

Perfil, motivación y satisfacción del turista religioso en Talpa de Allende, Jalisco

Gloria Silvana Montañez Moya¹

Sandra Gutiérrez Olvera²

Miguel Ángel Haro Ruíz³

Resumen

El turismo religioso contribuye en la economía de los países que impulsan este segmento, ya que, a diferencia del turismo tradicional, éste hace viajes repetidos al mismo sitio en un periodo menor y por lo tanto resulta ser un turismo más fiel al sitio que visita. México históricamente es un pueblo creyente y por tanto el sacrificio es parte de la fe y en Jalisco existen espacios sagrados que reciben anualmente millones de turistas. La presente investigación pretende identificar el perfil y la motivación del peregrino al santuario de la Virgen de Talpa de Allende, Jalisco, así como analiza la satisfacción de éste sobre aspectos de Infraestructura turística y su influencia en la intención de repetir la visita al lugar.

La investigación de campo se desarrolló en la romería de la Candelaria en Talpa de Allende (primera romería de siete que se celebran durante el año en el destino); se logró determinar que motiva al visitante a realizar la peregrinación, encontrándose que la principal y contundente motivación es generada por actos de fe y religiosidad. Se propone la infraestructura, como una prioridad en las estrategias para mejorar el nivel de satisfacción de los peregrinos y la experiencia turística.

Palabras clave: Turismo religioso, Peregrinación, Virgen de Talpa de Allende

Introducción

El turismo es una actividad que a nivel mundial tiene un papel importante como estrategia para impulsar el desarrollo de países con gran rezago económico y social, y esto ha llevado a reestructurar territorios con abundantes recursos naturales y culturales, para convertirlos en productos de consumo turístico (Armas y Arévalo, 2018:520). En la actualidad, el turismo religioso coadyuva en la economía de las regiones que impulsan este segmento, ya que, a diferencia del turismo tradicional, éste hace viajes repetidos al mismo sitio en un periodo menor y por lo tanto resulta ser un turismo más fiel al sitio que visita (Fernández, 2014:76). El turismo religioso forma parte de lo que hoy se entiende como un fenómeno de reciente surgimiento, es decir está inmerso en la nueva era de las modalidades de turismo que crece con más auge en los últimos tiempos (Aulet y Hakobyan, 2011).

¹ Doctora en Planeación Estratégica y Dirección de Tecnología, Centro Universitario de los Valles de la Universidad de Guadalajara, gloria.montanez@academicos.udg.mx

² Doctora en Planeación Estratégica y Dirección de Tecnología, Centro Universitario de los Valles de la Universidad de Guadalajara, sandraguvera@profesores.valles.udg.mx

³ Doctor en Ciencias de la Educación, Centro Universitario de los Valles de la Universidad de Guadalajara, miguel.haro@valles.udg.mx

De acuerdo con información de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) los viajes culturales y patrimoniales en 2017 representaron el 45% de todo el turismo internacional, en comparación con el 37% en 1995. Según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT) el 37% de los viajes internacionales está relacionado con el turismo cultural en el que los aspectos religiosos y espirituales son indispensables (Triki, 2019:1322). Los lugares más visitados en el mundo son: La Meca, el Vaticano, Tokio, Jerusalén, Santiago de Compostela y Lourdes (Holderness, 2009).

De acuerdo a datos de World Religious Travel Association, (WRTA, 2008) 18 billones de dólares en la industria global, que incluye 300 millones de viajeros y 700 millones de viajes al año a lugares religiosos importantes en nivel mundial, de las cuales aproximadamente un 60 - 70 %, son cristianos. Sólo en Europa, alrededor de 30 millones de cristianos, sobre todo católicos, dedican sus vacaciones (o una parte de ellas) a realizar una peregrinación.

Entre los santuarios cristianos, un papel significativo lo desempeñan los santuarios marianos y la mayoría de los lugares de peregrinación del cristianismo está relacionada con el culto a la Virgen y representan alrededor del 80% (Robles, 2001, citado por Aulet y Hakobyan, 2011:64). Los santuarios con mayores afluencias al año se encuentran la Virgen Aparecida en Brasil (7.3 millones), Lourdes en Francia (5 millones), Czestochowa en Polonia (5 millones), Luján en Argentina (5 millones), Fátima en Portugal (5 millones), Santiago de Compostela en España (4.5 millones), Asís y Loreto en Italia (4.5 millones cada uno) y Padua en Italia (4 millones) (Maldonado, 2005 citado por Fernández, 2014:74).

Cabe considerar la gran oferta religiosa que tienen otros países y México no es la excepción, ya que históricamente es un pueblo creyente y por tanto el sacrificio es parte de la fe, como el peregrinaje (Cornejo, Andrade y Chávez, 2016:386), y esto se refleja en el Censo de Población y Vivienda 2010 elaborado por el INEGI de acuerdo con la Secretaría de Turismo (SECTUR, 2016) dado que la población católica de México es de 94 millones de personas, lo que representó el 84% del total de sus habitantes, esto ubica al país como el segundo con más católicos en el mundo, después de Brasil. Jalisco es uno de los estados mexicanos con espacios y manifestaciones sagradas, y el santuario a la Virgen del Rosario de Talpa de Allende, es uno de los tres santuarios con más visitantes anuales en el Estado.

Por otro lado, es notable el papel que juega el gobierno para fomentar políticas regionales para promover al turismo como una estrategia viable para mejorar la calidad de vida de la población local (Armas y Arévalo, 2018:520), como se puede observar en el Programa Estatal de Desarrollo del Gobierno de Jalisco (2007), en el cual se contemplan cuatro proyectos regionales estratégicos y uno de ellos es el Andador del Peregrino Ameca-Talpa de Allende, donde se invirtieron 70 millones de pesos para la construcción de infraestructura en el derrotero que va de la localidad de Lagunillas, en el municipio de Ameca, a la cabecera municipal de Talpa de Allende (Miranda y Ramírez, 2009:27).

De igual manera, se destaca la relevancia del turismo religioso, como una forma de dinamizar las economías receptoras en términos de ingresos, oportunidades de empleo y adicionalmente una fuente de recursos que permiten la conservación y preservación del patrimonio, por ello Iglesia, Estado y población colaboran para mejorar la afluencia, infraestructura y servicios para el viaje y la estancia (Fernández, 2012:47). Por eso es preciso, gestionar de forma que se tengan en cuenta las diferentes necesidades de los visitantes (Aulet y Hakobyan, 2011:74).

En este marco, el turismo religioso y la peregrinación, representan un segmento de mercado importante y a pesar de ello, la mayoría de los estudios se enfocan en el fenómeno del turismo religioso y en particular, sobre las diferencias entre el perfil de peregrinos y turistas, y la motivación de estos para realizar el viaje (Por ejemplo: Cánoves y Blanco, 2011; Fernández, 2012; Cornejo et al, 2016) y en cambio son pocos los estudios que se centran en la satisfacción turística que se establece en la peregrinación (Kresic, Mikulic y Milicevic, 2013:484). Por lo anterior, la presente investigación identifica el perfil y la motivación del peregrino al santuario de la Virgen de Talpa de Allende, Jalisco, así como analiza la satisfacción de éste sobre aspectos de Infraestructura turística y su influencia en la intención de repetir la visita al lugar.

Antecedentes del turismo religioso

En la historia de la humanidad, el turismo ha formado parte como expresión social y cultural. De ahí que, el turismo ha evolucionado a través de la historia del hombre, aun cuando el concepto como tal tiene poco tiempo que se está analizando. En ese sentido, se refiere a dos fenómenos en evolución que se están dando a la par, por un lado, la religión que data de tiempos ancestrales, y por otro el turismo como desarrollo regional o geográfico. A través de la revisión bibliográfica se muestra los avances evolutivos que ha tenido la actividad del turismo y del turismo religioso a nivel global para comprender la importancia y relevancia que ha adquirido esta actividad. El hombre primitivo fue un ser nómada que vivía de un lugar a otro, buscando los frutos para su alimentación, después, cuando se volvió carnívoro, se desplazó para buscar la caza que le proporcionaría alimentación y pieles para su abrigo. Enseguida, se hizo de armas adecuadas y se desplazó para acabar con sus vecinos y tomar sus posesiones (Gurría, 2004:33). También domesticó animales y empezó a sembrar y producir su alimentación (De la Torre, 1989:24). Comenzó a tener excedentes de alimentos y buscó intercambiarlos, así iniciaron los viajes de negocios para intercambiar sus productos.

Durante la Edad Media, un nuevo motivo para el desplazamiento humano se agregó a los ya existentes: los motivos religiosos. Tanto el cristianismo como el islamismo tenían la creencia de que los fieles para ganar el cielo, deberían visitar los lugares sagrados. Por lo tanto, la visita a Roma como sede de la Iglesia era una visita obligatoria; y también asistir a la Meca al menos una vez en la vida para ganar el reino celestial (Acerenza, 2006:68). Los viajes en esa época eran peligrosos porque había muchos asaltantes, por lo que la gente comenzó a viajar en grupo, en especial los peregrinos que recorrían grandes trayectos para visitar lugares como Canterbury, Santiago de Compostela y Tierra Santa (Robinson, 1976:40).

La religión fue motivo de otro tipo de movimiento, el de las Cruzadas o guerras santas, las cuales dieron una nueva perspectiva a los viajes, lo que contribuyó a dinamizar el comercio como resultado del desplazamiento de mercaderes, soldados y peregrinos que circulaban por todos los senderos de la Europa Medieval (Acerenza, 2006:69). Dicho movimiento generó que en 1282 los dueños de las principales posadas de Florencia se aglutinaran para constituir el primer "gremio de posaderos", con la finalidad de convertir al hospedaje, que en ese entonces era de caridad, en una actividad comercial.

La religión y el turismo han caminado juntos desde hace largo tiempo. El origen de esta relación se remonta a los hechos narrados en el libro del éxodo, donde se cuenta la salida del pueblo judío del reino de Egipto guiados por Abraham en busca de la tierra prometida por Yahveh, este

es el motivo por el cual se considera que Abraham es el primer peregrino y el viajero religioso por excelencia (Martínez, 2012:306).

En resumen, las peregrinaciones que, desde la antigüedad, se han realizado como proceso de sacrificio individual en honor a las santidades, se han ido consolidando alrededor de santuarios construidos sobre ruinas de antiguos templos o mitos religiosos en función de santos o deidades a las que se les atribuye algún milagro o aparición y alrededor de la cual se fueron conformando ciudades y recientemente toda una infraestructura turística y comercial.

Turismo religioso y peregrinación

El concepto de turismo religioso ha sido objeto de reflexiones y estudios entre los científicos no tan sólo del mundo del turismo y las instituciones sociales sino también por parte de los etnógrafos, antropólogos, sociólogos, geógrafos, economistas (Aulet y Hakobyan, 2011:64). Es un concepto que se ha analizado, desde hace poco tiempo; sin embargo, para Canoves (2006:68) hace referencia a la combinación de dos fenómenos con procesos evolutivos distintos, como son la religión, la cual tiene raíces ancestrales, y el turismo con un desarrollo más moderno. Existe un debate sobre lo que se entiende por turismo religioso, ya que algunos autores como Heydari, Del Chiappa y Ghasemi (2018:205) lo define como un tipo de turismo en el que las personas viajan individualmente o en grupos con fines de peregrinación, misioneras u ocio y de acuerdo con Bulatovic y Stranjancevic (2019:55) los términos espirituales, de fe, religioso o peregrinación son a veces usado indistintamente y suponen estos conceptos de turismo como sinónimos.

Mientras otros autores, destacan diferencias entre el turismo religioso y el turismo de peregrinación, el primero hace su énfasis en los lugares de culto, como lo son los santuarios, el segundo considera también otros sitios como lo son el camino que recorren los peregrinos, y en los que se pueden planear itinerarios, rutas o circuitos (Gil de Arriba, 2006:78).

Para Lanquar (2007) el turismo religioso tiene por finalidad conocer diferentes lugares, pero con una actitud y una disposición especial de ir al encuentro de los lugares de devoción, lugares de fe, no solo como aquel que llega como espectador, sino aquel que llega con la necesidad de vivir una experiencia de encuentro con Dios y una experiencia de fe. En esta línea Cánoves y Blanco (2011:119) establecen que la peregrinación es un acto de culto y va unida a la oración, la penitencia y otras formas de culto que se practican durante el viaje y en el lugar sagrado. Por el contrario, en el turismo religioso, el lugar sagrado se visita durante el viaje, pero no se toma como destino final, aunque participen con devoción en los actos de culto, al visitar un santuario o una iglesia.

Conforme a Aulet y Hakobyan (2011:69) lo que en definitiva diferencia entre los dos fenómenos es la motivación para emprender el viaje, el motivo en el turismo religioso es una visita a un destino sagrado durante el viaje, y pueden ser la razón principal de un viaje, y también pueden ser parte de un viaje y proporcionar un destino con atracciones adicionales, por aspectos del conocimiento religioso y tratarse más de una visita cultural expone Triki (2019:1322), aunque el motivo para la peregrinación es de índole religiosa (oración, penitencia, agradecimiento), y el destino es llegar al lugar sagrado según Fernández (2014:73). En todo caso, sea religiosos, místico, en espacios patrimoniales religiosos o culturales, existe un elemento más evidente para tratar de conceptualizar dicho fenómeno y es su actor (Cornejo, et al, 2016:386).

Antes de analizar al turista religioso y peregrino, es necesario dilucidar las cuatro categorías de visitantes: peregrinos “puros” que acuden solo para rezar y hacer súplicas; peregrinos-turistas combinan los deseos religiosos con viajes a otros sitios para actividades no necesariamente religiosas; creyentes tradicionales se basan en las creencias que dichos visitantes tienen en la persona sagrada en sí misma y en los favores que le pueden aportar y visitantes seculares; acuden a conocer los lugares sagrados sin interés religioso (Collins-Kreiner, 2010 citado por Tobón y Tobón, 2013:246). A pesar de la dificultad de identificar los tipos visitantes, es necesario distinguir que el peregrino y el turista viajan; el primero motivado por la devoción o el cumplimiento de una promesa o manda, y el segundo movido por las ganas de conocer, por la curiosidad y distracción (Fernández (2014:70) y que están motivados por el patrimonio cultural y que pueden, pero no tienen que tener, una afiliación religiosa (Bulatovic y Stranjancevic, 2019: 55).

A pesar de todos los esfuerzos para distinguir peregrinación y turismo, cabe aclarar que hoy los límites entre ambos conceptos son muy difusos porque ambos términos han ido evolucionando (Millán y Pérez, 2017:32). En efecto, ambos tipos de turismo, independientemente de la terminología usada, todos los santuarios, en mayor o menor medida, reciben visitantes (Aulet y Hakobyan, 2011:74), particularmente cuando hacen referencia a actividades temáticas por ejemplo, el turismo deportivo, turismo gastronómico, entre otros y como tal, el turismo religioso y de peregrinación pueden incluirse dentro del turismo cultural, lo cual implica una adecuación del patrimonio, tanto cultural como natural, para su uso turístico. (Gil de Arriba, 2006:78).

Además, cabe mencionar que existe una necesidad de gestionar y evaluar la calidad del producto turístico religioso, para asegurar una experiencia positiva de visitantes y turistas, independientemente de que sus viajes están motivados por necesidades religiosas o seculares, esto para satisfacer las necesidades de sus visitantes (Kresic, et al, 2013:486), por consiguiente, se requiere asegurar la satisfacción de los peregrinos. En el estudio de Millán y Pérez (2017:49) se presenta un comparativo del perfil del turista en tres sitios religiosos de España, se analizaron las características, comportamientos, motivaciones y niveles de satisfacción. Referente a la satisfacción abarco la organización del viaje, la realización del mismo y el cumplimiento de las expectativas. Se detectó, por un lado, que las personas más satisfechas son las que realizan el viaje exclusivamente por motivos religiosos. Y, por otro lado, la insatisfacción del viaje es debido a un servicio de alojamiento inadecuado o escaso. Por tanto, mencionan las autoras, la importancia de orientar recursos y esfuerzos para identificar las variables que determinan la insatisfacción turística, sobre todo en un contexto altamente competitivo con turistas informados y exigentes.

En general el turismo religioso parte del proceso de peregrinación, entendido como “un viaje, por causas religiosas, externamente a un lugar santo e internamente con propósitos espirituales y de auto-conocimiento” (Tobón y Tobón, 2013: 240), al peregrino se le ha identificado normalmente como un viajero religioso y al turista como alguien que está de vacaciones (Millán y Pérez, 2017:32).

El turismo religioso en México

México se sitúa dentro de los diez primeros países con mayor turismo religioso a nivel mundial, logrando una derrama económica anual de 10 mil 200 millones de pesos, superando incluso la afluencia de fieles que visitan la Basílica de San Pedro, en el Vaticano, ya que tan sólo la Basílica de Guadalupe recibe anualmente 20 millones de visitantes. Anualmente en México 30 millones de personas realizan visitas a lugares de culto, fundamentalmente católicas, ya que el país tiene

una enorme riqueza, siendo la Basílica de Guadalupe la máxima expresión de esta actividad. (García, Pérez y Navarrete, 2017:138). En la tabla 1 se muestran los lugares religiosos más visitados (SECTUR, 2016).

Tabla 1. Lugares religiosos más visitados en México

| Lugar | Ubicación | No. De visitantes | Lugar de procedencia de los visitantes |
|---|--------------------------------|----------------------------------|---|
| Basílica de Guadalupe | Cd. de México | 18 millones de personas | 64% nacionales (Cd. De México, Puebla, Guerrero, Jalisco, Oaxaca y Chihuahua). 36% internacionales (Estados Unidos, España, Colombia, Alemania y Argentina) |
| Santuario de la Virgen de San Juan de los Lagos | San Juan de los Lagos, Jalisco | Entre 8 y 9 millones de personas | Guanajuato, San Luis Potosí y Aguascalientes, Cd. De México, Jalisco y Michoacán |
| Santuario del Santo Niño de Atocha | Plateros Fresnillo, Zacatecas | 2 millones de personas | Ciudad de México, Estado de México, Jalisco, Aguascalientes, Nuevo León, Durango, Guanajuato, Chihuahua y Querétaro. |
| Santuario de Cristo Rey | Silao, Guanajuato | 1 millón 500 mil personas | Jalisco, Aguascalientes, Durango y Zacatecas |
| Inmaculada Concepción de Juquila | Oaxaca | 1 millón de personas | Región Oaxaca, Distrito federal y de la Ciudad de México. |

Fuente: Secretaría de Turismo (SECTUR) en: <https://www.gob.mx/sectur/prensa/mexico-entre-los-paises-mas-visitados-por-turismo-religioso-sectur>

Los centros marianos con más visitantes en el país son: Nuestra Señora de Guadalupe en la Ciudad de México; Virgen de la Concepción, en San Juan de los Lagos, Jalisco; Virgen de Juquila, en Oaxaca; Virgen de la Expectación, en Zapopán, y Virgen del Rosario en Talpa, Jalisco. En cuanto a los santuarios de devoción no mariana (SECTUR, 2016) precisó que los más visitados son: Santo Niño de Atocha en Fresnillo, Zacatecas, Cristo Rey en el Cerro del Cubilete, Guanajuato y el Señor de Chalma en Malinalco, Estado de México.

La Virgen del Rosario en Talpa de Allende, Jalisco

La Virgen del Rosario es identificada como una de las “tres hermanas” a las que el pueblo de Jalisco y sus alrededores tiene especial veneración. Las otras dos hermanas son la Virgen de la Expectación de Zapopan y la Virgen de Nuestra Señora de San Juan de los Lagos, estas tres son las más visitadas cada año en Jalisco.

La Virgen del Rosario de Talpa es una pequeña escultura de una sola pieza, tallada en madera resistente y pesada llamada tepehuaje, de color rojizo, la cual mide 38 centímetros de altura, con facciones que se asemejan a las de las mujeres de la región, cabello largo, ondulado y negro, de tez morena y luce un lunar en una de sus mejillas (Ruta del peregrino, 2006). En Talpa de Allende, el 97.36% profesa la religión católica, el 0.60% es creyente de los testigos de Jehová,

habiendo en menor cantidad protestantes y creyentes de otras religiones. Encontrándose también los no creyentes de ningún tipo de religión siendo el 0.28%.

Las romerías son celebraciones religiosas famosas de Talpa de Allende, derivadas del culto y la fe por la Virgen del Rosario de Talpa, las cuales son siete que se celebran durante el año en las fechas siguientes:

- Romería de febrero. Es la primera fecha conmemorativa, la cual se lleva a cabo por el 2 de febrero día de la Candelaria, abarca del 25 de enero y termina precisamente el 2 de febrero, es la más antigua de las romerías de Talpa, su origen data del segundo tercio del s. XVII.
- Romería de Tecomán. Se lleva a cabo el primer domingo de marzo y se celebra la gran peregrinación de Santa María de Tecomán, Colima a Talpa de Allende, cuyo recorrido es de 387 kms. aproximadamente y tardan de 8 a 9 días en recorrerlo a pie.
- Romería de marzo. Esta romería transcurre del día 11 al 19 de marzo y es realizada en honor al Señor San José, siendo una de las más concurridas del año, en donde concurren personas de todas partes del país y del extranjero. Es una fiesta muy llamativa por sus ferias, peregrinaciones organizadas y sus coloridas danzas.
- Romería de Semana Santa. Da inicio desde el domingo de Ramos al domingo de Resurrección y actualmente se ha extendido hasta la semana de pascua, ha tenido un gran auge con la asistencia de gente de Jalisco, el País y del extranjero. Una fiesta con ríos de personas a diario y a todas horas llegando al templo con música y danzas.
- Romería de mayo. Esta celebración se lleva a cabo del 4 al 12 de mayo, y data desde 1923 que se ha venido celebrando el 12 de mayo al ser en esta fecha cuando fue coronada litúrgicamente la sagrada imagen, organizándose el Patronato de la Santísima Virgen y fue elevado su santuario a Basílica Menor.
- Romería de Septiembre. Se lleva a cabo del 10 al 19 de septiembre, cuya festividad es en razón al “Baño de la Virgen”, el cual consiste en limpiar todas sus joyas y el cambio de vestimenta, donde hasta antes de 1993, solo lo hacían las señoritas de renombre, prestigio e imagen y su actuar con fe hacia la Virgen, realizándose por la mañana del día 10 de septiembre, y ya lista se realiza un recorrido con ella alrededor del Atrio y la Plaza principal, la terminación del novenario es el 19 de septiembre. Esta festividad data del año de la renovación de 1644, en la celebración predomina la pólvora, las luminarias y serenatas y los coloridos y llamativos adornos del templo y atrio.
- Romería de Octubre. Del 5 al 7 de octubre, es la fiesta del Rosario y es una celebración reservada sólo para el Pueblo de Talpa y su comarca.

Las peregrinaciones que duran un día son aquellas que se realizan en autobuses o automóviles, es decir, ida y vuelta en la misma jornada. Las que duran dos o más días, son las que siguen la ruta tradicional y su duración depende del ritmo que se adopte en el caminar, de la distancia entre el santuario de Talpa de Allende y el punto de partida, del tiempo y de los recursos disponibles o de la envergadura de la manda (Ávila y Tena, 2010:237). Los peregrinos viajan a Talpa desde diferentes rumbos de Jalisco y por los estados vecinos de Nayarit, Colima y Michoacán. Las principales rutas de acceso son:

- Tepic-Compostela-Mascota-Talpa de Allende

- Etzatlán-Ameca-Talpa de Allende
- San José de Gracia-Chiquilistlán-Ayutla-Talpa de Allende
- Tuxpan-El Grullo-Unión de Tula-Talpa de Allende
- Guadalajara-Ameca-Talpa de Allende

En 2006 se publicó la ruta del peregrino que invita a la romería de la Virgen de Talpa, y es un resumen de información-promoción turística de pueblos, con imágenes para fomentar el turismo, parte del proyecto de Rutas Culturales de la Secretaría de Cultura de Jalisco (Fernández, 2012:40).

A continuación, se expone la ruta que describe la guía y es la más usual: se inicia en el municipio de Ameca, en la cual la mayoría de los peregrinos comienzan a caminar, en dirección a las rancherías y localidades que se encuentran a lo largo del camino de terracería por donde se inicia la ruta: Arroyo Hondo, San Nicolás, Guarachilla, El Mono, Malpaso de La Pequeña, Los Murillos, La Villita, Jayamitla y Lagunillas. Sin embargo, algunos peregrinos empiezan en Lagunillas, con el ascenso al cerro del Obispo y después hacia la comunidad de La Estanzuela, perteneciente al municipio de Guachinango. El siguiente tramo del camino es la Cuesta de las Comadres, después se pasa por Majadas, y se llega hasta la gasolinera del municipio de Mixtlán, siendo el refugio de los caminantes que pasarán primera noche de su peregrinaje hasta Talpa de Allende. Al dejar Mixtlán, la ruta sigue al descender por Santa Rita y Guayabos, hasta alcanzar el municipio de Atenguillo. Se continúa con el ascenso al cerro del Sacrificio, y de allí estará en camino al puerto más alto de la ruta, el conocido Espinazo del Diablo, al que se llega después de pasar por la capilla de La Campana. En seguida, se cruzará por el Sol de Oro, Jacales, Malpaso, Gallineros, San Rafael y Cocinas, dichas localidades del municipio de Mascota, y en San Rafael, los peregrinos suelen pasar la segunda noche de su recorrido. Por último, se conducen los peregrinos a La Cruz de Romero, desde donde se observa, el pueblo de Talpa de Allende y a la entrada se cruza el arco de la ciudad y se recorre por el andador de ingreso denominado Paseo calzada de las Reinas.

Cabe decir, que resulta difícil caminar la ruta del peregrino, porque topográficamente es sinuoso y escarpado, con altitudes cercanas a los dos mil metros sobre el nivel del mar y con barrancos muy profundos y que suma aproximadamente cien kilómetros desde Ameca hasta Talpa de Allende (Ávila y Tena, 2010:234). Este camino tradicional deja una considerable derrama económica por los municipios que atraviesan; Ameca, Guachinango, Mixtlán, Atenguillo, Mascota y Talpa de Allende (Miranda y Ramírez, 2009:28). Con respecto al proyecto de la “Ruta del peregrino” en 2009 tuvo una inversión de 30 millones de pesos en el Andador del Peregrino que va desde el municipio de Ameca, Guachinango, Atenguillo, Mixtlán, Mascota y llega a Talpa, con miradores y albergues, la creación de áreas de servicio y señalización (Fernández, 2012:40).

Área de estudio: Talpa de Allende, Jalisco

Es uno de 125 municipios que componen al Estado de Jalisco, México, por su cultura, tradición y paisajes de montaña, es considerado como uno de los 8 Pueblos Mágicos. El nombre de Talpa proviene del náhuatl y significa “sobre la tierra” o “tierra alta”, compuesta por “Talli= tierra” y “pan= encima o sobre”. El primer nombre que tuvo fue Santiago de Talpa, y en 1885 el Congreso del Estado de Jalisco modificó la nomenclatura, quedando como actualmente se conoce: Talpa de

Allende, añadiéndole el “de Allende”, en distinción al General Ignacio Allende, héroe de la Guerra de Independencia (Ruta del peregrino, 2006 Y SECTUR Jalisco, 2016).

El municipio se asienta en el flanco externo de los declives Jaliscienses de la Sierra Madre Occidental y en la parte Noroeste se localiza la cabecera municipal. Situado al Suroeste del Estado entre las coordenadas 20° 05' 00" a 20° 30' 55" de latitud norte y, de los 104° 42' 30" a los 105° 13' 25" de longitud oeste, situándose a una altura de 1,239 metros sobre el nivel del mar (2016, Plan Municipal de desarrollo Talpa de Allende 2015-2018). Limita al norte con Mascota y Puerto Vallarta; al este con Atenguillo y Mascota; al sur con Tomatlán; y al oeste con Cabo Corrientes. Y se ubica a 2:40 hrs. de Puerto Vallarta; 3:20 hrs. de Guadalajara; y 3:35 hrs de Sayulita (SECTUR, 2019). La superficie total es de 2,685 km² y representa el 2.39 % con respecto a la extensión total del estado y el 0.098 % del territorio nacional. Tiene una temperatura media de 21° C, de inviernos y primaveras secos y semicálidos y lluvias en el verano, aunque más caluroso. La vegetación es principalmente bosque de caoba, capomo, fresno, nogal, oyamel, parota, pino, rosa morada, y roble; y sus cultivos son alfalfa, avena, café, frijol, garbanzo, maíz, y sorgo. La cocina local ofrece birria, chilaquiles, gorditas, pozole, tamales, y tostadas. Las compras de artesanías y recuerdos se basan en productos en chilte como: canastas, cántaros, cazuelas y comales, jarros, jarrones, muebles, y ollas; también hay cinturones, huaraches, y monturas. Se destacan los postres de guayaba en múltiples presentaciones, como en rollo y cuero, también otras frutas, como capulín, durazno, nance, y piña (2016, Plan Municipal de desarrollo Talpa de Allende 2015-2018).

Metodología

La presente investigación pretende dar a conocer el perfil y la motivación del peregrino a Talpa de Allende, Jalisco, así como identificar la percepción de satisfacción de éste sobre aspectos de Infraestructura turística y su influencia en la intención de repetir la visita al lugar. El abordaje metodológico para este estudio se eligió desde una perspectiva cualitativa y cuantitativa, con alcance descriptivo correlacional-causal, de corte transversal y con un diseño no experimental (Hernández, Fernández y Baptista, 2014:178).

La población objeto del estudio fueron los peregrinos de ambos sexos mayores de 18 años que asistieron a la primera romería del año que se realiza en Talpa de Allende, la de la Candelaria que se lleva a cabo del 25 de enero al 2 de febrero. Se capacitó a estudiantes de estas autoras originarios de Talpa de Allende, para abordar a la población meta. La indicación fue entrevistarlos en el pueblo de Talpa de Allende ya culminado su recorrido. La muestra ascendió a 294 peregrinos encuestados al establecerse que se entrevistarán a todos aquellos que permitieran llevarla a cabo, y resaltando que existió negaciones de participar en la entrevista argumentando principalmente cansancio físico y mental, y falta de tiempo. Los cuestionarios se llevaron a cabo a través de entrevistas directas y tuvieron lugar en las casas de descanso, en diversos puntos de Talpa de Allende y alrededor de la Basílica del Municipio.

El instrumento que se aplicó para la recolección de datos fue un cuestionario estructurado, el cual se dividió en tres partes: la primera se integró para obtener el perfil o caracterización del peregrino tomado de Millán y Pérez (2017:47), como edad, género, escolaridad, lugar de procedencia, con quién realiza el viaje, situación ocupacional y si existe la intención de volver; la segunda parte se constituyó para conocer la motivación del peregrino para realizar el peregrinaje a partir de Cornejo, et al (2016:392), si fue por ocio y turismo, religiosidad, visita a familiares o amigos o por conocer y visitar la Basílica de Talpa de Allende y por último, la tercera parte se

compuso de preguntas para identificar la percepción de satisfacción que tiene el peregrino con respecto a ciertos aspectos de la infraestructura turística como hospedaje, servicio de comidas, telecomunicaciones, entre otros. Además de la influencia de estos en la intención de repetir la visita, para esta variable se adaptó el instrumento ya validado de Morales, Arévalo, Padilla y Bustamante (2018:185). Estos aspectos que en total ascienden a 9, han sido evaluados mediante una escala Likert de 1 a 5; donde el valor 1 significa totalmente insatisfecho y el valor 5 representa totalmente satisfecho. Los nueve aspectos se resumen en la tabla 2.

Tabla 2. Aspectos de infraestructura turística seleccionados para el presente estudio

| Aspecto | Descripción |
|--|--|
| Hospedaje y alquiler de cuartos | Trata sobre la cantidad de estos, así como la accesibilidad en precios y calidad |
| Calidad, variedad y precio de la comida | Se refiere a la variedad de la comida, la calidad de los ingredientes así como la higiene en su elaboración y presentación final |
| Servicios de transporte | Es en relación sobre la suficiencia de medios de transporte y precio |
| Estacionamientos | Cantidad y precio de estacionamientos para el acomodo de vehículos de los visitantes |
| Disponibilidad de bancos y cajeros automáticos | En términos de cantidad, ubicación y disponibilidad para solvencia de efectivo |
| Telecomunicaciones | Considerado como aspecto muy valioso para el concepto de comunicación, redes, señal digital, cobertura, etc. |
| Servicios de salud | Aspecto indispensable para la seguridad social por los riesgos que atañen a situaciones de peregrinaje |
| Baños y aseo público | Como percepción de poder acceder en el momento que se requiera y poder cubrir una de las necesidades fisiológicas básicas del ser humano en cantidad suficiente e higiene adecuada |
| Seguridad pública | Trata de una variable básica de confort de los visitantes, especialmente por concurrir a un sitio ajeno a su habitualidad |

Fuente: elaboración propia a partir de Morales, et al., 2018.

Los datos obtenidos fueron procesados mediante el software SPSS, programa especializado en procesamiento de información para generar análisis y resultados adecuados para el cumplimiento del objetivo en esta investigación. Se aplicaron estadísticos descriptivos como tabulaciones cruzadas y la técnica estadística que se consideró para la tercer parte del estudio fue el análisis de regresión logística binaria para obtener la incidencia de los aspectos seleccionados en la presente investigación con respecto a la posibilidad de regresar nuevamente a Talpa de Allende, en donde se determinó como variable dependiente, la intención de regresar y repetir la experiencia vivida del peregrinaje, considerada como una variable dicotómica (Lind, Marchal y Wathen, 2012:527) precisando en este modelo, que una respuesta afirmativa significa la intención de visitar nuevamente el lugar y una respuesta en negación representa lo contrario. Lo que permitirá definir significativas diferencias en las respuestas obtenidas, a fin de confirmar lo encontrado y aceptar o rechazar las hipótesis, las cuales se presentan en la tabla 3.

Tabla 3. Planteamiento de las hipótesis de investigación

| Hipótesis | Descripción |
|-----------------|---|
| H ₁ | El hospedaje y alquiler de cuartos influyen significativamente en la intención de repetir la visita a Talpa de Allende |
| H ₂ | La calidad, variedad e higiene de la comida influyen significativamente en la intención de repetir la visita a Talpa de Allende |
| H ₃ | Los servicios de transporte influyen significativamente en la intención de repetir la visita a Talpa de Allende |
| H ₄ | Los estacionamientos influyen significativamente en la intención de repetir la visita a Talpa de Allende |
| H ₅ | La disponibilidad de bancos y cajeros automáticos influyen significativamente en la intención de repetir la visita a Talpa de Allende |
| H ₆ | Las telecomunicaciones influyen significativamente en la intención de repetir la visita a Talpa de Allende |
| H ₇ | Los servicios de salud influyen significativamente en la intención de repetir la visita a Talpa de Allende |
| H ₈ | Los baños y aseo público influyen significativamente en la intención de repetir la visita a Talpa de Allende |
| H ₉ | La seguridad pública |
| H ₁₀ | Los nueve aspectos seleccionados influyen significativamente en la intención de repetir la visita a Talpa de Allende |

Fuente: elaboración propia a partir de Morales, et al., 2018

Resultados

Los resultados sobre el perfil del peregrino de la Romería de la Candelaria en Talpa de Allende, se muestran en la tabla 4, los cuales en general están en concordancia con resultados de otros estudios similares (Fernández, 2012:42; Cornejo, et al, 2016:392 y Secretaría de Turismo de Jalisco-Dirección de Turismo de Talpa de Allende, 2016). En donde se refleja que sigue habiendo un predominio de peregrinos hombres (54.08%) con respecto a las mujeres (45.92%), cuya edad oscila predominantemente entre 30 a 55 años (60%), con estudios escolares que oscilan mayormente entre estudios básicos y medios (70%), resaltando que más del 50% de los peregrinos encuestados son casados, en cuanto al lugar de procedencia sobresale que casi el 80% de los peregrinos de esta romería son originarios del Estado de Jalisco, quienes en su mayoría (63%) realizan la peregrinación con familiares y cuya situación ocupacional se refleja que del total de encuestados más del 50% trabaja, y de ese porcentaje mayormente se ubican en el sector privado (32%) y en el sector público (23%), y por último de este bloque, se evidencia el alto porcentaje de encuestados que tendrían la intención de volver con un 91%.

Tabla 4. Perfil del peregrino de la Romería de la Candelaria en Talpa de Allende, Jalisco

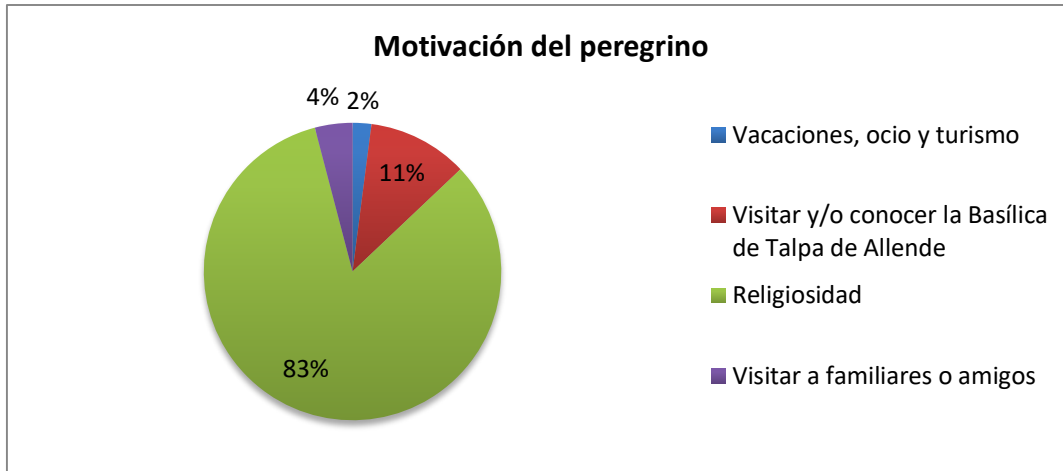
| VARIABLES | CATEGORÍAS | ROMERÍA DE LA CANDELARIA (%) |
|----------------------------|-------------------------------------|---------------------------------|
| Género | Femenino | 45.92 |
| | Masculino | 54.08 |
| Edad | 18 a 35 años | 27.21 |
| | 36 a 45 años | 26.19 |
| | 46 a 55 años | 30.95 |
| | 56 a 65 años | 9.18 |
| | Más de 65 años | 6.46 |
| Escolaridad | Sin estudios | 3.06 |
| | Estudios básicos | 31.98 |
| | Estudios medios | 38.10 |
| | Estudios superiores | 26.87 |
| Estado civil | Soltero | 40.14 |
| | Casado | 51.02 |
| | Unión libre | 6.12 |
| | Otros | 2.72 |
| Lugar de procedencia | Municipios cercanos | 41.84 |
| | Otros lugares del Estado de Jalisco | 37.08 |
| | Otros Estados de México | 19.04 |
| | Otros países | 2.04 |
| Con quién realiza el viaje | Solo | 7.83 |
| | Familiares | 62.93 |
| | Amigos | 27.21 |
| | Otros | 2.08 |
| Situación ocupacional | Sector público | 23.13 |
| | Sector privado | 31.97 |
| | Estudiante | 10.88 |
| | Hogar | 13.95 |
| | Campo | 17.01 |
| | Otros | 3.06 |
| Intención de volver | Sí | 90.82 |
| | No | 6.12 |
| | No sé | 3.06 |

Fuente: elaboración propia a partir de Millán y Pérez (2017)

Con respecto a la segunda variable que fue lo de la motivación para asistir a la romería de la Candelaria en Talpa de Allende, de acuerdo a la gráfica 1, se muestra que en un predominante alto porcentaje (83%) las personas que asisten a esta romería lo hacen por motivos de religiosidad y junto con ellos otros más lo hacen por visitar y/o conocer la Basílica de Nuestra Señora del Rosario en Talpa de Allende (11%), un 4% su motivo es visitar a familiares y amigos, mientras que una pequeña minoría lo hace por vacaciones, ocio y turismo (2%). Es de señalar que, dentro de las motivaciones de religiosidad para realizar el recorrido, resaltan: el cumplimiento de “mandas” o promesas realizadas que culminan con la peregrinación y visita a la Virgen del Rosario de Talpa, dar gracias por favores recibidos como alivio o curación de enfermedades, trabajo o

“bendiciones recibidas”, por gran fe y devoción, y en muchos casos por el cumplimiento de una tradición o costumbre que se ha heredado de generación en generación por muchos años.

Gráfica 1. Motivos del peregrino para asistir a la romería de la Candelaria en Talpa de Allende, Jalisco



Fuente: elaboración propia

Para la tercera y última parte del estudio que fue en relación a la percepción de satisfacción del peregrino sobre nueve aspectos seleccionados de infraestructura turística, en la tabla 5 se muestran los resultados estadísticos descriptivos obtenidos. Se evidencia que el aspecto mejor evaluado por los peregrinos es el del servicio de comida donde entre el *totalmente satisfecho* (47.97%) y el *parcialmente satisfecho* (37.07%) integran un 85%, porcentaje más alto de los nueve aspectos, lo que indica que el servicio, variedad y sobre todo precio de las comidas genera una gran satisfacción en los peregrinos.

A este aspecto le siguen el de seguridad pública y el de telecomunicaciones, ambos con porcentaje en suma de *parcialmente satisfecho* y *totalmente satisfecho* prácticamente iguales pues ambos oscilan en 74% y 73.82% respectivamente, aspectos que los encuestados percibieron con buen porcentaje de satisfacción, resaltando que en el aspecto de telecomunicaciones no hubo respuestas de *totalmente insatisfecho*, siendo este aspecto el único en una situación así. Otro aspecto que le sigue y que arrojó resultados con sumatoria de porcentajes de *parcialmente satisfecho* y *totalmente satisfecho* (50%) fue el de servicios de transporte, coincidiendo los encuestados que Talpa de Allende cuenta con servicio de transporte en suficiente cantidad y a precios no elevados (taxis, moto taxis y camiones) con amplio horario de servicio.

Por otro lado, se observa en los resultados aspectos que concentraron las respuestas en la categoría de neutral, tal es el caso de hospedaje y alquiler de cuartos con un 29.93% y el de baños y aseo público con un 27.89%, lo que muestra que estos aspectos no realzan en proporciones elevadas la satisfacción con respecto al lugar de destino, pero tampoco lo disminuyen. Es decir, los encuestados no están ni *satisfechos* ni *insatisfechos* con la variedad de hoteles y cuartos, su ubicación y los precios, así como en la cantidad de baños y el aseo público, probablemente porque la mayoría retorna a su lugar de origen una vez culminado su peregrinaje.

Por último, los aspectos en donde los encuestados respondieron estar en mayor medida *parcialmente insatisfechos* y *totalmente insatisfechos* fueron los de estacionamientos y disponibilidad de bancos y cajeros automáticos, con porcentajes en la sumatoria de ambas categorías de 65% y 68% respectivamente, el principal motivo fue la insuficiente cantidad de estos y cuyo servicio no lograba para nada cubrir las necesidades de los visitantes.

Tabla 5. Percepción de satisfacción del peregrino sobre infraestructura turística

| Aspectos | Totalmente insatisfecho (1) | Parcialmente insatisfecho (2) | Neutral (3) | Parcialmente satisfecho (4) | Totalmente satisfecho (5) |
|--|--------------------------------|----------------------------------|----------------|--------------------------------|------------------------------|
| Hospedaje y alquiler de cuartos | 7.82 | 11.90 | 29.93 | 25.85 | 24.50 |
| Calidad, variedad y precio de la comida | 1.02 | 5.10 | 8.84 | 37.07 | 47.97 |
| Servicios de transporte | 10.88 | 13.95 | 25.85 | 23.13 | 26.19 |
| Estacionamientos | 28.91 | 36.05 | 16 | 11.90 | 7.14 |
| Disponibilidad de bancos y cajeros automáticos | 39.12 | 28.91 | 14.97 | 10.88 | 6.12 |
| Telecomunicaciones | - | 7.14 | 19.04 | 40.82 | 33 |
| Servicios de salud | 17 | 23.13 | 17.69 | 21.09 | 21.09 |
| Baños y aseo público | 8.84 | 16 | 27.89 | 25.85 | 21.42 |
| Seguridad pública | 4.08 | 9.86 | 11.90 | 38.10 | 36.06 |

Fuente: elaboración propia

A continuación, en la tabla 6, se presentan los resultados obtenidos con respecto a la intención de regresar nuevamente a la romería de la Candelaria en Talpa de Allende, se muestra la regresión logística binomial de todas aquellas variables significativas de la investigación a un nivel $*p < 0.1$, $**p < 0.05$, $***p < 0.01$ con base en el estadístico de Wald (Lind, et al, 2012:528). Asimismo, el signo de β indica la dirección de la relación y significa si es menor de 0.05 que la variable independiente explica a la variable dependiente y R-cuadrado de Cox y Snell, y R-cuadrado de Nagelkerke, indican la parte de la varianza de la variable dependiente explicada por el modelo. Hay dos R-cuadrados en la regresión logística, y ambas son válidas. Se acostumbra a decir que la parte de la variable dependiente explicada por el modelo oscila entre la R-cuadrado de Cox y Snell y la R-cuadrado de Nagelkerke. Cuanto más alto es la R-cuadrado más explicativo es el modelo, es decir, las variables independientes explican la variable dependiente, y por último, la exponencial de b, indica la fortaleza de la relación. Cuanto más alejada de 1 está más fuerte es la relación. (Lind, et al, 2012:528).

En general se puede apreciar que cuatro aspectos de infraestructura turística con respecto a la percepción de satisfacción del lugar son significativos. Del perfil del peregrino se reflejan dos variables como significativas y una variable de la motivación resulta altamente significativa en relación a la variable dependiente intención de visitar nuevamente el lugar de destino. De acuerdo a la tabla 6, se puede subrayar que las dos variables del perfil del peregrino: con quién viaja y

estado civil, y la variable religiosidad del bloque de la motivación, resultaron indicativos importantes en la intención de visitar nuevamente el lugar con un nivel de significancia $p < 0.01$, y de estas tres sobresale notablemente con mayor poder de predicción la religiosidad, lo que demuestra que en este tipo de eventos como lo son las romerías, prevalecen los actos de fe y devoción que motivan al peregrino y aumenta la probabilidad de que regrese a repetir la experiencia en 2.23 puntos. En esa secuencia le sigue con quién viaja, lo que indica que las peregrinaciones en familia representan alto niveles de satisfacción con el peregrinaje y con el lugar de visita. Continuando le sigue la variable estado civil, mostrando que las parejas casadas representan mayor probabilidad de que regresen al lugar de estudio.

Tabla 6. Regresión logística binominal con las variables significativas

| <i>Variab</i> les | β^a | <i>Error estándar</i> | <i>Wald</i> | <i>Exp(B)</i> |
|--|-----------|-----------------------|-------------|---------------|
| Transporte | 0.2632* | .152 | 3.011 | 1.301 |
| Telecomunicaciones | 0.2794** | .131 | 5.202 | .741 |
| Seguridad pública | 0.2193** | .097 | 4.753 | 1.232 |
| Calidad variedad y precio de la comida | 0.2566** | .125 | 3.960 | 1.283 |
| Con quién viaja | 0.6229*** | .233 | 7.626 | 1.884 |
| Religiosidad | 0.9311*** | .223 | 13.268 | 2.231 |
| Estado civil | 0.2875*** | .114 | 7.003 | 1.342 |
| R ² de Cox y Snell | 0.101 | | | |
| R ² de Nagelkerke | 0.150 | | | |

* $p < 0.01$
 ** $p < 0.05$
 *** $p < 0.1$

Fuente: elaboración propia

Además, los resultados de la tabla 6 permitieron determinar que, de las nueve hipótesis planteadas, cuatro son comprobadas (H_2 , H_3 , H_6 y H_9). Pues como se puede observar, la variable de transporte presenta una significancia estadística a un nivel de $p < 0.1$, y las variables de variedad, calidad y precio de las comidas, telecomunicaciones y seguridad pública muestran significancia positiva a un nivel de $p < 0.05$ y de estos tres el aspecto que presenta mayor poder de predicción es telecomunicaciones, lo que permite afirmar que la señal digital, cobertura, redes informáticas, wifi, etc., propicia una satisfacción mayor con incidencia positiva para plantear la posibilidad de regresar al destino.

En síntesis, la regresión logística binominal, permitió identificar que quienes contestaron afirmativamente a los cuatro aspectos (transporte, variedad, calidad y precio de las comidas, telecomunicaciones y seguridad pública), tienen alto sentido de religiosidad, les gusta viajar acompañados en familia y con sus parejas, lo que aumenta las probabilidades de que regresen nuevamente a peregrinar en la romería de la Candelaria en Talpa de Allende.

Conclusiones

El turismo religioso es un concepto que se ha acuñado de reciente creación y que tiene que ver con las actividades de turismo relacionadas con las prácticas religiosas en determinados destinos y significativamente religiosa. Actualmente el turismo en lugares y destinos de carácter religioso, va en aumento, volviéndose un motor de desarrollo y derrama económica para las zonas y caminos de peregrinaje, incidiendo significativamente en los lugares por lo que cruzan. Los lugares de peregrinaje reconocidos, se han transformado en los últimos tiempos, en destinos turísticos importantes que reciben anualmente a millones de visitantes por diversos motivos ya sea, por motivos religiosos, turísticos, visitas a familiares, por conocer, entre otros motivos. En ese sentido, las actividades religiosas de peregrinaje y turismo representan para los destinos religiosos una oportunidad de desarrollo y crecimiento económico y al mismo tiempo un gran reto para desarrollar la capacidad de infraestructura turística que permita cubrir las necesidades de los visitantes a esos destinos.

En esa secuencia se ubica el destino religioso de Talpa de Allende, objeto de este estudio y de donde se obtuvo información relevante permitiendo identificar el perfil del peregrino que asistió a la romería de la Candelaria en Talpa de Allende (primera romería de siete que se celebran durante el año en el destino); se logró determinar que motiva al visitante a realizar la peregrinación, encontrándose que la principal y contundente motivación es generada por actos de fe y religiosidad.

Asimismo, se obtuvo datos en relación a la percepción de satisfacción con respecto a nueve aspectos de infraestructura turística y la manera en que influyen en la decisión de volver a realizar la peregrinación y regresar o no al destino religioso. Observándose que las variables del perfil del peregrino con quién viaja y estado civil y del bloque de motivación la variable religiosidad influyen positivamente para decidir realizar la peregrinación en la romería y se reafirma que los aspectos de infraestructura turística telecomunicaciones, transporte y calidad, variedad y precio de las comidas son predictores estadísticos que inciden positivamente en el propósito de volver a realizar la visita al lugar de destino religioso.

Se coincide con Miranda y Ramírez (2009:31) y Fernández (2012:42) en cuanto al perfil de las personas que acuden al santuario de la Virgen del Rosario en Talpa de Allende y son de diferentes grupos de edad, con variada formación y profesión, y en su mayoría son varones jóvenes. El motivo del viaje a Talpa de Allende es por aspectos religiosos, esto se evidencia conforme al 83% de los entrevistados, similar al 61% del estudio de Fernández (2012:43), en cambio en el estudio de Cornejo, et al (2016:397) se muestra un equilibrio, ya que el 39 % menciona el interés de visitar el lugar sagrado y el 23% señalo que por vacaciones. Como similitud a la investigación de Millán y Pérez (2017:48) los peregrinos con mayor motivación religiosa muestran más satisfacción con el viaje y son más fieles a los destinos.

En general la experiencia del peregrino resultó bastante positiva, generándose una percepción de satisfacción auténtica con respecto a los servicios de infraestructura turística obtenidos y con respecto al lugar de destino con una apreciación relajante, estimulante y con un ambiente cálido y apacible.

Sin embargo, los resultados obtenidos permiten dimensionar las implicaciones que representa para las autoridades, empresarios, comerciantes y en general los encargados de las políticas públicas de infraestructura y empresarial para, por un lado, aprovechar las oportunidades que representa el turismo religioso, y por otro, generar estrategias que amplíen y mejoren los

servicios de infraestructura turística para minimizar riesgos. Este trabajo es consistente con las aportaciones de Kresic et al. (2013:486), quienes identifican a la infraestructura como una prioridad en las estrategias para mejorar el nivel de satisfacción de los peregrinos y la experiencia turística.

Debido a la importancia del turismo religioso, cada vez se realizan más investigaciones para conocer las motivaciones y necesidades del peregrino, por lo tanto, se sugiere para futuros estudios que los datos recogidos no solo sean de una romería, sino que sean de datos obtenidos de las siete romerías realizadas durante el año para identificar constantes y diferencias, además permitiría revisar longitudinalmente la evolución de las nuevas características y necesidades de los peregrinos.

Bibliografía

- Acerenza, Miguel Ángel, (2006) *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. Vol. 1. Editorial Trillas. México
- Armas Arévalos, Enrique y Arévalo Martínez, Jessica, (2018) “Turismo y desarrollo, el caso de los pueblos mágicos en Guanajuato y Michoacán”. *Impacto socio-ambiental, territorios sostenibles y desarrollo regional desde el turismo*. Universidad Nacional Autónoma de México y Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional A.C, Coeditores, México. Disponible en: <http://ru.iiec.unam.mx/4279/> [Consultado el 26 de noviembre de 2019]
- Aulet Serrallonga, Silvia y Hakobyan, Karine (2011) “Turismo religioso y espacios sagrados: Una propuesta para los santuarios de Catalunya”. *Iberoamericana de Turismo RITUR. Año 1*, número 1, pp. 63-82. Disponible en: <https://core.ac.uk/reader/132555860> [Consultado el 20 de mayo de 2019]
- Ávila, Ricardo y Tena, Martín (2010) “Morir peregrinando a Talpa”. En María J. Rodríguez-Shadow y Ricardo Ávila, Comps., *Santuarios, peregrinaciones y religiosidad popular*. Universidad de Guadalajara, Colección Estudios del Hombre 25, Serie Antropología, 231-261. Disponible en: <http://148.202.18.157/sitios/publicacionesite/pperiod/esthom/esthompdf/esthom25/12morirptalpa.pdf> [Consultado el 17 de octubre de 2019]
- Bulatovic, Iva y Stranjancevic, Ana (2019) “Integrated model of religious tourism in underdeveloped destinations”. *Journal of the Geographical Institute Jovan Cvijic SASA* 69(1):53-66 Disponible en: <http://www.doiserbia.nb.rs/img/doi/0350-7599/2019/0350-75991901053B.pdf> [Consultado el 23 de enero de 2020]
- Cánoves Valiente, Gemma y Blanco Romero, Asunción (2011) “Turismo religioso en España: ¿La gallina de los huevos de oro? Una vieja tradición, versus un turismo emergente”. *Cuadernos de Turismo*, nº 27; pp. 115-131. Disponible en: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/139791> [Consultado el 20 de agosto de 2019]
- Cornejo Ortega, José Luis; Andrade Romo, Edmundo y Chávez Dagostino, Rosa María, (2016) “Del sacrificio al ocio en Jalisco”. *Pasos, Turismo y Patrimonio Cultural, México*. Vol. 14 No. 2, Págs. 385-400. Disponible en:

- <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=881/88145251006> [Consultado el 26 de mayo de 2020]
- De La Torre, Francisco, (1989) *Introducción al Estudio del Turismo*. Editorial CECSA. México.
- Fernández Poncela, Anna María, (2012) “La Virgen de Talpa: religiosidad, turismo y sociedad”. *Política y Cultura*, volumen 38, pp. 29-48. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=267/26725009003> [Consultado el 17 de enero de 2020]
- Fernández Poncela, Anna María, (2014) “Peregrinos y turistas: turismo religioso”. Monterrubio, J. C. y López, A. (Eds.) *De la dimensión teórica al abordaje empírico del turismo en México, perspectivas multidisciplinarias* (pp. 67-81), UNAM, México. Disponible en: <http://www.publicaciones.igg.unam.mx/index.php/ig/catalog/download/47/47/293-1?inline=1> [Consultado el 12 de febrero de 2020]
- García Muñoz, Cecilia, Pérez Sánchez, Beatriz y Navarrete Torres, María del Carmen (2017) “La importancia del turismo religioso en México” en *International Journal of Scientific Management and Tourism*, volumen 3 número 1, pp. 133-146. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5975088.pdf> [Consultado el 26 de mayo de 2020]
- Gil de Arriba, Carmen, (2006) “Turismo religioso y el valor sagrado de los lugares: simbología identitaria y patrimonialización del monasterio de Santo Toribio de Liébana (Cantabria)”. *Cuadernos de Turismo*, nº 18, pp. 77-102. Disponible en: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/17851> [Consultado el 02 de febrero de 2020]
- Gobierno Municipal de Talpa de Allende (2016) Plan municipal de desarrollo 2033 2015-2018. Jalisco, México. Disponible en: <http://datos.talpadeallende.info/doc/uploads/GACETA%201%20PLAN-1460732575-249.pdf> [Consultado el 30 enero de 2020]
- Gurría Di-Bella, Manuel, (2004) *Introducción al Turismo*. Editorial Trillas. México.
- Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos y Baptista Lucio, Pilar, (2014) *Metodología de la Investigación*. Ed. Trillas (6ª edición), México.
- Heydari Chianeh, Rahim; Del Chiappa, Giacomo y Ghasemi, Vahid, (2018) “Cultural and religious tourism development in Iran: prospects and challenges”. *Anatolia*, 29:2, 204-214. Disponible en: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13032917.2017.1414439> [Consultado el 11 de enero de 2020]
- Holderness, Graham. (2009) “Rome: Multiversal city, the material and inmaterial in religious tourism”. *Cross Currents*, 59 (3), 342-348. Disponible en: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1939-3881.2009.00083.x> [Consultado el 11 de diciembre de 2019]
- Kresic, Damir; Mikulic, Josip, y Milicevic, Katarina, (2013) “The Factor Structure of Tourist Satisfaction at Pilgrimage Destinations: the Case of Medjugorje”, *International Journal of Tourism Research*, nº 15, pp. 484-494. Disponible en: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.1034.3452&rep=rep1&type=pdf> [Consultado el 11 de enero de 2020]

- Lind, Douglas; Marchal, William, y Wathen, Samuel (2012) *Estadística aplicada a los negocios y la economía*. México D.F.: McGraw-Hill / Interamericana Editores
- Lanquar, Robert (2007) “La nueva dinámica del turismo religioso y espiritual”. Conferencia Internacional sobre turismo y religiones: una contribución al diálogo de religiones, culturas y civilizaciones, Córdoba-España (29-31 de octubre).
- Martínez Cárdenas, Rogelio (2012) “Caracterización del turismo religioso en San Juan de los Lagos en los Altos de Jalisco”. *Historia Ágora*. https://www.researchgate.net/publication/256081091_Caracterizacion_del_turismo_religioso_en_San_Juan_de_Los_Lagos_en_Los_Altos_de_Jalisco [Consultado el 14 de noviembre de 2019]
- Millán Vázquez de la Torre, Genoveva y Pérez Naranjo, Leonor, (2017) “El turismo religioso en distintas zonas geográficas de España: características de los turistas”, *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, Madrid, Spain, núm.75. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6257263.pdf> [Consultado el 30 de enero de 2020]
- Miranda Guerrero, Ruth y Ramírez Ramírez, Isabel (2009) “Turismo religioso versus peregrinaje religioso”. *Estudios jaliscienses* 77, pp. 26-35. Disponible en: http://148.202.112.11:8080/jspui/bitstream/123456789/71/1/Turismo_religioso_versus_peregrinaje_religioso.pdf [Consultado el 08 de noviembre de 2019]
- Morales, José R., Arévalo, Danny X., Padilla, Carmen P. y Bustamante Miguel A. (2018) “Nivel de satisfacción e intención de repetir la visita turística. El caso del Cantón Playas, en Ecuador”. *Información tecnológica*. Vol. 29 núm.1, pp.181-192. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642018000100181> [Consultado el 26 de mayo de 2020]
- Robinson MacDonald, Evans (1976) “Geography of Tourism”. *Journal of Travel Research*. Vol.15 núm.1 pp. 38-56. Londres. <https://doi.org/10.1177/004728757701500353> [Consultado el 14 de febrero de 2020]
- Ruta del peregrino (2006) *Rutas culturales de Jalisco*, Guadalajara, Secretaría de Cultura del Estado de Jalisco Disponible en: https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/guias/guias_jalisco/guias_jalisco/3%20peregrino.pdf [Consultado el 30 enero de 2020]
- Secretaría de Turismo (2016) “México entre los países más visitados por turismo religioso”. *Secretaría de Turismo Prensa, comunicado 25*, 11 de febrero de 2016. Disponible en: <https://www.gob.mx/sectur/prensa/mexico-entre-los-paises-mas-visitados-por-turismo-religioso-sectur> [Consultado el 19 de febrero de 2020]
- Secretaría de Turismo (2019) Disponible en: <https://www.jalisco.gob.mx/es/jalisco/municipios/talpa-de-allende> [Consultado el 19 de febrero de 2020]
- Secretaría de Turismo de Jalisco (2016) Dirección de Turismo de Talpa de Allende. Disponible en: <https://www.gob.mx/sectur/articulos/talpa-de-allende-jalisco> [Consultado el 26 de mayo de 2020]

- Tobón Perilla, Sandra Maribel y Tobón Perilla, Natalia (2013) “Turismo religioso: fenómeno social y económico” en *Anuario Turismo y Sociedad*, volumen 16, pp. 237-249. Disponible en:
https://www.researchgate.net/publication/324798132_Turismo_religioso_fenomeno_social_y_economico [Consultado el 14 de diciembre de 2019]
- Triki, Mohamed Bilel (2019) “The role of religious tourism in sustainable development in Saudi Arabia: evidence from quantile non-causality test”. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 27(4), 1321–1333. Disponible en: <http://gtg.webhost.uoradea.ro/PDF/GTG-4-2019/gtg.27417-436.pdf> [Consultado el 15 de octubre de 2019]
- World Religious Travel Association- WRTA. (2008) Disponible en: <http://worldreligioustravelassociation.blogspot.com/2008/03/how-to-build-your-business-with-fast.html> [Consultado el 2 de diciembre de 2019]