (Sancho, 2008:11).

Pero, a partir de la década de los 80 y 90 el turismo ha manifestado una reconfiguración en cuanto a las motivaciones y los espacios en los que se realizaba convencionalmente –turismo de sol y playa- de manera que surge el turismo alternativo en el que se identifican diversas vertientes (Castillo, 2011), como el turismo religioso integrado en el llamado turismo cultural. En este contexto, el turismo religioso, surge como un complemento al desarrollo territorial que aprovecha las ventajas de los espacios urbanos y en especial los rurales, caracterizados por la baja densidad de población, su economía predominantemente agrícola, por sus abundantes recursos naturales y ambientales, pero también destaca su cultura, su patrimonio cultural; y dentro de este último recurso destaca la religión, enfatizándose en las peregrinaciones y las fiestas patronales que conforman el devenir de la actividad diaria de las personas en dichos espacios.

Sin duda, el turismo 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 dioses o santos, ello lo condujo a construir espacios impregnados de poder espiritual dignos de visitarse. En la

actualidad son millones de turistas y peregrinos los que realizan este tipo de viajes. Se puede decir que el turismo religioso representa una oportunidad para generar empleos, ya que éste tipo de turismo a diferencia de otros, existe fidelidad sobre el destino que visita y hace que los peregrinos regresen al mismo sitio año tras año. La presente investigación tiene por objetivo, realizar una tipología de los diversos santuarios en México, a través de sus peregrinaciones como un recurso potencial para promover el turismo religioso y generar desarrollo local.

EL TURISMO RELIGIOSO Y SU IMPORTANCIA EN EL DESARROLLO LOCAL

Con respecto al desarrollo local, Corona (2009: 46-47) menciona que en las últimas décadas de finales del siglo XX, países de América Latina como Argentina, Brasil, Chile y México, entre otros, cambiaron su modelo de desarrollo económico basado en la industrialización por sustitución de importaciones, por uno de corte neoliberal, debido a que engendró un patrón de concentración del ingreso del gran capital, así como, de un sector agrícola descapitalizado, agotado y en el atraso. Entre los elementos que intervinieron para cambiar de modelo, destaca la difusión de la lógica de la globalización y la maximización de las utilidades de las empresas transnacionales, lo que llevó a reorganizar la función de los espacios locales y la participación de sus actores sociales; sin embargo la política económica implementada incrementó más, la crisis económica, la pobreza, el desempleo, la migración e inseguridad⁶. Por tanto, en el modelo económico neoliberal dejan de operar políticas sectoriales y se aplican políticas sustentadas en el territorio,

⁶Balboa, J. 2007. El sexenio foxista. La Jornada, Política, En: [Http://www.jornada.unam.mx/2007/03/04/index.php?section=politica&article=003n](http://www.jornada.unam.mx/2007/03/04/index.php?section=politica&article=003n)

debido al escaso apoyo que reciben del Estado, es decir, el gobierno federal descentraliza las operaciones de las políticas de apoyo al campo a los gobiernos estatales y las organizaciones de productores (Villa, 2008: 155).

Se puede decir que ante el nuevo modelo de desarrollo económico y la función que deben cumplir las diversas regiones en la globalización económica, los gobiernos nacionales deciden impulsar procesos de desarrollo local, que hace imprescindible diseñar instrumentos y políticas públicas de gestión dirigidas a estimular el aprovechamiento de los recursos locales endógenos, para impulsar nuevos estilos de desarrollo basados en las potencialidades de las economías locales; y de acuerdo con Finot (2005: 29) para coadyuvar a la eficiencia y la equidad.

En este sentido, el desarrollo local es un proceso endógeno registrado en pequeñas unidades territoriales y asentamientos humanos capaces de promover el dinamismo económico y la mejoría en la calidad de vida de la población; aplicado a diferentes escalas territoriales y asentamientos humanos, desde 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).

Por lo anterior, 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), y que de alguna manera deben de engranarse, concatenarse y complementarse entre sí de manera estratégica, para ser capaces de crear sinergias locales de mejoramiento, que impliquen el cambio de las condiciones sistémicas y estructurales de la localidad (Solari y Pérez, 2005: 52), con el fin de lograr una capacidad interactiva, entre lo local, lo nacional y lo internacional, ante la lógica de la globalización.

En tal medida, una de las características de este proceso es el fomento de las actividades no tradicionales o convencionales, con el objetivo de incrementar los ingresos y empleos de los pobladores. Así el desarrollo no solo debe enfocarse al crecimiento económico, este debe comprender la perspectiva social, cultural y política, ya que es un proceso dinámico de ampliación de capacidades locales que permite trabajar en mejorar la calidad de vida de todos los integrantes de la población (Flores, 2008: 3). 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 auto identificación socio-territorial de las comunidades (Darchary y Arnaiz, 2004: 19-20).

Por lo tanto, el desarrollo local debe permitir construir un entorno innovador que impulse el surgimiento y sustento de las iniciativas locales de desarrollo y las fases y actuaciones para el despliegue de actividades generadoras de crecimiento económico y empleo productivo, considerando los recursos, los agentes y los objetivos para alcanzar el desarrollo, transformando el sistema productivo local, incrementando su eficiencia y su competitividad; fomentando la diversificación

productiva local, incrementando el valor agregado en las actividades económicas locales y su sustentabilidad ambiental (Albuquerque, 1997: 313).

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 alternativo⁷, 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. Al respecto se tiene que los grandes desarrollos turísticos tradicionales buscan la rentabilidad económica y por consiguiente se basan en modelos de desarrollo exógeno, a través de la inversión extranjera, pero también han generado impactos ambientales y socioculturales negativos en las áreas receptoras, favoreciendo la diferenciación social, por la falta de equidad en el reparto de los beneficios. Logrando así, poca interacción entre las comunidades receptoras y los turistas; por lo tanto, las actuales tendencias internacionales impulsan modelos de desarrollo turísticos, que busca el desarrollo integral y sostenible de las pequeñas poblaciones que cuentan con potencial turístico.

Cabe señalar, que la actividad turística no es una componente que únicamente contribuye a mejorar la calidad de vida de la población, sino que representa una oportunidad para determinadas zonas agrícolas para favorecer de manera significativa al desarrollo y además a la rehabilitación de su patrimonio

⁷En términos conceptuales se entiende por turismo alternativo, como “el conjunto de modalidades turísticas que tienen por objetivo ser consecuentes con los valores naturales, sociales y comunitarios, permitiendo además tanto a los anfitriones como a los turistas, disfrutar de una interacción positiva que merece la pena, así como de las experiencias compartidas” (Wearing y Neil, 1999:24).

sociocultural (Ortiz, 2005: 78); en este contexto el turismo religioso tiende a convertirse en un componente para mejorar la calidad de vida de la población y promotor del desarrollo. Por lo tanto, el turismo tiene diversas clasificaciones e incide de manera importante como factor de desarrollo (Precedo, 2004: 30), y una de ellas es el turismo alternativo y en este destaca el turismo cultural y específicamente el religioso (García y Poyato, 2002: 60). En donde el turismo cultural es concebido como una forma de turismo alternativo que encarna la consumación de la comercialización de la cultura; en donde elementos escogidos de cualquier cultura pasan a ser productos ofertados en el mercado turístico (Talavera, 2003).

Independientemente de la noción de turismo cultural o religioso, se puede decir que su importancia no solo es en el ámbito económico, también en él se observa el académico, en este sentido, menciona Mariscal (2007: 6) que la Organización Mundial del Turismo (OMT) en 1985, añadió a su definición sobre turismo, una nueva propuesta, el turismo religioso, expresando que “el movimiento de personas debido esencialmente a motivos culturales, como viaje de estudios, viajes a festivales u otros eventos turísticos, así como, visitas y monumentos, viajes para estudiar a la naturaleza, el arte, el folklore y las peregrinaciones” y a su vez se define como un viaje turístico donde el elemento religioso constituye uno de los objetivos principales (Ostrowki, 2002). 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 el abarcamiento del tiempo de ocio de las personas (Romo, 2000).

En este sentido el turismo alternativo y especialmente el turismo religioso genera ventajas económicas sustanciales no solo para los países desarrollados, sino también para los países en vías de desarrollo, 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), a su vez México es eminentemente un país religioso, con gran cantidad de santuarios, donde sus 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.

Es importante mencionar que los santuarios son lugares sagrados complejos que distinguen al territorio donde se ubican, y son capaces de atraer a personas de otros lugares y de articulación socialmente a su comunidad. Dentro del concepto de turismo religioso la peregrinación es considerada como su principal elemento y su significado es un fenómeno mucho anterior al de turismo como concepto moderno que designa los movimientos de viajeros en el entorno de la sociedad de consumo.

El peregrinar no solo comprende ir, peregrinar es ir en romería a un santuario por devoción o por voto y se denomina peregrino a toda aquella persona que recorre esa ruta, la cual se contempla habitualmente caminando, a caballo, en bicicleta, en automóvil, en tren, entre otros medios, permitiendo entender que en toda peregrinación es tan importante llegar al destino como el propio viaje (Porcal, 2006: 107). Además, se puede decir que es un "viaje que se emprende para llegar

a un lugar considerado sagrado por la acción de Dios en él"; por lo que este viaje se emprende por motivos religiosos y para realizar actos religiosos de penitencia o de devoción (Ostrowki, 2002).

Pero la peregrinación no es solo ir a un lugar sagrado y contemplar el paisaje. De acuerdo a las investigaciones realizadas por Víctor Turner (1988: 102) señalan que la peregrinación es una forma cultural, tomando como referencia los ritos de pasaje de Van Gennep, donde los ritos son actos y eventos que destacan el cambio de un estatus o rol a otro; y donde el rito de pasaje tiene tres etapas: la de separación del grupo; la de margen o liminal y la de reintegración del individuo a su grupo; ya que el que realiza la peregrinación, empieza por dejar su comunidad, viajando hasta llegar al sitio sagrado, para regresar a su pueblo con nuevo valor, espiritualmente hablando. A su vez, hay que reconocer que la peregrinación tiene un fuerte trasfondo religioso, la persona que realiza el viaje desarrolla actividades no sola de dicha naturaleza, sino también de carácter turístico, sobre todo durante su estancia en el destino (Porcal, 2006: 109). Por lo tanto las peregrinaciones son un elemento coadyuvante en la estrategia de animación socioeconómica local. Así, el turismo religioso en los espacios de México puede, contribuir al desarrollo local, en donde tomen relevancia los santuarios y las peregrinaciones, para beneficiar a los habitantes del lugar, comerciantes y turistas.

METODOLOGIA

Se llevó a cabo una revisión de artículos, libros y periódicos relacionados con el desarrollo local, turismo, turismo religioso. 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 Banco de México (Banxico), con la finalidad de elaborar una tipología de los santuarios religiosos que existen en México.

La clasificación de los santuarios más importantes en México se realizó teniendo en cuenta el 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 permite 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, con una afluencia anual de peregrinos de 1 millón 500 mil peregrinos a 14 millones; los de segundo orden son aquellos santuarios reconocidos a escala nacional, y que tienen promoción en los medios de comunicación nacional, con 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 oscila entre 5 mil y 200 mil peregrinos.

EL TURISMO CON ENFASIS EN LOS SANTUARIOS RELIGIOSOS EN MÉXICO

Según la OMT (2010), la actividad turística se convirtió en uno de los sectores más rentables desde el punto de vista económico; y ello obedece en parte al

crecimiento constante de los flujos turísticos a pesar de las crisis económicas que han enfrentado las diversas economías a escala mundial, en ese sentido se tiene que en el 2007, la llegada de turistas a escala mundial representó un incremento del 6%, con respecto al 2005 pasando a 900 millones de turistas. Para el año 2009 la tendencia de visitas disminuyó en un 7%, representando 600 millones en el mundo; ello obedeció principalmente a que la industria del turismo se enfrenta a la crisis económica mundial, y en especial a la crisis que existe en el sector crediticio y al aumento del desempleo y al surgimiento de pandemias como la gripe (SECTUR, 2009a).

A pesar de este panorama, la Organización Mundial del Turismo, señaló que en el 2010 hubo 935 millones de llegadas de turistas internacionales en el mundo, y representaron un incremento del 6.9% con respecto al 2009. Los países asiáticos y del Pacífico recibieron un 12.6% más de turistas y los de Oriente Medio un 13.9%; en Europa el crecimiento significó un 3.2%, siendo Alemania (11%) y Turquía (6%) los que destacaron en este rubro y en América representó un 7.7%. Es importante destacar que China se ha convertido en el tercer país del mundo en la recepción de turistas seguido de Francia y Estados Unidos, superando a España (OMT, 2011a).

Con respecto a los ingresos por turismo internacional en el 2010, estos alcanzaron los 919 mil millones de dólares y se estima en cerca del 5% de la contribución del turismo al Producto Interno Bruto (PIB); por lo que la contribución del turismo al empleo tiende a ser ligeramente superior, y se estima entre el 6% y el 7% del número global de puestos de trabajo (directos e indirectos) en todo el mundo;

situándose en el cuarto lugar, como categoría de exportación, detrás de los combustibles, los productos químicos y los de automoción (OMT, 2011b).

Específicamente en América Latina se tiene que entre los principales países receptores de turistas, se encuentran: México (21, 353,000), Argentina (4, 156,000), República Dominicana (3, 965,000), Puerto Rico (3, 722,000), Chile (2, 276,000), Cuba (2, 150,000), Brasil (5, 000,000) y Uruguay (1, 749,000) (OMT, 2010). Para el caso de México, el turismo es uno de los sectores más importantes, en el 2010, captó ingresos por 11, 871.90 millones de dólares, incrementándose 5.29% respecto al 2009, que fue de 11, 275.20 millones de dólares, con 22 millones 325 llegadas de turistas internacionales (Banxico, 2010).

En torno al empleo generado por este sector, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) y la Secretaría de Turismo (SECTUR), indicaron que en año 2004, el turismo en México generó en promedio 1, 740,039 empleos, y en el 2005 se incrementó la cifra a 1, 979,740, en 2006 el número de empleos directos generados por la actividad turística llegó a 2, 219,177 de plazas remuneradas en promedio; para el 2007, este sector generó alrededor de 2, 356,553 empleos, lo que equivale al 5.5% del total de los empleos en el país (INEGI-SECTUR, 2004-2007).

Diversos estudios realizados por SECTUR (2011), respecto a las intenciones de viaje, mostró que el turismo motivado por la cultura representó el 5.5% de los viajeros nacionales y el 2.9% de los internacionales, mientras que el interés sobre los destinos culturales alcanzó el 35.7% en el mercado nacional y 37% en el

internacional; señalando, que más del 40% de los turistas que viajan a México, realizan actividades culturales como parte de su viaje y 70 millones de turistas nacionales e internacionales realizan actividades relacionadas con la cultura⁸. El gasto por viaje del turismo relacionado con la cultura es mayor al promedio nacional, por el aumento de su consumo diario en función de las actividades que realizan alrededor del patrimonio cultural y su estadía.

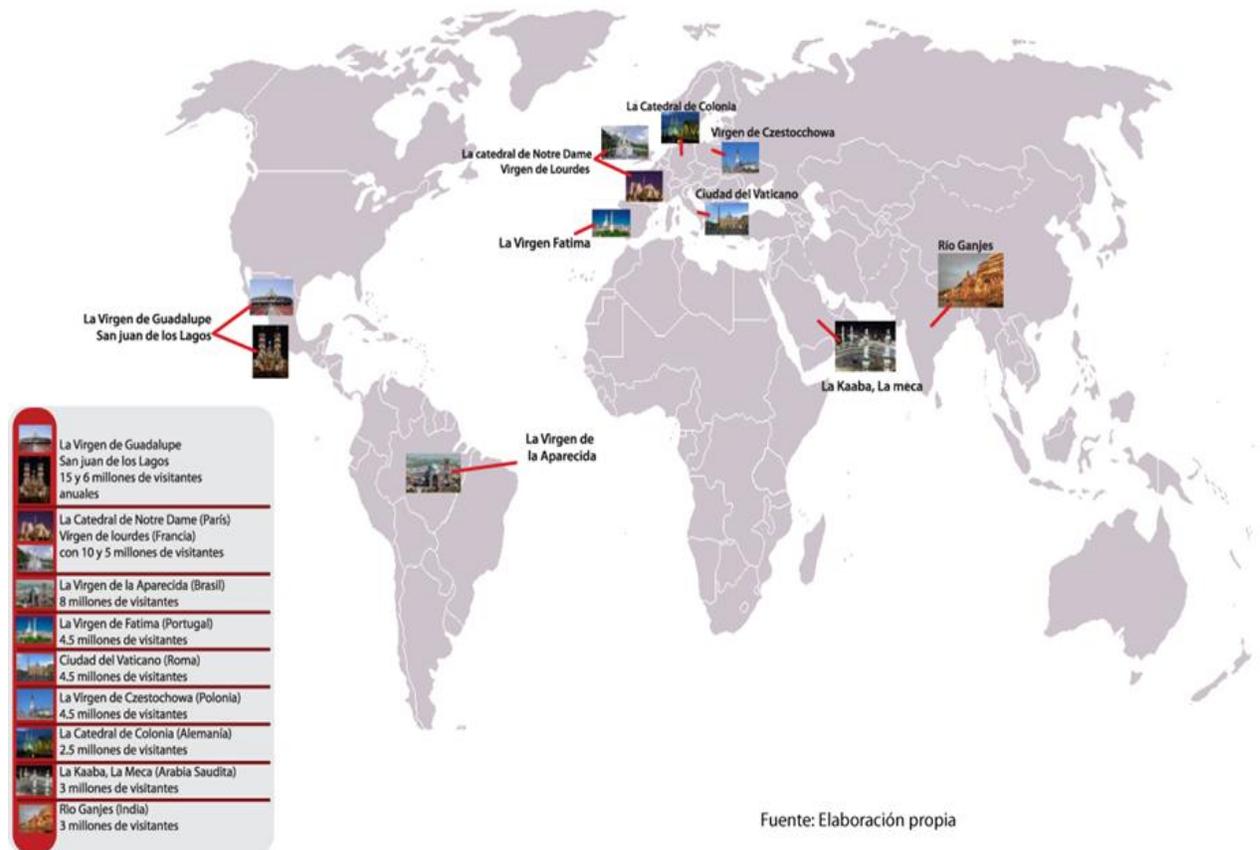
Por lo que atañe a la importancia del turismo religioso, se tiene que la industria de los viajes por causas religiosas o espirituales en el mundo, mueve a unos 300 millones de personas cada año con un volumen de facturación de 13 mil millones de euros, es decir, 16.8 mil millones de dólares de acuerdo 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).

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 15 y 6 millones de visitantes anuales, 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, la Virgen de Fátima en Portugal con 4.5 millones, Ciudad del Vaticano en Roma con 4.5 millones, la Virgen de Czetchowa en Polonia con 4.5 millones, la Catedral de Colonia en Alemania con 2.5 millones, Río

⁸Mexican Business Web. En: <http://www.mexicanbusinessweb.com/noticias/inversiones-infraestructura.phtml?id=10874>

Ganjes en la India con 3.5 millones y la celebración musulmana en la Kaaba la Meca en Arabia Saudita con 3 millones (SECTUR, 2009b). Observe la figura 1.

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



Estos espacios religiosos se ubican fundamentalmente en Europa y en América Latina, en donde predomina la religión católica y se localizan en zonas consideradas urbanas. Ello obedece a que el turismo religioso se deriva en parte a sus feligreses, que visitan de manera importante y constante los lugares que consideran santos, pero también 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.

Ante esta situación es importante conocer la distribución geográfica de la religión católica alrededor del mundo, y 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, 2005). Ello confirma que el continente americano y Europeo concentran a la mayor parte de la población católica y auxilian a comprender por qué concentran el mayor número de visitantes religiosos en el mundo, de ahí la importancia de la distribución del turismo religioso en determinados espacios en el mundo.

Con respecto a México, se tiene que el 83% de su población era católica hasta el año 2010 (INEGI, 2010: 6). Es por ello que 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). Esto se debe, a que la religiosidad popular católica de México ofrece una riqueza única 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 tiene reconocido a 253 santuarios o lugares santos de especial devoción (Velasco, 2003: 124). De acuerdo a Vargas (2003: 104) 38 están dedicados a Cristo Crucificado, 6 al niño Dios, 22 a advocaciones marianas, y que aparte de ellos 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, la Basílica de Guadalupe ubicada en la Ciudad de México se encontraba en el año 2007 en la clasificación de primer orden, 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, ya que la devoción cristiana a la Virgen 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, 2007: 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 al pueblo indígena (Rodríguez y Monzón, 2008:341).

El segundo centro de devoción cristiana en México 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, por lo que 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 ocupa el 58.3% de la población

económicamente activa, siendo la actividad comercial, la que ha sido fundamental desde que el Santuario inicio su popularidad de devoción religiosa. Acuden a él peregrinos de diversos estados del centro, occidente y norte de México, así como del sur de los Estados Unidos. De ahí que Martínez (2011: 263-264) mencione que los peregrinos tienen un gasto promedio que oscila alrededor de los \$300 pesos y que si se considera que se reciben aproximadamente seis millones de visitantes, con un ingreso estimado de 1´ 800, 000, 000 de 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 trabajadora está dedicada a actividades comerciales o turísticas.

En tercer centro de devoción cristiana, es el santuario del Santo Niño de Atocha, en Plateros, Zacatecas, el cual ha sido venerado desde el siglo XIX, y es una imagen fiel de la que se encuentra en Madrid, España. Los peregrinos proceden principalmente del centro y norte del México y del sur de Estados Unidos; en esta zona, desde hace años la actividad principal era la agricultura, la ganadería y la minería, pero actualmente muchas personas se relacionan indirecta o directamente con la actividad turística religiosa (Fernández, 2010: 376), por lo que el turismo religioso ha motivado que el 90% de la población del lugar, se dedique a dicha actividad.

En el segundo orden de la clasificación se encuentra en primer lugar, la Basílica de Nuestra Señora del Rosario de Talpa de Allende, con una afluencia anual de 3 millones de peregrinos, los cuales transitan por la Ruta del Peregrino a Talpa. La virgen es conocida como “la chaparrita” por los pobladores. Es una fiesta muy

peculiar que incluye el Baño de la virgen, mientras se encuentran en oración, los talpenses hacen alfombras de flores por donde pasará la virgen; además con el fin de estimular los recorridos por la llamada Ruta del peregrino, se ha establecido un pasaporte turístico, de modo que este se vaya llenando con los sellos que se imprimen en varias de las estaciones del camino, como son zonas de descanso y ermitas, para disfrutar además del paisaje y el itinerario, y al final se recibe un diploma en la Basílica de la imagen de la Virgen de Talpa⁹. En esta clasificación tenemos otros santuarios de devoción cristiana de importancia nacional y afluencia de peregrinos, como el santuario de la Virgen de la Soledad y la Virgen de Juquila, en Oaxaca; San Miguel del Milagro, en Nativitas, Tlaxcala; 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.

En los santuarios de tercer orden 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 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; por el fervor guadalupano del padre Toribio y de sus habitantes. Gracias a la promoción del santuario por sus habitantes, ha aumentado su equipamiento en infraestructura, como mejoras en

⁹En:<http://www.informador.com.mx/jalisco/2011/298540/6/la-ruta-a-talpa-ya-requiere-de-caminantes-con-pasaporte.htm>

sus calles y áreas de estacionamiento; además este año se mencionó por las autoridades del lugar, que el santuario tiene un avance del 80% y que podrá recibir en su explanada cerca de 2 mil personas sentadas¹⁰. Dentro de esta clasificación tenemos 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

Si de acuerdo a esta clasificación sumamos los peregrinos anuales de estos cinco santuarios, tenemos una afluencia de 24 millones 700 mil peregrinos que se desplazan dentro del año por motivos religiosos, sin contar con los otros santuarios que tienen una importancia regional en las festividades religiosas; la derrama económica generada ha llevado a que la actividad turística favorezca al desarrollo económico de los espacios involucrados.

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

¹⁰En :<http://noticiasalday.com/santo-toribio-aumenta-su-magnetismo-religioso/>

de desdibujarse frente a la modernización parecen fortalecerse y reinventarse, frente a las tendencias homogeneizadoras modernas.

En el siguiente cuadro se puede apreciar la clasificación mencionada de los santuarios más importantes según su orden, el municipio y Estado, su espacio rural y/o urbano, procedencia y afluencia de peregrinos anuales.

Cuadro 1. Tipología de Santuarios, características y principales sitios de peregrinación 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
Santuarios de primer orden				
Basílica de Guadalupe	Distrito Federal	Urbano	Principalmente del sur de Estados Unidos y todo el país. Tiene visitas de un gran número de países	12 a 14 millones ¹¹
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	6 millones
Santo Niño de Atocha	Plateros, Fresnillo, Zacatecas	Urbano	Centro y norte de México y sur de Estados Unidos	1 millón 500 mil ¹²
Santuarios de segundo orden				
Basílica de nuestra Señora del Rosario de Talpa	Talpa de Allende, Jalisco	Rural	Centro y occidente del país	3 millones ¹³
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 ¹⁴
San Miguel del Milagro	Nativitas, Tlaxcala	Rural	Puebla, Veracruz, Estado de México y	2 millones y medio ¹⁵

¹¹Robles, J. 2004. Turismo religioso, alternativa de apoyo a la preservación del patrimonio y el desarrollo. En: <http://sincronia.cucsh.udg.mx/salgado04.htm>

¹²Fernández, A. 2003. El Santo niño de Atocha: Origen, función y actualidad. Cuicuilco, enero-abril, año/vol. 10, núm. 27. México; pp. 35

¹³En: <http://www.turista.com.mx/article1765.html>

¹⁴Diario local, 2011. En: <http://www.animalpolitico.com/2011/01/juquila-cuando-solo-queda-la-fe/>

¹⁵Diario local. En: <http://www.tv3puebla.com/2011/09/29/miles-de-peregrinos-acuden-al-templo-de-san-miguel-arcangel/>

			Querétaro	
Virgen de Zapopan	Zapopan, Jalisco	Urbano	Estados circunvecinos y centro del País	2 a 3 millones ¹⁶
Señor de Chalma	Estado de México	Urbano	Estado de México, D.F, Michoacán, Querétaro, Guerrero y la Huasteca	1 millón y medio ¹⁷
Cristo Rey	Silao, Guanajuato	Urbano	Guadalajara, Aguascalientes, Durango y Zacatecas	1 millón 400 mil ¹⁸
Cristo de las Noas	Torreón, Coahuila	Urbano	Norte del país	70 mil ¹⁹
La virgen de Ocotlán	Tlaxcala, Tlaxcala	Urbano	Centro del País	Miles de peregrinos ²⁰
Santuarios de tercer orden				
Santa Ana de Guadalupe	Jolostotitlan, Jalisco	Rural	Centro y occidente del País	Más de 200 mil peregrinos ²¹
Niño Doctor	Tepeaca, Puebla	Rural	Centro del País	50 mil ²²
Cristo Negro	Otatitlán, Veracruz	Rural	Oaxaca, Puebla, tabasco y Veracruz	25 mil ²³
La Virgen de Izmal	Yucatán	Rural	De la región	5 mil ²⁴
Virgen de la Candelaria	Tlacotalpan, Veracruz	Rural ²⁵	De la región de Veracruz	Miles de peregrinos

Fuente: Elaboración propia

Es de apreciarse que el turismo cultural en su vertiente de turismo religioso en México, 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.

¹⁶ En:file:///E:/al-menos-2-millones-de-peregrinos-participan-de-la-romeria-en-zapopan.htm

¹⁷ El sol de Toluca. En: <http://www.oem.com.mx/elsoldetoluca/notas/n585639.htm>

¹⁸ En: <http://www.am.com.mx/Nota.aspx?ID=523248>

¹⁹ En:<http://www.diputadospri.org.mx/res-01/oldsite/prensa.php?accion=texto¬icia=7181>

²⁰ En: <http://www.oem.com.mx/elsoldetlaxcala/notas/n2081201.htm>

²¹ 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

²² En:

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

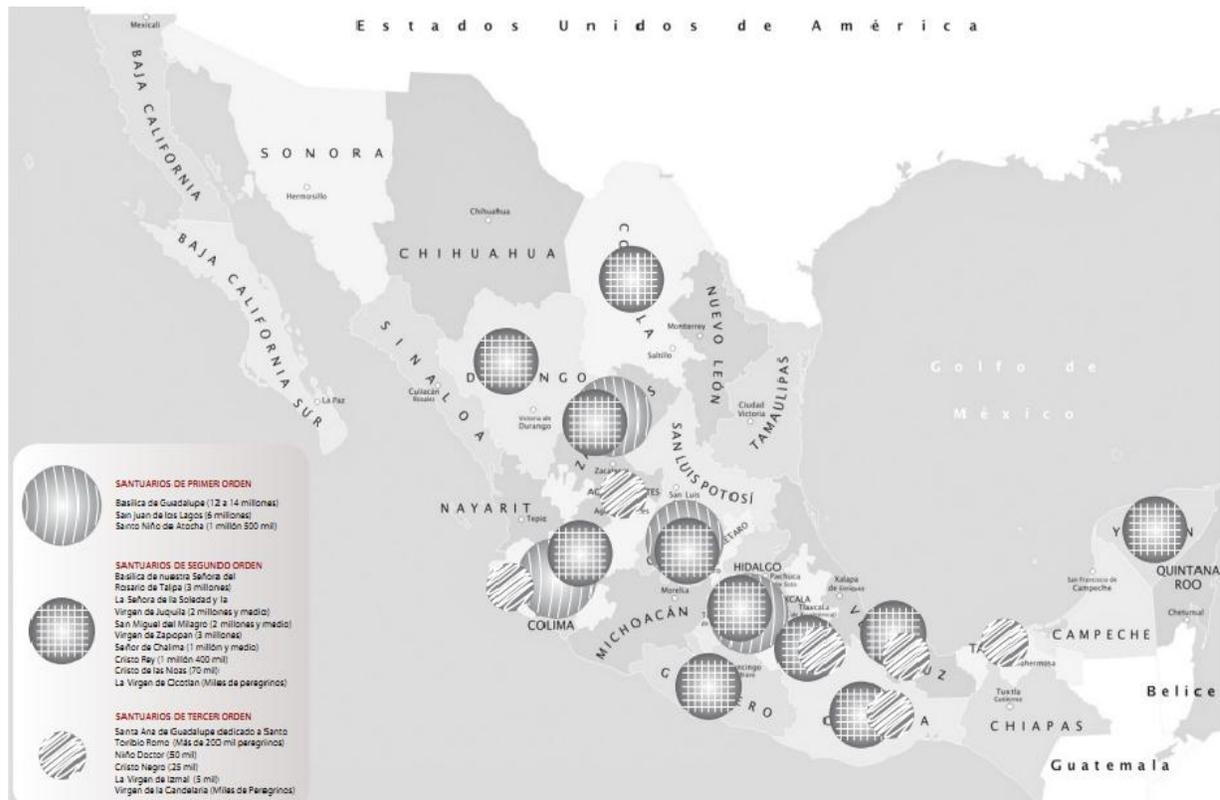
²³ En: <http://enlace.vazquezchagoya.com/nota.php?id=4809>

²⁴ Diario local. Miles de fieles siguen arribando al santuario.

En:<http://thematrix.sureste.com/cityview/merida1/tours/camarin.htm>

²⁵ En:\La Comunidad » Veracruz - Turismo Cultura Historia Aventura y Viajes » Todo listo para la fiesta de La Candelaria Tlacotalpan Vive.htm

Figura 2. Clasificación de los santuarios más importantes de México.



Fuente: Elaboración propia

Indudablemente, es grande la disponibilidad de recursos culturales con los que cuenta nuestro país, resultado del proceso de evangelización y catequización realizado desde la época de la conquista, principalmente en los espacios rurales, lo que representa un nicho de mercado importante para la conformación de un modelo de desarrollo²⁶, a través de nuevos mercados y productos turísticos, por su identidad cultural e histórica existente. Por lo tanto las estrategias para aprovechar estas oportunidades deben ser tomadas por todos los agentes económicos, sociales, e institucionales, para generar una mayor participación local, a través de una apropiada política de gestión turística, que lleve a la consolidación del

²⁶ Osvaldo Sunkel, menciona que la sociedad humana, su entorno biofísico natural y construido forman un solo sistema global de interdependencia (Sunkel y Paz, 1981: 37).

producto turístico, como fuente de desarrollo, de riqueza alternativa o complementaria.

CONCLUSIONES

La riqueza natural y cultural que tienen los espacios urbanos y rurales de México, lo hacen propicio para desarrollar una amplia gama de productos turísticos para responder a la demanda de actividades de recreación con características muy especiales.

Así, el turismo religioso, representa una opción para contribuir en el mejoramiento de la calidad de vida, a través de la generación de empleos e ingresos, ya que existe fidelidad sobre el destino de visita a los diversos santuarios, lo que propicia que el peregrino regrese año con año. La movilidad de peregrinos que se desplazan dentro de la nación por motivos religiosos, genera una derrama económica, de 40 mil millones de pesos desde el 2004, la cual ha sido superada año tras año, ya que el turismo motivado por la cultura, desde el 2011, representa el 5.5% de los viajeros nacionales y el 2.9% de los internacionales, mientras que el interés sobre los destinos culturales en el mercado nacional alcanza el 35.7% y 37% en el internacional; donde más del 40% de los turistas que viajan a México, realizan actividades culturales como parte de su viaje y 70 millones de turistas nacionales e internacionales realizan actividades relacionadas con la cultura. Si bien es cierto que las peregrinaciones de los espacios urbanos y rurales son importantes tanto cultural como económicamente, se tiene que estos están

creciendo y que las celebraciones se realizan en distintas fechas que no chocan con otras peregrinaciones o con las más importantes.

Estos resultados son apreciados en la clasificación de orden, donde solo cinco de los santuarios representativos, como la Basílica de Guadalupe, San Juan de los Lagos, Santo Niño de Atocha, la Basílica de nuestra Señora del Rosario de Talpa y Santa Ana de Guadalupe, suman 24 millones 700 mil peregrinos, por lo que los ingresos del turismo religioso juega un papel predominante. En consecuencia, este proceso tiene una implicación de impacto económico y social en el modelo de desarrollo, por lo cual la condición de vida de una sociedad de los espacios urbanos y especialmente del rural, pueden satisfacerse mediante la utilización racional y sostenida de todos los recursos del desarrollo, por lo tanto, es una opción o complemento para las actividades no tradicionales y como generador de desarrollo local.

Es importante que se trabaje y aproveche adecuadamente el potencial de recursos culturales con los que cuenta México, ya que es una opción de desarrollo, la cual debe ser realizada con el involucramiento y participación de todos los agentes o actores sociales y económicos, incluido el gobierno local de los diferentes espacios, principalmente del rural.

Finalmente, hay que señalar, que no por ser local, rural o ser poblaciones pequeñas o grandes, no significa dar menos crédito al sentido del desarrollo local en el fomento de las actividades turísticas; ya que de alguna manera, hoy el espacio mundo está totalmente interconectado, principalmente por los medios de

comunicación, donde no solo lo económico, lo social y ambiental, nos influye, sino incluso las emociones.

BIBLIOGRAFIA

- Albuquerque, F. 1997. "Metodología para el desarrollo económico local", ILPES/CEPAL, Santiago de Chile, pp. 313-326
- 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
- Banxico, 2010. *Principales países receptores de turistas* en: www.cptm.com.mx/work/sites/CPTM/.../fact_sheet_2012_enero.pdf
- Boisier, S. 2005. ¿Hay espacio para el desarrollo local en la globalización? *CEPAL*, núm. 86, pp. 47-62
- Buarque, S. 1999. *Metodología de planeamiento do desenvolvimento local e municipal sustentable*, 2da. Edición, Recife, Brasil, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), pp. 172.
- Castillo, C. 2011. "La conceptualización de los segmentos turísticos en Andalucía: Una breve aproximación", en *Turismo y desarrollo local*, vol. 4, núm. 10
- Corona, M. 2009. *Para entender la economía Mexicana*, Ed. Siena, 4ª ed., pp.132.
- Cruz, C. y Monroy, P. 2005. México santuario turístico, *Revista Fortuna*, México en: <http://www.Mexico santuario turístico>.
- Darchary, A. y Arnaiz, S. 2004. Desarrollo y turismo en la costa de Jalisco, *Espacio y desarrollo: las perspectivas teóricas*, COECYTJAL, México, pp. 240.
- Fernández, A. 2010. El Santo Niño de Atocha: patrimonio y turismo religioso. *Pasos*, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 8, núm. 2, España, pp. 375-387
- Finot, I. 2005. Descentralización, transferencias territoriales y desarrollo local, *CEPAL*, pp. 29-46
- Flores, C. 2008. "Desarrollo local y turismo", *Instituto de investigación y servicios y consultoría turística-U.M.S.A*, pp.8
- García, J. y Poyato Ma. 2002. *La función social del patrimonio histórico: el turismo cultural*, Universidad de Castilla, La Mancha, pp.179

Germain, A. 2007: "El mercado español de turismo religioso, un sector prometedor para la profesión", en *EDITUR*, No. 2.480, (26 de octubre de 2007).

INEGI, 2010. *Panorama sociodemográfico de México* en: http://buscador.inegi.org.mx/search?tx=religion+catolica&CboBuscador=default_collection&q=religion+catolica&site=default_collection&client=frontend_1&output=xml_no_dtd&proxystylesheet=frontend_1&getfields=*&entsp=a__inegi_politica&Proxyreload=1&numgm=5

INEGI-SECTUR. *Cuenta Satélite del Turismo de México 2004-2007*, pp. 40-70 en: <http://www.fusda.org/Revista%2014/Revista14-3%20ELTURISMOENMEXICO.pdf>

Maldonado, M. 2005. "El turismo religioso católico en México (Estudio sobre la IV visita del Papa Juan Pablo II, enero 1999)" *Ponencia IV Congreso Nacional y I Internacional de Investigación Turística*, Zapopan, Guadalajara.

Mariscal, A. 2007. A vueltas con el turismo cultural y religioso en Andalucía: El caso de la romería del Roció (Almonte- Huelva), *Ponencia en Jornadas El fenómeno religioso*, Presencia de la religión y de la religiosidad en las sociedades avanzadas. Universidad de Sevilla, Pp. 1-16 en: <http://www.centrodeestudiosandaluces.info/cursos/adjuntos/881511.pdf>

Martínez, R. 2011. Los Altos de Jalisco: un enclave turístico religioso. En: *Turismo Rural en México. Complemento o exclusión en el desarrollo territorial rural*, Juárez, J. P. y Ramírez, B. (Coordinadores), Ed. Altres Costa Amic, COLPOS Puebla, México, pp. 251-283

OET, 2008. *Turismo religioso. Italia como mercado emisor*. Oficina Española de Turismo en Roma.

OMT, 2010. *Estadísticas de turismo a nivel mundial- Organización mundial de turismo* en: <http://www.grupovisiting.com/blog/estadisticas-de-turismo-a-nivel-mundial-organizacion-mundial-del-turismo/>

OMT, 2011a. *Estadísticas del Turismo a nivel Mundial* en: http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_barom12_01_january_statistical_annex_en_excerpt.pdf

OMT, 2011b. *Panorama OMT del turismo internacional* en: http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11sphr_2.pdf

ONU, 2008. *Informe sobre desarrollo humano* en: http://hdr.undp.org/en/media/HDR_20072008_SP_Complete.pdf

- Ortiz, C. 2005. Desarrollo rural y turismo. *Potencialidad y propósitos del turismo. En: El espacio rural*. Darchary, A., Orozco, J. y Arnaiz, S. (Coordinadores), México, pp. 77-85
- Ostrowki, M. 2002. *Peregrinación o turismo religioso* en: [Http://www.mercaba.org/Fichas/Évangelizacion/peregrinacion_o_turismo_religiosos.htm](http://www.mercaba.org/Fichas/Évangelizacion/peregrinacion_o_turismo_religiosos.htm)
- Porcal, Ma. 2006. Turismo cultural, turismo religioso y peregrinaciones en Navarra. Las Javieradas como caso de estudio, *Cuadernos de Turismo*, núm. 18. España, pp. 103-134.
- Precedo, A. 2004. El modelo de desarrollo comarcal, *Boletín de la AGE*, núm. 38, pp. 29-45.
- Rodríguez, Ma. y Monzón, M. 2008. “La Virgen María en los exvotos mexicanos”, *Destiempos. Com, Tradiciones y Culturas Populares*, núm. 15, pp. 340-352
- 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, pp. 168
- Sancho, A. 2008. *Introducción al turismo*, OMT, pp. 393
- SECTUR, 2009a. *Turismo* en: http://www.sectur.gob.mx/PDF/SECTUR_GOBIERNO_2010.pdf
- SECTUR, 2009b. *Dimensionamiento del Turismo espiritual en México* en: <http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/15653/DIMENSIONAMIENTODELTURISMOESPIRITUAL.pdf>
- SECTUR, 2011. *Consejo de Promoción Turística de México* en: http://mx.visitmexicopress.com/wb/pressmx/pres_cultural/
- Solari, A. y Pérez, M., 2005. “Desarrollo local y turismo: relaciones, desavenencias y enfoques”, *Economía y sociedad*, julio-diciembre, año/vol. X, núm. 016, pp. 49-54
- Sunkel O. y Paz, P., 1981. *El subdesarrollo latinoamericano y la teoría del desarrollo*, Editorial Siglo 21, México, pp. 268.
- Talavera, A. 2003. “Turismo cultural, culturas turísticas”, *Horizontes Antropológicos*, vol. 9, núm. 20, pp. 31-57
- Turner, V. 1988. *El proceso ritual, Estructura y antiestructura*, Ed. Taurus, Madrid, pp.78

- Vargas, G. 2000. "La organización de la peregrinación general corporada de oriente al Santuario del Cristo de Otatitlán, Veracruz", *Mitológicas*, Centro Argentino de Etnología Americana, vol. 15, pp. 75-87
- Vargas, G. 2003. "Peregrinación y santuario", *La palabra y el hombre*, núm. 128, pp. 99 – 121
- Velasco, J. 2003. "Catolicismo popular en México: líneas temáticas para el estudio de los ámbitos de influencia ritual y devocional", *La Palabra y el Hombre*, núm. 128, pp. 123 – 143.
- Villa, M. 2008. *¿Qué hacemos con el campo mexicano?* COLPOS-MP, México, pp.231
- Villa, M.R. (coordinador), 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*, Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid, pp. 367
- Wearing. S. y Neil. J., 1999. *Ecoturismo, impacto, tendencias y posibilidades*, Ed. Síntesis, Madrid, España, pp. 24

CAPITULO II

EL TURISMO RELIGIOSO IMPULSOR DEL DESARROLLO LOCAL. ANÁLISIS DE LA PEREGRINACION A SAN MIGUEL DEL MILAGRO NATIVITAS, TLAXCALA, MÉXICO²⁷

RESUMEN

La política económica implementada como modelo neoliberal en México, trajo consigo que los agentes ligados directamente al medio agrícola y rural quedaran desprotegidos; por lo que una de sus consecuencias inmediatas fue la crisis del sector agrícola de temporal y la transformación económica del medio rural. Es así como se fomenta el trabajo asalariado, el autoempleo, la precarización del empleo rural y la pluriactividad u multiocupación; lo que ha llevado a reconfigurar el desarrollo local. La información recabada para este escrito se obtuvo de una muestra no probabilística de los peregrinos que acudieron en grupo al santuario. En este artículo se analiza la derrama económica directa e indirecta generada por los peregrinos durante su tiempo de permanencia. Entre los resultados se encontró que la contribución económica directa de los peregrinos en la localidad de San Miguel fue de \$422.73, en relación a la indirecta de \$244.71; los peregrinos en su mayoría son adultos jóvenes (67%), siendo el 88.3% hombres, con 7.3 años de promedio educativo, respecto a un 5% que no tiene estudios, mientras que su medio de transporte es a pie o en bicicleta 51.7%. Las principales

²⁷ Artículo enviado para su publicación; a la revista: En Claves del Pensamiento; Escuela de Humanidades y Ciencias Sociales del Tecnológico de Monterrey incluida en el Índice de Revistas Mexicana de investigación Científica y Tecnológica (CONACYT).

peregrinaciones rurales proceden de Tlaxcala (71%), subrayando la importancia e impacto del turismo cultural, específicamente del religioso en el santuario.

Palabras clave: Turismo religioso, peregrinaciones, impacto económico, desarrollo local.

CHAPTER 2

RELIGIOUS TOURISM DRIVE LOCAL DEVELOPMENT. ANALYSIS OF THE PILGRIMAGE TO SAN MIGUEL'S MIRACLE NATIVITAS, TLAXCALA, MEXICO

ABSTRACT

The economic policy implemented as neoliberal model in Mexico, the agents brought directly linked to rural agricultural environment and remains sun protected, so that one of its immediate consequences was the crisis of rain fed agriculture and rural economic transformation. Thus is encouraged wage labor, self-employment, job in security and rural pluriactivity or multi-occupation, which has lectured on figure local development. The information gathered for this paper was obtained from an on random sample of the pilgrims who came in groups to the sanctuary. This article analyzes the direct and indirect economic benefit generated by the pilgrims during their tenure. The results found that the direct financial contribution of the pilgrims in the town of San Miguel was\$ 422.73, compared to the indirect \$ 244.71; the pilgrims are mostly young adults (67%), with 88.3% men, with average 7.3 years of education compared to 5% who does not graduate, while his mode of transportation is by foot or bicycle 51.7%. The main rural pilgrimages are from Tlaxcala (71%), underlining the importance and impact of cultural tourism, specifically the religious in the sanctuary.

Keywords: Religious tourism, pilgrimage, economic impact, local development.

INTRODUCCIÓN

Bajo el modelo de desarrollo económico imperante, se están redireccionando las funciones que deben cumplir los gobiernos nacionales en política económica y específicamente en el impulso a los procesos de desarrollo local para la gestión del aprovechamiento sostenible de los recursos locales endógenos. Con el objetivo de impulsar nuevos estilos de desarrollo basados en las potencialidades de las economías locales, se ha revalorado y fomentado las actividades no convencionales o tradicionales como el turismo rural, las artesanías, actividades vinculadas al patrimonio cultural, entre otras (Piñeiro y Cardeillac, 2010: 58). La importancia de esas actividades no agrícolas y en especial, el turismo ha tenido efectos positivos al favorecer la generación de empleos, ingresos, divisas, ingresos públicos, actividades empresariales y generación de nuevos bienes y servicios, lo que ha permitido impulsar el desarrollo económico y social para las regiones receptoras (Goded, 2002: 112-113).

Vogeler y Hernández (2000: 25-26) mencionan que se ha venido dando un “boom turístico” desde los años cincuenta del siglo pasado y de acuerdo a Sancho (2008: 11) las actividades recreativas de mayor relevancia de este sector han sido los espacios de sol y playa. Pero en las últimas décadas los espacios turísticos se están reconfigurando y uno de los factores que han incidido, es la conciencia medio ambiental de los turistas, además de que hoy se considera que el turismo de masas tiene efectos sociales y ambientales negativos. En este contexto surge la búsqueda de lugares de descanso y recreación distintos a los tradicionales y con la motivación de tener contacto con la naturaleza, enfatizando la conservación

de los recursos y el medio ambiente, el valor histórico y el reconocimiento de elementos culturales; es así como surge el turismo alternativo (Díaz, Nava, Gallardo, Cruz y Fajersson, 2008: 200). Una de las vertientes del turismo alternativo es el turismo religioso integrado en el llamado turismo cultural (Castillo, 2011).

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) la actividad turística a partir del 2006 se convirtió en uno de los sectores económicos más rentables; y obedece en parte al crecimiento constante de los flujos turísticos a pesar de las crisis económicas -que enfrenta las diversas economías a escala mundial y en especial la del sector crediticio e inmobiliario, ello ha traído consigo el aumento del desempleo-y al surgimiento de pandemias como la gripe (SECTUR, 2009). Derivado de ese contexto, en el año 2011 en el mundo se tuvieron 980 millones de llegadas de turistas internacionales, lo que representó un incremento del 4% con respecto al año anterior (OMT, 2012). Por otro lado, según la OMT en el 2010 su contribución al empleo se estimó entre el 6% y el 7% del total de puestos de trabajo en el mundo. En lo que concierne al turismo religioso, Germain (2007: 21-25) menciona que en el año 2007 unos 150 millones de peregrinos viajaron a lugares relacionados con la tradición cristiana y la Organización Española de Turismo (OET, 2008) indica que las movilizaciones por causas religiosas en el mundo, representaron aproximadamente 300 millones de personas que viajaron. Ello significa que existe una importante derrama económica en este sector turístico.

En México, el turismo religioso cuenta con un potencial de 34 millones de visitas nacionales a templos religiosos que generan una derrama económica de 10 mil 200 millones de pesos²⁸. Los santuarios localizados en espacios urbanos concentran las mayores peregrinaciones del país, es el caso de la Basílica de Guadalupe en el Distrito Federal que congrega anualmente de 12 a 14 millones de peregrinos (Robles, 2004), seguido del Santuario de San Juan de los Lagos en los Altos de Jalisco con 6 millones (Martínez, 2011: 263-264) y el Santo Niño de Atocha con 1 millón 500 mil peregrinos (Fernández, 2003: 3). Mientras que en los espacios rurales se concentran peregrinaciones un poco menos numerosas, pero de relevante valor religioso, es el caso de la Basílica de Nuestra Señora del Rosario en Talpa de Allende en el estado de Jalisco con una afluencia anual de 3 millones²⁹ de peregrinos, la señora de la Soledad y la Virgen de Juquila, en Oaxaca con 2 millones 500 mil³⁰ peregrinos y San Miguel del Milagro en Nativitas, Tlaxcala, con 2 millones 500 mil³¹ peregrinos, entre otros Santuarios no menos importantes.

En este contexto, el turismo religioso forma parte de los espacios urbanos y rurales, y se relaciona directamente con el desarrollo local. Esta investigación tiene como objetivo analizar la derrama económica de las peregrinaciones en los espacios religiosos rurales, el caso del Santuario de San Miguel del Milagro en el municipio de Nativitas en el estado de Tlaxcala, México.

²⁸Consultado en: <http://turismoespiritual-religioso.blogspot.mx/2009/04/la-derrama-economica-es-de-10-mil-200.html>

²⁹En: <http://www.turista.com.mx/article1765.html>

³⁰Diario local, 2011: <http://www.animalpolitico.com/2011/01/juquila-cuando-solo-queda-la-fe/>

³¹Diario local, 2011: <http://www.tv3puebla.com/2011/09/29/miles-de-peregrinos-acuden-al-templo-de-san-miguel-arcangel/>

LA DERRAMA ECONOMICA DEL TURISMO RELIGIOSO Y SU IMPORTANCIA EN EL DESARROLLO LOCAL

Ante los cambios que propuso el modelo económico neoliberal y específicamente la liberación del mercado, trajo consigo que los agentes ligados directamente al medio agrícola y rural quedaran desprotegidos. Una de las consecuencias inmediatas fue la crisis del sector agrícola de temporal y la transformación económica del medio rural. Es así como se fomenta el trabajo asalariado, el autoempleo, la precarización del empleo rural y la pluriactividad u multiocupación (Teubal, 2001: 46) y de acuerdo a Kay (2007: 32) este cambio impulsa el aumento de las actividades no agrarias y estimula los cambios en los patrones culturales y de vida como respuesta para conseguir la sobrevivencia. Cartón de Grammont (2009: 14) refiere que se transitó de una sociedad agraria que se caracterizaba por predominar en su economía el sector agropecuario, a una sociedad rural en donde este sector no sólo coexiste con otras actividades económicas, sino que es la actividad menos importante en el número de hogares involucrados y del ingreso que obtiene.

Frente a la transformación económica en el medio rural, Pérez (2001) replantea el concepto de medio rural como el espacio en donde sus agentes sociales realizan actividades agrícolas, no agrícolas, extractivas y de turismo. Este proceso impulsa el desarrollo territorial rural, Schejtman y Berdegué (2004: 30), lo definen como un proceso de transformación productiva e institucional de un espacio rural determinado, cuyo fin es reducir la pobreza rural. Ello significa que es un proyecto de desarrollo rural, que busca articular el territorio rural a los mercados, con base a la competitividad local junto a la institucionalidad incluyente, con horizontes de

mediano y largo plazo. Es decir, que a través de instrumentos y políticas públicas de gestión dirigidos a estimular el aprovechamiento de los recursos locales endógenos, para impulsar nuevos estilos de desarrollo basados en las potencialidades de las economías locales (Juárez y Ramírez, 2007), por lo que se destaca la importancia del Empleo Rural No Agrícola (ERNA), como estrategia de combate a la pobreza.

Es importante contextualizar al turismo religioso dentro del ERNA ya que de acuerdo a Ramírez (2008: 37), Mora (2005: 106), Rodríguez y Meneses (2011) se constituye en un instrumento de las familias para diversificar el ingreso de los hogares fuera de las actividades agrícolas en una región, espacio o comunidad con el fin de enfrentar las restricciones asociadas con la ausencia de mercados financieros, de seguros e instituciones que fomenten las operaciones en las actividades agrícolas. Haciendo referencia propiamente a la actividad turística y específicamente el turismo religioso se considera que impulsa el desarrollo local, porque busca aprovechar las ventajas de los espacios rurales mediante el fomento de las actividades relacionadas con el ocio, la cultura y religión, convirtiéndose así en un proceso dinámico de ampliación de capacidades locales que permite mejorar los ingresos y calidad de la vida de la población (Flores, 2008: 3). Como el fin no es solo reducir la pobreza, el desarrollo local además busca lo integral, autónomo y la capacidad de retención del excedente para invertirlo en la región para contribuir en la inclusión social, la sustentabilidad ambiental y la auto identificación socio-territorial de las comunidades (Darchary y Arnaiz, 2004: 19-20). En las últimas décadas ante el cambio de la oferta y demanda turística surge el turismo alternativo destacando el turismo cultural y específicamente el religioso

(García y Poyato, 2002: 60). El turismo cultural se define como un segmento del mercado turístico que ofrece al visitante un conocimiento más profundo de otras culturas, costumbres y tradiciones, formas de vivir y de entender el mundo; ya que ofrece un contacto más cotidiano y cercano del comportamiento cultural de otras poblaciones (Guerra, 2005: 3). A condición de su patrimonio cultural que es representado por el conjunto de manifestaciones u objetos nacidos de la producción humana, que una sociedad ha recibido como herencia histórica, y que constituyen elementos significativos de su identidad como pueblo (Lull, 2005: 181), es decir, que la manifestación de la actividad religiosa a través del tiempo proporciona identidad a una comunidad, reconociéndose a través de manifestaciones de la naturaleza, cultura, arquitectura, urbanismo, gastronomía, costumbres, bailes populares, entre otros (Quesada, 2005).

De esta manera, las manifestaciones religiosas se hacen tangibles en las peregrinaciones, las cuales se realizan desde la antigüedad como una expresión de ofrenda de los creyentes en la búsqueda de la divinidad y redención (Peñuela, 2011: 5) y se constituyen en un fenómeno conectado a la naturaleza del ser humano; por lo que el peregrino se percibe como alguien en busca de Dios, de respuestas y socorro para sus necesidades espirituales o materiales (Cortez, 2004: 2), por lo que es una experiencia en la que el individuo descubre un camino interior al entrar en contacto con varios santuarios en su recorrido, donde descubre, su historia, la cultura y su elemento religioso a través de la fe. De acuerdo a Morinis (1992: 9) es un sistema que se define por el viaje, el santuario y los propios peregrinos que tienen diferentes motivaciones por las cuales se movilizan. En donde la actividad religiosa es entendida como una expresión

cultural vinculada a la religión y refleja la apropiación de valores, prácticas y creencias que a través del tiempo son vigentes en una región y esto permea en cierto sentido el actuar de las personas ahí establecidas (González, 2009). En este contexto, las fiestas patronales o religiosas, dan a conocer las características de la religiosidad popular, siendo contempladas y apreciadas en los lugares de celebración: como los santuarios (Dachary y Arnaiz, 2005: 122-123).

El peregrinaje hacia los centros de culto, también está vinculado a ceremonias con los ciclos agrícolas (Esteve, 2009a) y moviliza gran cantidad de personas lo que conlleva a un turismo religioso. En las últimas décadas este tipo de turismo ha alcanzado una importancia cardinal en el sector turístico, es por ello que algunos autores como Vukonik (1997: 53), Graburn (1983: 16), coinciden en identificar a la peregrinación con el turismo, ya que el comportamiento de peregrinos y turistas es similar, tanto durante el viaje y la estancia, diferenciándose solo en la motivación; por lo que la OMT citada por Mariscal (2007: 6), en su definición sobre turismo añade una propuesta que hace referencia al turismo religioso, expresado en el movimiento de personas debido esencialmente a motivos culturales, como viaje de estudios, viajes a festivales u otros eventos turísticos, así como, visitas y monumentos, viajes para estudiar a la naturaleza, el arte, el folkllore y las peregrinaciones. Por lo que según Esteve (2009b: 1), el turismo religioso es definido como una actividad turística a través de la cual quienes la realizan pretenden alcanzar gracias espirituales, buscando la proximidad, la inmersión, o el contacto con lo sagrado.

Por lo que respecta al impacto económico del turismo religioso, Pisano, Zuleta, Jaramillo y Rey (2004); González y Ramírez (2008) y Herrero (2004) han trabajado

en explicar y medir su importancia económica y su respectiva implicación social en las comunidades donde se llevan a cabo las fiestas religiosas; al respecto se puede decir que los efectos económicos del turismo religioso, se clasifican en directos -corresponden al gasto generado en la compra de bienes y servicios por los participantes-; los indirectos -que hacen referencia a los ingresos complementarios a la producción tradicional que resultan de los ingresos recibidos por hoteles, restaurantes, comercios, empresas de transporte, eventos de la fiesta, entre otras, por los bienes y servicios ofrecidos durante dicha actividad y que son parte del atractivo turístico-; los inducidos -efectos multiplicadores sobre la producción y el empleo-; y el económico total que es la suma de los efectos anteriores (Pisano, Zuleta, Jaramillo y Rey, 2004: 77-78).

Es por ello que se considera que al momento de realizar su viaje el peregrino, aparte de su actividad religiosa, hace actividad turística al usar los servicios de transporte y adquirir servicios y productos durante su traslado y estancia en el punto final de congregación (Vukonic, 1997: 53). En este sentido la peregrinación genera una derrama económica en la economía local, traduciéndose en un factor importante para el desarrollo (Precedo, 2004: 30).

Se puede decir que el gasto realizado por los peregrinos en la concurrencia de las fiestas patronales y religiosas se considera como efecto directo, debido a que generan beneficios económicos por la compra de productos adquiridos durante su trayecto y en el lugar de festejo o conmemoración (Camelo, 2001: 35). Además, por el gasto en alojamiento y manutención se genera una derrama económica notable en la economía local (González y Ramírez, 2008: 19). Así, el turismo es considerado una actividad generadora de oportunidades de negocios y empleo y

se dimensiona como un elemento promotor del crecimiento sostenible que combate la pobreza en los países menos avanzados (Sancho, 2005: 1-2).

La importancia de los efectos económicos de las peregrinaciones permite generar ingreso a los hogares mediante el autoempleo, contribuyendo de esa forma a la generación de efectos inducidos en el desarrollo local. Es por ello que Fernández (2006:577-578) considera que la práctica turística favorece a la economía y la calidad de vida a través de la oferta de productos y servicios, con la presencia mediadora del habitante del medio rural que da a conocer al visitante una realidad viva, con toda su riqueza natural y cultural. En general, el turismo religioso y específicamente las peregrinaciones pueden considerarse como estrategia de desarrollo en el ámbito rural y como una actividad que complementa al desarrollo local mediante el fomento de las actividades no convencionales relacionadas con el esparcimiento que provee de ingresos y empleo a los pobladores.

OBJETIVOS Y METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

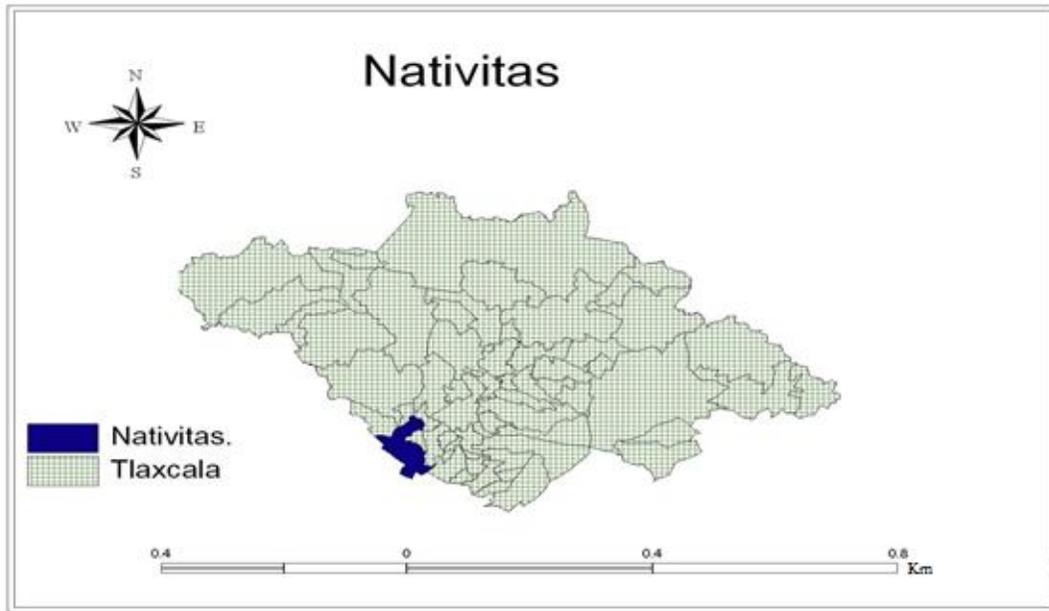
En la investigación se realizó una búsqueda de información documental principalmente en tesis, libros, censos y artículos científicos. Posteriormente se realizaron recorridos de campo en la comunidad y se realizaron entrevistas informales con personas que laboran en el ayuntamiento y las que atienden el santuario sobre aspectos relacionados con las peregrinaciones hacia el santuario específicamente sobre la afluencia de los peregrinos que concurren al santuario en los días próximos y durante la fiesta de San Miguel. La técnica de investigación que se utilizó para la recopilación de información fue la encuesta que cubrió

aspectos sociales y económicos sobre las peregrinaciones hacia el santuario de San Miguel del Milagro.

Al no existir un marco de muestreo sobre el número total de peregrinos que concurren al santuario, se decidió entrevistar al menos a un peregrino que viajara en grupo con la finalidad de asegurar que las distintas regiones de donde concurren las romerías fueran representadas en la investigación, por lo que se encuestaron a 60 peregrinos. Las entrevistas se realizaron del 15 al 30 de Septiembre de 2011. Finalmente, se procesó y sistematizó la información obtenida en Excel y para el análisis de los datos se empleó el software SPSS 15.0.

San Miguel del Milagro se localiza en el municipio de Nativitas, enclavado en el Altiplano central mexicano a 2,200 msnm, entre los paralelos 19° 14" latitud norte y 98° y 19" longitud oeste (figura 1). Es una comunidad eminentemente rural, tiene una población de 1,117 habitantes, el 5% de la población de 15 años y más es analfabeta, su principal actividad económica es la producción de amaranto, tiene un grado de marginación media y el 90.57% de su población no tiene derecho a servicios de salud y presenta un grado de rezago social Muy Bajo (CONEVAL, 2010).

Figura 1. Ubicación geográfica de San Miguel del Milagro, Nativitas, Tlaxcala



Fuente: Elaboración propia

DERRAMA ECONÓMICA DE LAS PEREGRINACIONES A SAN MIGUEL DEL MILAGRO

Se puede decir que la edad promedio de los peregrinos es de 33 años; los peregrinos en su mayoría son adultos jóvenes (67%) y que asisten en un menor porcentaje adultos mayores (8%) y personas jóvenes (25%), al respecto se tiene que el turista cultural es adulto joven cuando tiene de 25 a 35 años y los adultos mayores poseen 55 y más años (Consejo de Promoción Turística de México 2008). En un estudio realizado en la zona de Santo Desierto de Tenancingo en el Estado de México por López Carré (2007) encontró resultados similares al de este

estudio, al decir que las personas participantes eran en su mayoría jóvenes adultos ya que el 55% de los visitantes tenía una edad entre 25 y 43 años.

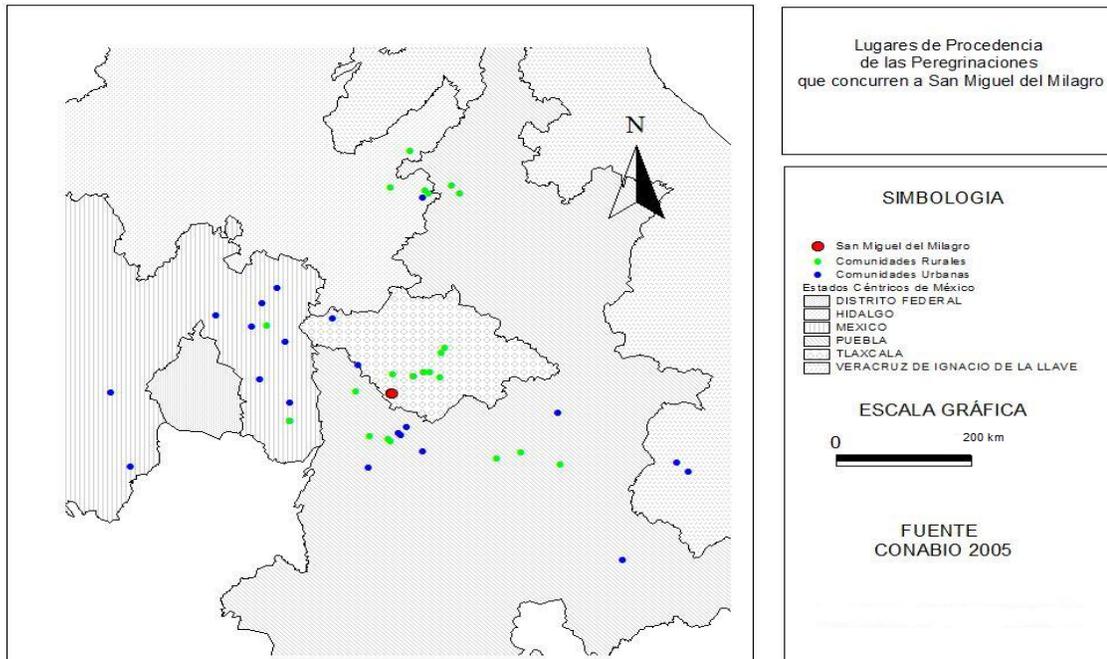
En lo que concierne al nivel educativo, se tiene que en promedio estudiaron 7.3 años, con un máximo de 17 años, es importante destacar que el 5% no tiene estudios, el 43.3% curso algún grado de la primaria, el 48.3% la secundaria y el porcentaje restante mencionó que estudio algún curso de licenciatura. Estos resultados son similares a los encontrados por Ramos (2009) en la festividad de la Virgen de Juquila en Oaxaca en el que menciona que 70% de los peregrinos que comprenden el nivel primaria y el 20% la secundaria. Por otro lado, al realizar un análisis de correlación entre la edad y escolaridad se encontró que existe correlación negativa ($r=-0.451$; $p<0.001$), lo que indica, que los peregrinos de mayor edad tienen un menor nivel de escolaridad. En las peregrinaciones participan fundamentalmente los hombres (88.3%) y se explica en parte a que el peregrinar representa un alto esfuerzo físico y a las vicisitudes del camino.

Un punto importante en el fomento de las actividades turísticas que se debe de tener en cuenta es la actividad productiva y el ingreso de los peregrinos, para poder fomentar esta actividad y ver qué tipo de inversión es la más prudente. Al respecto se encontró que en promedio ganan \$862 semanales, ello significa que las personas que asisten al santuario tienen un nivel económico bajo, ello obedece al tipo de empleo que tienen, al respecto se tiene que los empleados públicos, comerciantes y los ganaderos ganan más de \$900 pesos semanales y los que tienen un oficio, así como los obreros, campesinos y albañiles obtienen ingresos inferiores a los del otro grupo. Se realizó un análisis de varianza y se encontró que

no existe diferencia estadística ($F=1.966$; $p=0.081$) en los ingresos que obtienen los peregrinos por tipo de trabajo. Los peregrinos que provienen de comunidades rurales tienen un ingreso promedio mensual de \$3,376 y en los de las zonas urbanas ganan en promedio \$3,512 mensuales.

El templo de San Miguel data del siglo XVII y llegan al Santuario, el 51.7% de los peregrinos a pie o en bicicleta, el 43.3% en un vehículo automotor destacando en ambos grupos el caminar y el autobús. Con respecto a la concurrencia al santuario se tiene que existen visitas durante todo el año, pero el 92% de los entrevistados comentó que solo asisten una vez al año por la festividad del 29 de Septiembre. Por lo que respecta al área de influencia de las peregrinaciones, se considera que es un santuario regional debido a que llegan feligreses en su mayoría de los estados de Puebla (38%), México (26%), Tlaxcala (23%), Hidalgo (9%), Veracruz (3%) y Distrito Federal (1%). La distancia que recorrieron los peregrinos en promedio fue de 82 kilómetros, con una distancia mínima y máxima de 18 a 195 kilómetros respectivamente. Los peregrinos que recorrieron una distancia menor a los 30 kilómetros (45%) provinieron del estado de Puebla y del Estado de Tlaxcala. El 52% de los peregrinos provienen de espacios urbanos, y las principales peregrinaciones rurales proceden de Tlaxcala (71%). Ver figura 2.

Figura 2. Lugares de procedencia de las peregrinaciones que concurren a San Miguel del Milagro



Fuente: Elaboración propia en base a información proporcionada por los peregrinos.

Otro punto relevante de estudio fue el conocimiento de los gastos indirectos (los efectuados en transporte y los gastos durante la trayectoria de recorrido) y los gastos directos (los efectuados en comida, dulces, artesanías, pulque, ofrendas y misa) durante la estancia en la comunidad. El 38.3% de los peregrinos y principalmente los hombres se desplazaron caminando, y el 13.3% en bicicleta debido a que una de sus mandas o promesas que realizan a San Miguel del Milagro es ir a visitarlo caminando y en bicicleta de ida y vuelta por lo que no genero gasto. Ello significo que el 41.74% se desplazara al santuario en un medio automotor y tuviera gastos de transporte, en promedio ascendieron a \$160 de ida y vuelta; siendo el principal medio de transporte el autobús (36.7%), y a caballo 6.66%. Se observó que se incrementaron los gastos conforme aumentaba la

distancia, los peregrinos provenientes de Tlaxcala gastaron menos (\$60) debido a su cercanía al santuario. Los peregrinos del estado de Puebla en promedio gastaron \$166.5, los de Hidalgo \$186 y Veracruz \$175; y los que tuvieron un mayor gasto fueron las personas que provenían del Estado de México (\$220).

En lo que respecta a los gastos que efectuaron durante su peregrinaje o traslado al santuario se tiene que el 58.3% mencionó que realizó alguna compra y estas en promedio fueron de \$51.3.

De las personas que realizaron su peregrinaje caminando y en bicicleta, el 61.67% gastó en el camino; mientras que el 56% de los que se transportaron en vehículo automotor, y el 50% de los que se transportaron a caballo. El gasto promedio que realizaron las personas que se desplazaron caminando y en bicicleta en promedio gastaron (\$62), que los que viajaron en vehículo (\$35) y a caballo (\$50). También se observó que los peregrinos que laboran en la agricultura y aquellos que son obreros fueron los que realizaron los menores gastos promedio en su recorrido, \$27 y \$33.3 respectivamente. Los albañiles gastaron en promedio \$45, los comerciantes \$50, y gastaron más los que tienen un oficio (\$98), los ganaderos (\$80) y los empleados públicos (\$60). Mediante un análisis de varianza se encontró que no existe diferencia estadística ($F=0.437$; $p=0.871$) en los gastos de los peregrinos por tipo de trabajo.

Durante su estancia en San Miguel del Milagro los peregrinos en promedio realizaron un gasto directo de \$422.73. Al multiplicar el gasto promedio por el número promedio de personas que integran un grupo (36), se estima que la

derrama económica por grupo de peregrinos ascendió en promedio a \$15,218; pero si los multiplicamos por los 2 millones 500 mil peregrinos anuales que concurren al santuario, se tiene una derrama económica total de \$1'056, 825,000.

Los gastos que realizaron fueron diversos, entre los más representativos fueron la compra de ofrendas, artesanías y comidas, lo que significó una importante derrama económica en el espacio local. El 90% de los peregrinos realizó ese tipo de gastos en los puestos que se instalan sobre la calle contigua, principal y en la entrada al santuario y se observó que en promedio gastaron más en ofrendas los peregrinos que asisten al santuario por motivos de mandas (\$123) y peticiones (\$95) y en menor proporción gastaron los que asistieron por tradición (\$75) y para agradecer un milagro (\$56). Los gastos promedios que realizaron en este rubro fue en la compra de flores (\$23.33), veladoras (\$15.91), imágenes (\$28.5), listones o adornos (\$19.3), por lo que el gasto promedio total en relación a la causa principal por la asistencia a la peregrinación fue de \$87.03, y pago de misa, (\$50).

Respecto al gasto aproximado realizado por persona en toda el área del Santuario de San Miguel, en relación a la causa principal por su asistencia a la peregrinación, se tiene que el mayor gasto promedio es del milagro realizado, (\$642.86); por una manda (\$511.11); y por asistir como simple tradición, el gasto promedio fue de (\$475) pesos; mientras que el gasto promedio más bajo (\$442.86), fue de aquellos que asistieron por una petición.

Con respecto a la alimentación se tiene que el 33.33% de los peregrinos desayunaron en el santuario, con un gasto promedio de (\$37.50). Es importante destacar que el 86.66% solo realizó una comida, con un gasto promedio de (\$54.50) y el 11.66% mencionó que cenó, con un gasto promedio de (\$30.70).

Solo el 10% realizó estas tres comidas, con un gasto promedio de (\$100). Al relacionar la procedencia de los peregrinos y compra de comida, se encontró que aquellos provenientes de los municipios de Tlaxcala tuvieron en promedio menores gastos (\$97.85) en comparación con los peregrinos de los municipios más alejados, como Estado de México (\$126.33) y Veracruz (\$115).

En el caso de la compra de artesanías, el gasto promedio fue de (\$75). De acuerdo a la clasificación de espacios rurales y urbanos; aquellos peregrinos que provienen de comunidades rurales gastan menos en artesanías (\$64), en comparación con aquellos provenientes de comunidades urbanas (\$81). Se considera que el hospedaje es un gasto indirecto, y es uno de los principales gastos que se realiza en la actividad turística, al respecto se encontró que en el santuario de estudio no realizaron pago por el hospedaje, ya que la mayor parte (75%) permaneció durante varias horas de la mañana y tarde y el 25% mencionó que pernoctó, ya sea quedándose en el espacio contiguo al santuario o en la casa del peregrino, ello significó que no erogaron ningún gasto.

En general, los gastos promedio totales fueron de \$667.44. Por entidad federativa de procedencia en orden de importancia fueron los siguientes: Hidalgo (\$418), Veracruz (\$412.5), Estado de México (\$313.2), Puebla (\$275.24), Tlaxcala (\$201.64) y el D.F (\$165). A continuación se presenta la síntesis de la información en cuanto a la derrama económica proveniente de los peregrinos. Ver cuadro 1.

Cuadro 1. Gastos directos e indirectos efectuados por los peregrinos

Tipo de gasto	Concepto	Gasto promedio (\$)
Directos	Comida	122.7
	Dulces	35
	Artesanías	75
	Pulque	53
	Ofrendas	87.03
	Misa	50
	Gastos directos	422.73
Indirectos	Hospedaje	0
	Pasatiempo	15
	Gastos durante la travesía	69.71
	Gastos en transporte	160
	Gastos indirectos	244.71
Gastos Promedios Totales	Suma gastos directos + gastos indirectos	667.44

Fuente: Datos proporcionados por los peregrinos

Del conjunto de las variables analizadas en este estudio, los gastos directos generados por los peregrinos en el Santuario de San Miguel del Milagro (\$422.73), son mayores que los gastos indirectos (\$244.71), por lo que la derrama económica en el espacio del santuario es relevante cuando se conoce el total de personas que concurren en el mes de septiembre, durante la festividad más importante.

CONCLUSIONES

Los efectos propiciados por los peregrinos durante las festividades del patrono de San Miguel del Milagro, son efectos sobre los sectores de la economía informal, que realizan los pobladores de la comunidad durante la fiesta patronal, trayendo con esto beneficios directos, los cuales ascienden en promedio por a \$422.73

durante el tiempo que permanecen, siendo por lo general de un día. Esta aportación monetaria directa, la reciben los comerciantes que ponen sus puestos de comida, venta de ofrendas, artesanías dulces de amaranto y pulque durante los días próximos y durante a la festividad del 29 de septiembre.

Se puede decir que existen diferencias en los gastos totales de acuerdo a la comunidad urbana o comunidad rural, pero estas diferencias no son significativas, por tanto el gasto de los peregrinos es muy similar independientemente de su lugar de procedencia. Por otro lado, de acuerdo a la actividad agrícola y no agrícola que desarrollan los peregrinos existen diferencias en sus gastos durante su estancia en el santuario, pero dichos gastos no son significativos, por otro parte, el ingreso semanal de los peregrinos no determina significativamente el que se gaste más dinero o menos dinero, durante su estancia en San Miguel del Milagro. Entonces, la variable tiempo de permanencia si está haciendo una diferencia significativa en el dinero que puede gastar el peregrino durante su estancia. Por lo que, los peregrinos que permanecieron menor tiempo (durante las horas del día y tarde) gastaron significativamente menos dinero (\$444.44) en comparación con los peregrinos que permanecieron durante el día y la noche en San Miguel del Milagro (\$606.67).

Si bien es cierto que las peregrinaciones de los espacios rurales son importantes tanto cultural como económicamente, se tiene que estos están creciendo y que las celebraciones se realizan en distintas fechas que no chocan con otras peregrinaciones o con las más importantes. De ahí la importancia de la difusión y

de considerar a las fiestas patronales como parte del patrimonio cultural intangible, que es parte del valor cultural de la región.

Finalmente hay que señalar, que la mayoría de los santuarios existentes en México, como el santuario de San Miguel del Milagro, recibe peregrinos todos los años, por lo que resulta ser un gran atractivo turístico religioso, por su patrimonio cultural, su religiosidad popular, sus fiestas patronales o religiosas y sus peregrinaciones; por lo que representa una movilización pujante y permanente de visitantes y peregrinos fieles y en definitiva, se traduce en ingresos que potencializan el desarrollo local.

BIBLIOGRAFÍA

Camelo, H. 2001. Estudios estadísticos y prospectivos: Ingresos y gastos de consumo de los hogares en el marco del SCN y en encuestas a hogares, CEPAL Serie Estudios estadísticos y prospectivos, Chile, pp. 59 en: <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/6/5956/lcl1477e.pdf>

Carton De Grammont. H. 2009. “La desagrarización del campo mexicano”, *Convergencia*, Núm. 50, pp. 13-55.

Castillo, C. 2011. “La conceptualización de los segmentos turísticos en Andalucía: Una breve aproximación”, en *Turismo y desarrollo local*, vol. 4, núm. 10

CONEVAL, 2010. *Municipal, población total, pobreza por ingresos* en: http://www.coneval.gob.mx/cmsconeval/rw/resource/coneval/med_pobreza/2803.xl

Consejo de Promoción Turística de México, 2008. *Análisis del mercado internacional del turismo de cultura 2007*, Puebla, México.

Cortez, R. 2004. *Turismo religioso o peregrinación. Hospitalidad por los caminos de Santiago de Compostela-España*, pp. 19 en: <http://www.unoeste.br/site/CursoGraduacao/cursos/32/documentos/TURISMO RELIGIOSOOPEREGRINACION.pdf>

- Darchary, A. y Arnaiz, S. 2004. *Desarrollo y turismo en la costa de Jalisco, Espacio y desarrollo: las perspectivas teóricas*, COECYTJAL, México, pp. 240.
- Darchary, A. y Arnaiz, S. 2005. Turismo rural: modelos y propuestas, *Patrimonio cultural y turismo*, COECYT, México, pp. 181.
- Díaz, I., Nava, M., Gallardo, F., Cruz, J. y Fajersson, P. 2008. Potencial para turismo alternativo del municipio de paso de ovejas, Veracruz, *Tropical and Suptropical Agroecosystems*, vol. 8, núm. 002, Universidad Autónoma de Yucatán, Yucatán, México, pp. 199-208
- Esteve, R. 2009a. *Turismo y religión. Aproximación histórica y evaluación del impacto económico del turismo religioso*, Universidad de Málaga, pp. 26
- Esteve, R. 2009b. *Concepto de Turismo Religioso*, Fuente, Conferencia Episcopal Española.
- Fernández, A. 2003. *El Santo niño de Atocha: Origen, función y actualidad*, Cuicuilco, enero-abril, año/vol. 10, núm. 27, México, pp. 35
- Fernández, C. 2006. "El turismo rural en el desarrollo local", vol. 26, pp. 575-612
- Flores, C. 2008. *Desarrollo local y turismo*, Instituto de investigación y servicios y consultoría turística-U.M.S.A., pp. 8
- García, J. y Poyato Ma. 2002. *La función social del patrimonio histórico: el turismo cultural*, Universidad de Castilla La Mancha, pp.179
- Germain, A. 2007: "El mercado español de turismo religioso, un sector prometedor para la profesión", en *EDITUR*, No. 2.480, (26 de octubre de 2007).
- Graburn, N. 1983. "La Antropología del Turismo", en *Annals of Tourism Research*, vol. 10 (1), pp. 9 - 33.
- Guerra, D. 2003. Los actores del turismo cultural: una introducción a los avances y perspectivas en su estudio y aplicación. II Congreso Internacional de Turismo Cultural en: http://www.naya.org.ar/turismo/congreso2003/ponencias/Diana_Guerra_Chirinos.htm
- Goded, M. 2002. "La promoción de la actividad turística: ¿una política de desarrollo acertada", en *Economía Mundial*, vol.7, pp. 11-133
- González, L. 2009. *La fiesta de San Miguel del Milagro: una tradición viva* en: La fiesta de San Miguel del Milagro Una tradición.mht

- González, A. y Ramírez, J. 2008. *Impacto económico del XI Festival de Flamenco de Jerez*. Ed. Fundación provincial de Cultura, Cádiz, pp. 23
- Herrero, L. 2004. "Impacto económico de los macrofestivales culturales: reflexiones y resultados", en *Boletín GC*, 6 en: http://www.gestioncultural.org/ficheros/1_1316768655_LHerrero.pdf
- Juárez, J. y Ramírez, B. 2007. El turismo rural como complemento al desarrollo territorial rural en zonas indígenas de México, *Scripta Nova Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, Vol. XI, núm. 236
- Kay, C. 2007. "Algunas reflexiones sobre los estudios rurales en América Latina", *Iconos*, en *Ciencias Sociales*, núm. 29, pp. 31-50.
- Llull, J. 2005. "Evolución del concepto y de la significación social del patrimonio cultural", *Arte, Individuo y Sociedad*, vol. 17, Universidad de Alcalá, pp. 175-204
- López, C. 2007. "Perfil del visitante del parque del desierto del Carmen", Universidad Autónoma del Estado de México, *El Periplo Sustentable*, No. 12, pp.133-147
- Mariscal, A. 2007. A vueltas con el turismo cultural y religioso en Andalucía: El caso de la romería del Roció (Almonte- Huelva), *Ponencia en Jornadas El fenómeno religioso*, Presencia de la religión y de la religiosidad en las sociedades avanzadas, Universidad de Sevilla, pp. 1-16
- Martínez, R. 2011. Los Altos de Jalisco: un enclave turístico religioso, en: *Turismo Rural en México*, Complemento o exclusión en el desarrollo territorial rural, Juárez, J. P. y Ramírez, B. (Coordinadores), Ed. Altres Costa Amic, COLPOS Puebla, México, pp. 251-283
- Mora, J. 2005. "Política agraria y desarrollo rural en Costa Rica: elemento para su definición en el nuevo entorno internacional", *Agronomía Costarricense*, vol. 29, núm.001, pp. 101-133
- Moriniz, A. 1992. Introduction. The territory of the anthropology of pilgrimage, en *Sacred Journeys. The Anthropology of Pilgrimage*. Greenwood Press. Westport, pp. 1-28
- OET, 2008. *Turismo religioso. Italia como mercado emisor*. Oficina Española de Turismo en Roma.
- OMT, 2010. *Estadísticas de turismo a nivel mundial*- Organización mundial de turismo, en: <http://www.grupovisiting.com/blog/estadisticas-de-turismo-a-nivel-mundial-organizacion-mundial-del-turismo/>

- OMT, 2012. *Estadísticas del Turismo a nivel Mundial*-Organización Mundial de Turismo, en: <http://media.unwto.org/es/press-release/2012-01-16/el-turismo-internacional-alcanzara-la-cifra-de-los-mil-millones-en-2012>
- Peñuela, M. 2011. *Antropología del peregrinar: entre la peregrinación y la globalización*, Pontificia Universidad Javiera, pp. 17
- Pérez E. (2001), "Hacia una Nueva Visión de lo Rural", en *¿Una Nueva Ruralidad en América Latina?* Norma Giarracca (compiladora), Colección Grupos de Trabajo de CLACSO, Grupo de Trabajo Desarrollo Rural, Buenos Aires, pp. 223
- Piñeiro, D. y Cardeillac, J. 2010. "Influencia de la composición del grupo familiar en la pluriactividad", en: *El Uruguay desde la sociología VIII, 8° Reunión Anual de Investigadores del Departamento de Sociología*, Uruguay, pp. 57 – 79
- Pizano, O., Zuleta, L., Jaramillo, L. y Rey, G. 2004. *La fiesta la otra cara del patrimonio: valoración de su impacto económico, cultural y social*, Colección economía y cultura, Edición del Convenio Andrés Bello, Unidad Editorial, Colombia, pp. 1-138.
- Precedo, A., Revilla, A. y Míguez, A. 2007. "El turismo cultural como factor estratégico de desarrollo: el camino de Santiago", *Estudios Geográficos*, LXVIII, 262, España, pp. 205-234
- Quesada, R. 2005. *Elementos del turismo*, EUNED, San José, pp. 279
- Ramírez J. J. 2008. "Ruralidad y estrategias de reproducción campesina en el valle de Puebla, México", *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 5, 60, pp. 37-60.
- Ramos, A. 2009. *San Pedro Juchatengo potencial eco turístico del estado de Oaxaca 2009* en: <http://www.eumed.net/rev/turydes/05/alrs.htm>
- Robles, J. 2004. *Turismo religioso, alternativa de apoyo a la preservación del patrimonio y el desarrollo* en: <http://sincronia.cucsh.udg.mx/salgado04.htm>
- Rodríguez, A. y Meneses, J. 2011. Transformaciones rurales en América Latina y sus relaciones con la población rural. Documento preparado para la Reunión de expertos sobre: población, territorio y desarrollo sostenible, Unidad de desarrollo agrícola, CEPAL, Santiago de Chile en: http://www.eclac.cl/celade/noticias/paginas/5/44305/Adrian_Rodriguez.pdf
- Sancho, A. 2005. *Turismo y desarrollo*, Universidad de valencia, España, pp. 13
- Sancho, A. 2008. *Introducción al turismo*, OMT, pp. 393

SECTUR, 2009. *Encuentro de Turismo Espiritual; "Importancia del Turismo Espiritual en la Economía Local"* en: <http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/4921/1/images/TurismoEspiritual.pdf>

Schejtman, A. y Berdegué, J. 2004. *Desarrollo territorial rural*, Chile, Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural, Debates y Temas Rurales, nº 1, pp. 53

Teubal, M. 2001. "Globalización y nueva ruralidad en América latina", en Norma Giarracca (Compiladora), *¿Una nueva ruralidad en América Latina?* Colección Grupos de Trabajo, CLACSO, Buenos Aires, pp. 45-65

Vogeler, C. y Hernández, E., 2000. *El mercado turístico: Estructura, operaciones y procesos de producción*, Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid, pp. 367

Vukonic, B. 1997. *Turism and religion*, Ed Pergamon, Elsevier Science, Oxford

CAPITULO III

ANALISIS DEL IMPACTO ECONOMICO DE LAS PEREGRINACIONES EN EL COMERCIO LOCAL: SANTUARIO DE SAN MIGUEL DEL MILAGRO, TLAXCALA.

RESUMEN

El turismo cultural y religioso ha ido en aumento en los diversos lugares del mundo. En los espacios rurales ricos en recursos materiales e inmateriales como el patrimonio cultural, las peregrinaciones religiosas, bajo este esquema de ocio se convierten en espacios culturales con una importante derrama económica para la economía regional. La información recabada se obtuvo de una muestra no probabilística, con la modalidad de muestreo por cuotas para los comercios establecidos durante la festividad religiosa. El objetivo de esta investigación fue analizar el ingreso y el empleo generado por el comercio informal durante la festividad. Respecto a los resultados se tiene, que el 60% de los comerciantes son hombres, con una edad y escolaridad promedio de 36 años y 7.9 años, proviniendo del estado de Puebla (36.7%) y del estado de Tlaxcala (36.6%) principalmente, y solo el 10% de los entrevistados son de la localidad, por lo que el 56.6% se dedica al comercio de las ferias y pagaron un impuesto promedio de \$350 por metro cuadrado, siendo el ingreso promedio total de \$5,066.66 y 2.25 empleos en promedio totales no familiares, respecto al 2.28 de empleos familiares. Con el movimiento de los peregrinos y la vinculación de los comerciantes en la fiesta religiosa, se crean empleos, ingresos e impuestos.

Palabras clave: Turismo religioso, fiestas religiosas, efecto económico, desarrollo local

CHAPTER III

ECONOMIC IMPACT ANALYSIS OF THE PILGRIMAGE TO THE LOCAL TRADE: SANCTUARY SAN MIGUEL DEL MILAGRO, TLAXCALA.

ABSTRACT

The cultural and religious tourism has been increasing in various parts of the world. In rural areas rich in resources as tangible and intangible cultural heritage, religious pilgrimages, leisure under this scheme become cultural spaces with an important economic flow to the regional economy. The information gathered was obtained from an anon random sample, with the quota sampling method for businesses established during the religious festival. The objective of this research was to analyze the income and employment generated by the informal trading during the holiday. Regarding the results we have, that 60% of traders are men, aged and average schooling of 36 years and 7.9 years, coming from the state of Puebla (36.7%) and the state of Tlaxcala (36.6%) mainly and only 10% of respondents are from the locality, so that 56.6% are in trade fairs and paid an average tax of \$ 350 per square meter, with the average income of \$5,066.66 and 2.25 job son average total unfamiliar, compared to 2.28 of family jobs. With the movement of pilgrims and traders in king the religious festival, it creates jobs, income and taxes.

Keywords: Religious tourism, religious festivals, economic impact, local development

INTRODUCCIÓN

Es indudable que para muchos países en desarrollo crear capacidad para la oferta turística, es el elemento para fomentar la iniciativa empresarial, la inversión, la especialización, estrategias, políticas y normativas, debido a su eslabonamiento económico horizontal y vertical, con los diversos agentes sociales y económicos, por lo que el turismo puede estimular el crecimiento general de la economía y ser una fuente para el desarrollo y para el caso del turismo rural, Gómez, Monsalve y Mondejar (2003: 3) mencionan que se concibe como un vehículo privilegiado de diversificación económica y que la comercialización es un eje prioritario.

Haciendo un recuento histórico del turismo se tiene que a partir de los años cincuenta, el viaje internacional se fue haciendo cada vez más accesible para una gran parte de la población debido al ingreso disponible de las familias, a la aparición de las vacaciones pagadas y al aumento del tiempo libre principalmente en las naciones industrializadas, al desarrollo de las comunicaciones, medios de transporte, a los bajos precios del petróleo y las relaciones comerciales entre distintos mercados; generandoe el “gran boom turístico” (Vogeler y Hernández, 2000: 25-26). Siendo el turismo de sol y playa el que ocupa los primeros niveles de este sector (Sancho, 2008:11). En la década de los 80 y 90 el sector turístico presenta una reconfiguración en cuanto a las motivaciones, de manera que surge el turismo alternativo en el que se identifican diversas vertientes (Castillo, 2011), como el turismo religioso integrado en el llamado turismo cultural.

Se puede decir que la razón principal por la cual están interesados en la industria del turismo los países desarrollados como subdesarrollados son los beneficios económicos y ello obedece en parte al crecimiento constante de los flujos turísticos a pesar de las crisis económicas que han enfrentado las diversas economías a escala mundial. En el 2010 la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2010) reporta la llegada de 935 millones de llegadas internacionales en el mundo; alcanzando los 919 mil millones de dólares que representan cerca del 5% del Producto Interno Bruto (PIB) (OMT, 2011). La industria del turismo religioso representa el 32% de esos viajes, con 300 millones de personas (OET, 2008), por lo tanto el turismo es uno de los mayores exportadores y empleadores de servicios.

En este contexto, el sector del turismo genera impactos económicos no solo para los países desarrollados con un medio urbano dominante, sino también para los países en vías de desarrollo con un medio rural predominante y disponibilidad de recursos naturales y patrimoniales (Tarlombani, 2005: 232), destacando su cultura, su patrimonio cultural, y su religión. En este sentido 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 (ONU, 2008), lo que representa un gran potencial económico, social y político, representando un excelente mercado potencial. Se puede decir que para el medio rural los impactos económicos del turismo religioso permitirían la creación y relación de medianas y pequeñas empresas, generadoras de empleos, ingresos, divisas, ingresos públicos, actividades empresariales y nuevos productos en

bienes y servicios. Por lo que el gasto turístico religioso representaría una importante derrama económica en las economías locales de destino (Pisano, Zuleta, Jaramillo y Rey, 2004: 77-78).

Se puede decir que para el medio rural los impactos económicos positivos del turismo religioso permitiría la creación y relación de empresas tanto medianas como pequeñas, generadoras de empleos, ingresos, divisas, ingresos públicos, actividades empresariales y nuevos productos en bienes y servicios, por lo que el gasto turístico religioso representaría un ingreso de dinero en la economía local o rural de destino. Según, Pisano, Zuleta, Jaramillo y Rey (2004: 77-78), este tipo de ingresos tiene cuatro tipos de efectos económicos, entre ellos destacan los efectos económicos directos, los efectos económicos indirectos, los efectos económicos inducidos para una fiesta religiosa y los efectos económicos totales.

Debido al éxito que ha tenido la industria del turismo a escala mundial, puede ser tomado como una opción y modelo de desarrollo en el espacio rural en México, por la gran diversidad de recursos naturales, sociales, culturales y arqueológicos, con los que se cuenta. Además de ser una respuesta al fenómeno del desempleo y la pobreza, generado fundamentalmente por la política económica y agrícola que se aplica en las últimas décadas, la cual ha traído como consecuencia que los agricultores busquen soluciones ante la crisis del sector optando por actividades no tradicionales a la agricultura (Piñeiro y Cardeillac, 2010: 58). Ello significa que en los espacios rurales ya no solo trabajan en el sector agrícola, sino que se han incorporado actividades no agrícolas, específicamente en el sector turístico se impulsa la creación de pequeñas empresas artesanales, restaurantes, productoras

de alimentos y servicios, como una alternativa o como complemento a su ingreso de la población rural.

Según Fox (2010: 10-38), esto se debe a que la política agrícola del gobierno esta sesgada en contra de los productores de bajos ingresos, por lo que se le da prioridad a los grandes agricultores, relegando a los productores campesinos a los programas de asistencia social. Por lo que a principios de los noventa, los promotores del Tratado de Libre Comercio (TLC) abren el mercado a las importaciones de granos subsidiados de los Estados Unidos, y con ello disminuyo el número total de empleos en la agricultura (20%) entre 1997 y 2007. Entre 2006 y 2008, la parte de la población rural en pobreza alimentaria se incrementó de 24.5% a 31.2%, y una encuesta a gran escala de los participantes en el Programa de Apoyos Directos al Campo (PROCAMPO) señaló que el 43.6% de los participantes tenía un miembro de la familia que había migrado a Estados Unidos.

De aquí deriva la importancia de considerar al turismo religioso con perfil de progreso innovador de los aspectos económicos y sociales, que conforma una oferta y una demanda cuya red de relaciones tanto tangibles (santuarios) como intangibles (fiestas religiosas y peregrinaciones) se van a desarrollar en un espacio determinado. La presente investigación tiene como objetivo conocerlos beneficios económicos de los comerciantes al ofrecer bienes y servicios durante la fiesta religiosa de San Miguel del Milagro, Tlaxcala, México.

EL IMPACTO ECONOMICO DEL TURISMO RELIGIOSO EN LAS FESTIVIDADES PARA EL DESARROLLO LOCAL

Uno de los aspectos importantes de las festividades religiosas es la generación de ingresos (que sirven de complemento a los ingresos obtenidos de las actividades agrícolas y otras no agrícolas) y empleo de los pobladores que se traducen en efectos inducidos para el desarrollo local. Por lo tanto, el turismo religioso tiene una importante función en el desarrollo local, ya que de acuerdo a Buarque (1999: 23-25) el desarrollo local es un proceso endógeno que se registra en pequeñas unidades territoriales y asentamientos humanos capaces de promover el dinamismo económico y la mejoría en la calidad de vida de la población, aplicado a diferentes escalas territoriales y asentamientos humanos y que puede comprender regiones de pequeña escala desde un municipio o una comunidad. Pero en el desarrollo local, no sólo puede ser comprendido desde una perspectiva economicista, también debe tenerse en cuenta el aspecto social, cultural y político, ya que es un proceso dinámico de ampliación de capacidades por parte de los agentes sociales que permite avanzar en la mejora de la calidad de la vida de todos los integrantes de la población (Flores, 2008).

El turismo religioso se considera que tiene una fuerte derrama económica en las economías locales, es por ello importante analizar el tipo de gastos que realizan en los peregrinos, tanto en su peregrinar al santuario y durante su estancia en este. Al respecto se puede decir que la derrama económica tiene cuatro tipos de efectos económicos, entre ellos destacan los económicos directos, los económicos indirectos, los económicos inducidos para una fiesta religiosa y los efectos

económicos totales. Los cuales se considera que contribuyen al desarrollo local. Los efectos económicos directos corresponden al gasto generado en la compra de bienes y servicios por los participantes. Los efectos indirectos de una fiesta religiosa, hacen referencia a los ingresos complementarios a la producción tradicional que resultan de los ingresos recibidos por hoteles, restaurantes, comercios, empresas de transporte, eventos de la fiesta, entre otras, y por los bienes y servicios ofrecidos durante dicha actividad y que son parte del atractivo turístico. Los efectos inducidos de una fiesta religiosa, resultan del mayor gasto de las familias respecto de los ingresos adicionales que reciben al trabajar en las industrias, negocios o comercios que directa o indirectamente atienden a los participantes; y el efecto económico total es la suma de los efectos anteriores. Por lo que, estos efectos del turismo propiciarían el desarrollo territorial y local en espacios rurales producto de las peregrinaciones.

En el caso de los efectos indirectos, son principalmente los negocios fijos o comercios informales que se encuentran a partir del origen de la peregrinación hasta llegar al lugar de la festividad religiosa, y que según Perles (2006: 150) constituyen un atractivo turístico del medio rural en el cual se realiza la festividad religiosa. Ya que en él se realiza todo un conjunto de actividades excediendo el alojamiento y que pueden constituirse para los habitantes del medio en una fuente de ingresos complementarios a los tradicionalmente dependientes del sector primario, convirtiéndose en un rubro productivo más de la empresa agropecuaria (Barrera, 2006:10). En donde la práctica turística, especialmente la alternativa favorece la economía y la calidad de vida a través de la oferta de alojamiento y

actividades de ocio, con la presencia mediadora del habitante del medio rural y que da a conocer al visitante una realidad viva, con toda su riqueza natural y cultural (Fernández, 2006: 577-578).

De manera que dentro del turismo alternativo se destaca el turismo cultural y específicamente el religioso (García y Poyato, 2002: 60). En donde el turismo cultural es concebido como un segmento del mercado turístico que ofrece al visitante el conocimiento de otras culturas, costumbres y tradiciones, otras formas de vivir y de entender el mundo; y además ofrece un contacto más cotidiano y cercano del comportamiento cultural de otras poblaciones (Guerra, 2005: 3). También se puede decir que es una forma de turismo alternativo que encarna la consumación de la comercialización de la cultura, en donde elementos escogidos de cualquier cultura pasan a ser productos ofertados en el mercado turístico (Talavera, 2003) a condición de su patrimonio cultural. Así el turismo religioso, ha aprovechado 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 dioses, santos, héroes, en un lugar natural impregnado de poder espiritual. Se define como una actividad turística a través de la cual quienes la realizan pretenden alcanzar gracias espirituales, buscando la proximidad, la inmersión o el contacto con lo sagrado (Esteve, 2009: 1).

Por lo que la religiosidad popular, entendida como expresiones culturales vinculada a la religión impuestas o no por otro grupo, reflejan o no la apropiación de valores, prácticas y creencias que a la larga, son llevados por una comunidad y que las va transformado en el actuar del mundo (González, 1999).

Constituyéndose en una de las características principales de las fiestas patronales o religiosas (Dachary y Arnaiz, 2005: 122-123). Se puede decir que estas relaciones han identificado lugares específicos al culto o sitios sagrados, lo cual ha sido signo de veneración y dignos de visitarse dentro de un espacio euclidiano, donde no importa la economía personal ni el tiempo que se invierte para llegar. Por lo que estos viajes establecen puntos definidos, lo cual ha generado el establecimiento de rutas de peregrinaje y la creación de nuevos bienes y servicios, que se encuentran alrededor de estos sitios sagrados, representados por las ferias.

Así, al considerar el turismo religioso como variable estratégica para el desarrollo local, permitiría que el resultado se manifieste en el mejoramiento del nivel y calidad de vida de los habitantes de una localidad, a raíz de generar crecimiento sustentable a diversos niveles, que se engranan, concatenan y que se implican y complementan entre sí de manera estratégica, capaces de crear sinergias locales de mejoramiento que implican el cambio de las condiciones sistémicas y estructurales de la localidad, profundizándose a largo plazo en la medida en que se forma y fortalece un núcleo endógeno básico (Solari y Pérez, 2005: 52). En donde tiende a convertirse en un componente de la calidad de vida de la población y una oportunidad para determinadas zonas agrícolas para favorecer de manera significativa al desarrollo y además a la rehabilitación de su patrimonio sociocultural (Ortiz, 2005: 78). En donde el desarrollo local como proceso endógeno de cambio se traduciría en crecimiento y desarrollo (Boisier, 2005: 55).

Esto lleva a enfocar hacia un posible desarrollo rural-local basado en una revalorización del espacio a partir de elementos de su identidad cultural, alimentos tradicionales, idioma, artesanía, folklore, artes visuales, teatro, referencias literarias, lugares históricos, paisajes, flora, fauna y religión (Rausell, 2007: 245). Este proceso lleva a la reconfiguración de los espacios rurales para impulsar propuestas de desarrollo basadas en la cultura y específicamente a través del turismo religioso.

OBJETIVO Y METODOLOGÍA

El objetivo de la investigación es conocer los beneficios económicos de los comerciantes al ofrecer bienes y servicios durante la fiesta religiosa de San Miguel del Milagro, Tlaxcala. La información proviene de una encuesta que se aplicó a comercios que se establecen en las inmediaciones, explanada principal o en la calle principal del santuario durante las fiestas patronales o religiosas del santuario.

Para levantar información sobre los ingresos captados por los comerciantes se diseñó un cuestionario estructurado con base en 7 clases de ventas de productos durante la festividad religiosa: artesanías; dulces; ofrendas (incienso, copal, braceros, candeleros, imágenes, veladoras y recipientes; y flores y frutos); productos de palma; fermentados de maguey y sus derivados; comida (antojitos; comida corrida y a la carta; barbacoa y cecina) y otros (venta de colchas y sarapes; y accesorios).

Como los comerciantes se concentran en la misma área en donde solo su ubicación depende del pago por derecho de piso y de la proximidad al santuario, en la explanada principal o en la calle principal, no se tiene un registro de los comerciantes (no se tiene un marco de muestreo). Además, como la fluctuación de los precios de los productos que ofrecen los comerciantes es poca, se decidió tomar una muestra no probabilística con la modalidad de muestreo por cuotas (Hernández, 1997). Con base a cada tipo de producto se decidió realizar una cuota de tres cuestionarios como mínimo. Por lo tanto se aplicaron 30 cuestionarios, con el fin de conocer y determinar el efecto en los ingresos obtenidos por los negocios o comercios establecidos durante la festividad patronal de San Miguel del Milagro con una duración de 30 días, por lo que las entrevistas se realizaron antes de concluir la fiesta, 15 de octubre de 2011. En la investigación se realizó una búsqueda de información documental principalmente en libros, censos y artículos científicos. Finalmente, se procesó y sistematizó la información obtenida en Excel y para el análisis de los datos se empleó estadística descriptiva mediante el software SPSS 15.0.

La localidad de San Miguel del Milagro se localiza en el municipio de Nativitas, enclavado en el Altiplano central mexicano a 2,200 msnm, entre los paralelos 19° 14" latitud norte y 98° y 19" longitud oeste. Es una comunidad eminentemente rural, tiene una población de 1,117 habitantes, el 5% de la población de 15 años y más es analfabeta, su principal actividad económica es la producción de amaranto, tiene un grado de marginación media y el 90.57% de su población no tiene derecho a servicios de salud y presenta un grado de rezago social Muy Bajo (CONEVAL, 2010).

En la siguiente figura se muestra el espacio geográfico de la localidad de estudio donde se encuentra el templo de San Miguel del Milagro, en Nativitas, Tlaxcala. Ver figura 1.

Figura 1. Área de estudio San Miguel del Milagro, Municipio de Nativitas, Tlaxcala.



Fuente: Elaboración Propia

LA GENERACIÓN DE INGRESOS Y EMPLEOS DURANTE LA FESTIVIDAD RELIGIOSA

De acuerdo al estudio se tiene que en este tipo de comercio predomina los hombres (60%), la edad promedio de los entrevistados fue 36 años, las mujeres comerciantes tienen en promedio 38.5 años y los hombres 33.4 años, no se encontró diferencia estadística en la edad entre hombres y mujeres ($t = .920$; $p = .365$). Es importante destacar que el 23.3% de los entrevistados es soltero, el porcentaje restante está casado o vive en unión libre. La escolaridad promedio de

los entrevistados fue de 7.9 años, la cual es muy similar al promedio nacional de Tlaxcala que es de 8.6 y estatal 8.8 (INEGI, 2010).

La procedencia de los comerciantes entrevistados es principalmente del estado de Puebla (36.7%), específicamente de los municipios de Tecamachalco, San Salvador el Seco, Atoyatempan, San Martín Texmelucan, Tehuacán, San Gregorio Atzompa; seguido del estado de Tlaxcala (36.6%), provenientes de los municipios de Calpulalpan, Nativitas, Acuitlapilco, Ayometitla; el Estado de México (13.3%) concretamente de los municipios de Toluca, Amecameca, Acolman y Texcoco; del Distrito Federal (3.3%) proveniente de Tláhuac; del estado de Morelos (3.3%) de Yecapixtla; del estado de Querétaro (3.3%) de Santa Rosa y Guerrero (3.3%) específicamente de Taxco. Hay que señalar que el 10% de los comerciantes entrevistados provienen del Municipio de Nativitas, específicamente de la localidad de San Miguel del Milagro, esto significa que la derrama económica producto de la festividad religiosa, no se queda en la localidad, sino emigra a otros estados.

Por lo respecta al tipo de empleo que tienen los entrevistados, el 56.6% mencionó que solo trabaja en el comercio de las ferias; y el 43.4% de ellos mencionó tener otro trabajo diferente al de comerciantes. Entre ellos está el de agricultor (6.67%), provenientes de la comunidad de Tochiapan del municipio de Tecamachalco, Puebla; ganadero (3.33%), proveniente del estado de Morelos; el de comerciante en otros productos diferentes a los ofrecidos durante la feria (16.66%) como ropa, dulces típicos de Puebla, productos naturistas, juguetes, ellos provienen del estado de Puebla, Tlaxcala y Estado de México; y otro (73.34%) como servicios de limpieza y pintura, de Tlaxcala y Puebla.

Respecto al ingreso semanal de los comerciantes que tienen otro empleo, se encontró que este va de los (\$300) a los (\$1,800) pesos con un promedio de(\$ 861.5) semanales; el ingreso promedio de los agricultores fue el más bajo (\$500), seguido de otros (servicios de limpieza y pintura) con (\$700), y el más alto fue el de los comerciantes (\$980) y ganaderos (\$1,800).

Un punto importante que se destaca es que el 40% de los encuestados oferta sus productos en distintas fiestas religiosas, lo que significa que este trabajo es su fuente de ingresos y que viajan de feria en feria; entre las fiestas religiosas a las que asisten esta la fiesta de San Agustín en Pachuca, Hidalgo; la fiesta de San Francisco en Ocotlán, Tlaxcala; la del Padre Jesús y el Señor de las Tres Caídas, en Jalaxingo, Veracruz; la Virgen de la Natividad y la Virgen de los Remedios en Cholula, Puebla; la Virgen de la Poveda en Atoyatempan, Puebla; San Martín de los Terrenos en Guanajuato; la fiesta del Señor de Chalma, y Santa Clara, en Cuautitlán, Estado de México; esto señala que existen rutas y sitios de fe muy arraigados en la tradición cultural del país, siendo el turismo religioso un elemento potencial poco explotado respecto a la diversidad en fiestas o ferias, asociado a la religiosidad y que pueden actuar como herramienta para el desarrollo económico y social de las comunidades.

La fiesta religiosa dedicada a la aparición de San Miguel del Milagro se celebra año con año, en Nativitas, Tlaxcala, el festejo es el 29 de septiembre, aunque la preparación y recepción de peregrinos y comerciantes, comienza dos semanas antes y tiene una duración de 30 días aproximadamente; además se destaca por ser una de las festividades con mayor actividad comercial en la región. Uno de los

beneficios que acarrió este tipo de festividades es el pago de impuestos de los comerciantes que se establecieron en la calle principal de la localidad de San Miguel hasta llegar a la explanada que conduce a la entrada del templo. En ese sentido se encontró que la totalidad de los entrevistados pagó un solo impuesto o cuota al Ayuntamiento de Nativitas por ocupar un espacio físico para vender su producto en la feria.

Los impuestos que se cobraron oscilaron con respecto a la proximidad al santuario, estos fueron de los \$100 a los \$1,000 pesos por metro cuadrado siendo el promedio de \$350. Se puede decir que los impuestos se clasificaron en tres: altos, fueron los que pagaron más de \$600 en impuestos entre ellos destacan los comerciantes de comida específicamente los que vendieron carne de borrego o cecina y los comerciantes que vendían dulces tradicionales. Impuestos con una cuota media estos se ubicaron entre los \$300 y \$599, en ellos se puede mencionar a los que vendían artesanías, flores y frutas, los que vendía ofrendas y comida a la carta el impuesto osciló entre los \$400 y \$500; los que vendieron productos textiles y derivados del maguey pagaron aproximadamente \$350 cada uno. Los impuestos bajos fueron pagados por personas que vendían comida de antojitos y artesanías de palma, estos fueron inferiores a los \$200. Es relevante mencionar que los ganaderos se dedican a la venta de carne de borrego y los agricultores a la venta de flores y fruta.

Con respecto a los metros que ocuparon por establecimiento estuvieron en el rango de uno a los 8 metros lineales y el promedio fue de 3.50 metros. En los puestos de comida se encontró que pagaron en promedio 1.88 metros; en el caso

de las ofrendas alquilaban en promedio 4 metros; para el pulque y sus derivados el promedio de espacio que ocuparon fue de 5.5 metros; para los puestos de dulces, los metros alquilados promedio fueron de 5; los comerciantes de palma, el alquiler fue de 3 metros; mientras que los otros productos alquilaban en promedio 4.5 metros. Por lo que el pago promedio por tipo de producto fue, para los puestos de comida, para los puestos de antojitos \$241.71, para los puestos de comida corrida \$752, y los que vendían carne de borrego y cecina \$1,880; para los negocios de ofrendas el pago promedio fue de \$1,680; para los puestos de pulque y sus derivados, el pago promedio fue de \$1,925; para los puestos de dulces de (\$3,000); los comerciantes de palma \$600; y los otros productos el pago promedio fue de \$1,575.

Por lo que concierne al ingreso promedio por tipo de producto (ver cuadro 1), se encontró que el ingreso promedio total fue de \$5,066.66. Siendo la venta de comida la más significativa, distribuida en los siguientes subproductos: carne de borrego y cecina proveniente de Yecapixtla, Morelos, negocios que estuvieron ubicados estratégicamente en la explanada principal próxima a la entrada del santuario, con ingresos promedio de \$15,000; seguido de comida corrida y a la carta con \$5,000 y antojitos \$2,071.43.

Respecto a la venta de ofrendas representó un ingreso promedio de \$10,833, la cual está dividida en dos subgrupos; venta de veladoras, imágenes, recipientes, incienso, copal, braceros, y candeleros, tienen un ingreso promedio de \$5,500, estos productos son adquiridos y fabricados en estados como Puebla y Tlaxcala, y

se encuentran dispersos sobre toda la feria; y venta de flores y frutos con un ingreso promedio de \$5, 333.33, provenientes del estado de Puebla.

Si bien, la comunidad de San Miguel del Milagro ha tenido como actividad preponderante la agricultura, principalmente la de amaranto para la producción de dulces, al respecto se encontró que el ingreso promedio percibido por los comerciantes fue de \$9, 500 estos negocios se encuentran distribuidos en todas las áreas de la feria. En el caso de la venta de pulque y sus derivados, su procedencia es de San Bernardino, Contla, Tlaxcala, y de Oaxaca; este representa un ingreso promedio de \$6, 500, distribuido en toda el área de la feria. La venta de productos de palma, representa un ingreso promedio de \$3, 666.66, provenientes del estado de Puebla y Estado de México. En el caso de otros productos, tiene un ingreso promedio de \$6, 500, los cuales provienen de Puebla y Tlaxcala.

Cuadro 1. Ingreso promedio total de los comerciantes.

Concepto	Productos	Ingreso promedio total (\$) reportado por el comerciante durante el periodo del 15 de septiembre al 15 de octubre de 2011*
Dulces	Palanquetas, tamarindos, amaranto y dulces cristalizados de calabaza, higo, chilacayote y piña,	9, 500.00
Artesanías	Cazuelas, molcajetes, collares, pulseras anillos, carteras y aretes	4, 300.00
Ofrendas	Flores y frutos	5, 333.33
	Incienso, copal, braceros, candeleros, imágenes, veladoras y recipientes	5,500.00
Pulque y derivados	Pulque simple, pulque curado, dulce de maguey horneado	6, 500.00
Productos de palma	Sombreros, petates, canastos, sopladores, bolsas, petacas y tortilleros	3, 666. 67
Comida	Antojitos: café, pan, tamales, memelas y quesadillas	2, 071.43
	Comida corrida y a la carta	5, 000.00
	Carne de borrego y cecina	15, 000.00
Otros	Colchas, cobertores, edredones, sarapes, relojes, pilas y accesorios	6, 500.00

*Ingreso reportado por los comerciantes después de descontar el impuesto por derecho de piso y el pago a trabajadores.

Fuente: Elaboración propia a través de los datos obtenidos por los comerciantes.

Durante la feria los comerciantes emplearon a personas no familiares y familiares, se encontró, que los comercios de comida, generaron 6 empleos en promedio que no son familiares, empleando 4 hombres y 2 mujeres en promedio, con un ingreso promedio de \$130, en el caso de los empleados familiares, se encontró en promedio 2 para la venta de antojitos, 3 para la venta de comida corrida y 4 para la venta de carne de borrego y cecina, con un ingreso promedio de \$243.33, siendo el comercio de comidas el más representativo en torno al empleo; los comercios de pulque y sus derivados, generó en promedio durante la festividad religiosa 3.5 empleos, que no son familiares, empleando en promedio 3.5 hombres, con un ingreso promedio por día de \$125, en el caso de empleados familiares remunerados se tiene en promedio 2, con un ingreso por día de \$150; los comercios de ofrendas empleó en promedio 3.5 no familiares, con 3.5 hombres en promedio y un ingreso promedio de \$170, mientras que los empleados familiares representan en promedio 2, con un ingreso promedio de \$110; en el caso de los dulces, este comercio generó en promedio 2 empleos no familiares, siendo 2 el promedio de hombres, con un ingreso de \$100, mientras que los empleados familiares, representan en promedio 2.5, con un ingreso promedio de \$100; en relación a la venta de productos de palma, estos generaron en promedio 1 empleo no familiar, en promedio un hombre, con un ingreso promedio de \$80, mientras que el promedio de empleados familiares, son 3.3, con un ingreso de \$90. Los comercios en otros productos, generaron en promedio 4.5 empleos no familiares, con 4.5 hombres en promedio y un ingreso promedio de \$125, respecto al 1.5 de empleos de familiares, con un ingreso de \$150. Ver cuadro 2.

Cuadro 2. Promedio de empleos directos e ingresos generados durante la festividad religiosa.

Productos	Promedio de empleos no familiares	Ingreso promedio por día (\$) de los empleados no familiares	Promedio de empleos familiares	Ingreso promedio por día (\$) de los empleados familiares
Venta de Dulces: Palanquetas, tamarindos, amaranto y dulces cristalizados de calabaza, higo, chilacayote y piña,	2	100	2.5	100
Venta de Artesanías: Cazuelas, molcajetes, collares, pulseras anillos, carteras y aretes	2	100	2.5	125
Venta de Flores y frutos	2	80		
Venta de Ofrendas: Incienso, copal, braceros, candeleros, imágenes, veladoras y recipientes	1.5	90	2	110
Venta de Pulque simple, pulque curado, dulce de maguey horneado	3.5	125	2	150
Venta de Productos de palma: Sombreros, petates, canastos, sopladores, bolsas, petacas y tortilleros	1	80	3.3	90
Venta de Antojitos: café, pan, tamales, memelas y quesadillas	3	50	2	83.33
Venta de comida corrida y a la carta			3	60
Venta de carne de borrego y cecina	3	80	4	100
Venta de cobertores, edredones, sarapes, relojes, pilas y accesorios	4.5	125	1.5	150
Promedio de empleos totales: no familiares y familiares	2.25	83	2.28	96.83

Fuente: Elaboración propia a través de los datos obtenidos por los comerciantes.

De todos los comercios establecidos en la feria, el 33.33% se dedica a la reventa de productos, mientras que el 53.34% de los comercios, produce lo que vende, y el 13.33% realiza ambas funciones el de reventa y el de productor.

CONCLUSIONES

Es importante la dimensión social, individual y colectiva que tiene la fiesta religiosa del patrono de San Miguel del Milagro, ya que las personas que concurren al lugar son una oportunidad para que se establezcan actividades no agrícolas ofreciendo productos y servicios, que por los cuales, se establece una venta y se genera ingreso para complementar el gasto de aquellas familias que llevan a cabo estas actividades como medio de sustento familiar. Con el movimiento y vinculación de la fiesta religiosa, peregrinos y los comerciantes, se crean empleos, ingresos, nuevos negocios, producción de bienes y servicios, cuotas o pagos a las juntas auxiliares o al municipio.

Si bien los ingresos obtenidos durante la festividad de San Miguel del Milagro no son permanentes, si representan ingresos importantes y complementarios a las diversas actividades económicas del municipio, siendo el ingreso promedio total de \$5,066.66 y 2.25 empleos en promedio totales no familiares, respecto al 2.28 de empleos familiares; por lo que tiene que desarrollarse una adecuada planificación estratégica en atención a las peregrinaciones, con la finalidad de que los diversos agentes sociales, económicos e institucionales, puedan promover la festividad con mayor promoción, orden y calidad de la estancia para los peregrinos y que la afluencia sea constante en otros meses del año y a la par, lo que permitiría reactivar las actividades económicas, en torno a las festividades religiosas, de manera, que vaya generando una infraestructura turística que permitan posicionar al municipio y a la región como destino turístico religioso, para la preservación de las tradiciones y la cultura, concluyendo que durante los treinta días que dura la

fiesta de San Miguel del Milagro, se generan una gran cantidad de ingresos, impuestos y empleos.

BIBLIOGRAFIA

Barrera, E. 2006. *Turismo rural un agronegocio para el desarrollo de los territorios rurales: en agronegocios alternativos. Enfoque, importancia y bases para la generación de actividades agropecuarias no tradicionales*, Sudamericana, Buenos Aires; pp. 73

Boisier, S. 2005. ¿Hay espacio para el desarrollo local en la globalización? *CEPAL*, núm. 86, pp. 47-62

Buarque, S. 1999. *Metodología de planeamiento do desenvolvimento local e municipal sustentable*, 2da. Edición, Recife, Brasil, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), pp. 172.

Castillo, C. 2011. “La conceptualización de los segmentos turísticos en Andalucía: Una breve aproximación”, en *Turismo y desarrollo local*, vol. 4, núm. 10

CONEVAL, 2010. *Municipal, población total, pobreza por ingresos* en: http://www.coneval.gob.mx/cmsconeval/rw/resource/coneval/med_pobreza/2803.xl

Darchary, A. y Arnaiz, S. 2005. Turismo rural: modelos y propuestas, *Patrimonio cultural y turismo*, COECYT, México, pp. 181.

Esteve, R. 2009. *Concepto de Turismo Religioso*, Fuente, Conferencia Episcopal Española.

Fernández, C. 2006. “El turismo rural en el desarrollo local”, vol. 26, pp. 575-612

Flores, C. 2008. *Desarrollo local y turismo*, Instituto de investigación y servicios y consultoría turística-U.M.S.A., pp. 8

Fox, J. 2010. “La política agrícola mexicana: metas múltiples e interés en conflicto”, Universidad de California, Santa Cruz, pp. 9-53

García, J. y Poyato Ma. 2002. *La función social del patrimonio histórico: el turismo cultural*, Universidad de Castilla La Mancha, pp.179

Guerra, D. 2003. Los actores del turismo cultural: una introducción a los avances y perspectivas en su estudio y aplicación. II Congreso Internacional de Turismo Cultural en: http://www.naya.org.ar/turismo/congreso2003/ponencias/Diana_Guerra_Chirinos.htm

- Gómez, M. Á., Monsalve, F. y Mondéjar, J. A. 2003. Impacto de los programas de innovación rural sobre el turismo rural en cuenca: un enfoque de marketing, XIX Reunión de Estudios Regionales, Asociación Española de Ciencia Regional, Universidad de Cantabria, Santander 27 y 28 de noviembre pp. 1 – 18.
- González, I. 1999. *Conservación de bienes culturales. Teoría, historia, principios y normas*. Ediciones Cátedra, Madrid, pp. 632
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. 1997. Metodología de la investigación. Mc. Graw Hill, México, pp.185.
- INEGI, 2010. *Información por entidad en:*
<http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/tlax/default.aspx?tema=me&e=29>
- OET, 2008. *Turismo religioso. Italia como mercado emisor*. Oficina Española de Turismo en Roma.
- OMT, 2010. *Estadísticas de turismo a nivel mundial- Organización mundial de turismo en:* <http://www.grupovisiting.com/blog/estadisticas-de-turismo-a-nivel-mundial-organizacion-mundial-del-turismo/>
- OMT, 2011. *Estadísticas del Turismo a nivel Mundial en:*
http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_barom12_01_january_statistical_annex_en_excerpt.pdf/
- ONU, 2008. *Informe sobre desarrollo humano en:*
http://hdr.undp.org/en/media/HDR_20072008_SP_Complete.pdf
- Ortiz, C. 2005. Desarrollo rural y turismo. *Potencialidad y propósitos del turismo en el espacio rural*. Darchary, A., Orozco, J. y Arnaiz, S. (Coordinadores), México, pp. 77-85
- Perles, J. 2006. Análisis del impacto económico de eventos: una aplicación a fiestas populares de proyección turística, *Cuadernos de turismo* No.17, Ayuntamiento de Calpe, Alicante, Universidad de Murcia, pp. 147-166.
- Piñeiro, D. y Cardeillac, J. 2010. “Influencia de la composición del grupo familiar en la pluriactividad”, en: *El Uruguay desde la sociología VIII, 8º Reunión Anual de Investigadores del Departamento de Sociología*, Uruguay, pp. 57 – 79
- Pizano, O., Zuleta, L., Jaramillo, L. y Rey, G. 2004. *La fiesta la otra cara del patrimonio: valoración de su impacto económico, cultural y social*, Colección economía y cultura, Edición del Convenio Andrés Bello, Unidad Editorial, Colombia, pp. 138.

Rausell, P. 2007. La recerca en comunicació en el país Valencia, *Economía de la cultura*, Treballs de comunicació (Societat Catalana de Comunicació), núm. 22, pp. 243-255

Sancho, A. 2008. *Introducción al turismo*, OMT, pp. 393

Solari, A. y Pérez, M. 2005. Desarrollo local y turismo: *relaciones, desavenencias y enfoques*, *Economía y sociedad*, julio-diciembre, año/vol. X, núm. 016, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Morelia, México, pp. 49-54

Talavera, A. 2003. "Turismo cultural, culturas turísticas", *Horizontes Antropológicos*, vol. 9, núm. 20, pp. 31-57

Tarlombani, M. 2005. Turismo y sustentabilidad. Entre el discurso y la acción, *Estudios y perspectivas en Turismo*, vol. 14, pp. 222-242

Vogeler, C. y Hernández, E., 2000. *El mercado turístico: Estructura, operaciones y procesos de producción*, Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid, pp. 367

CONCLUSIONES GENERALES

México es un país con una gran cantidad de santuarios, esto permitió reconocer santuarios de primer orden reconocidos a nivel nacional e internacional, con una afluencia anual de peregrinos de 1 millón 500 mil peregrinos a 14 millones; de segundo orden como aquellos santuarios reconocidos a escala nacional, y que tienen promoción en los medios de comunicación nacional, con una afluencia de 70 mil a 3 millones de peregrinos; y de tercer orden, ubicándolos en aquellos santuarios de alcance regional, y que por lo regular asiste un menor número de peregrinos comparados con los de primer y segundo orden, ya que su afluencia oscila entre 5 mil y 200 mil peregrinos.

La contribución económica directa de los peregrinos en la localidad de San Miguel fue de \$422.73, en relación a la indirecta de \$244.71 en promedio, siendo la derrama económica total fue de \$667.44.

Si bien los ingresos obtenidos durante la festividad de San Miguel del Milagro no son permanentes, si representan ingresos importantes y complementarios a las diversas actividades económicas del municipio, siendo el ingreso promedio total de \$5,066.66 y 2.25 empleos en promedio totales no familiares, respecto al 2.28 de empleos familiares.

Por lo tanto, el turismo religioso, permite ser un complemento a las actividades tradicionales, por lo que este tipo de turismo, tiene el potencial de generar efectos multiplicadores favoreciendo a la generación de empleos, ingresos, divisas, ingresos públicos, actividades empresariales y generación de nuevos bienes y servicios. Al considerar al turismo religioso como variable estratégica de desarrollo, permitirá que el resultado se manifieste en el mejoramiento y nivel de vida de los habitantes, a raíz de generar un crecimiento sustentable, para la preservación del medio ambiente, su arquitectura, su cultura y tradición. No solo la sinergia entre la oferta y la demanda es lo que determinará que se logre el desarrollo, sino será con la participación de los diferentes actores sociales, económicos e institucionales, que tendrán el reto de mejorar la demanda de estos lugares y ofrecer un sistema más avanzado de promociones tanto para el turismo local, como para el turismo de otras regiones.

BIBLIOGRAFIA GENERAL

- Alburquerque, F. 1997. *Metodología para el desarrollo económico local*, Santiago de Chile: ILPES/CEPAL, pp. 313-326
- 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
- Balboa, J. 2007. *El sexenio foxista. La Jornada, Política* en: [Http://www.jornada.unam.mx/2007/03/04/index.php?section=politica&article=003n](http://www.jornada.unam.mx/2007/03/04/index.php?section=politica&article=003n)
- Banco Mundial (BM), 2004. *Pobreza rural en México* en: http://siteresources.worldbank.org/INTMEXICO/Resources/La_Pobreza_Rural_en_Mexico.pdf
- Banco de México (Banxico), 2010. *Principales países receptores de turistas* en: www.cptm.com.mx/work/sites/CPTM/.../fact_sheet_2012_enero.pdf
- Barrera, E. 2006. *Turismo rural un agronegocio para el desarrollo de los territorios rurales: en agronegocios alternativos. Enfoque, importancia y bases para la generación de actividades agropecuarias no tradicionales*, Sudamericana, Buenos Aires; pp. 73
- Boisier, S. 2005. ¿Hay espacio para el desarrollo local en la globalización? *CEPAL*, núm. 86, pp. 47-62
- Bravo, E. 2011. Reseña de "Crisis en el campo mexicano" de Bernardo Olmedo Carranza. Problemas del Desarrollo. *Revista Latinoamericana de Economía* vol. 42, núm. 165; UNAM; México; pp. 176-179. En: <http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=11819780011>. ISSN 0301-7036.
- Buarque, S. 1999. *Metodología de planeamiento do desenvolvimento local e municipal sustentable*, 2da. Edición, Recife, Brasil, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), pp. 172.
- Calva, J. L. 2004. *La economía mexicana en perspectivas*. Economía UNAM, vol. 1, núm. 1, pp. 63 – 85.
- Camelo, H. 2001. Estudios estadísticos y prospectivos: Ingresos y gastos de consumo de los hogares en el marco del SCN y en encuestas a hogares, CEPAL Serie Estudios estadísticos y prospectivos, Chile, pp. 59 en: <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/6/5956/lcl1477e.pdf>
- Carton De Grammont. H. 2009. "La desagrarización del campo mexicano", *Convergencia*, Núm. 50, pp. 13-55.

- Castillo, C. 2011. "La conceptualización de los segmentos turísticos en Andalucía: Una breve aproximación", en *Turismo y desarrollo local*, vol. 4, núm. 10
- CONEVAL, 2010. *Municipal, población total, pobreza por ingresos* en: http://www.coneval.gob.mx/cmsconeval/rw/resource/coneval/med_pobreza/2803.xl
- CONEVAL, 2011. *Medición de la pobreza, Estados Unidos Mexicanos, 2010*. CONEVAL, en: http://www.coneval.gob.mx/cmsconeval/rw/pages/medicion/Pobreza_2010/Anexo_estadistico.es.do
- Consejo de Promoción Turística de México, 2008. *Análisis del mercado internacional del turismo de cultura 2007*, Puebla, México.
- Corona, M. 2009. *Para entender la economía Mexicana*, Ed. Siena, 4ª ed., pp.132.
- Cortez, R. 2004. *Turismo religioso o peregrinación. Hospitalidad por los caminos de Santiago de Compostela-España*, pp. 19 en: http://www.unoeste.br/site/CursoGraduacao/cursos/32/documentos/TURISMO_RELIGIOSOOPEREGRINACION.pdf
- Cruz, C. y Monroy, P. 2005. México santuario turístico, *Revista Fortuna*, México en: <http://www.Mexico santuario turístico>.
- Darchary, A. y Arnaiz, S. 2004. *Desarrollo y turismo en la costa de Jalisco, Espacio y desarrollo: las perspectivas teóricas*, COECYTJAL, México, pp. 240.
- Darchary, A. y Arnaiz, S. 2005. Turismo rural: modelos y propuestas, *Patrimonio cultural y turismo*, COECYT, México, pp. 181.
- Díaz, I., Nava, M., Gallardo, F., Cruz, J. y Fajersson, P. 2008. Potencial para turismo alternativo del municipio de paso de ovejas, Veracruz, *Tropical and Suptropical Agroecosystems*, vol. 8, núm. 002, Yucatán, México, pp. 199-208
- Esteve, R. 2009a. Turismo y religión. Aproximación histórica y evaluación del impacto económico del turismo religioso, Universidad de Málaga, pp. 26
- Esteve, R. 2009b. *Concepto de Turismo Religioso*, Fuente. Conferencia Episcopal Española.

- FAO, 2000. Los nuevos instrumentos de política agrícola y la institucionalidad rural en América Latina. En: Taller Política pública, institucionalidad y desarrollo rural en América Latina y el Caribe. FAO, del 28 al 30 de agosto, ciudad de México, pp. 30.
- Fernández, A. 2010. El Santo Niño de Atocha: patrimonio y turismo religioso. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 8, núm. 2, España, pp. 375-387
- Fernández, C. 2006. “El turismo rural en el desarrollo local”, vol. 26, pp. 575-612
- Finot, I. 2005. Descentralización, transferencias territoriales y desarrollo local, *CEPAL*, pp. 29-46
- Flores, C. 2008. “Desarrollo local y turismo”, *Instituto de investigación y servicios y consultoría turística-U.M.S.A.*, pp.8
- Fox, J. 2010. “La política agrícola mexicana: metas múltiples e interés en conflicto”, Universidad de California, Santa Cruz, pp. 9-53
- Freira, G. 2005. El turismo rural en la alternativa agraria iberoamericana, Universidad de Guadalajara, pp. 23
- García, F. 2003. El ajuste estructural neoliberal en el sector agrario latinoamericano en la era de la globalización. *Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe*, núm. 75, pp. 3 – 29.
- García, J. y Poyato Ma. 2002. *La función social del patrimonio histórico: el turismo cultural*, Universidad de Castilla La Mancha, pp.179
- Germain, A. 2007: “El mercado español de turismo religioso, un sector prometedor para la profesión”, en *EDITUR*, No. 2.480, (26 de octubre de 2007).
- Guerra, D. 2003. Los actores del turismo cultural: una introducción a los avances y perspectivas en su estudio y aplicación. II Congreso Internacional de Turismo Cultural en: http://www.naya.org.ar/turismo/congreso2003/ponencias/Diana_Guerra_Chirinos.htm
- Goded, M. 2002. “La promoción de la actividad turística: ¿una política de desarrollo acertada”, en *Economía Mundial*, vol. 7, pp. 11-133
- Gómez, Á., Monsalve, F. y Mondéjar, A. 2003. Impacto de los programas de innovación rural sobre el turismo rural en cuenca: un enfoque de marketing, XXIX Reunión de Estudios Regionales, Asociación Española de Ciencia Regional, Universidad de Cantabria, Santander 27 y 28 de noviembre pp. 1 – 18.

González, L. 2009. La fiesta de San Miguel del Milagro: una tradición viva en: La fiesta de San Miguel del milagro Una tradición.mht

González, A. y Ramírez, J. 2008. *Impacto económico del XI Festival de Flamenco de Jerez*. Ed. Fundación provincial de Cultura, Cádiz, pp. 23

González, I. 1999. Conservación de bienes culturales. Teoría, historia, principios y normas. Ediciones Cátedra; Madrid.

Hernández, R. 1997. Metodología de la investigación. Mc Graw Hill; México, pp.185

Herrera, F. 2009. Apuntes sobre las instituciones y los programas de desarrollo rural en México: del Estado benefactor al Estado neoliberal. Estudios sociales, vol.17, n.33; México; pp. 7-39

Herrero, L. 2004. "Impacto económico de los macrofestivales culturales: reflexiones y resultados", en *Boletín GC*, 6 en: http://www.gestioncultural.org/ficheros/1_1316768655_LHerrero.pdf

Huerta Moreno, Guadalupe. *"La reforma de estado y el Programa Nacional de Solidaridad"*. Mimeo 1994

INEGI, 2008. *Cuenta satélite del turismo en México 2003-2008* en: <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/Boletines/Boletin/Comunicados/Especiales/2010/septiembre/comunica3.pdf>

----- 2010. *Panorama socio demográfico de México* en: http://buscador.inegi.org.mx/search?tx=religion+catolica&CboBuscador=default_collection&q=religion+catolica&site=default_collection&client=frontend_1&output=xml_no_dtd&proxystylesheet=frontend_1&getfields=*&entsp=a__inegi_politica&Proxyreload=1&numgm=5

----- 2010. *Información por entidad* en: <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/tlax/default.aspx?tema=me&e=29>

----- 2010. Censo de Población y Vivienda (2010). Panorama sociodemográfico de México / Instituto Nacional de Estadística y Geografía.-- México: INEGI, c2011; pp. 54

- 2011. *Panorama sociodemográfico de México* en: http://www.cptm.com.mx/work/sites/CPTM/resources/LocalContent/6334/2/tlaxcala_ce.pdf
- INEGI-SECTUR. *Cuenta Satélite del Turismo de México 2004-2007*, pp. 40-70 en: <http://www.fusda.org/Revista%2014/Revista14-3%20ELTURISMOENMEXICO.pdf>
- Izcara, P. S. 2007. Introducción al muestreo. Editorial Miguel Ángel Porrúa, México, pp. 109
- Juárez, J. y Ramírez, B. 2007. El turismo rural como complemento al desarrollo territorial rural en zonas indígenas de México, *Scripta Nova Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, Vol. XI, núm. 236
- Kay, C. 1995. Desarrollo rural y cuestiones agrarias en América Latina contemporánea, *Agricultura y sociedad*, núm. 75, pp. 27 – 82
- Kay, C. 2007. Algunas reflexiones sobre los estudios rurales en América Latina, *Iconos*, en *Ciencias Sociales*, núm. 29, pp. 31-50.
- Lacambra, V. M. 2001. Desarrollo rural en los espacios rurales europeos. Elementos de desigualdad territorial. *Catalana de Sociología*, núm. 14, pp. 253-276.
- Lara, B., Velásquez, L. y Rodríguez, L. 2007. Especialización económica en Sonora: Características y retos al inicio del nuevo milenio. *Región y sociedad*. vol.19. México; pp. 27-49.
- Llull, J. 2005. “Evolución del concepto y de la significación social del patrimonio cultural”, *Arte, Individuo y Sociedad*, vol. 17, Universidad de Alcalá, pp. 175-204
- López, C. 2007. “Perfil del visitante del parque del desierto del Carmen”, Universidad Autónoma del Estado de México, *El Periplo Sustentable*, No. 12, pp.133-147
- Loría, E. 2009. Sobre el lento crecimiento de México. Una explicación estructural. *Investigación económica*, vol. LXVIII, 270, octubre-diciembre de 2009, pp. 37-68

- Maldonado, M. 2005. "El turismo religioso católico en México (Estudio sobre la IV visita del Papa Juan Pablo II, enero 1999)" *Ponencia IV Congreso Nacional y I Internacional de Investigación Turística*, Zapopan, Guadalajara.
- Mariscal, A. 2007. A vueltas con el turismo cultural y religioso en Andalucía: El caso de la romería del Rocío (Almonte- Huelva), *Ponencia en Jornadas El fenómeno religioso*, Presencia de la religión y de la religiosidad en las sociedades avanzadas, Universidad de Sevilla, pp. 1-16
- Martínez, R. 2011. Los Altos de Jalisco: un enclave turístico religioso, *en: Turismo Rural en México*, Complemento o exclusión en el desarrollo territorial rural, Juárez, J. P. y Ramírez, B. (Coordinadores), Ed. Altres Costa Amic, COLPOS Puebla, México, pp. 251-283
- Mora, J. 2005. "Política agraria y desarrollo rural en Costa Rica: elemento para su definición en el nuevo entorno internacional", *Agronomía Costarricense*, vol. 29, núm.001, San José Costa Rica, pp. 101-133
- Moriniz, A. 1992. Introduction. The territory of the anthropology of pilgrimage, en *Sacred Journeys. The Anthropology of Pilgrimage*. Greenwood Press. Westport, pp. 1-28
- Naciones Unidas y CEPAL 2006. México: Crecimiento agropecuario, TLCAN, capital humano y gestión del riesgo. Naciones Unidas y CEPAL, pp. 84.
- OECD, 2006. *Evaluación de la política rural de México: conclusiones y recomendaciones*. OECD, pp. 16.
- 2007. *Política agropecuaria y pesquera en México. Logros recientes, continuación de las reformas*. OECD, pp. 357.
- OET, 2008. *Turismo religioso. Italia como mercado emisor*. Oficina Española de Turismo en Roma.
- Olmedo, B. 2009. Problemas del Desarrollo. *Revista Latinoamericana de Economía*, Universidad Nacional Autónoma de México; vol. 42, núm. 165, abril-junio, 2011, Distrito Federal, México; pp. 176-179
- OMT, 2010. *Estadísticas de turismo a nivel mundial- Organización mundial de turismo* en: <http://www.grupovisiting.com/blog/estadisticas-de-turismo-a-nivel-mundial-organizacion-mundial-del-turismo/>
- 2011a. *Estadísticas del Turismo a nivel Mundial* en: http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_barom12_01_january_statistical_annex_en_excerpt.pdf

- 2011b. *Panorama OMT del turismo internacional* en: http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11sphr_2.pdf
- ONU, 2008. *Informe sobre desarrollo humano* en: http://hdr.undp.org/en/media/HDR_20072008_SP_Complete.pdf
- Ordaz, J. L. 2007. *México: el capital humano e ingresos. Retornos a la educación, 1994-2005*, CEPAL, Series Estudios y Perspectivas, núm. 90; pp. 70
- Ortiz, C. 2005. Desarrollo rural y turismo. *Potencialidad y propósitos del turismo en el espacio rural*. Darchary, A., Orozco, J. y Arnaiz, S. (Coordinadores), México, pp. 77-85
- Ostrowki, M. 2002. *Peregrinación o turismo religioso* en: Http://www.mercaba.org/Fichas/Evangelizacion/peregrinacion_o_turismo_religiosos.htm
- Padilla, R. 2004. La sustentabilidad de la agricultura en México durante los noventa. *Análisis Económico*, vol. XIX, núm. 42, pp. 245 – 274.
- Peñuela, M. 2011. *Antropología del peregrinar: entre la peregrinación y la globalización*, Pontificia Universidad Javiera, pp. 17
- Pérez, A. 1990. Nuevas orientaciones en las políticas agrícolas y rurales en América Latina. *Estudios Agro – Sociales*, núm. 152, pp. 27 – 42.
- Pérez E. 2001. “Hacia una Nueva Visión de lo Rural”, en *¿Una Nueva Ruralidad en América Latina?* Norma Giarracca (compiladora), Colección Grupos de Trabajo de CLACSO, Grupo de Trabajo Desarrollo Rural, Buenos Aires, pp. 223
- Perles, J. 2006. Análisis del impacto económico de eventos: una aplicación a fiestas populares de proyección turística, *Cuadernos de turismo* No.17, Ayuntamiento de Calpe, Alicante, pp. 147-166.
- Piñeiro, D. y Cardeillac, J. 2010. “Influencia de la composición del grupo familiar en la pluriactividad”, en: *El Uruguay desde la sociología VIII, 8° Reunión Anual de Investigadores del Departamento de Sociología*, Uruguay, pp. 57 – 79
- Pizano, O., Zuleta, L., Jaramillo, L. y Rey, G. 2004. *La fiesta la otra cara del patrimonio: valoración de su impacto económico, cultural y social*, Colección economía y cultura, Edición del Convenio Andrés Bello, Unidad Editorial, Colombia, pp. 138.

- Porcal, Ma. 2006. Turismo cultural, turismo religioso y peregrinaciones en Navarra. Las Javieradas como caso de estudio, *Cuadernos de Turismo*, núm. 18. España, pp. 103-134.
- Precedo, A., Revilla, A. y Míguez, A. 2007. "El turismo cultural como factor estratégico de desarrollo: el camino de Santiago", *Estudios Geográficos*, LXVIII, 262, Universidad de Santiago de Compostela, España, pp. 205-234
- Quesada, R. 2005. *Elementos del turismo*, EUNED, San José, CR, pp. 279
- Ramírez J. 2008. "Ruralidad y estrategias de reproducción campesina en el valle de Puebla, México", *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 5, 60, pp. 37-60.
- Ramos, A. 2009. *San Pedro Juchatengo potencial eco turístico del estado de Oaxaca 2009* en: <http://www.eumed.net/rev/turydes/05/alrs.htm>
- Rausell, P. 2007. La recerca en comunicació en el país Valencià, *Economía de la cultura*, Treballs de comunicació (Societat Catalana de Comunicació), núm. 22, pp. 243-255
- Rivermar, Ma. 2010. "Los fiesteros de Chalma" Peregrinación y migración internacional; núm.25; Colegio Mexiquence y Universidad de Guadalajara; pp. 83-106
- Robles, J. 2004. *Turismo religioso, alternativa de apoyo a la preservación del patrimonio y el desarrollo* en: <http://sincronia.cucsh.udg.mx/salgado04.htm>
- Rodríguez, A. y Meneses, J. 2011. Transformaciones rurales en América Latina y sus relaciones con la población rural. Documento preparado para la Reunión de expertos sobre: población, territorio y desarrollo sostenible, Unidad de desarrollo agrícola, CEPAL, Santiago de Chile en: http://www.eclac.cl/celade/noticias/paginas/5/44305/Adrian_Rodriguez.pdf
- Romo, J. 2000. *El uso turístico del espacio religioso: El Santuario de Loiola en la Ruta de los tres tiempos* en: <http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20religioso/USO%20TURISTICO%20DEL%20ESPACIO%20RELIGIOSO%20SANTUARIO%20DE%20LOYOLA.PDF>
- Ruiz, M. 2005. Evolución reciente y perspectivas del sector agropecuario en México. *ICE*, núm. 821, pp. 89 – 106.
- Sancho, A. 2008. *Introducción al turismo*, OMT, pp. 393

Sectur-Cestur, 2002. *Estudio Estratégico de Viabilidad de Turismo Cultural* en: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Turismo_Cultural_y_de_Salud.

SECTUR, 2009. *Encuentro de Turismo Espiritual; "Importancia del Turismo Espiritual en la Economía Local"* En: <http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/4921/1/images/TurismoEspiritual.pdf>

----- 2009a. *Cuarto Informe de Gobierno, 2009-2010 SECTUR* en: http://www.sectur.gob.mx/PDF/SECTUR_GOBIERNO_2010.pdf

----- 2009b. *Dimensionamiento del Turismo espiritual en México* en: <http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/15653/DIMENSIONAMIENTODELTURISMOESPIRITUAL.pdf>

----- 2011. *Consejo de Promoción Turística de México* en: http://mx.visitmexicopress.com/wb/pressmx/pres_cultural/

Schejtman, A. y Berdegué, J. 2004. *Desarrollo territorial rural*, Chile, Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural, Debates y Temas Rurales, nº 1, pp. 53

Solari, A. y Pérez, M., 2005. "Desarrollo local y turismo: relaciones, desavenencias y enfoques", *Economía y sociedad*, julio-diciembre, año/vol. X, núm. 016, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, Morelia, México, pp. 49-54

Suárez, J. E. 2005. Economía y turismo en México: un enfoque estructuralista. en: *Turismo: Teoría y praxis*. Palafox, M. A (coor). Plaza y Valdés editores. Primera edición, pp. 73-81.

Sunkel O. y Paz, P., 1981. *El subdesarrollo latinoamericano y la teoría del desarrollo*, Editorial Siglo 21, México, pp. 268.

Talavera, A. 2003. "Turismo cultural, culturas turísticas", *Horizontes Antropológicos*, vol. 9, núm. 20, pp. 31-57

Tarlombani, M. 2005. Turismo y sustentabilidad. Entre el discurso y la acción, *Estudios y perspectivas en Turismo*, vol. 14, pp. 222-242

Teubal, M. 2001. "Globalización y nueva ruralidad en América latina", en Norma Giarracca (Compiladora), *¿Una nueva ruralidad en América Latina?* Colección Grupos de Trabajo, CLACSO, Buenos Aires, pp. 45-65

- Trejo, I. y Morales, J. 2009. Manual para la elaboración de una encuesta rural. México. Colegio de Postgraduados.
- Turner, V. 1988. *El proceso ritual, Estructura y antiestructura*, Ed. Taurus, Madrid, pp.78
- Vargas, G. 2000. “La organización de la peregrinación general corporada de oriente al Santuario del Cristo de Otatitlán, Veracruz”, *Mitológicas*, Centro Argentino de Etnología Americana, vol. 15, pp. 75-87
- Vargas, G. 2003. “Peregrinación y santuario”, *La palabra y el hombre*, núm. 128, pp. 99 – 121
- Velasco, J. 2003. “Catolicismo popular en México: líneas temáticas para el estudio de los ámbitos de influencia ritual y devocional”, *La Palabra y el Hombre*, núm. 128, pp. 123 – 143.
- Villa, M. 2008. *¿Qué hacemos con el campo mexicano?* COLPOS-MP, México, pp.231
- Villa, M.R. (coordinador), 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*, Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid, pp. 367
- Vukonic, B. 1997. *Turism and religion*, Ed Pergamon, Elsevier Science, Oxford
- Wearing. S. y Neil. J., 1999. *Ecoturismo, impacto, tendencias y posibilidades*, Ed. Síntesis, Madrid, España, pp. 24

FOTOGRAFIAS









