



FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

19 y 20 de mayo 2011



*IV Jornadas
de
Investigación
en Turismo*

Turismo y Desarrollo Económico



INDICE

“Turismo y desarrollo económico”

**IV JORNADAS DE INVESTIGACIÓN EN
TURISMO**

Sevilla, 19 y 20 de mayo de 2011

IV JORNADAS DE INVESTIGACIÓN EN TURISMO

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del Copyright.

DERECHOS RESERVADOS © 2011

Coordinadores:
José Luís Jiménez Caballero
Pilar Fuentes Ruiz

Edita: Edición Digital @tres, S.L.L.
C/ Doctor Escobar Delmas nº, 7 Bjo-B
41018-SEVILLA

ISBN: 978-84-694-5099-4
D.L.: SE-5116-2011

IMPRESO EN ESPAÑA – PRINTED IN SPAIN

PRÓLOGO
IV JORNADAS DE INVESTIGACIÓN EN TURISMO
Sevilla, 19 y 20 de mayo de 2011

“Turismo y desarrollo económico”

José Luis Jiménez Caballero
DECANO
Facultad de Turismo y Finanzas
Universidad de Sevilla

Las Cuartas Jornadas de Investigación en Turismo se celebran los días 19 y 20 de mayo de 2011 en la Facultad de Turismo y Finanzas (FTF) de la Universidad de Sevilla (España) con el título general de: “Turismo y Desarrollo Económico”. Con ellas continuamos el camino hacia la consolidación de un foro de investigación en turismo que ha suscitado gran interés por parte de un número elevado de investigadores especializados en el campo del turismo en sus diversas manifestaciones.

El Turismo como área científica de estudio es un área relativamente joven, que va encontrando reconocimiento como disciplina de investigación. Los recientes programas de doctorado aprobados en la universidad española y en la facultad de Turismo y Finanzas de la Universidad de Sevilla, junto a la proliferación de grupos de investigación en turismo son un buen ejemplo de ello.

La complejidad y extensión de su campo de estudio hacen que el turismo se nutra de múltiples disciplinas: Ciencias Humanas y Sociales (Geografía, Idiomas, Informática, Economía, Empresa, Patrimonio, Antropología, Derecho, Sociología, etc.), que aportan consistencia, complementariedad y una visión integradora a los resultados obtenidos en las investigaciones.

La relevancia de la investigación en el sector turístico se pone de manifiesto por el VI Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica para el periodo 2008-2011, que señala que:

“El escenario actual sitúa a la industria turística ante retos importantes. (...). En todo caso, se debe asegurar el desarrollo de modelos de negocio sostenibles en el uso de los recursos del entorno, y todo ello en una dinámica continua de innovación y desarrollo tecnológico, **aportando nuevas y mejores soluciones como factor diferencial de competitividad**. Se debe centrar la atención en el análisis de la competitividad y en el crecimiento económico del sector turístico para la mejora e implantación de sistemas y metodologías de gestión empresarial de calidad y medioambientales, en el desarrollo de tecnologías de la información y de las comunicaciones, en la implementación de tecnologías para una gestión sostenible del negocio turístico, así como la innovación de productos turísticos.”

A ello se une los retos del Plan de Turismo Español Horizonte 2020 que establece la necesidad de mejorar el equilibrio entre la actividad turística y su entorno; la mejora del entorno competitivo, especialmente en cuanto a empleo y formación, productividad e I+D+i; y la adaptación de la gestión, los productos y servicios y la comercialización realizadas por las empresas y los destinos turísticos españoles a la nueva estructura del negocio en los mercados emisores impulsada por las TIC, Internet y un nuevo tipo de consumidor.

La evolución a medio y largo plazo hacia la mejora del valor de la empresa y de la planificación turística debería desarrollar una oferta diferenciadora y con importante potencial competitivo, fundamentado en el desarrollo, el conocimiento, el talento, la innovación, la mejora de la productividad y la sostenibilidad.

Por tanto, la importancia de la industria turística en la economía española y mundial hace necesarios encuentros académicos y profesionales que dinamicen y continúen haciendo de este sector un motor de desarrollo económico y humano, especialmente en momentos como los actuales. Así, las empresas y el entorno turístico, sometidos a una alta volatilidad de la demanda y a las necesidades cambiantes de los

consumidores, suponen un reto interesante que debe ser abordado desde el ámbito de la investigación. Es responsabilidad del investigador en turismo responder con soluciones creativas, útiles y prácticas que muestren al sector la dirección que debe tomar para alcanzar un liderazgo sostenible en un entorno de complejidad e incertidumbre.

Estas Jornadas pretenden, por consiguiente, sensibilizar a la sociedad de la relevancia que tiene el sector turístico mediante la generación de conocimientos multidisciplinares que contribuyan a la mejora y enriquecimiento del mismo. El objetivo fundamental planteado es disponer de un foro donde realizar una puesta en común de trabajos que posibilite la transferencia de sus resultados, favorezca futuras colaboraciones interdisciplinarias, y difunda las líneas de investigación de los participantes.

En esta edición se han inscrito en torno a cien participantes procedentes de Andalucía, Galicia, Extremadura, Valencia, Islas Baleares, Zaragoza y Portugal. Se presentarán 32 comunicaciones distribuidas en 7 sesiones plenarias y paralelas, sobre temas relacionados con Economía y Empresa, Geografía, Patrimonio, Derecho, entre otros.

La consolidación de estas jornadas atiende a la realidad científica y académica de la Facultad de Turismo y Finanzas que contiene la secuencia legalmente establecida en España y la Unión Europea: Grado, Máster y Doctorado. Es deseable que en el futuro se abran puertas para la integración de estas jornadas en foros de referencia en España.

Finalmente, es nuestro deseo poder contribuir a la generación de nuevas ideas e iniciativas que culminen en futuras investigaciones y aplicaciones en el sector turístico.

José Luis Jiménez Caballero
DECANO



COMUNICACIONES PRESENTADAS A LAS IV JORNADAS DE INVESTIGACIÓN EN TURISMO

ÍNDICE:

Prólogo

1. Oportunidad Del Revenue Management Para Activar Sectores. José Guadix, Pablo Aparicio, Jesús Muñuzuri, Pablo Cortés
33. El Entorno Institucional De Los Campos De Golf Andaluces Y El Desarrollo De Prácticas Medioambientales. Francisco José Riquel Ligeró Y Alfonso Vargas Sánchez
59. Gestión Cultural De Iniciativa Privada En Una Ciudad Media. Nuevos Horizontes Turísticos. María De La Paz Pérez Gómez
75. Percepciones De Los Bodegueros Sobre El Turismo Del Vino: El Caso De Aragón Marzo Navarro, Mercedes Y Pedraja Iglesias, Marta
99. La Investigación En Turismo En España: Una Revisión De La Literatura A Través De Las Revistas De Dirección De Empresas (3ª Y Última Parte). José Manuel Hernández Mogollón, José Antonio Folgado Fernández Y Ana María Campón Cerro
121. Estrategias De Fijación De Precios En El Transporte Aéreo De Pasajeros. Francisco Javier Quirós Tomás Y Manuela Vega Vázquez
139. Capital Social Y Gobernabilidad En El Turismo Minero De Riotinto. Concepción Foronda Robles Y Ana García López.
157. “La Re-Creación De Las Imágenes De Identidad Para El Turismo. El Caso De Shima Supein Mura (Parque España - Japón).” Anjhara Gómez Aragón
173. Guías, Indigenismo Y Turismo En El Cusco, Perú. Alberto Carlos Chara Azurín
193. Mercaderes Y Poetas. Estrategias Adaptativas De La Alfarería En Úbeda. Juan Pablo Martínez Muñoz
219. El Turismo Religioso En Los Altos De Jalisco Y Andalucía: Comparación De La Oferta Y Demanda En Dos Santuarios Marianos. Roberto Carlos Carranza Esquivias, Ma Genoveva Millán Vázquez De La Torre Rogelio Martínez, Cárdenas.
237. Reconversión De Espacios Turísticos Maduros. Una Aproximación Al Caso De Ses Figueretes - Platja D'en Bossa (Ibiza). Juana María Arrom Munar Y Antoni Ordinas Garau.
263. Propuesta De Aplicación Del Modelo De Marketing Holístico A La Gestión De La Responsabilidad Social En El Sector Hotelero. Ramón Cuadrado Marqués Y Mª Teresa Fernández Alles
281. Las Certificaciones En El Sector Turístico Español: Gestión De Las Playas Españolas. María Teresa Fernández Alles Y María Moral Moral
307. Modelo De Promoción De La RSE En Las Empresas Turísticas: Una Propuesta De Actuación Integral Para Extremadura Y Andalucía. Alicia Guerra Guerra, Elena Fernández Pájaro, Ángel Daniel Téllez Infantes
339. Incidencia De La Directiva De Servicios En La Legislación Turística. Estudio Autonómico Comparado. Felio José Bauzá Martorell
357. La Eficiencia Como Clave De La Supervivencia Hotelera En La Crisis Actual. José Ignacio Otero Terrón, Bernabé Escobar Pérez Y Antonio Lobo Gallardo
381. Las Rutas Gastronómicas Como Oportunidad De Generar Rentas Adicionales En El Sector Agrario: Análisis De La Ruta Del Jamón Ibérico En La Provincia De Córdoba. Genoveva Millán Vázquez De La Torre, Emilio Morales Fernández Y Mª Sol Castro
407. Paisajes Urbanos Y Autenticidad Percibida. Cayetano Medina Molina, Manuel Rey Moreno Y Ana López Fernández
433. Más De 10 Años De Investigación En Revenue Management En El Grupo De Investigación Dos. Mª Esther Chávez Miranda, Antonio Ruiz Jiménez , Miguel Ángel Domingo Carrillo Y José Luis Jiménez Caballero.



457. Variables Del Marketing Que Permiten El Desarrollo Económico De Un Destino De Sol Y Playa: Benidorm. Olga Femenía Millet
- 475 .El Alcance Vinculante Del Programa-Oferta En Los Viajes Combinados, Y La Responsabilidad Del Organizador O Detallista Ante Su Incumplimiento. Consuelo Camacho Pereira
499. Buenas Prácticas Ambientales En El Sector Hotelero Del Algarve. María Margarida Arrais Viegas Y Juan Manuel Cepeda Pérez.
519. Turismo Y Desarrollo Socioeconómico. Un Análisis De La Isla De Santiago (Cabo Verde).Manuel Osuna Soto, Ana María Castillo Canalejo Y Tomás López-Guzmán
537. Orientaciones Para El Desarrollo Y Rentabilidad De Productos Turístico Accesibles A Partir Del Estudio De Las Necesidades Y Hábitos Turísticos De Las Personas Con Discapacidad. Manuel Calvillo Mazarro.
567. Vigilancia Tecnológica En Las Empresas Turísticas De La Ciudad De Ronda. Antonio Guevara Plaza, Lorena Quintana Ruíz, Alfonso Cerezo Medina Y Remedios Ruíz Jiménez
589. La Distribución Territorial De La Actividad Turística En Andalucía. Selección De Indicadores Y Evolución De Los Mismos En La Etapa Reciente. Alfonso Fernández Tabales Y Arsenio Villar Lama.
609. La Influencia Del Turismo En El Patrimonio Construido. Un Caso Paradigmático: La Red De Paradores De Turismo. Patricia Cupeiro López
625. Chiringuitos En La Playa De Matalascañas: Perspectiva De Los Usuarios .Penélope Laó Ramos
649. Las Tic Y La Productividad: Una Revisión Crítica. Cidália Leal Paço Y Juan Manuel Cepeda Pérez
671. La Calidad En La Hostelería Cordobesa: La Importancia De La Satisfacción Laboral. Francisco González Santa Cruz , Tomás López-Guzmán Y Sandra M^a Sánchez Cañizares
697. Evaluación De Las Páginas De RRHH De Las Grandes Cadenas Hoteleras Españolas E Internacionales Con Presencia En España. Cristóbal Borrás Y Inmaculada Reina Frías



**EL TURISMO RELIGIOSO EN LOS ALTOS DE JALISCO Y ANDALUCIA:
COMPARACIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA EN DOS SANTUARIOS
MARIANOS**

Lic. Roberto Carlos Carranza Esquivias

Universidad de Guadalajara (México)

roberto_toronto@hotmail.com

Dra. Ma Genoveva Millán Vázquez de la Torre

Universidad de Córdoba

gmillan@etea.com

Dr. Rogelio Martínez Cárdenas

Universidad de Guadalajara (México)

rogeliomtzcds@gmail.com

Temática: Economía y Empresa

Datos de la Institución:

Universidad de Córdoba

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

c/ Escritor Castilla Aguayo no 4

14004 Córdoba, Andalucía, España

Tel: +34(957) 222 159 e-mail de contacto: roberto_toronto@hotmail.com

EL TURISMO RELIGIOSO EN LOS ALTOS DE JALISCO Y ANDALUCIA: COMPARACIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA EN DOS SANTUARIOS MARIANOS

Lic. Roberto Carlos Carranza Esquivias

Universidad de Guadalajara (México)

roberto_toronto@hotmail.com

Dra. Ma. Genoveva Millán Vázquez de la Torre

Universidad de Córdoba

gmillan@etea.com

Dr. Rogelio Martínez Cárdenas

Universidad de Guadalajara (México)

rogeliomtzcds@gmail.com

RESUMEN

En los últimos años se asiste a un redescubrimiento turístico de lugares y eventos de carácter religioso y espiritual, generando una nueva modalidad de turismo, el religioso, siendo esta una opción estratégica de desarrollo económico sostenible de las zonas donde se ubican los centros de peregrinación.

Los Altos de Jalisco en México, es una Región ubicada al centro occidente del país que cuenta con un importante flujo de turistas con motivo del peregrinaje religioso que miles de personas realizan cada año para visitar el segundo Santuario Mariano más visitado de México, el de la Virgen de San Juan de los Lagos, así como varios otros dedicados a los mártires de la Guerra Cristera, canonizados por la Iglesia Católica en el año 2000.

En este estudio se pretende hacer una comparativa a partir de la experiencia española en la creación de productos turísticos y determinar cuáles son los elementos que existen en Los

Altos de Jalisco, para la creación de una Ruta Religiosa de características similares a las que actualmente se ofertan en la Península Ibérica, especialmente en Andalucía.

Palabras clave: Turismo religioso, desarrollo rural, Jalisco, peregrinación, santuario mariano

**RELIGIOUS TOURISM IN LOS ALTOS DE JALISCO AND ANDALUCÍA:
COMPARISON OF THE SUPPLY AND DEMAND BETWEEN TWO MARIAN
SANCTUARIES.**

Lic. Roberto Carlos Carranza Esquivias

Universidad de Guadalajara (México)

roberto_toronto@hotmail.com

Dra. Ma Genoveva Millán Vázquez de la Torre

Universidad de Córdoba

gmillan@etea.com

Dr. Rogelio Martínez Cárdenas

Universidad de Guadalajara (México)

rogeliomtzcads@gmail.com

ABSTRACT

In recent years there has been a touristic rediscovery of religious and spiritual places and events, creating a new kind of tourism, the religious, this being a strategic option for sustainable economic growth on the areas where pilgrimage centers are located.

Los Altos de Jalisco in Mexico, it a Region located in the west central part of the country and has an important influx of tourists on religious pilgrimages. Every year thousands of people come to the second most popular Marian Sanctuary in Mexico, the Sanctuary of The

Virgin of San Juan de los Lagos, and to several other sanctuaries dedicated to the martyrs of the Cristera War, canonized by the Catholic Church in the year 2000.

This research will make a comparison between the Spanish way of creating tourist interests and determine which elements exist in Los Altos de Jalisco for creating a Religious Route with similar characteristics to those that are found today on the Iberian Peninsula, especially in Andalucía.

Key Words: Religious Tourism, rural growth, Jalisco, pilgrimage, marian sanctuary.

1. INTRODUCCIÓN

En el turismo global, están surgiendo nuevas tendencias, en las que se observa que cada vez más, los viajeros están buscando alternativas más auténticas en destinos exóticos y escondidos, que implican una experiencia más activa por parte del viajero, en la que quiere participar más, en lugar de solo ver y escuchar.

Esto se ha visto como una oportunidad por parte de los gobiernos del interior para atraer nuevos ingresos que propicien el desarrollo de sus poblaciones creando nuevos productos turísticos para satisfacer esta demanda de turismo, al tiempo que se revaloran aspectos como la autenticidad, la identidad cultural, las raíces de los habitantes de estos lugares (Millán et al, 2010) y lo que ha implicado que se empiece a crear segmentos de mercado turístico (Guzmán y Sánchez, 2008) que van desde el turismo gastronómico, el cultural, y del que se ocupa este artículo, el religioso.

Desde tiempos inmemorables, las movilizaciones por motivos de fervor o devoción religiosa han estado presentes en la humanidad, y los impulsos van desde hacer una ofrenda, pedir una gracia, o simplemente por tradición. (Millán et al, 2010). Es así que el turismo religioso representa una oportunidad única de desarrollo pues puede ser aprovechado, creando productos turísticos para los turistas religiosos que son más fieles, pues año con año, recurren al mismo sitio, y no como los turistas tradicionales que cada vez buscan cosas diferentes (Robles, 2001)

Así pues, el turismo más antiguo de la historia es el religioso, y en la mayoría de las religiones podemos notar que tienen una peregrinación de la que confluyen. Así por ejemplo tenemos la peregrinación de la Sagrada Familia en Belén para los cristianos, Mahoma hacia la Meca para los musulmanes, Moisés llevando a su pueblo en la búsqueda de Israel para los judíos, y el viaje que emprendió Buda llegando a la Iluminación para los Budistas. (Patrucco, 2011)

Es así que para la mayoría de las religiones representa una forma de adoctrinamiento a sus fieles el repetir estas peregrinaciones, pues tiene estos puntos como la referencia el origen de su identidad.

En la actualidad, se observa que los destinos religiosos están recibiendo cada vez más visitantes, y entre las causas de este auge según Millán (2011) se debe principalmente a las siguientes razones: la expansión de ciertas religiones, los cambios identificados en las motivaciones de los turistas, el incremento de las posibilidades de viajar, el desarrollo de los medios de comunicación y su interés por los lugares y eventos religiosos, y el papel dinámico de coordinación de muchas autoridades laicas y eclesiásticas.

Según la World Religious Travel Association (2010), la derrama anual por este tipo de turismo es de 18 000 millones de dólares por la movilización de alrededor de 300 y 330 millones de personas, de los cuales un 60-70 por ciento (200 millones) son cristianos.

Las principales peregrinaciones concurren principalmente a los santuarios, y que ha representado para los lugares donde se ubican un desarrollo especial, y en algunos lugares sí y en otros no, se ha aprovechado de manera diferente. Pues podemos ver algunos ejemplos como en Lourdes, Francia, que se han desarrollado productos turísticos de tipo natural o cultural que giran en torno al santuario, del cual se desprende un abanico de posibilidades para el aprovechamiento de este turismo religioso del cual podemos mencionar el artesanal, el hotelero, restauranteros, etc.

Del turismo religioso del culto cristiano-católico, los santuarios marianos, son los más visitados por los peregrinos, y entre los más importantes con apariciones de la Virgen

María podemos mencionar, el de Lourdes (Francia), Fátima (Portugal), Guadalupe (México), u otros con imágenes milagrosas como Virgen de San Juan de los Lagos, (México), Virgen del Rocío, (España) o Virgen de Luján (Argentina).

En el imaginario popular, el culto a la Virgen consiste en la intercesión de María sobre Dios para pedir o agradecer una gracia del creyente. Y el éxito del traspaso de este culto de la Península Ibérica hacia Hispanoamérica, se debe a la fuerte vocación mariana que se presentó en la época de la Reconquista (S. XII), cuando España a toda costa se mantuvo fiel a sus raíces católicas ganando terreno a los musulmanes y unificando los diferentes territorios en un solo reino hasta expulsar a los árabes de la península. La expulsión de estos y el descubrimiento de América, se veía como un premio por su fidelidad al evangelio, y así mismo como consigna para darlo a conocer al Nuevo Mundo con la Virgen María como estandarte.

Así podemos observar, que tanto en Europa como en América, existen innumerables santuarios de advocación mariana, que han representado para las poblaciones donde se encuentran ubicados un importante factor de desarrollo. Este estudio en particular, se ocupara de dos santuarios marianos: el de la Virgen de San Juan de los Lagos en los Altos de Jalisco, México y la Virgen del Rocío en Huelva, España.

2. CONCEPTO DE TURISMO RELIGIOSO Y TURISMO DE PEREGRINACIÓN.

Existen muchos autores que consideran estos dos conceptos de turismo sinónimos, sin embargo podemos destacar algunas diferencias. En tanto el turismo religioso hace su énfasis en los lugares de culto, como lo son los santuarios, el turismo de peregrinación además, considera también otros sitios como lo son el camino que recorren los peregrinos, y en los que se pueden planear itinerarios, rutas o circuitos de peregrinación (Gil de Arriba, 2006).

Porcal (2006), manifestaba que una peregrinación se interpreta como un viaje cuyo principal motivo es el religioso y lo realiza algún creyente hacia un lugar al que considera

sagrado. Sin embargo otros indican que no existe diferencia clara entre turista religioso y peregrino, pues no todos los turistas son peregrinos, ni todos los peregrinos son turistas (Millán et al, 2010). Smith (1992) afirmaba que estos viajeros son contrapuestos, por un lado tendríamos al peregrino que realiza el trayecto basado en su fe, y en el otro extremo tenemos al turista estrictamente secular. Exactamente en el centro de estos dos extremos, se ubicaría el turista religioso, que puede ser dependiendo el grado la fe o lo profano en sus motivaciones y actividades, un viajero más peregrino que turista, un viajero tan peregrino como turista o un viajero más turista que peregrino.

3. LOS SANTUARIOS MARIANOS (México-España)

3.1 Historia de la veneración de la Virgen de San Juan de los Lagos en los Altos de Jalisco.

Los Altos de Jalisco, es una región ubicada en el occidente de México, que cobró importancia para la Nueva España, debido a que está en el centro de abastecimiento para las zonas mineras que hoy ocupan los estados de Zacatecas, Guanajuato y San Luis Potosí, y que más tarde tendría también una importante actividad comercial hacia el Oriente, saliendo por el Puerto de San Blas.

Como Guadalajara está lejos de estos estados, y esta región es un punto obligado de descanso, se volvió una necesidad fundar nuevas poblaciones que pudieran satisfacer este tipo de demandas. Es así que en el año de 1563, nace la parroquia de Santa María de los Lagos, y para 1572 surge San Salvador Jalostotitlán, que eran las dos cabeceras eclesiásticas que comprendía la Villa de Santa María de los Lagos y lo que hoy es conocido como San Juan de los Lagos y anteriormente como San Juan Bautista Mezquititlán, era dependencia civil de Santa María de los Lagos y eclesiásticamente de San Salvador de Jalostotitlán. (Martínez, 2009).

Fig.1 Ubicación del Santuario de San Juan de los Lagos, en la Región de los Altos de Jalisco en el mapa de



México.

Fuente: Elaboración Propia

Aunque no hay pruebas concretas sobre el año exacto, la mayoría de los autores sugieren que entre 1623 ó 1630, fue conocido en toda la Nueva Galicia un milagro atribuido a una pequeña Virgen en San Juan, al haberle devuelto la vida a una niña que por un accidente la había perdido una vez que le fue impuesta la imagen en su pecho. Desde ese momento se volvió generalizado el fervor en toda la región y se empezaron a registrar las peregrinaciones hacia ese lugar.

Fig. 2. Imagen de Nuestra Señora de San Juan de los Lagos,



México.

Fuente: Wordpress 2011

Desde entonces, este santuario se convirtió en una especie de integrador regional delimitado en lo que hoy se conoce como los Altos de Jalisco, con una población abrumadoramente católica y conservadora, opuesta endémica al Estado que detonó en la Guerra Cristera (1926-1929), por sentir sus pobladores como una intromisión del Gobierno en sus creencias, (Fernández, 2007) y que producto de esta guerra, han surgido nuevos santuarios erigidos para los mártires perseguidos de la “Cristiada” y que han realzado y atraído aún más el fervor, y por ende, las peregrinaciones a otros puntos de la región que confluyen en el Santuario de la Virgen de San Juan de los Lagos.

Fig. 3 Imagen de la Catedral de Nuestra Señora de San Juan de los



Lagos.

Fuente: Sitio web: www.VirgendeSanJuandelosLagos.com

“Hay una cohesión interna de la región de los Altos, en la ciudad de San Juan de los Lagos y sus alrededores, la identidad como símbolo diferenciador de los demás, como los poseedores de lo más preciado, toda vez que es símbolo integrador de la comunidad. Y es que los santuarios siempre tienen una influencia regional o nacional, o ambas, e incluso internacional, como sería el caso.” (Fernández, 2007)

3.2 Historia de la veneración de la Virgen del Rocío

El municipio de Almonte data de la época musulmana (al-Yabal) ya que perteneció a la Cora de Labla (Niebla)(hoy Huelva). Las primeras manifestaciones cristianas datan de la época de la reconquista. En el año de 1262 Alfonso X el Sabio, mandó construir una ermita consagrada la Virgen María en un lugar llamado Las Rocinas, en agradecimiento por haber podido expulsar a los árabes, los cuales habían permanecido más de 700 años en dichas tierras.

Fig. 4. Ubicación de la Provincia de Huelva en el Mapa de España, donde se encuentra el Santuario de Nuestra Sra. Del Rocío.



Fuente: Elaboración propia

En el año de 1755 un terremoto, destruyó la ermita y la imagen de la Virgen fue trasladada a Almonte, donde permaneció hasta 1758.

Como muchas otras advocaciones, la historia de la Virgen del Rocío ha estado envuelta en una leyenda que cuenta como en el siglo XV un cazador, que se encontraba en “La Rocina”, vio como unos perros ladraban hacia una selva boscosa, hecho que le llamo la atención para internarse en el lugar, cuando encontró en medio de la maleza y las espinas a una Virgen de talla ileña, con una belleza resplandeciente, no obstante, las inclemencias del clima. Quiriendo comunicar la dicha del hallazgo la tomó en sus brazos y la llevo hacia Almonte, pero en el camino cayó rendido por el cansancio y cuando despertó no encontró la sagrada imagen. Triste y acongojado, regresó al lugar donde la había traído, encontrándola,

de nuevo bella y resplandeciente, llamó al clero y el cabildo de la Villa de Almonte, los cuales acudieron hallando la imagen como el hombre les había referido.

Fig. 4. Imagen de Nuestra Señora del Rocío



Fuente: Sitio Web de Jorge Ros y Valverde www.jorgederosyvalverde.es

Poseídos los habitantes de este lugar por la devoción y el respeto, la llevaron a la iglesia mayor de Almonte, en tanto se le construía una ermita en el lugar donde fue hallada, de forma que el tronco donde fue encontrada le sirviera de pedestal, propagándose en la región la devoción popular en aquel lugar en el que desde entonces se le conoce como la Virgen de las Rocinas.

Fig. 6. Imagen de la Catedral de Nuestra Señora del



Rocío.

Fuente: Sitio web Take Earth

[wwwhttp://www.treearth.com/gallery/Europe/Spain/Andalucia/Huelva/El_Rocio/photo1263645.htm](http://www.treearth.com/gallery/Europe/Spain/Andalucia/Huelva/El_Rocio/photo1263645.htm)

Desde el s. XV las principales tradiciones han consistido en trasladar la imagen hacía la ciudad de Almonte, que se encuentra a cuatro leguas de distancia de la Rocina. Cuando en Almonte sucedía alguna desgracia, como guerras, sequías, hambres, epidemias, la virgen era llevada a su parroquia, donde celebrándole misas y cultos, permanecía el tiempo necesario para que la hasta que aquellos infortunios pasaran.

La Romería del Rocío es sin duda una de las más importantes, más de un millón de personas acuden cada año a su romería la cual se celebrada en la Pascua de Pentecostés.

En esta investigación se estudia las peregrinaciones a estos dos Santuarios Marianos tan distantes kiloméricamente, pero tan cercanos en el corazón de sus fieles.

4. METODOLOGÍA

En este trabajo se ha realizado dos trabajos de campo, uno en cada santuario Mariano. Las técnicas estadísticas utilizadas han sido el análisis descriptivo univariante, para poder comparar el perfil del turista en las manifestaciones religiosas de ambos santuarios marianos, el de la Virgen de San Juan de los Lagos, México y el de la virgen del Rocío, en

Huelva, España con las siguientes variables: la duración que turista hace del viaje, el gasto promedio que cada persona hace y cuál es la principal motivación para realizar el viaje.

Tabla 1: Ficha técnica de las encuestas.

<i>Población</i>	Turistas de ambos sexos mayores de 18 años que realizaron turismo religioso en el Santuario
<i>Tamaño muestral</i>	1200 encuestas validas
<i>Error muestral</i>	±5,2%
<i>Nivel de Confianza</i>	95% ; p=q=0,5
<i>Sistema de muestreo</i>	Aleatorio
<i>Fecha trabajo de campo</i>	Noviembre 2008 diciembre 2009

Fuente: Elaboración propia.

La duración del viaje estará dividida en:

1. Menos de 24 horas
2. Un día
3. Entre 2 y 3 días
4. Más de 3 días

El gasto promedio que genera cada turista estará subdividido en los siguientes rubros:

1. Menos de 35 €
2. 36-50 €

3. 51-75 €

4. Más de 75 €

Motivación del viaje:

1. Solo religiosa

2. Religiosa y Otra

3. No religiosa

5. RESULTADOS Y CONCLUSIONES

De acuerdo a las encuestas aplicadas, se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 2: Comparativa perfil peregrino.

VARIABLE	CATEGORÍAS	PEREGRINO A SAN JUAN DE LOS LAGOS (%)	PEREGRINO A EL ROCÍO (%)
DURACIÓN DEL VIAJE	Menos de 24 h	N/A	0.3
	Un día	89.7	4.5
	Entre 2 y 3 días	9.7	34.6
	Más de 3 días	0.5	60.6
GASTO MEDIO DIARIO	Menos de 35 €	50	0.4
	36-50 €	30	3.6
	51-75 €	20	28.9
	Más de 75 €	0	67.1
MOTIVACIÓN DEL VIAJE	Solo religiosa	96.6	56.7
	Religiosa y otra	2.6	26.1
	No religiosa	0.8	17.1

Conclusiones

Por la información obtenida de los cuestionarios se puede observar que el turista religioso difiere su perfil dependiendo del Santuario Mariano que visita, mientras que en España la romería tiene un carácter más festivo en México es más religiosa.

De acuerdo a los datos arrojados podemos deducir que el peregrino que visita San Juan de los Lagos, permanece allí un día o menos, gasta menos de 35 € en el viaje y tiene una motivación exclusivamente religiosa. Mientras que en el Rocío, el peregrino dura más de tres días en el lugar, gasta en promedio 225 € en el viaje (75 por día), siendo el turista religioso en España de un poder adquisitivo medio alto, mientras que el de México medio-baja, notándose esto en el gasto realizado en el viaje, repercutiendo en el desarrollo de la zona.

Es destacable que los turistas de San Juan de los Lagos permanecen en el lugar menos de un día al tener solo una motivación religiosa, cosa que no sucede en el Rocío que al tener otras motivaciones tanto religiosas y no religiosas, incentivan al visitante a extender su estancia, y por ende, su derrama económica.

La conclusión general, es que el turismo religioso en San Juan de los Lagos, se encuentra desaprovechado, pues cuenta con un flujo de visitantes que permanecen solo unas horas en el lugar y al no existir oferta turística complementaria que motive al turista a extender su estancia y derrama económica, el visitante abandona rápido el lugar.

Tanto en San Juan de Lagos como en Almonte no han llegado a obtener el máximo desarrollo de aprovechamiento de turismo religioso como ocurre en Lourdes, donde la población del lugar vive durante todo el año principalmente del turismo religioso, en los lugares estudiados en este trabajo sólo hay un aprovechamiento máximo durante el tiempo que dura la romería aproximadamente el 90% de los turistas, el resto del año la visita es mínima.

Se observa escasa infraestructura hotelera en San Juan de Lagos, lo que perjudica el poder obtener más pernoctaciones, mientras que en Almonte existen muchos alojamientos

particulares y casas de hermandad pero pocos hoteles abiertos al público durante todo el año.

Para poder obtener un mayor aprovechamiento de este segmento de turismo se debe de evitar la estacionalidad del mismo, ya que esto hará generar empleos y riqueza en las zonas, pero para ello hace falta la unión de sinergias entre los organismos públicos, autoridades eclesiásticas, y empresarios que estén dispuestos a invertir en estos lugares sagrados, pues el elemento principal está, que es la devoción a la Virgen del Rocío y la Virgen de San Juan de Lagos, unas buenas campañas de marketing puede incrementar el conocimiento de estas comarcas, además por estudios en otros lugares religiosos como en Santiago de Compostela de tener poco más de mil peregrinos al año con las campañas de Xacobeo dicha cifra se vio multiplicada por más de mil. Este fenómeno puede dar resultado si se traslada a estas regiones, por tanto abogamos desde este trabajo su puesta en marcha.

6. BIBLIOGRAFÍA

Fernández, A. (2007). "Tradición y Modernidad: La Virgen de San Juan de los Lagos." *Boletín Americanista*, no. 57: pp 159-178.

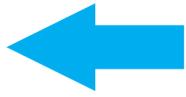
Gil de Arriba, C. (2006). Turismo y segunda residencia en la montaña cantábrica: Expectativas y Riesgos. *Cátedra Cantabria 2005* (págs. 129-150). Santander: Universidad de Cantabria.

Guzmán, T. y Sánchez, S. (2008). "La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas". *Pasos, revista de turismo y patrimonio cultural*, vol. 6 no. 2 1, pp 59-171.

Martínez, R.. (2009). "Un Acercamiento Al Turismo Religioso en Los Altos de Jalisco". *Orbis, Revista Científica*, vol. 5 no. 13 pp 47-66.

Millán, G., Morales, E. y Pérez, L. (2010). "Turismo religioso: Estudio del camino de Santiago". *Gestión Turística*, no. 13, pp 09-37.

Patrucco, L. (2011). Gestión de valor del producto turístico, planes de competitividad turística. 2o Encuentro Internacional de Turismo Espiritual. Guadalajara.



Robles, J. (2001). "Turismo Religioso: Alternativa de apoyo a la preservación del patrimonio y desarrollo". *Biblio 3W*, no. 316 (en línea). disponible en: <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-316.htm>