

# ETAPAS DEL CICLO DE VIDA EN EL DESARROLLO DEL TURISMO RELIGIOSO: UNA COMPARACIÓN DE ESTUDIOS DE CASO

*Genoveva Millán Vázquez de la Torre\**

*Leonor M Pérez Naranjo\*\**

Universidad de Córdoba

*Rogelio Martínez Cárdenas\*\*\**

Universidad de Guadalajara. México

## RESUMEN

El turismo religioso es una opción estratégica de desarrollo para muchos destinos. Requiere orientación al turismo, importante inversión de capital privado y público, y predisposición de las autoridades eclesiásticas para adaptarse a las necesidades del visitante. Este artículo examina el turismo religioso de carácter católico en distintos lugares de México y Europa y valora implicaciones relacionadas con el ciclo de vida. Finalmente, se hacen recomendaciones para desarrollar el potencial de los lugares analizados, y para el avance del concepto de ciclo de vida de destinos turísticos religiosos.

**Palabras clave:** turismo religioso, ciclo de vida de un destino.

**Life-cycle stages in religious tourism development: a comparison of case studies**

## ABSTRACT

The religious tourism is a strategic development option for many destinations. It requires a tourism orientation, significant private and public capital investment, and a willingness on the part of religious authorities to adapt to visitor needs. The aim of this article is to examine the development of Catholic tourism in different Mexican and European regions and assess related life-cycle implications. Recommendations are made for developing the potential of

Fecha de recepción: 11 de junio de 2011.

Fecha de aceptación: 15 de junio de 2012.

\* Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Córdoba. España. E-mail: [gmillan@etea.com](mailto:gmillan@etea.com)

\*\* Departamento de Organización de Empresas. Universidad de Córdoba. España. E-mail: [lperez@uco.es](mailto:lperez@uco.es)

\*\*\* Centro Universitario de los Altos. Universidad de Guadalajara. México.

the Mexican religious regions, and for advancement of the religious tourism destination life-cycle concept.

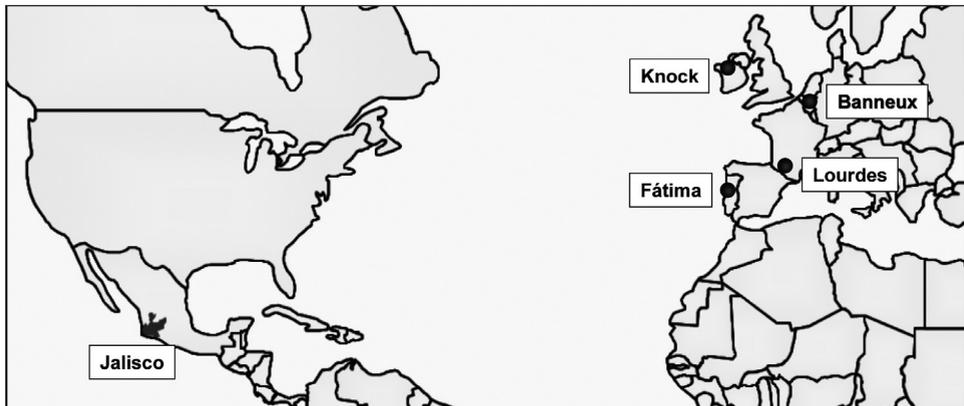
**Key words:** religious tourism, destination life cycle.

## 1. INTRODUCCIÓN

El turismo religioso ha emergido en muchas regiones como uno de los productos de turismo más importantes. A pesar de la tendencia mundial hacia la secularización, en los últimos años se asiste a un redescubrimiento turístico de lugares y rutas de carácter religioso (Digance, 2003). Además, este tipo de turismo quizás sea el único que puede fortalecerse en épocas de crisis económica (Millán et al., 2010). Se estima que anualmente entre 300 y 330 millones de personas se desplazan por motivos religiosos, generando un impacto económico de unos 18.000 millones de dólares (World Religious Travel Association, 2010). Sin duda, el turismo religioso puede representar una opción estratégica de desarrollo para muchos lugares sagrados, tanto urbanos como rurales (Maak, 2009).

Aunque hay un número creciente de estudios relacionados con el turismo religioso, las investigaciones sobre esta materia siguen siendo escasas (Cánoves, 2006, Triantafillidou et al., 2010) y pocos han comparado los destinos sagrados para propósitos de benchmarking o para el desarrollo de la teoría del ciclo de vida. No obstante, Ambrosio y Pereira (2007) proporcionan un punto de partida al examinar el desarrollo del turismo religioso en cuatro ciudades-santuario católicas fundadas tras las apariciones de la Virgen María: Banneux (en Bélgica), Fátima (en Portugal), Knock (en Irlanda) y Lourdes (en Francia). En este artículo se tienen en cuenta muchas de las cuestiones que proponen estos autores en un análisis comparativo con tres destinos de Jalisco, en México (Figura 1). Esto permite un

**Figura 1**  
**LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DE LOS DESTINOS RELIGIOSOS ANALIZADOS**



Fuente: Elaboración propia.

análisis múltiple de casos que no es posible sin datos directamente comparables. Lourdes y Fátima están además en una etapa más avanzada de desarrollo para el turismo en general, y para el turismo religioso en particular, por lo que ofrecen una base más amplia para el desarrollo teórico del modelo de ciclo de vida.

La investigación de la oferta se ve obstaculizada por las grandes diferencias de localización entre las regiones religiosas cristianas del Nuevo y del Viejo Mundo. Dentro de estas regiones existen además destinos que varían enormemente en cuanto al tamaño de los templos religiosos, la proximidad a los principales generadores de turismo o a rutas, etc. Las etapas del ciclo de vida de un destino de turismo religioso se ven afectadas por una amplia variedad de factores, como la política del gobierno, el cambio de paradigmas económicos y las interacciones de oferta y demanda. Por otra parte, la investigación hasta ahora se ha centrado principalmente en las regiones religiosas del Viejo Mundo, por lo que su aplicabilidad es algo limitada.

El objetivo general de este artículo es cubrir varias lagunas de la literatura comparando lugares sagrados católicos del Nuevo y del Viejo Mundo para el desarrollo de la teoría del ciclo de vida de los destinos de turismo religioso. En esta investigación se determina en primer lugar el contexto del desarrollo del turismo religioso en tres destinos de Jalisco (San Juan de los Lagos, Santa Ana de Guadalupe y Talpa de Allende) que son similares en algunos aspectos, pero que tienen también elementos diferenciadores que hacen que se encuentren en etapas evolutivas distintas. Posteriormente, se comparan con cuatro ciudades europeas (Banneux, Fátima, Knock y Lourdes). El estudio múltiple de casos permite determinar factores clave en el desarrollo del turismo religioso, así como la elaboración de un esbozo del modelo de ciclo de vida de estos destinos. Se recomiendan además medidas específicas para aumentar la competitividad en los destinos religiosos de Jalisco.

## 2. TURISMO RELIGIOSO

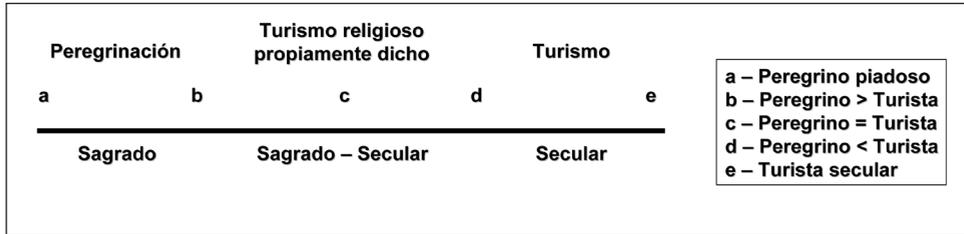
### 2.1. Definiciones

El turismo religioso, en sentido amplio, es todo aquel motivado, ya sea en parte o exclusivamente, por razones religiosas (Rinschede, 1992). Como en otras formas de turismo de interés especial, los visitantes a lugares o eventos religiosos difieren en el grado en que la motivación religiosa incide en su decisión para realizar el viaje. A partir de la clasificación de Smith (1992), se pueden distinguir distintos tipos de turismo religioso dentro de una graduación continua que va desde la peregrinación piadosa basada en la fe hasta el turismo estrictamente secular (Figura 2). En una posición intermedia estaría el turismo religioso propiamente dicho, donde puede distinguirse entre un viajero más peregrino que turista, un viajero tan peregrino como turista o un viajero más turista que peregrino, según predomine en mayor o menor grado la fe o lo profano en sus motivaciones y actividades<sup>1</sup>.

---

1 Las posibilidades de practicar actividades turísticas a lo largo del trayecto y en el lugar sagrado estarán condicionadas por las características del recorrido y del destino, y más concretamente, por los servicios e infraestructuras turísticas existentes en ellos. Asimismo, se constata que son numerosas las peregrinaciones que hoy en día se comercializan siguiendo los cauces tradicionales de promoción turística (agencias de viaje) y también las nuevas estrategias de difusión (Porcal, 2006).

**Figura 2**  
**TIPOS DE TURISMO RELIGIOSO: PEREGRINO Y TURISTA, COMO DOS**  
**POLOS OPUESTOS**



Fuente: Elaboración propia a partir de Smith (1992).

Los elementos esenciales en la experiencia del turismo religioso pueden ser muy variados, como la visita a un templo o a una ceremonia sagrada, la visita a un lugar relacionado con un personaje religioso (Jesucristo, la Virgen María, un Santo, un Papa,...) o la visita a un lugar donde se haya producido un milagro.

Nolan y Nolan (1992), al describir el sistema de turismo religioso en Europa, distinguen entre: santuarios de peregrinación con una fuerte atracción de devotos religiosos pero pocas características para atraer a turistas seculares; espacios religiosos con carácter histórico-artístico significativo, que funcionan como centros de atracción de devotos y como atracciones de turismo religioso debido a sus características históricas, artísticas y/o escénicas; y encuentros o celebraciones religiosas.

## 2.2. Beneficios y desarrollo del turismo religioso

El turismo religioso genera beneficios para todos sus stakeholders. Por una parte, las entidades religiosas pueden obtener un mayor volumen de donativos y limosnas. Por ejemplo, el santuario de Lourdes recibe actualmente entre ofrendas, donativos y herencias 18 millones de euros al año (el 90% de sus recursos financieros) (Sanctuaires Notre-Dame de Lourdes, 2012).

Por otra parte, el turista motivado por la fe suele llevarse algún recuerdo o dejar algún ex-voto. Esto propicia la reactivación en el destino de ciertas actividades artesanales para la elaboración de estos artículos (Fernández, 2010). El turista religioso además es más fiel a los destinos que los turistas tradicionales o con otras motivaciones, retornando al sitio en un periodo de tiempo menor (Robles, 2004). Asimismo, se obtienen beneficios derivados a los servicios de hospitalidad a causa del incremento del número de turistas.

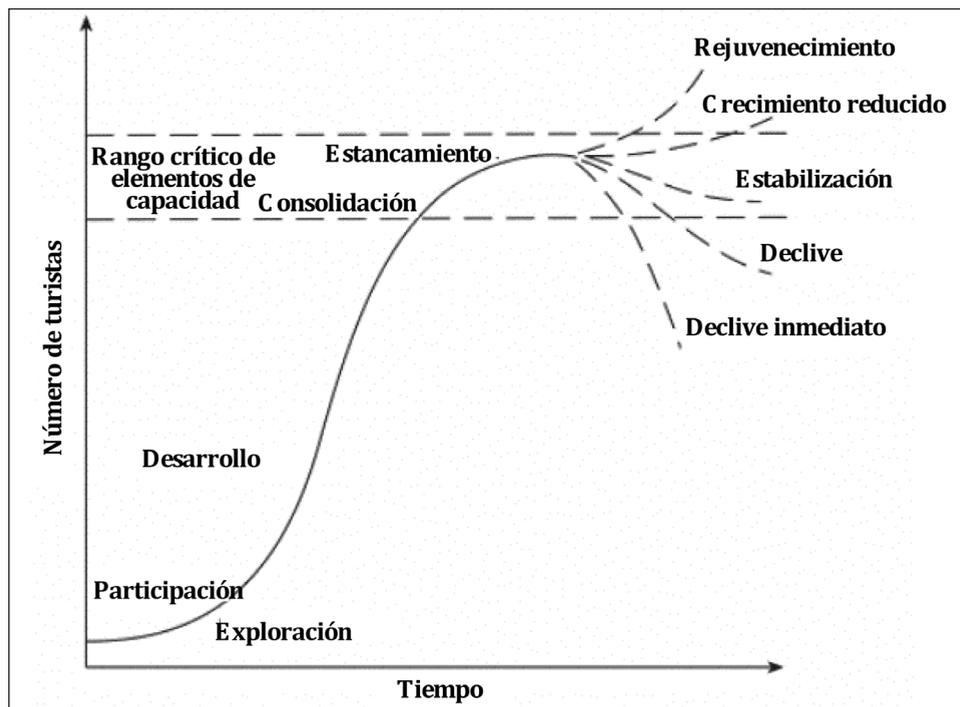
Sin embargo, el turismo religioso también implica costes significativos no sólo para las entidades eclesíásticas que individualmente se embarcan en el desarrollo del turismo, sino también para el desarrollo de infraestructuras de apoyo y de acciones de marketing apropiadas. En consecuencia, el desarrollo del turismo religioso depende en general de políticas y programas de organismos gubernamentales, del marketing de organizaciones de turismo o del destino, de acciones independientes por parte de empresarios y de acciones independientes por parte de miembros de la Iglesia (Muñoz, 2011). En algunos lugares,

como por ejemplo en Lourdes, el desarrollo del turismo religioso se ha ido generando a raíz de las decisiones e iniciativas de autoridades religiosas locales y regionales (Harris, 1999). La planificación estratégica por parte de los directivos de lugares y eventos sagrados es clave para el desarrollo sostenible del turismo religioso de una zona (Ambrosio y Pereira, 2007), sobre todo si se tiene en cuenta la complejidad añadida a la dirección de estos lugares y eventos donde coinciden religión y turismo (Shackley, 2001; Olsen, 2006). No obstante, es sorprendente que tan sólo una minoría de los directivos de lugares y eventos religiosos lleva a cabo alguna forma de planificación (Shackley, 2001; Triantafyllidou et al., 2010).

### 3. CICLO DE VIDA

El concepto básico del ciclo de vida en los estudios de turismo, atribuido a Butler (1980), se refiere a que los destinos turísticos suelen mostrar un camino evolutivo formado por diferentes etapas (Figura 3): exploración, participación, desarrollo, consolidación, estancamiento y declive o rejuvenecimiento. El modelo de ciclo de vida en un destino turístico (CVDT) no es una teoría predictiva o explicativa, sino que es una generalización

**Figura 3**  
**MODELO DE BUTLER (1980) DEL CICLO DE EVOLUCIÓN DE UN DESTINO TURÍSTICO**



Fuente: Pearce, 1989.

basada en la observación que tiene un alto valor para la planificación estratégica del turismo.

Al aplicar el modelo de CVDT al turismo religioso se puede decir que el destino depende de la capacidad de atracción de los personajes religiosos relacionados con el lugar (un santo, un mártir,...), de sus templos sagrados, de sus atracciones o eventos relacionados con la religión, o de los hechos históricos religiosos acaecidos en el destino, de tal forma que si estos elementos evolucionan, también lo hará el destino. Es concebible, sin embargo, que otras atracciones no relacionadas con la religión afectarán también a la evolución del lugar.

Como sostiene Butler (2006a), hay una serie de razones por las que el modelo de CVDT sigue siendo popular y útil en los planos teórico y práctico. En primer lugar, es evidente que las zonas turísticas son dinámicas. Generalmente el cambio es provocado por una combinación de factores desencadenantes, o bien factores externos (especialmente la competencia o el caos) o bien iniciativas políticas, empresariales y eclesiales deliberadas. Algunas regiones de turismo religioso están siendo estratégicamente comercializadas y promovidas por el destino y las organizaciones turísticas del país, aunque por lo general suele ser la acción eclesial la que inicia y sostiene el proceso de desarrollo.

En el proceso de cambio de un destino normalmente existen etapas discernibles. Por ejemplo, de los destinos de turismo religioso que se analizan en Jalisco se puede observar que Santa Ana de Guadalupe está en un estado más incipiente, mientras que San Juan de los Lagos se encuentra en un estado más maduro.

Los componentes espaciales del modelo CVDT no han sido estudiados en profundidad, pero Butler sostuvo que el turismo se extiende geográficamente a través del tiempo. Esto, dentro de una región de turismo religioso, podría relacionarse directamente con la expansión o ampliación de templos sagrados, la influencia de rutas religiosas en el tráfico de turistas, y la ubicación de los servicios para visitantes. Asimismo, como se estudia en esta investigación, la ubicación y la accesibilidad del destino con respecto a la procedencia de los turistas religiosos es de vital importancia.

En cualquier aplicación de un modelo de ciclo de vida deben considerarse indicadores temporales (es decir, qué es lo que cambia con el tiempo: ¿el volumen de turismo, el número o tamaño de los templos, el volumen de donaciones y limosnas,...?), así como la dimensión espacial (¿se trata de una región política o una definida por sus características religiosas?).

El concepto de ciclo de vida ha sido utilizado y criticado con frecuencia en la literatura del turismo. De hecho, se han publicado en forma de libro dos volúmenes de artículos referentes al ciclo de vida de destinos turísticos (Butler, 2006a, 2006b). En estos volúmenes no se hace mención al turismo religioso o a regiones religiosas.

En los destinos turísticos religiosos el templo suele ser la atracción principal. Aunque el turismo religioso puede existir sin templos, cualquier destino de turismo religioso debería de contar con alguno. En este contexto, Ambrosio y Pereira (2007) proponen un marco teórico para la comparación de destinos de turismo religioso donde han tenido lugar apariciones de la Virgen María. Utilizaron la evidencia empírica para argumentar que los templos pasan por varias etapas, distinguiéndose normalmente tres estados: una

capilla, una basílica de tamaño medio y una gran basílica<sup>2</sup>. Estos autores afirman que los factores clave que ayudan a entender la evolución de los destinos religiosos como Banneux, Fátima, Knock o Lourdes son: 1) el nivel de consagración de quienes presenciaron las apariciones; 2) la construcción de edificaciones religiosas; y 3) la construcción de instalaciones comerciales y de hospedaje. Finalmente, proponen un modelo de CVDT que añade dos variables al modelo original: los templos y las instalaciones comerciales y de hospedaje.

El modelo de CVDT comparte los mismos problemas a los que se enfrentan otras teorías evolutivas. En primer lugar, es difícil de testar empíricamente. En segundo lugar, no existen indicadores claros que marquen la transición de una etapa a la siguiente. Además, las intervenciones estratégicas podrían mover a un destino a un estado avanzado (por ejemplo, instalaciones para peregrinos), mientras que permanece en una fase anterior en otros aspectos. Sin embargo, este modelo es útil para conceptualizar el desarrollo como un proceso de crecimiento, sobre todo si el desarrollo es impulsado por la demanda, y en alerta del declive potencial (Tomljenovic y Getz, 2009)<sup>3</sup>.

#### 4. MÉTODOS

En esta investigación se realiza un análisis del desarrollo del turismo religioso en tres destinos de Jalisco. Los destinos fueron seleccionados por la facilidad para acceder a la información. En primer lugar, se define el perfil de cada uno. Para esto se realizaron revisiones de documentos en profundidad, visitas de campo y entrevistas con informantes clave. En concreto, durante 2009, se realizaron entrevistas semi-estructuradas a representantes de instituciones eclesíásticas, políticos locales, y del sector empresarial, todos ellos relacionados con el sector del turismo religioso. En total, 45 entrevistas, que fueron contrastadas con documentos, publicados y sin publicar, y complementadas con los datos estadísticos de la Secretaría de Turismo de México (SECTUR), El Sistema Estatal de Información de Jalisco (SEIJAL) y la Secretaría de Turismo del Gobierno de Jalisco (SETUJAL).

---

2 Cuando en un destino tiene lugar alguna aparición de la Virgen, los primeros creyentes acuden a la zona y se construye una capilla. Con la aprobación eclesíástica de las apariciones comienzan a llegar los primeros grupos organizados, primero a nivel regional y luego a nivel nacional. Al mismo tiempo, es posible la participación de la población local en la creación de servicios para los peregrinos y se presiona al sector público para que provea infraestructura. Con el crecimiento del número de peregrinos, las autoridades eclesíásticas deciden construir una basílica de tamaño medio. Una vez que se reconoce el poder de atracción del santuario, se construye una basílica de gran tamaño, con capacidad para más de 10.000 personas.

3 Hoy en día, en entornos económicos cada vez más competitivos, el turismo, y sobre todo el turismo de interés especial, es cada vez más impulsado por la oferta que por la demanda. Los impulsores pueden ser agencias de desarrollo, empresarios o líderes religiosos. En cualquier caso, en los destinos donde las iniciativas de turismo religioso impulsan el desarrollo del turismo, es necesario garantizar que los templos están dispuestos y preparados para convertirse en una parte del producto turístico del destino y por tanto es necesario identificar la capacidad de crecer e invertir en servicios para los visitantes. En las regiones donde los líderes eclesíásticos están impulsando iniciativas de turismo religioso, el sector turístico y el sector público tienen la responsabilidad de ayudar en estos esfuerzos. Pero para determinar la viabilidad de esta inversión se necesita información de calidad sobre los templos o lugares sagrados y sus actividades relacionadas con el turismo. En ambos casos, los programas y actividades estratégicas que se lleven a cabo deben incorporar la asistencia a las necesidades de las autoridades eclesíásticas en cuanto a desarrollo de productos y marketing.

En segundo lugar se realiza una comparación con cuatro destinos europeos. El estudio múltiple de casos añade fuerza al análisis por revelar similitudes y diferencias dentro y entre destinos del Nuevo y del Viejo Mundo.

El método del estudio de caso tiene principalmente dos funciones en la construcción de teorías (Eisenhardt, 1989). La primera consiste en comprobar la congruencia con constructos e hipótesis a priori que se han derivado de la teoría existente (en particular, para determinar si el estudio de caso refuta la teoría existente o se presenta como una anomalía). Para ello se contó como punto de partida con el modelo genérico de CVDT y el modelo específico de Ambrosio y Pereira (2007).

Los estudios y comparaciones de casos también son valiosos para generar nuevas hipótesis o modelos. Se trata de la construcción de teoría inductiva, y siempre existe la posibilidad de aprender algo completamente nuevo, especialmente en campos como el turismo religioso donde la investigación teórica es muy escasa. Estudios comparativos de casos que se llevan a cabo con posterioridad pueden determinar si los resultados de los primeros estudios (que desarrollaron un prototipo) son generalizables. De esta manera, utilizamos los casos de Jalisco y la comparación con las cuatro ciudades europeas para determinar los factores clave en la evolución de los destinos de turismo religioso y desarrollar en las conclusiones nuestras hipotéticas etapas del ciclo de vida de destinos de turismo religioso.

## **5. PERFIL DE TRES DESTINOS RELIGIOSOS DE JALISCO**

En México, casi el 90% de la población profesa el catolicismo y existe una marcada tendencia a peregrinar hacia sus distintos santuarios, de tal forma que cada año unas 40 millones de personas se desplazan en el interior sólo por motivación religiosa, generando un impacto económico 952 millones de dólares (Martínez, 2010).

En el Estado de Jalisco el turismo religioso tiene un gran potencial. Hasta ahora, las autoridades jaliscienses, tanto laicas como eclesásticas, apenas han promovido el turismo religioso, pero actualmente diversas instancias estatales y municipales están tratando de impulsarlo. En el Estado de Jalisco los destinos religiosos más importantes son San Juan de los Lagos, Talpa de Allende, Zapopan, Temastlán (en Totatiche) y Santa Ana de Guadalupe (en Jalostotitlán) (SETUJAL, 2009). En este artículo se profundiza en tres de ellos: San Juan de los Lagos, Talpa de Allende y Santa Ana de Guadalupe.

### **5.1. San Juan de los Lagos**

San Juan de los Lagos se localiza en la Región de los Altos, al noreste del Estado de Jalisco. Se cree que este municipio (anteriormente denominado San Juan Bautista Mezquititlán) fue fundado en 1542 por Fray Miguel de Bolonia, quién además construyó una ermita con hospital donde dejó una pequeña imagen de la Virgen de la Concepción. A ella se le atribuye el milagro que en 1623 devolvió la vida a una niña de siete años. A raíz de ello, la imagen cobró fama de milagrosa, siendo coronada en 1904, y hasta lograr la veneración que ahora tiene.

El primer santuario, conocido actualmente como la Capilla del Primer Milagro, se construyó en el año 1642. Tiempo después, en 1682, finalizó la construcción del segundo

**Tabla 1**  
**ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DE SAN JUAN DE LOS LAGOS**

Características	San Juan de los Lagos
Localización, accesibilidad	Está en medio de un gran mercado potencial, a unos 145 km de la capital (Guadalajara) y a unos 160 km del Aeropuerto Internacional de Guadalajara. La transportación terrestre es buena.
Superficie	832,15 km <sup>2</sup>
Habitantes	57.104 habitantes; más del 75% de la población en la cabecera municipal.
Capacidad de hospedaje	110 alojamientos con 3.379 unidades rentables (6,9% de 5*, 13,6% de 4*, 22,3% de 3*, 17,3% de 2*, 27% de 1* y 12,9% de otras categorías). Cuenta con un albergue gratuito propiedad de las autoridades eclesiásticas único por sus características en México y con capacidad para varios miles de peregrinos (Ruezga y Martínez, 2006).
Restauración	93 establecimientos.
Artesanía	Sobresalen sus hilados, deshilados, bordados a máquina, tejidos de lana y de gancho, ropa de todo tipo para dama, sarapes, quesquemets, etc. También se hacen artículos de talabartería como bolsos, cinturones y carteras; y objetos de cerámica y porcelana, joyería y guitarras.
Gastronomía	Destacan el pozole, tamales de carne y dulce, ponches de frutas naturales y dulces de leche y membrillos como alfajor, viznaga, cajeta de leche, chilacayote o enmielados y jamoncillos.
Atractivos no religiosos	Balneario Montana, Campo Deportivo Antonio R Márquez, Casa de Cultura Idolina Gaona de Cosío, Casa de Rita Pérez de Moreno, Edificio de Correos y Telégrafos, Escuela Rita Pérez de Moreno, Hospital Dr. Manuel Montero, Saucedo, Malecón Chilaca Ruiz, Mercado Municipal Zenón de la Torre, Mirador Cerro de la Cruz, Monumento a la Independencia, Palacio Municipal, Parque del DIF, Parque El Chilacay, Plaza de Armas Rita Pérez de Moreno, Plaza Zaragoza, Presa de Alcalá, Puente Histórico, Unidad Deportiva Municipal Lic. Alberto Orozco «La chilacayo» y Vaso de la Presa.
Eventos no religiosos	Eventos charros, Festival Internacional del Mariachi y Fiestas de la Primavera.

Fuente: SETUJAL (2010); SEIJAL (2010); SECTUR (2010).

santuario, el cual es en la actualidad la parroquia de San Juan Bautista. La construcción de la actual basílica finalizó en 1769, obteniendo el rango de catedral en el año 1972.<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Otros atractivos religiosos que hoy se pueden apreciar en el lugar son la Capilla de Nuestra Señora de San Juan de los Lagos, la Capilla de Nuestra Señora del Rosario, la Capilla del Niño del Cacahuate, la Capilla del Sagrado Corazón de Jesús, la Capilla de El Calvario, la Capilla El Pocito de la Virgen, el Ex-Convento de Capuchinas, el Museo Cihuapilli, la Parroquia de la Sangre de Cristo, el Templo abierto – Fraccionamiento El Rosario, el Templo de la Sagrada Familia, el Templo de la Tercera Orden, el Templo de San José, el Templo de San Pedro Esqueda y el Templo de la Misericordia.

San Juan de los Lagos recibió la visita del papa Juan Pablo II en 1990 y en el año 2000 celebró Año Jubilar concediéndose indulgencias a las personas que visitaban el santuario. Por otra parte, hay que considerar que San Juan de los Lagos es uno de los municipios donde tuvo gran presencia el movimiento de la Guerra Cristera<sup>5</sup>. Actualmente, se ha desarrollado una ruta que rememora aquella guerra y los sitios donde se desarrolló. La Ruta Cristera es un proyecto de 4 circuitos que tiene como objetivo aprovechar los recursos naturales y culturales de 24 municipios de las regiones altas, norte y centro, que cuentan con antecedentes de aquella época.

En la actualidad, San Juan de los Lagos es el segundo centro religioso más importante de México (después de la Basílica de Nuestra Señora de Guadalupe, en el Distrito Federal) recibiendo anualmente a unos 6 millones de peregrinos, que generan un impacto económico de más de 41 millones de euros. De estos 6 millones de peregrinos, casi 2 millones acuden durante la Fiesta de la Candelaria (del 23 de enero al 2 de febrero), la principal celebración del municipio.

Los visitantes proceden principalmente del Estado de México (un 26,72%) y del Distrito Federal (un 26,07%). No obstante, durante las Fiestas de la Candelaria la mayor afluencia procede del Estado de Guanajuato (29,83%), seguido del Estado de México (un 12,29%) y del Distrito Federal (un 10,96%). Gran parte de estos peregrinos (un 75,44%) no se hospeda en el municipio, permaneciendo una media de 6,90 horas en el lugar (SETUJAL, 2009).

Hasta ahora la planificación del turismo religioso en este municipio ha sido prácticamente nula. A penas se ha hecho uso de herramientas de marketing de destinos. El santuario ni siquiera cuenta con página web propia. No obstante, cabe destacar que en los últimos años algunas instituciones están mostrando su preocupación por este tema y están intentando impulsar un desarrollo sostenible del turismo religioso en la zona. La Tabla 1 resume algunas características más de San Juan de los Lagos.

## 5.2. Santa Ana de Guadalupe

Santa Ana de Guadalupe es una delegación del municipio de Jalostotitlán, en la Región de los Altos, al noroeste del Estado. Aquí nació en el año 1900 Santo Toribio Romo, uno de los sacerdotes mártires de la Guerra Cristera. Toribio Romo murió en 1928 y, veinte años después, sus restos fueron llevados a su lugar de origen, a la capilla que él mismo construyó. En 1992 fue beatificado y en el año 2000 fue canonizado junto con 24 compañeros. La Iglesia tuvo reticencias para incluir a Toribio Romo entre los canonizados, sin embargo el pueblo creyente lo escogió como uno de sus santos favoritos atribuyéndole un especial poder taumatúrgico en la ayuda que otorga a los migrantes indocumentados.

Las autoridades eclesíásticas han embellecido este histórico lugar con la construcción en 2001 de La Calzada de los Mártires, en conmemoración del primer aniversario de la

---

5 La Guerra Cristera en México fue un conflicto armado que se prolongó desde 1926 a 1929, entre el gobierno de Plutarco Elías Calles y milicias de laicos católicos dirigidas por sacerdotes, quienes resistieron la aplicación de legislación y políticas públicas orientadas a restringir la autonomía de las religiones en general y la católica en particular.

**Tabla 2**  
**ALGUNAS CARACTERÍSTICA DE JALOSTOTITLÁN**

Características	Jalostotitlán
Localización, accesibilidad	Santa Ana de Guadalupe está muy bien situada, a unos 20 km de San Juan de los Lagos (el segundo centro religioso del país), a unos 125 km de la capital y a unos 145 km del Aeropuerto Internacional de Guadalajara. Las carreteras se encuentran en buenas condiciones, contando con buena señalización.
Superficie	427,06 km <sup>2</sup> .
Habitantes	28.462 habitantes, de lo cuales tan sólo 284 residen en Santa Ana de Guadalupe.
Capacidad de hospedaje	6 alojamientos con 128 unidades rentables (25% de 3*, 29,7% de 2*, 30,5% de 1* y 14,8% de otras categorías)
Restauración	51 establecimientos
Artesanía	La artesanía más importante es la incrustación, de la que se encuentra gran variedad de productos fabricados con madera de naranjo o palillo, incrustada sobre caoba, cedro o mezquite como pequeños alhajeros, cofres, marcos, arcones o baúles, personificadotes, nichos, lapiceros y papeleros, hasta muebles para oficina y casa habitación. También destaca la elaboración de prendas de bordados y deshilados como juegos para bebé sabanas, servilleteros, tortilleros, caminos de mesa, fundas, faldas, blusas, manteles, chalecos, porta vasos, chalecos, pañuelos, cortinas, etc.
Gastronomía	Destaca la birria, pozole, enchiladas, sopes, pulque, aguamiel, miel de maguey y dulces de leche como jamoncillos, gusanos, cocadas, biznagas, calabazas, palanquetas, membrillos, tamarindo, huesitos, conservas de calabaza, naranja agria y chilacayote.
Atractivos no religiosos	Balneario «Las Palmitas», Casa de la Cultura, Centro Cultural o Auditorio de la Preparatoria, Hospital San José, La Alameda, Plaza de Armas, Plaza de Toros «Fermín E. Armillita», Plaza «Alfredo R. Plascencia», Presidencia Municipal y Zona Arqueológica.

Fuente: SETUJAL (2010); SEIJAL (2010); SECTUR (2010).

canonización de los Mártires de la Guerra Cristera.<sup>6</sup> Al igual que San Juan de los Lagos, el municipio de Jalostotitlán forma parte del circuito centro de la Ruta Cristera.

Desde el año 2000, en el que se canonizó a Santo Toribio y durante el cual se celebró Año Jubilar, Santa Ana de Guadalupe ha experimentado un gran incremento de visitantes, recibiendo actualmente unas 750.000 personas al año, que generan un impacto económico de aproximadamente 3,7 millones de euros. Santa Ana de Guadalupe es muy visitada sobre

<sup>6</sup> En Santa Ana de Guadalupe se pueden encontrar otros atractivos religiosos, como la Iglesia de la Mesita, la Iglesia de la Sagrada Familia y una réplica de la casa donde nació Santo Toribio. En el resto de Jalostotitlán destacan el museo Juan Pablo II, la Parroquia de la Señora de la Asunción, el Santuario de Guadalupe y el Templo del Sagrado Corazón.

todo por jaliscienses (56,59%) y guanajuatenses (17,56%). Muchos de ellos emigrantes y recién llegados de EEUU (SETUJAL, 2010).

En Santa Ana de Guadalupe, actualmente, la planificación del turismo religioso ha llevado a la decisión de construir una basílica de tamaño medio, para acoger a un mayor número de fieles. En este municipio se ha hecho un mayor uso de herramientas de marketing de destinos. Incluso Santo Toribio Romo cuenta con página web propia. Sin duda se está intentando impulsar el desarrollo sostenible del turismo religioso en la zona. La Tabla 2 resume algunas características más del municipio de Jalostotitlán.

### 5.3. Talpa de Allende

Talpa de Allende se encuentra al suroeste del Estado de Jalisco, en la Región Sierra. La Imagen de Nuestra Señora de Rosario de Talpa fue modelada en 1530 por los indios tarascos del Estado de Michoacán y llevada a Talpa en el año 1585. Desde entonces ha concedido cientos de milagros a los innumerables peregrinos que han pasado frente a Ella. Entre sus grandes milagros destaca su prodigiosa renovación en 1644. La imagen de caña liviana iba a ser enterrada a causa de su mal estado, cuando, en medio de un resplandor, se observó que se había renovado inexplicablemente. Este acontecimiento y los numerosos milagros obrados en los años inmediatos dieron origen a que la veneración de la imagen se extendiera rápidamente. En 1645 tuvo lugar su coronación.

La Parroquia del Señor San José, que inicialmente fue construida en el año 1600, es el lugar donde fue renovada milagrosamente la imagen de la Virgen de Talpa. Esta parroquia se reconstruyó en 1858. La Basílica de Nuestra Señora de Talpa se construyó en 1782.<sup>7</sup>

En la actualidad, Talpa de Allende recibe al año a casi 3 millones de peregrinos, de los cuales una gran parte acuden del 11 al 19 de marzo durante la Fiesta de San José, la principal celebración del municipio.

La mayoría de los visitantes suelen ser jaliscienses (un 82,34%), seguido de un 7,96% de nayaritas. En las Fiestas de San José la mayor afluencia es igualmente de origen jalisciense (un 91,95%, siendo un 40,15% de la Zona Metropolitana de Guadalajara), con tan sólo un 5,3% procedente de Nayarit. Un volumen importante de estos peregrinos (un 45,64%) no se hospeda en el municipio, permaneciendo una media de 8,15 horas en el lugar.

Los peregrinos suelen llegar a Talpa de Allende por el llamado Camino a Talpa, que nace en Ameca, a 82 Km de Guadalajara, y tiene una longitud de 92 km.<sup>8</sup> Actualmente, en este camino se está desarrollando el proyecto Ruta del Peregrino, que busca generar una corriente turística que supere la estacionalidad del flujo de visitantes en el Camino a Talpa.<sup>9</sup> Antes de este proyecto, la planificación del turismo religioso en este municipio ha

7 En Talpa de Allende, además, se encuentran hoy otros atractivos religiosos como la Capilla de Concepción de Bernardo de la Cuesta, la Cruz de Romero, el Monumento a Cristo Rey, el Monumento al Peregrino y el Museo de Nuestra Señora del Rosario de Talpa.

8 No obstante, el camino tiene diferentes ramificaciones que se extienden a otros municipios y a otros estados vecinos.

9 Este proyecto incluye el acondicionamiento de tres miradores, dos albergues para el hospedaje de los romeros, una escultura dedicada a la Virtud de la Gratitude en referencia a las vivencias religiosas de gran parte de quienes realizan la caminata a Talpa, tres ermitas especiales y seis áreas de espacios destinados a la recreación y la convivencia a campo abierto, donde habrá terrazas, baños y asadores.

sido prácticamente nula. A penas se ha hecho uso de herramientas de marketing de destinos. El santuario ni siquiera cuenta con página web propia. La Tabla 3 resume algunas otras características de Talpa.

**Tabla 3**  
**ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DE TALPA DE ALLENDE**

Características	Talpa de Allende
Localización, accesibilidad	Talpa de Allende se encuentra a 190 km de Guadalajara. La red de comunicaciones aunque es variada no se encuentra en muy buenas condiciones. Se puede arribar a Talpa por carretera y por aire, pero la carretera está en reconstrucción y el transporte aéreo, que comunica Talpa con Puerto Vallarta, San Sebastián y Mascota, se hace en aviones DC-3, para 28 pasajeros o avionetas.
Superficie	2.258,51 km <sup>2</sup>
Habitantes	13.612 habitantes, con más del 60% en la cabecera municipal.
Capacidad de hospedaje	31 alojamientos con 857 unidades rentables (36,7% de 1* y 63,3% de otras categorías).
Restauración	34 establecimientos.
Artesanía	Elaboración de figuras de Chilte Ornamental y explotación de oro, plata, plomo, zinc y cobre.
Gastronomía	Destaca la birria, tostadas de pollo, patas de cerdo, gorditas, ponches de durazno, de nance, capulín, guayaba y granada, rompope en varios sabores y dulces como el rollo de guayaba, jalea, cajeta, orejones, sancocho, bolitas de leche, higo, huesitos de leche y tirilla de mango
Atractivos no religiosos	Tres balnearios, el bosque mesófilo, el mercado municipal, el palacio municipal, el panteón municipal, petroglifos y la plaza principal

Fuente: SETUJAL (2010); SEIJAL (2010); SECTUR (2010).

## 6. COMPARACIÓN CON CUATRO DESTINOS RELIGIOSOS EUROPEOS

El turismo religioso en los santuarios de Banneux, Fátima, Knock y Lourdes tiene su origen en diferentes apariciones de la Virgen María. En la Tabla 4 se resumen los hechos y características más importantes en relación a la evolución de estos santuarios como destinos de turismo religioso<sup>10</sup>.

Hay algunas obvias e importantes diferencias entre los tres destinos jaliscienses y los cuatro destinos europeos, como aspectos socioeconómicos o culturales. Por ejemplo, el desarrollo humano en Europa en general, y en los países de Bélgica, Francia, Irlanda y Portugal en particular, es mayor que el de Latinoamérica y México, respectivamente (PNUD, 2010). No obstante, los destinos de Jalisco se encuentran en medio de un gran

<sup>10</sup> Para más información ver Ambrosio y Pereira (2007).

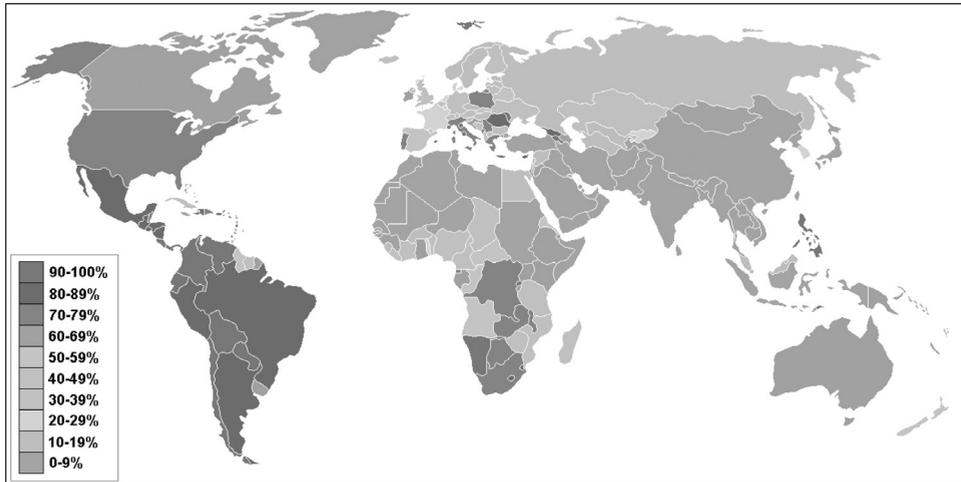
**Tabla 4**  
**CARACTERÍSTICAS DE CUATRO DESTINOS RELIGIOSOS EUROPEOS: LOURDES, FÁTIMA, KNOCK Y BANNEUX**

	Banneux	Fátima	Knock	Lourdes
Aparición de la Virgen (año)	1933	1917	1879	1858
Visionarios	Niña de 11 años	2 niñas (10 años y 7 años) y 1 niño (9 años)	15 personas de diferentes edades	Niña de 14 años
Reconocimiento de la autenticidad de las apariciones	1942, pero de forma más solemne en 1949	En 1930	1879, pero de forma más solemne en 1939	En 1862
Consagración de los visionarios	La visionaria aún sigue viva	2 fueron beatificados en el 2000 y otra (la más importante) murió en 2005, con lo que aún es pronto para su proceso de canonización	Ninguno de los 15 ha sido beatificado ni canonizado	Canonización en 1933
Construcción de una capilla	En 1933	En 1919	No se construyó ninguna capilla porque la aparición tuvo lugar cerca de una pequeña Iglesia	En 1866
Construcción de una basílica de tamaño medio	No se ha construido	En 1953	No se construyó	Dos basílicas: 1871 y 1889
Construcción de una gran Basílica	No se ha construido	En 2007	En 1979	En 1958
Visitas de los Papas Juan Pablo II y Benedicto XVI	En 1985	En 1982, 1991, 2000 y 2010	En 1979	En 1983, 2004 y 2008
Celebración de Año Jubilar	Ningún año	Ningún año	Ningún año	En 1908, 1958 y 2008
Localización, accesibilidad	Este de Bélgica, cerca de Liège. Muy buen acceso por aire, ferrocarril y carretera	En el corazón de Portugal, cerca de Leiria. Buen acceso por aire, ferrocarril y carretera	Noroeste de Irlanda, cerca de Galway. Muy buen acceso por aire, ferrocarril y carretera	Suroeste de Francia, cerca de Tarbes. Excelente acceso aéreo y ferroviario
Hospedaje (unidades rentables)	Unos 500	Más de 10.000	Menos de 300	Más de 35.000
Marketing	Falta de planificación. Empleo de algunas herramientas de marketing de destinos. Acciones cooperativas con otros santuarios. Cuenta con página web propia	Alto empleo de herramientas de marketing de destinos. Acciones cooperativas con otros santuarios. Cuenta con página web propia	Falta de planificación, aunque en menor medida que en Banneux. Empleo de algunas herramientas de marketing de destinos. Acciones cooperativas con otros santuarios. Cuenta con página web propia	Alto empleo de herramientas de marketing de destinos. Acciones cooperativas con otros santuarios. Cuenta con página web propia
Visitantes en 2008	Más de medio millón	5 millones	Más de un millón	7 millones
Origen de los visitantes	Principalmente de países europeos	De todas las partes del mundo	Principalmente de naciones anglosajonas	De todas las partes del mundo
Derrama económica generada por el turismo religioso	Baja (potencial de turismo religioso sin explotar)	Alta	Baja (potencial de turismo religioso sin explotar)	Alta

Fuente: Elaboración propia.

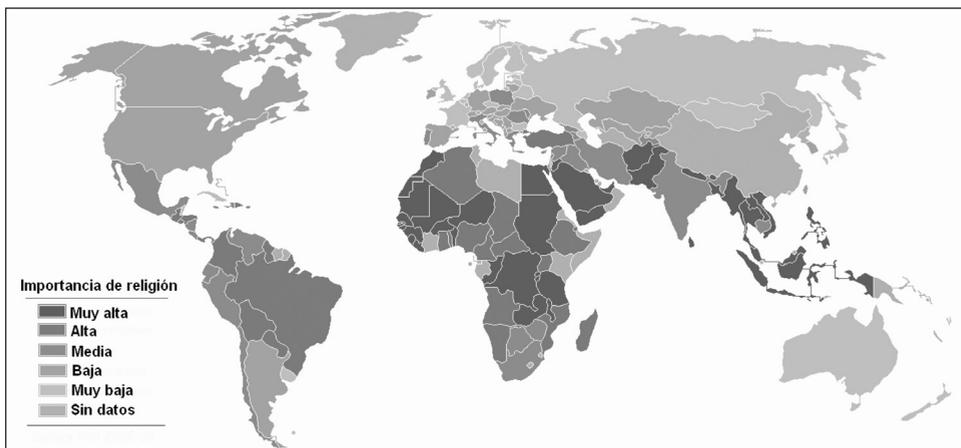
mercado potencial, ya que Latinoamérica cuenta con un alto número de creyentes cristianos (Figura 4) para los cuales la religión juega un papel importante en sus vidas diarias (Figura 5). Este hecho provoca que los destinos jaliscienses tengan un mayor potencial para el turismo religioso y, a pesar de su falta de planificación en este tipo de turismo, atraigan a un mayor número visitantes motivados por la fe.

**Figura 4**  
**PORCENTAJE DE CREYENTES CRISTIANOS POR PAÍS**



Fuente: CIA (2009).

**Figura 5**  
**IMPORTANCIA DE LA RELIGIÓN POR PAÍS**



Fuente: Gallup (2009).

Las cuatro ciudades europeas, en general, han empleado en mayor medida herramientas de marketing de destinos para el desarrollo del turismo religioso, e incluso han realizado acciones cooperativas entre santuarios, como por ejemplo la red mariana europea, que enlaza 20 santuarios marianos. Esto se ha traducido en una mejor explotación de su potencial.

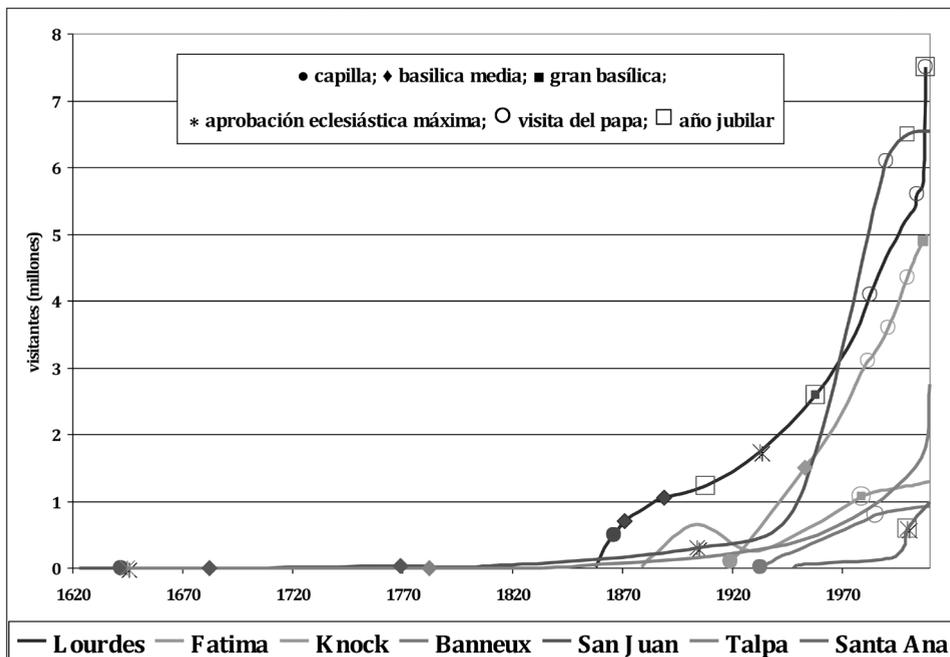
Es destacable que en ciudades como Lourdes y Fátima se ofrece una gran variedad de instalaciones y actividades turísticas durante todo el año para clientes de turismo religioso de todo tipo, mientras que en lugares como San Juan de los Lagos y Talpa de Allende se ofrecen pocas y escasas instalaciones y servicios turísticos para peregrinos de forma estacional (Millán et al., 2012). Igualmente, en Lourdes y Fátima el turismo religioso es apoyado por autoridades laicas y eclesiásticas, mientras que en San Juan de los Lagos y Talpa de Allende el apoyo e implicación por parte de ambos tipos de autoridades es muy precario.

## 7. FACTORES CLAVE EN LA EVOLUCIÓN DE LOS DESTINOS DE TURISMO RELIGIOSO

El análisis de la información disponible ha permitido corroborar como factores clave: 1) *las edificaciones religiosas*, desde una pequeña capilla hasta una gran basílica; y 2) *la construcción de instalaciones comerciales y de hospedaje*, justificada por causas como una gran escala de actividades religiosas o la atracción de un gran número de visitantes procedentes de zonas lejanas. Pero además se identifican otras dos variables o factores críticos: 3) *la aprobación eclesiástica de los hechos religiosos correspondientes* (esta variable en realidad es una generalización de la variable *nivel de consagración de quienes presenciaron las apariciones*, propuesta para el modelo de CVDT en destinos de apariciones marianas); y 4) *la localización o accesibilidad del destino religioso con respecto a otros generadores de turismo*. Por otra parte, cabe también añadir, que tanto la visita del Papa como la celebración de Año Jubilar suelen suponer un impulso bastante fuerte para el turismo religioso de un destino, pudiendo quizás considerarse como una manifestación que refuerza la aprobación eclesiástica de los hechos religiosos. La Figura 7 muestra la evolución del turismo religioso en los siete destinos analizados identificando las variables mencionadas. No obstante, la localización o accesibilidad y las instalaciones comerciales y de hospedaje no han sido representadas en el gráfico. Como indican Ambrosio y Pereira (2007), la cantidad de instalaciones comerciales y de hospedaje suele venir determinada en gran parte, no por el número total de visitantes, sino por el número de visitantes procedentes de zonas lejanas y también por la escala de actividades religiosas, especialmente las nocturnas. Aún así, ellos establecieron en su modelo tres niveles para cuantificar el número de instalaciones en función del volumen de visitantes<sup>11</sup>. En este caso, en los destinos de Jalisco en general el número de visitantes procedentes de zonas lejanas y la escala de actividades religiosas son mucho menores que en los destinos europeos. La gran disparidad entre destinos en la relación entre el volumen de turistas y las instalaciones

11 Nivel de instalaciones bajo: para un número de visitantes inferior a 2 millones; nivel de instalaciones moderado: entre 2 y 3,5 millones de visitantes; y nivel de instalaciones alto: para más de 3,5 millones de visitantes.

**Figura 6**  
**CICLO DE VIDA DE LOS DESTINOS RELIGIOSOS ANALIZADOS**



Fuente: Elaboración propia.

hostelerías impide establecer rangos donde se relacionen ambas variables. Hay que tener en cuenta que en los destinos de Jalisco, a pesar de recibir un gran volumen de visitantes, ni siquiera se cubren las necesidades básicas de los peregrinos.

### 1) Aprobación eclesiástica de los hechos religiosos correspondientes

En las cuatro ciudades europeas la aprobación eclesiástica de las apariciones de la virgen se manifiesta especialmente a través del nivel de consagración de quienes presenciaron las apariciones, siendo la canonización la aprobación eclesiástica máxima. En **Lourdes** la única vidente fue canonizada; en **Fátima** dos de los videntes fueron beatificados al comienzo del nuevo milenio, mientras que respecto a la tercera (la más importante) aún no se ha podido avanzar en su proceso canónico debido a su reciente muerte en 2005; en **Knock** los 15 videntes murieron pero ninguno ha sido beatificado o canonizado; mientras que en **Banneux**, la única vidente aún sigue viva.

Respecto a **Santa Ana de Guadalupe**, la aprobación eclesiástica tiene que ver con el reconocimiento de Santo Toribio Romo como mártir de la Guerra Cristera. Santo Toribio fue canonizado en el año 2000. La religiosidad popular en Latinoamérica es muy fuerte, no obstante, se constata que las manifestaciones de fe se reavivan cuando los fenómenos religiosos correspondientes reciben aprobación eclesiástica.

En **San Juan de los Lagos** y en **Talpa de Allende** la aprobación eclesiástica de los favores realizados por Nuestra Señora de San Juan y Nuestra Señora del Rosario se manifiesta mediante su coronación canónica. En este sentido, hay que destacar que a lo largo del siglo XXI se asiste a una gran proliferación de coronaciones canónicas, sin embargo anteriormente la coronación canónica era un acto extraordinario que se concedía en contadas ocasiones. La coronación de Nuestra Señora de San Juan tuvo lugar en 1904. Nuestra Señora del Rosario de Talpa fue coronada en 1645.

## 2) Edificaciones religiosas

Se distinguen normalmente tres estados: una capilla, una basílica de tamaño medio y una gran basílica. En **Lourdes** y en **Fátima** se han dado los tres estados. En **Knock** se pasó directamente de una capilla a una gran basílica. En **San Juan de los Lagos** y en **Talpa de Allende** se han dado las dos primeras fases, sin preverse aún la construcción de una gran basílica. Por último, en **Banneux** y en **Santa Ana de Guadalupe** aún no se ha alcanzado la segunda fase, aunque en ésta última ya se ha comenzado la construcción de una basílica de tamaño medio, con capacidad para unos mil fieles.

## 3) Construcción de instalaciones comerciales y de hospedaje, justificada por causas como un gran número de visitantes procedentes de zonas lejanas y una gran escala de actividades religiosas

Sobre todo en **Lourdes**, pero también en **Fátima**, líderes religiosos y empresariales han trabajado conjuntamente en la creación de instalaciones para la pernoctación de peregrinos. La popularidad de procesiones que se realizan al caer la tarde ha sido un factor importante en la creación de instalaciones para pernoctación. Además, hay que añadir que tanto a Lourdes como a Fátima acuden visitantes de todas las partes del mundo. Por el contrario, en **Knock**, **Banneux** y **Santa Ana de Guadalupe** la escala de actividades religiosas existentes no justifica la provisión de instalaciones para pernoctación, y el número de visitantes viniendo de lejos tampoco es muy elevado. No obstante, en el caso de Santa Ana de Guadalupe ni siquiera se cubren algunos servicios básicos a visitantes. El gran crecimiento reciente de la afluencia de peregrinos en el lugar hace necesaria una mejora de la infraestructura.

Por último, tanto en **San Juan de los Lagos** como en **Talpa de Allende** la infraestructura turística de servicios de alojamiento y restauración es insuficiente, especialmente en temporadas de romerías y peregrinaciones. Ni siquiera se ofrecen los servicios básicos. Es importante que líderes religiosos y empresariales trabajen conjuntamente en la creación de estos establecimientos.

En San Juan de los Lagos, en la fiesta de la Candelaria, un 75,44% de los peregrinos no se hospeda en el municipio, permaneciendo una media de 6,90 horas en el lugar. No existe una escala de actividades religiosas que justifique la pernoctación de los peregrinos, pero muchos de ellos proceden de otros Estados, principalmente de Guanajuato (29,83%), del Estado de México (12,29) y del Distrito Federal (10,96%). Muchos de ellos pernoctarían si hubiese una mayor infraestructura de hospedaje.

Asimismo, en Talpa de Allende, durante la fiesta de San José, un 45,64% de los peregrinos no se hospeda en el municipio, permaneciendo en la zona una media de 8,15 horas. Aquí tampoco existe una cierta escala de actividades religiosas y además la mayoría de los peregrinos son jaliscienses (91,95%), con lo que disminuye su probabilidad de pernoctación. Aún así, la infraestructura existente es insuficiente.

Una vez que se cuente con servicios básicos para visitantes, tanto San Juan de los Lagos como Talpa de Allende podrían hacer frente a la alta estacionalidad de las peregrinaciones promocionándose como destinos turísticos religiosos en otros países. Los turistas religiosos procedentes de otros países suelen dejar un mayor impacto económico que los turistas religiosos nacionales.

#### 4) Localización o accesibilidad respecto a otros generadores de turismo

En primer lugar, hay que considerar que los tres destinos jaliscienses están mejor localizados que las cuatro ciudades europeas, puesto que en Jalisco en particular y en Latinoamérica en general existe un alto porcentaje de creyentes cristianos para los cuales la religión juega un papel importante en sus vidas diarias.

Considerando las zonas jaliscienses, se detecta claramente que San Juan de los Lagos tiene mejor localización y accesibilidad que Talpa de Allende. **San Juan de los Lagos** está más próximo a la capital, que es la principal generadora de turismo religioso de Jalisco, y más próximo al Aeropuerto Internacional de Guadalajara. Además, su acceso por carretera está en mejores condiciones. Por otra parte, hay que tener en cuenta que este municipio forma parte de la zona cristera. **Talpa de Allende** no tiene una mala localización<sup>12</sup>, pero el acceso a Talpa, a pesar de contar incluso con transporte aéreo, no se encuentra en muy buenas condiciones.

En **Santa Ana de Guadalupe** el acceso terrestre es bueno, tiene la ventaja de estar cerca de San Juan de los Lagos, el mayor centro de peregrinación del Estado, y forma parte además de la zona cristera.

Respecto a las ciudades europeas, en general, se cuenta con buen acceso por aire, ferrocarril y carretera. Sin duda, la mejora del transporte favorece en todos los casos el desarrollo del turismo, siendo muy significativa la mejora experimentada a partir de la década de los 50.

#### 5) Visitas del Papa Juan Pablo II y Benedicto XVI

**Lourdes** y **Fátima** recibieron más de una vez la visita de Juan Pablo II y además también han recibido recientemente la visita de Benedicto XVI. **Knock**, **Banneux** y **San Juan de los Lagos** fueron visitadas en una ocasión por Juan Pablo II. **Santa Ana de Guadalupe** y **Talpa de Allende**, por el contrario, no han recibido a ningún Papa.

---

<sup>12</sup> Talpa de Allende se encuentra en un lugar estratégico entre tres importantes destinos de Jalisco: Puerto Vallarta, San Sebastián del Oeste y Mascota.

## 6) Celebración de Año Jubilar

**Lourdes, San Juan de los Lagos y Santa Ana de Guadalupe** han celebrado Año Jubilar, concediendo indulgencia plenaria a todos aquellos que visitaran el santuario en un periodo de tiempo determinado. Lourdes lo ha celebrado en tres ocasiones y San Juan de los Lagos y Santa Ana de Guadalupe tan sólo en una.

## 8. CONCLUSIONES

Esta investigación se suma a un creciente pero escaso cuerpo de investigación sobre el desarrollo del turismo religioso, especialmente para el entendimiento del turismo religioso en un contexto evolutivo. Las comparaciones directas de destinos son muy útiles, con la salvedad de que las diferencias entre destinos pueden ser muy grandes, y la información comparable muy difícil de obtener. En concreto, este artículo compara la evolución de tres destinos religiosos en Jalisco, con referencia a cuatro ciudades europeas. Esta investigación cubre además una laguna en la literatura actual centrándose en un país del Nuevo Mundo donde, a pesar de existir un gran porcentaje de creyentes y una gran manifestación de peregrinaciones, las investigaciones sobre este tema son muy escasas.

Los destinos jaliscienses tienen similitudes respecto al escaso rango de instalaciones y servicios para visitantes y el escaso empleo de herramientas de marketing de destinos. Las diferencias entre estas zonas se centran principalmente en la ubicación y accesibilidad y en la tradición religiosa. San Juan de los Lagos y Talpa de Allende tienen una larga tradición religiosa, pero la primera se encuentra en un estado de evolución más maduro como destino de turismo religioso debido a una mejor localización y accesibilidad. Santa Ana de Guadalupe también cuenta con buena localización y accesibilidad, pero está en un estado evolutivo más incipiente a causa de su breve periodo de tiempo como destino turístico religioso.

### 8.1. Estado evolutivo de los destinos analizados

Lourdes y Fátima han tenido un gran éxito en términos de turismo y religión. Ambos casos confirman el modelo de Butler al seguir una progresión natural desde la exploración (Ambrosio y Pereira, 2007). Y ambos casos son los que más han favorecido el desarrollo de los factores clave, sobre todo Lourdes, que podría considerarse como la precursora de los destinos religiosos. La Tabla 5 ofrece un resumen del estado evolutivo de cada destino.

En el caso de las ciudades europeas, la forma de las curvas del CVDT refleja la interacción entre las autoridades laicas y las autoridades religiosas del destino, demostrando la medida en la que ambas han trabajado juntas para aumentar la demanda (Ambrosio y Pereira, 2007). En el caso de los destinos jaliscienses, como tienen un mayor potencial para el turismo religioso, la falta de interacción entre ambos tipos de autoridades no ha impedido el incremento del número de visitantes, pero sí ha obstaculizado gravemente una mayor explotación de ese potencial. Sin duda, acciones de cooperación entre autoridades laicas y religiosas para compartir inversión, recursos y conocimiento mejorarían el desarrollo del turismo religioso en Jalisco. El desarrollo sostenido de los destinos religiosos

**Tabla 5**  
**ESTADO EVOLUTIVO DE LOS DESTINOS ANALIZADOS**

Destino	Estado evolutivo
Lourdes	Alcanzó la fase de consolidación a principios del 2000 y se disponía a entrar en un periodo de estancamiento, pero las dos últimas visitas de los Papas (en 2004 y 2008) y la celebración del año jubilar (en 2008) se han traducido en un nuevo impulso para el turismo religioso.
Fátima	Ha iniciado la fase de consolidación y probablemente pronto se acercará a una situación de estancamiento.
Banneux y Knock	Tras el estado de exploración y cierta participación de la población local en la creación de servicios para peregrinos, hay un conjunto de condiciones que no tienen lugar, impidiendo el avance hacia un estado de desarrollo avanzado. En ambos casos la aprobación eclesial de las apariciones se ha manifestado de forma más débil y no se ha dado un dinamismo continuo en la construcción de edificaciones religiosas.
San Juan de los Lagos	<p>El turismo religioso ha progresado hasta un estado de madurez, pero no se trata de un estado de madurez pleno, puesto que el destino cuenta con un gran potencial para que este tipo de turismo siga creciendo. Su economía depende fuertemente del turismo religioso pero falta una mayor implicación e interacción entre líderes laicos y eclesiales. San Juan de los Lagos no está orientado al turismo. Se prestan algunos servicios a peregrinos, pero no se cubren muchos servicios básicos. El impacto económico generado por el turismo religioso se potenciaría si se cubrieran los servicios básicos para turistas religiosos y se favoreciera el desarrollo de la industria hostelera con la promoción del destino en otros países, captando un turismo extranjero que suele tener un mayor gasto en el destino. Es muy importante la participación de la población local en la cobertura de estos servicios con iniciativas empresariales de todo tipo, incluso ofreciendo actividades alternativas a turistas religiosos propiamente dichos.</p> <p>En San Juan de los Lagos se lleva varios años debatiendo sobre la posibilidad de desarrollar un espacio adecuado para los turistas religiosos en un punto más estratégico fuera de la zona centro de la población, sin embargo los principales opositores son los locatarios que se encuentran alrededor de la parroquia por los efectos en la baja de ventas que tendrían y la disminución del costo por metro cuadrado de los locales y terrenos ubicados en esa zona (Martínez, 2009). Asimismo, la Iglesia también se opone. No obstante, esta idea debería de retomarse intentando quizás una nueva propuesta que favorezca a las autoridades eclesiales, al gobierno municipal y a los comerciantes, dándoles a conocer los beneficios que conllevaría. La construcción de una gran basílica en esta zona sería una gran oportunidad para el desarrollo del turismo religioso.</p>
Talpa de Allende	Un conjunto de condiciones han impedido el avance hacia un estado de desarrollo avanzado. Actualmente, se ha mejorado algo la accesibilidad y algunos entes han llevado a cabo iniciativas sobre el desarrollo del turismo en general y del turismo religioso en particular. El proyecto de la Ruta del Peregrino va a cubrir algunos servicios básicos para peregrinos, no obstante, la infraestructura turística de alojamientos y restauración sigue siendo insuficiente. Al igual que en San Juan de los Lagos, las iniciativas locales para cubrir de esos servicios y la promoción del destino en otros países generarían un mayor impacto económico. Líderes religiosos y empresariales deberían trabajar conjuntamente para el impulso de este tipo de turismo.
Santa Ana de Guadalupe	Su relativamente corto periodo de tiempo como destino de turismo religioso no nos permite explorar su ciclo evolutivo, pero se puede concluir que, tras el estado de exploración y las iniciativas locales de servicios a peregrinos, se apuesta por el desarrollo del turismo religioso y se está aprovechando la oportunidad para construir una basílica de tamaño medio. Igualmente, se debería incrementar la capacidad hotelera y de albergues, así como el número de tiendas de productos artesanales y gastronómicos. Esto, unido a una promoción del destino en otros países, incrementaría el impacto económico del turismo religioso.

Fuente: Elaboración propia.

depende últimamente de la voluntad de los empresarios y de las autoridades involucradas, tanto laicas como religiosas, para evaluar constantemente el desarrollo del turismo religioso y cambiar sus políticas cuando sea necesario.

## 8.2. Implicaciones en el ciclo de vida

En esta investigación se pretende avanzar en el modelo de ciclo de vida para destinos religiosos de carácter católico. Tras comparar siete casos, se propone un modelo de CVDT que añade dos variables al modelo original: *las edificaciones religiosas* y *la aprobación eclesiástica de los hechos religiosos relacionados con el destino* (se manifiesta especialmente con la canonización de un personaje religioso vinculado con el lugar, la visita del Papa o la celebración de Año Jubilar). Ambas variables muestran la progresión temporal, así como una respuesta a demandas eucarísticas. En cualquier destino sagrado, el fenómeno religioso se reaviva a medida que es apoyado de una forma u otra por las instituciones religiosas.

Además de las edificaciones religiosas y la aprobación eclesiástica, se identifican como factores clave en la evolución del turismo religioso *las instalaciones comerciales y de alojamiento* (justificadas principalmente por la escala de actividades religiosas, sobre todo las nocturnas, y el volumen de visitantes procedentes de zonas lejanas) y *la localización y accesibilidad al destino*.

En la Tabla 6 se establece una hipótesis del modelo del ciclo de vida de los destinos de turismo religioso. El estado más incipiente presenta tanto oportunidades como desafíos. Sin algunas iniciativas de los líderes eclesiásticos y el capital necesario para el desarrollo, poco puede ocurrir, a no ser que el destino gane una gran religiosidad popular, como ocurrió inicialmente en el caso de Santa Ana de Guadalupe. En la etapa inicial se requiere de políticas para fomentar el turismo. La complacencia política sería perjudicial para el turismo religioso.

En los estados de desarrollo y madurez la escala y la importancia del turismo religioso ya son obvias. Los templos sagrados sufragan un alto porcentaje de su presupuesto a través de ofrendas, donativos y limosnas. Los templos con gran atractivo turístico se suelen orientar al turismo. Es probable que se distingan distintos tipos de visitantes, pero algunos templos prefieren atender a los turistas religiosos que acuden individualmente antes que al turismo de masas. Las iniciativas de planificación y de marketing desarrollan y sostienen el sector. Podría haber variaciones estacionales y subregionales en el desarrollo y en los flujos de visitantes, lo que resulta en la necesidad de expandir la demanda. Algunos de los costes y los problemas asociados con el turismo, y el turismo religioso en particular, podrían convertirse en cuestiones políticas. Debe evitarse cualquier amenaza que provoque el reemplazo de nichos de mercado por el turismo masivo. Los conflictos entre stakeholders deben resolverse.

El declive no es inevitable, pero en un estado de madurez un destino puede experimentar tanto crecimiento como declive en diferentes aspectos. Entre los signos de declive se podría incluir un desarrollo excesivo que genere niveles muy altos de competencia; disminución del número de turistas, o al menos de turistas religiosos; y descenso de ofrendas, donativos y limosnas entre los templos más dependientes de este modo de

**Tabla 6**  
**HIPÓTESIS DEL CICLO DE VIDA DE UN DESTINO DE TURISMO RELIGIOSO**

Características	Inicio	Desarrollo	Madurez	Declive
Escala del turismo religioso	Hay al menos una capilla. Los lugares sagrados de la zona están establecidos sin tener en cuenta la actividad turística; los hechos religiosos correspondientes reciben la primera aprobación eclesiástica (en caso contrario, la religiosidad popular puede ser clave); hay pocos turistas religiosos.	Incremento del volumen de turistas religiosos; los lugares sagrados comienzan a adaptarse al turismo religioso; la capilla inicial está complementada con otras edificaciones religiosas, normalmente en una basílica de tamaño medio; algunos de los lugares sagrados pasan a ser considerados como grandes atractivos turísticos.	Altos niveles de desarrollo del turismo religioso y de la competencia; se suele contar con una gran basílica; se suele tener la aprobación eclesiástica máxima.	Disminución del número de visitantes; la disminución de recursos a través de ofrendas, donativos y limosnas repercute en los servicios ofrecidos a los turistas religiosos.
Tipos de turismo	Ninguno, o los segmentos de visitantes establecidos no están interesados en la religión.	Creimiento de los turistas religiosos; algo de turismo de masas en los lugares sagrados con gran atractivo turístico.	Amplia combinación de segmentos de visitantes; pueden surgir tensiones entre los segmentos o nichos de mercado y el turismo de masas.	Disminución de los turistas religiosos; hay una menor rentabilidad por visitante.
Importancia del turismo religioso para las autoridades eclesiásticas	El turismo es estrictamente una actividad secundaria para la mayoría; muchos no están involucrados.	Hay una mezcla de lugares sagrados orientados al turismo religioso y lugares sagrados orientados exclusivamente a la práctica religiosa.	Casi todos los lugares sagrados suelen estar involucrados; algunos dependen fuertemente de las ofrendas, donativos y limosnas que reciben de los turistas religiosos.	Disminuyen las ofrendas, donativos y limosnas; mayor dependencia de otras formas de obtención de recursos.
Importancia del turismo religioso para la región	Se percibe como de escasa importancia. Algunos sí ven su potencial.	Reconocimiento de su potencial, basado en tendencias visibles; deseo general para incrementar el turismo religioso.	Se reconoce el impacto del turismo religioso en el empleo y en la economía, ya que podría ser la actividad dominante.	La disminución de la importancia económica del turismo religioso podría resultar en una crisis regional.
Estrategias	Fomentar y ayudar al emprendimiento tanto a las autoridades eclesiásticas como a los empresarios. Atraer inversión. Establecer una visión.	Construir una marca del destino de turismo religioso; enfocarse en turistas religiosos de alta rentabilidad; integrar la religión y otros dominios de política. El desarrollo de la industria hotelera dependerá en gran medida de la escala de actividades religiosas (especialmente actividades nocturnas) y de la promoción del destino en otros países (para que el número de turistas viniendo de lejos sea mayor). La localización y la accesibilidad a la zona también serán claves.	Valorar los límites de crecimiento y centrarse en la sostenibilidad; incluso se podría hacer desmarketing para reducir el turismo de masas. El impacto económico es más potente si se ha favorecido el desarrollo de la hostelería. En general, las iniciativas de planificación y de marketing desarrollan y sostienen el sector.	Se necesita un reposicionamiento; crear una nueva propuesta de comercialización subrayando la singularidad religiosa del destino y el reconocimiento eclesiástico. La visita del Papa o la celebración de Año Jubilar llevarán casi sin ninguna duda a salir de esta etapa de declive. Igualmente, la celebración del aniversario de los hechos religiosos correspondientes podría favorecer también la salida de esta fase.
Cuestiones políticas	La complacencia puede impedir o acabar con el desarrollo del turismo religioso.	Se requieren medidas políticas, y la resolución de conflictos de intereses será un gran desafío.	Los desafíos políticos en curso se centran en los costes crecientes del turismo.	¿Pueden rectificarse las causas? ¿A qué coste?

Fuente: elaboración propia.

obtención de recursos. Una mayor dependencia de otros modos de financiación podría llevar a las autoridades religiosas a tener una menor necesidad e interés por el turismo, pero esto tendría que sopesarse contra consideraciones de marca y de posicionamiento. Si el declive se traduce en una crisis, entonces será importante determinar la raíz de los problemas y cómo corregirlos.

Para avanzar en este modelo y determinar cómo se pueden aplicar al desarrollo y sostenibilidad del turismo religioso es necesario llevar a cabo más comparaciones entre regiones.

El modelo del ciclo de vida no intenta ser predictivo o prescriptivo, y no hay ninguna razón en particular por la que por ejemplo Santa Ana de Guadalupe quiera llegar a parecerse a Lourdes o Fátima. Los destinos más incipientes de turismo religioso tienen que establecer su propio camino, pero los estudios de benchmarking con las regiones más desarrolladas y la consideración del ciclo de vida les ayudarán a formular una visión y una planificación estratégica.

## BIBLIOGRAFÍA

- AMBRÓSIO, V., & PEREIRA, M. (2007): «Case study 2: Christian/Catholic pilgrimage – studies and analices», en R. Raj & N. D. Morphet (Eds.), *Religious tourism and pilgrimage festivals management*. Wallingford, CABI, pp. 140-152.
- BUTLER, R. (1980): «The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources», *Canadian Geographer*, nº 24(1), pp. 5-12.
- BUTLER, R. (ED.). (2006a): *The tourism area life cycle, vol. 1: Applications and modifications*. Clevedon, UK, Channel View Publications.
- BUTLER, R. (ED.). (2006b): *The tourism area life cycle, vol. 2: Conceptual and theoretical issues*. Clevedon, UK. Channel View Publications.
- CANOVES, G. (2006): «Turismo religioso en Monserrat: montaña de fe, montaña de turismo», *Cuadernos de Turismo*, nº 18, pp. 63-76.
- CIA - Central Intelligence Agency (2009): *The world factbook*. Disponible en <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/2122.html>.
- DIGANCE, J. (2003): «Pilgrimage at contested sites», *Annals of Tourism Research*, nº 30(1), pp. 143-159.
- EISENHARDT, K. (1989): «Building theories from case study research», *Academy of Management Review*, nº 14(4), pp. 522-550.
- FERNÁNDEZ, A. (2010): « El Santo Nió de Atocha: patrimonio y turismo religioso», *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, nº 8(2), pp. 372-387.
- GALLUP (2009): *Religion Provides Emotional Boost to World's Poor*. Disponible en <http://www.gallup.com/poll/116449/religion-provides-emotional-boost-world-poor.aspx>
- HARRIS, R. (1999): *Lourdes: Body and Spirit in the Secular Age*. London, Allen Lane.
- MAAK, K. (2009). «El Camino de Santiago como posible motor turístico en zonas rurales de escasos recursos: el caso de Brandeburgo», *Cuadernos de Turismo*, nº 23, pp. 149-171.

- MARTÍNEZ, R. (2009): «Un acercamiento al turismo religioso en Los Altos de Jalisco», *Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas*, n° 13(5), pp. 47-66.
- MARTÍNEZ, R. (2010): «El aspecto místico como producto turístico», *XIII Congreso Latinoamericano de Religión y Etnicidad*. Granada, España, Universidad de Granada.
- MILLÁN, G., CARRANZA, R., & MARTÍNEZ, R. (2012): «El turismo religioso en los Altos de Jalisco, México, como alternativa para su desarrollo: un análisis FODA», *TURYDES. Revista de investigación en turismo y desarrollo local*, n° 5(12), pp. 1-10.
- MILLÁN, G., PÉREZ, L., & MORALES, E. (2010): «Turismo Religioso en el Camino de Santiago», *Revista de Economía, Sociedad, Turismo y Medio Ambiente*, n° 10, pp. 75-96.
- MUÑOZ, E. (2011): «Entre la vocación turística y la devoción. Percepciones sociales del patrimonio cultural en un contexto turístico. El caso de Malinalco, Estado de México», *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, n° 9(1), pp. 115-127.
- NOLAN, M., & NOLAN, S. (1992): «Religious sites as tourism attractions in Europe», *Annals of Tourism Research*, n° 19(1), pp. 68-78.
- OLSEN, D. H. (2006): «Management issues for religious heritage attractions», en D. J. Timothy & D. H. Olsen (Eds.), *Tourism, Religion & Spiritual Journeys*. Great Britain, Routledge.
- PEARCE, D. (1989): *Tourist Development*. Harlow, UK, Longman.
- PNUD - Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2010): *Informes sobre desarrollo humano*. Disponible en <http://hdr.undp.org/es/estadisticas/>.
- PORCAL, M.C. (2006): «Turismo cultural, turismo religioso y peregrinaciones en Navarra. Las Javieradas como caso de estudio», *Cuadernos de Turismo*, n° 18, pp. 103-134.
- RINSCHEDÉ, G. (1992): «Forms of religious tourism», *Annals of Tourism Research*, n° 19, pp. 51-67.
- ROBLES, J. (2004): «Turismo religioso. Alternativa de apoyo a la preservación del patrimonio y desarrollo», *Sincronía*, Invierno.
- RUEZGA, S., & MARTÍNEZ, R. (2006): «El turismo por motivación religiosa en México: el caso de San Juan de los Lagos», *Cuadernos del patrimonio cultural y turismo*, n° 14, pp. 167-176.
- SANCTUAIRES NOTRE-DAME DE LOURDES (2012): [http://www.lourdes-france.org/index.php?goto\\_centre=ru&contexte=es&id=569&id\\_rubrique=569](http://www.lourdes-france.org/index.php?goto_centre=ru&contexte=es&id=569&id_rubrique=569).
- SECTUR – Secretaría de Turismo de México (2010): <http://www.sectur.gob.mx>.
- SEIJAL – Sistema Estatal de Información de Jalisco (2010): <http://www.jalisco.gob.mx/wps/portal/seijal>.
- SETUJAL – Secretaría de Turismo del Gobierno de Jalisco (2010): <http://visita.jalisco.gob.mx/wps/portal/portalturistico>.
- SHACKLEY, M. (2001): *Managing sacred sites: service provision and visitor experience*. London, Continuum.
- SMITH, V. (1992): «The Quest in Guest», *Annals of Tourism Research*, n° 19, pp. 1-17.
- TOMLJENOVIC, R. & GETZ, D. (2009): «Life-cycle stages in wine tourism development: a comparison of wine regions in Croatia», *Tourism Review International*, n° 13, pp 31-49.

- VUKONIC, B. (1992): «Medjugorje's religion and tourism connection», *Annals of Tourism Research*, nº 19(1), pp. 79-91.
- TRIAFILLIDOU, A.; KORITOS, C.; CHATZIPANAGIOTOU, K. & VASSILIKOPOULOU, A. (2010): «Pilgrimages: the «promised land» for travel agents?», *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, nº 22(3), pp. 382-398.