

El Periplo Sustentable

Universidad Autónoma del Estado
de México

<http://rperiplo.uaemex.mx/>

ISSN: 1870-9036

Publicación Semestral

Número: 33

Julio / Diciembre 2017

Artículo**Autores / Authors:**

José Pedro Juárez Sánchez,*
Benito Ramírez Valverde** y José
Alejandro Mota Vargas***

**Doctor en Geografía. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores SIN 2. Profesor Investigador Titular del Colegio de Postgraduados Campus Puebla.*

***Ph. D. en Estudios Latinoamericanos. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores SIN 2. Profesor Investigador Titular del Colegio de Postgraduados Campus Puebla.*

****Maestro en Ciencias en Estrategias para el Desarrollo Agrícola. Estudiante del Colegio de Postgraduados Campus Puebla.*

Correspondencia:

Benito Ramírez Valverde
bramirez@colpos.mx

Recibido / Receipt:

22/10/2015

Reenvió / Forward:

06/07/2016

Aceptado / Acceptance:

13/07/2016

Páginas:

428 - 451

¿Las peregrinaciones rurales impulsan el desarrollo local? Análisis en San Miguel del Milagro, Tlaxcala, México.

Do rural pilgrimages boost local development? Analysis of San Miguel del Milagro, Tlaxcala, Mexico.

José Pedro Juárez Sánchez

Benito Ramírez Valverde

José Alejandro Mota Vargas***

Colegio de Postgraduados Campus Puebla, México.

Resumen: En las últimas décadas se transita del modelo de turismo convencional al alternativo; reflejándose en el comportamiento de la oferta y demanda turística, una de sus vertientes es el turismo religioso –en especial las peregrinaciones– integrado en el turismo cultural. Esta vertiente es complemento al desarrollo ante la crisis de la agricultura de temporal. La información se obtuvo por medio de entrevistas a los peregrinos que asistieron al santuario de San Miguel del Milagro, Tlaxcala. Se encontró que la peregrinación a San Miguel del Milagro es regional, con una estadía promedio de 1.1 días, se realizan principalmente por personas jóvenes con bajos niveles de ingresos y escolaridad. Asistieron los peregrinos al Santuario fundamentalmente para pedir un milagro y poco más de la mitad la realizó a pie o en bicicleta. La derrama económica por peregrino fue baja (\$608.60 en promedio), el principal gasto erogado fue en transporte, y en menor medida la compra de ofrendas, comidas y gastos realizados durante la travesía. No pagaron hospedaje. Se concluye que las peregrinaciones contribuyen a incrementar las ventas en los espacios circunvecinos al santuario y que es necesario incrementar la estadía del peregrino creando productos relacionados con la fe religiosa, respetando su cultura y tradiciones.

Palabras claves: Peregrinaciones, derrama económica, desarrollo territorial rural.

Abstract: During the last decade there has been a transition in the tourist patterns moving from traditional to alternative. This reflects in the behavior of touristic offer and demand including the field of religious tourism, specially the pilgrimages as part of cultural tourism. Information was obtained by interviewing the pilgrims who attended the sanctuary of San Miguel del Milagro Tlaxcala. It was found that the pilgrimage is regional, with an average accommodation of 1.1 days and mainly by young people with low incomes and low educational level. The main reason for the pilgrims to go to the sanctuary was to receive a miracle, little more than half went walking or bicycling. The economic benefit obtained per pilgrim was low (\$608.60 in average), the main expense was transportation and in a less degree the buying of offerings, meals and the money spent in the journey. They didn't pay for accommodation. It is concluded that pilgrimages help to increase the sales around the sanctuary and that it is necessary to promote a longer stay of the pilgrims as well as having products related to religious faith respecting their culture and traditions.

Keywords: Pilgrimages, economic benefit, rural territorial development.



Introducción

Las peregrinaciones se han efectuado en diversos periodos de la historia y con profundas relaciones religiosas; se practican a partir de la visita a santuarios emblemáticos como Roma, Jerusalén y Santiago de Compostela, que constituyen los centros religiosos de mayor afluencia de personas en la religión católica. En México, las peregrinaciones ya se efectuaban hacia los centros ceremoniales prehispánicos y en estos espacios se construyeron los principales santuarios católicos que se tienen actualmente. A partir de 1524 los frailes fundaron los primeros conventos en los grandes centros de población indígena de importancia política y religiosa. Quintal (2000: 290) hace mención que entre los mayores centros religiosos destaca el Cristo de Chalma en el estado de México, los Santos Reyes de Tizimín, y a la Virgen de Izamal en Yucatán, a La Pacificadora de Zapopan en Jalisco, y la Virgen de Guadalupe en la capital mexicana, entre otros. En el caso de San Miguel del Milagro era habitado por personas descendientes de la cultura olmeca asentada en Cacaxtla y surge como un centro de “sanación” católico, los peregrinos iban en busca del poder curativo del “agua santa” que se localizaba en el fondo de una quebrada del cerro (Salas y Velasco, 2013: 311).

En 1645 se inició la construcción del santuario dedicado a San Miguel del Milagro, en el estado de Tlaxcala. Actualmente se considera que es el segundo santuario más importante del estado de Tlaxcala, después del Santuario dedicado a la Virgen de Ocotlán. Por consiguiente, la historia de la construcción de todo santuario, es la historia de la socialización de un símbolo y de la creación de una narración mítica (Rodríguez-Shadow y Shadow, 1998); son una construcción social.



En el documento de la Santa Sede sobre el Peregrinaje del 2000, se estima que cada año los centros de culto religioso reciben entre unos 220-250 millones de personas, de estos, aproximadamente el 60 - 70%, son cristianos; y se calcula que en Europa, alrededor de 30 millones de cristianos, especialmente católicos, dedican sus vacaciones a realizar una peregrinación. Germain (2007: 21-25) menciona que en el 2007 unos 150 millones de peregrinos viajaron a lugares relacionados con la tradición cristiana y la Organización Española de Turismo (OET, 2008) indica que las movilizaciones por causas religiosas en el mundo, representaron aproximadamente 300 millones de personas. Los centros de culto religioso más grandes en el mundo cristiano atrajeron alrededor de 25 millones de peregrinos y a estos centros pertenecen Roma con el Vaticano (8 millones), Lourdes en Francia (6 millones), Fátima en Portugal (4 millones) y Guadalupe en México (2 millones). Entre los santuarios católicos toman relevancia los marianos, al estar en su mayoría relacionados con el culto a la Virgen y estos representan alrededor del 80%. Estos desplazamientos de acuerdo al número de peregrinos, considera principalmente los desplazamientos internacionales y no los regionales que se realizan hacia un determinado santuario.

En México, Juárez y Ramírez-Valverde (2012: 47) y Macedo (2012: 21) tomando como referencia el flujo de peregrinos a los santuarios, mencionan que destaca la Basílica de Guadalupe ubicado en la capital del país, el Santuario de la Virgen de San Juan de los Lagos en el estado de Jalisco, el Santuario del Santo Niño de Atocha en Zacatecas y el Santuario de la Virgen de Juquila en el estado de Oaxaca. Existe otros Santuarios de importancia regional al concentrar peregrinaciones menos numerosas, pero de relevante valor religioso, como el santuario del Niño Doctor en Tepeaca, Puebla; el Cristo Negro, en Otatitlán, Veracruz; la Virgen de Izmal, en Yucatán; y la Virgen de la Candelaria, en Tlacotalpan, Veracruz, y San Miguel del Milagro en Nativitas, Tlaxcala. La mayoría de los santuarios localizados en espacios urbanos concentran las mayores peregrinaciones del país.



En este contexto, el turismo y las peregrinaciones religiosas forman parte de los espacios urbanos y rurales, y se relacionan directamente con el desarrollo local. Al fomentar una importante derrama económica en el sector turístico o de servicios. Esta investigación tiene como objetivo analizar la derrama económica de las peregrinaciones, desde el espacio de origen hasta llegar al santuario rural, el caso del Santuario de San Miguel del Milagro en el municipio de Nativitas en el estado de Tlaxcala, México.

Importancia de las peregrinaciones en el desarrollo territorial rural

En las últimas décadas se transita del modelo de turismo convencional al alternativo; reflejándose en el comportamiento de la oferta y demanda turística y una de sus vertientes es el turismo religioso integrado en el turismo cultural (Castillo, 2011). El cual obedece a necesidades y motivos propios de los consumidores por lo que su delimitación es subjetiva (Mallor *et al.*, 2013: 270). Ofrece al turista saberes de otras culturas, formas de vivir, costumbres y tradiciones, mediante el acercamiento cotidiano y cercano con otras poblaciones. Este se desarrolla a condición de su patrimonio cultural que es representado por el conjunto de manifestaciones u objetos producidos por el hombre, que una sociedad heredó y que constituyen elementos significativos de su identidad como pueblo (Llull, 2005: 181). Esta riqueza se incorpora al mercado a través del uso de la tematización o de la multitematización para la presentación de productos de turismo cultural orientados tanto al turismo de proximidad como al turismo internacional (Tresserras, 2004).

El turismo religioso se diferencia del turismo cultural fundamentalmente por el motivo del viaje, Aulet y Hakobyan (20011: 63) mencionan que se compone de patrones religiosos, culturales, tradicionales, espirituales, paisajísticos; y quienes la realizan pretenden alcanzar gracias espirituales, buscando el contacto con lo sagrado. Aquí la actividad religiosa es entendida como una expresión cultural, es un acto de fe, que ha practicado la humanidad desde tiempos inmemoriales; y es el origen de toda vida social (Maffesoli, 2004: 71).



Los espacios sagrados adquieren relevancia y pueden ser lugares naturales sacralizados por apariciones, formaciones rocosas extrañas, zonas arqueológicas, cerros u otras construcciones y las reflejan hacia la sociedad sugiriéndole una multiplicidad de símbolos, discursos y prácticas rituales (Barabas, 2014: 338). Bourdieu (1999: 116) lo llama capital simbólico, que es cualquier propiedad percibida por los agentes sociales, cuya categoría de percepción son tales que están en condiciones de conocer y de concederle valor. Es por lo que los espacios sagrados se han comenzado a explotar en el ámbito turístico.

Actualmente el turismo religioso y las peregrinaciones parecen confundirse o se toman como sinónimos, aun cuando tienen como destino el mismo espacio y comparte en ocasiones la misma infraestructura. La finalidad del viaje es la diferencia entre ambos conceptos, en el primero puede ser el ocio y en el segundo es un acto de fe. Para los turistas religiosos los espacios sagrados, representan la meta final o intermedia de un viaje en relación con los objetivos y motivaciones que mueven a visitar un destino determinado. Significa que los turistas, sean religiosos o no, este espacio puede ser el lugar de la última etapa de su viaje o bien puede formar parte del recorrido. Para un peregrino, el destino final es el lugar sagrado donde se produce la expresión religiosa de su identidad y realiza el culto sagrado (Aulet y Hakobyant, 2011: 65). De acuerdo con Morinis (1992: 9), es un sistema que se define por el viaje, el santuario y los propios peregrinos que tienen diferentes motivaciones para desplazarse. Para los peregrinos católicos, la práctica religiosa se desarrolla durante todo el camino y sobre todo en el santuario. Las oraciones y rituales son elementos imprescindibles de la peregrinación, mediante los cuales los creyentes ejercen la penitencia y la meditación. Significa que para que haya peregrinaciones debe haber un desplazamiento y éste es motivado por la presencia de un espacio que es considerado sagrado (Romo, 2000). Se puede decir que existe una diversidad de peregrinos producto del proceso social y económico en el que se desarrollan.



Si el espacio es un producto social; significa que el espacio sagrado también es un constructo social; y que hoy, algunos lugares sagrados son utilizado como una mercancía para impulsar el desarrollo local. Gutiérrez (1999: 28) y Juárez *et al.*, (2012: 47) analizan que hay santuarios que actúan como polos de atracción religiosos a diferentes escalas, entre estos, se pueden mencionar los que son capaces de atraer personas de diferentes continentes con un alto poder adquisitivo, aquellos que llegan peregrinos del mismo continente y país que pueden ser de altos y medianos ingresos y aquellos que atraen peregrinos de un mismo país y región predominando los peregrinos de bajos ingresos. El último tipo de peregrinos son los que predominan en los espacios rurales de los países periféricos y se presentan en fechas puntuales impulsando un importante flujo de personas a estos territorios. Se puede decir que las peregrinaciones pueden representar un complemento económico al desarrollo territorial rural, al contribuir a diversificar las actividades económicas y los ingresos de estos espacios en crisis.

Actualmente los espacios rurales habitados por productores minifundistas agudizaron su situación de pobreza, al transitar de una política proteccionista a la aplicación de medidas económicas de corte neoliberal que significaron menores apoyos a la producción y la liberación del mercado agrícola; una de sus consecuencias es la transformación socioeconómica del medio rural. Este proceso de transformación impulsa el desarrollo territorial rural, Schejtman y Berdegué (2004: 30) lo definen como un proceso de transformación productiva e institucional de un espacio rural determinado, cuyo fin es reducir la pobreza rural. Es un proyecto que busca articular al espacio rural a los mercados, a través de la competitividad local junto a la institucionalidad incluyente, en el mediano y largo plazo. Por medio de instrumentos y políticas públicas que permitan estimular el aprovechamiento de los recursos locales endógenos, para impulsar nuevos estilos de desarrollo basados en las potencialidades de las economías locales (Juárez y Ramírez-Valverde, 2007).



Es por ello que se abandona el concepto de desarrollo regional para impulsar el desarrollo local, bajo el paradigma neoliberal (Gorenstein, 2015: 8). Kay (2007: 32) argumenta que este cambio impulsa el aumento de las actividades no agrarias y estimula los cambios en los patrones culturales y de vida como una estrategia de sobrevivencia. Así, el Empleo Rural No Agrícola (ERNA), adquiere importancia y de esta forma se fomenta el trabajo asalariado, el autoempleo, y la pluriactividad o multiocupación, abarcando todos los sectores económicos, menos el agrícola (Dirven, 2011: 2). Se transitó de una sociedad agraria que se caracterizaba por predominar en su economía el sector agropecuario, a una sociedad en donde este sector no sólo coexiste con otras actividades económicas, sino que es la actividad menos importante por el número de hogares involucrados y por el ingreso que obtienen (Cartón de Grammont, 2009: 14). En esta transición se debe tener cuidado, debido a que el ERNA no ha cumplido las expectativas que agencias y expertos en desarrollo rural tenían respecto a su potencialidad como palanca para superar la pobreza rural (Faiguenbaum *et al.*, 2013: 37).

Es importante contextualizar al turismo religioso y en especial las peregrinaciones dentro del ERNA, de acuerdo con Rodríguez y Meneses (2011) se constituyen en un instrumento de las familias rurales para diversificar el ingreso de los hogares, para no depender solo de las actividades agrícolas y enfrentar las restricciones asociadas a la ausencia del estado. Con el objetivo de impulsar nuevos estilos de desarrollo basados en las potencialidades de las economías locales, se ha revalorado y fomentado las actividades no convencionales o tradicionales como el turismo rural, las artesanías, actividades vinculadas al patrimonio cultural, entre otras (Piñeiro y Cardeillac, 2010: 58). Se aprovecha la revalorización de lo rural, forma parte de la búsqueda de la sociedad para encontrar salidas para los problemas originados del modo de vida de la modernidad postfordista, abriendo nuevas oportunidades de empleo para quien vive en el campo (Romero, 2012).



Haciendo referencia al peregrinaje, se considera que puede impulsar el desarrollo local al aprovechar las ventajas competitivas de los espacios sagrados mediante el fomento de las actividades relacionadas con el ocio, la cultura y la religión, convirtiéndose así en un proceso dinámico de ampliación de capacidades locales que permiten mejorar los ingresos y calidad de la vida de la población (Flores, 2008: 3).

En este sentido, las peregrinaciones generan una derrama económica en las economías locales rurales, traduciéndose en un factor importante para el desarrollo (Precedo *et al.*, 2007: 205). Esta derrama la realizan los peregrinos al concurrir a las fiestas patronales y religiosas generando beneficios económicos por la compra de productos y servicios durante su trayecto y en el lugar de festejo o conmemoración (Camelo, 2001: 35). En este espacio se realizan gastos importantes en alojamiento y manutención que genera una derrama económica notable en la economía local (González y Ramírez, 2008: 19). Este tipo de peregrinaciones genera gastos; que la práctica turística favorece a la economía y la calidad de vida a través de la oferta de productos y servicios (Fernández, 2007: 577-578). Lo que significa que ante la demanda de un servicio se impulsa el autoempleo, contribuyendo a la generación de efectos inducidos en el desarrollo local. En general, el turismo religioso y específicamente las peregrinaciones pueden considerarse como estrategia de desarrollo rural y como una actividad que complementa a las actividades agrícolas mediante el fomento de actividades no convencionales relacionadas con el esparcimiento que provee de ingresos y empleo a los pobladores. Así, el turismo se considera una actividad generadora de oportunidades de negocios y empleo y se dimensiona como un elemento promotor del crecimiento sostenible que combate la pobreza en los países menos avanzados (Sancho, 2005: 1-2).



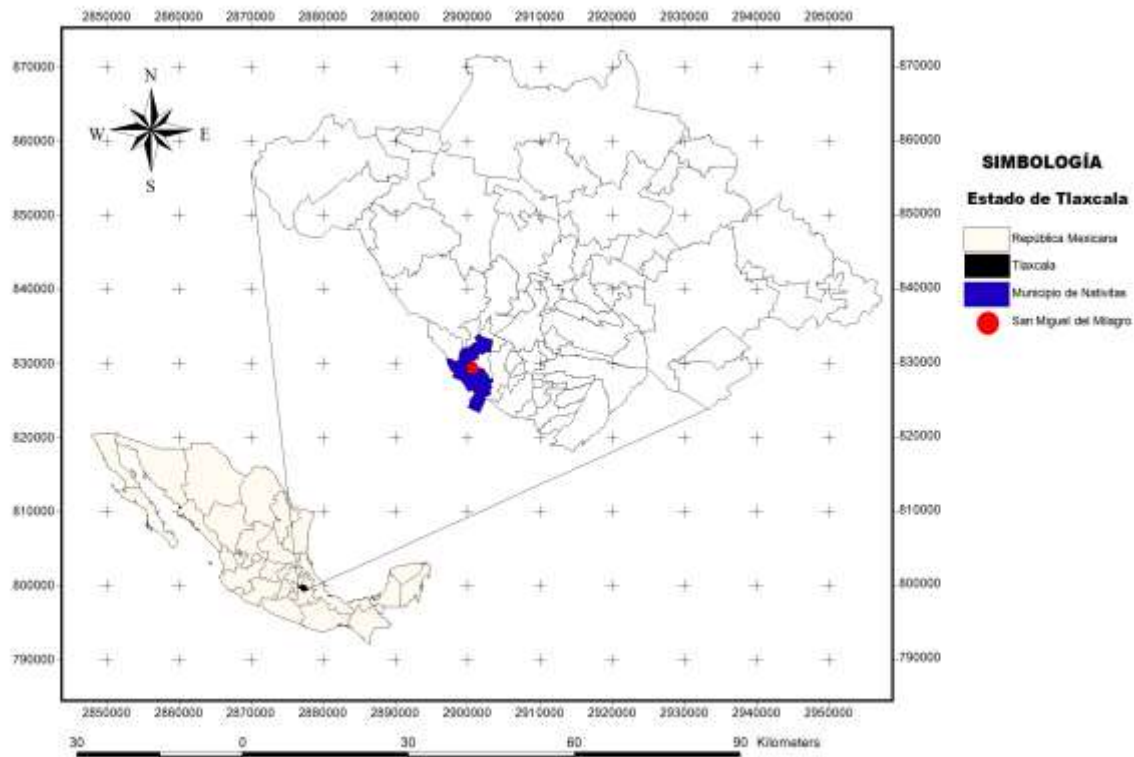
Metodología de investigación

En la investigación se revisó información documental, principalmente tesis, libros, censos y artículos científicos. Se realizaron recorridos de campo en la comunidad de estudio, se entrevistó al personal que labora en el ayuntamiento de Nativitas, Tlaxcala y a los que atienden el Santuario de San Miguel del Milagro. Para recopilar la información se empleó la técnica de la encuesta cubriendo aspectos sociales y económicos sobre las peregrinaciones hacia el santuario. Al no existir un marco de muestreo sobre el número total de peregrinos que concurren al santuario, se entrevistó al menos a un peregrino que viajara en grupo con la finalidad de asegurar la diversidad de información respecto a la procedencia y las características de los peregrinos. Se entrevistaron a 60 peregrinos del 15 al 30 de septiembre de 2011.

San Miguel del Milagro se localiza en el municipio de Nativitas, enclavado en el Altiplano central mexicano a 2 200 msnm, entre los paralelos 19° 14" latitud norte y 98° y 19" longitud oeste (figura 1).



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



Fuente: Elaboración propia.

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



Derrama económica de las peregrinaciones a San Miguel Del Milagro

Las fiestas populares religiosas son una clara representación de la tradición cultural de los territorios, que se puede incorporar al inventario de recursos turísticos, para diversificar las actividades económicas de los espacios rurales en crisis. Las características de los peregrinos son importantes no sólo para conocer su perfil, sino también para analizar si se ha producido una movilidad humana que desarraiga y desestructura los tejidos sociales. Se encontró que los peregrinos entrevistados tenían una edad promedio de 33.3 años; en su mayoría eran adultos jóvenes (67%); no se encontró diferencia estadística ($t = 0.611$; $p = 0.544$) entre los peregrinos rurales (34.8 años) y aquellos provenientes de espacios urbanos (32.3 años). López Carré (2007: 144) en un estudio realizado en la zona de Santo Desierto de Tenancingo, Estado de México, hallaron que el 55% de los visitantes tenían entre 25 y 43 años. Otra característica de los peregrinos entrevistados fue la participación principalmente de hombres (88.3%). En las peregrinaciones de Talpa de Allende, Jalisco, se reporta que en éstas participan en su mayoría los varones jóvenes, aunque no quedaron excluidas las mujeres, así como los niños y ancianos (Barajas *et al.*, 2006: 34). Lo que significa que las peregrinaciones a los santuarios las siguen realizando los varones jóvenes y que actúan bajo la lógica de las creencias y experiencia religiosa cristiana, pero que también responde a aspectos de fortaleza, salud y seguridad.

En lo que concierne al nivel educativo de los peregrinos, estudiaron en promedio 7.3 años y se halló diferencia estadística ($t = -2.038$; $p = 0.046$) en el nivel de estudios entre los peregrinos urbanos (8.1 años) y rurales (6.3 años). Es importante destacar que el 5% de los peregrinos no tenía estudios, 43.3% cursó algún grado de primaria, y 48.3% había estudiado la secundaria, principalmente. Se encontró una correlación negativa ($r = -0.451$; $p < 0.001$) entre edad y escolaridad, indicando que a mayor edad de los peregrinos poseen una menor escolaridad. En la festividad de la Virgen de Juquila en Oaxaca se encontró que 70% de los peregrinos tenía estudios de primaria y el 20% de secundaria (Ramos, 2009).



Estos datos indican que los peregrinos tienen una escasa escolaridad, inferior a la que se tenía a escala nacional en el 2013 (9 años) de acuerdo con la Secretaría de Educación Pública (SEP, 2013: 64).

En el fomento del turismo se debe tener en cuenta la actividad productiva y el ingreso de la demanda –peregrinos–, para planear la inversión y el tipo de productos a desarrollar en este sector. Al santuario llegan fundamentalmente personas que son comerciantes (23.3%), obreros (18.3%), albañiles (16.7%) y personas que tienen algún oficio (13.3%). Los peregrinos ganan en promedio \$3,548 mensuales y estadísticamente no se encontró diferencia salarial ($t = -1.072$; $p = 0.289$) entre los peregrinos urbanos (\$3,725.6) y rurales (\$3,370). Los bajos ingresos de los peregrinos tienen una explicación multifactorial, sin embargo, en este caso, son producto del tipo de empleo que tienen los entrevistados. Los empleados públicos tienen los ingresos mensuales promedio más altos (\$9,200), le siguen los ganaderos (\$4,000), comerciantes (\$3,914) y los que ganan menos son los agricultores (\$2,700). Los salarios de los peregrinos son inferiores a los que perciben personas con similares estudios (\$4,144) en el país de acuerdo con información del Instituto Mexicano para la competitividad A. C. (IMCO, 2014: 4). Los peregrinos que asistieron al santuario tienen un bajo nivel de ingresos, producto de su escasa escolaridad, situación que solo les permite obtener un trabajo con bajo perfil académico.

Las formas de desarrollar las peregrinaciones no son iguales, debido a que la realidad no se representa de la misma manera en las distintas clases sociales. Las peregrinaciones al templo de San Miguel datan del siglo XVII y éstas se han incrementado a través del tiempo; en el año de 1905 con la introducción del Ferrocarril Interoceánico al municipio de Nativitas dio pie a un incremento en la afluencia de peregrinos al santuario durante las festividades (Tyrakowski, 2002: 171). La forma de trasladarse los peregrinos entrevistados al santuario fue muy diversa, el 38.3% llegó a pie, 13.3% en bicicleta y 43.3% en vehículo automotor.

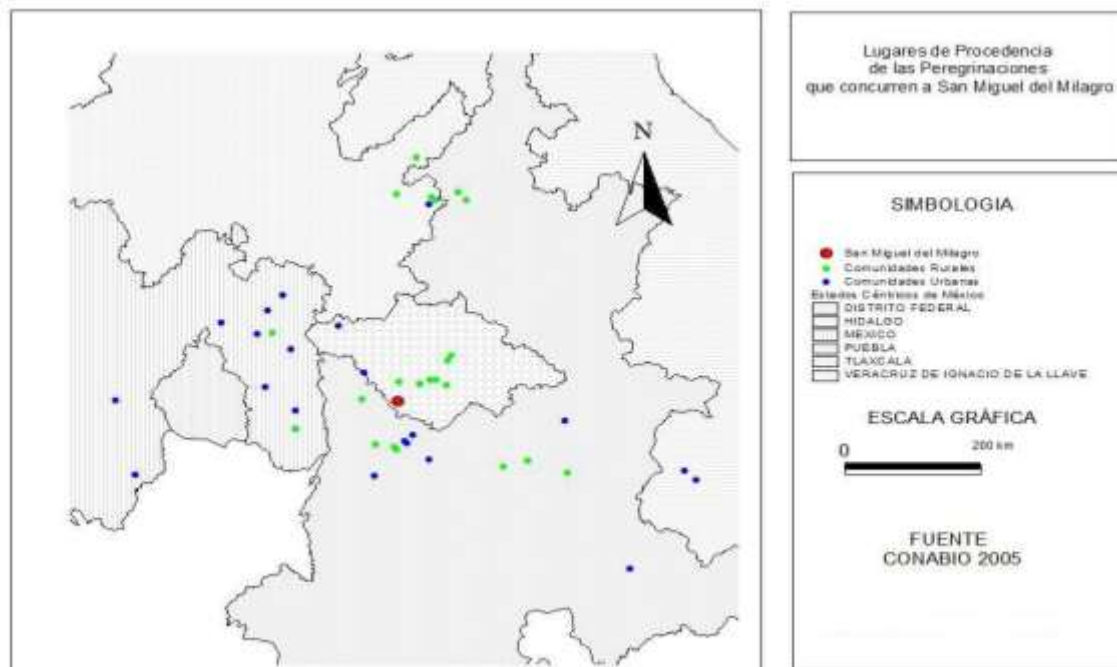


Al comparar la forma en la que se trasladaron los peregrinos procedentes de ámbitos urbanos y rurales no se encontró diferencia estadística significativa ($\chi^2= 6.417$; $p = 0.268$). Las personas con menos de 30 años que realizaron una petición o manda, se desplazaron a San Miguel del Milagro caminado o en bicicleta fundamentalmente. A pesar de que el mundo cambio en lo social y cultural, Carballo (2009: 62) menciona que los territorios sagrados siguen atrayendo a miles de peregrinos y estos se desplazan a pie, a caballo, en bicicleta, en autos, etc. Para explicar una peregrinación a un espacio sagrado es necesario recurrir al tiempo y espacio, y significa que es casi imposible explicar cualquier fenómeno o acción de tipo social que se produzca fuera del espacio y sin intervención del hombre.

El 55% de los peregrinos llegaron de espacios urbanos y el 92% de los entrevistados comentó que sólo asisten una vez al año por la festividad del 29 de septiembre, fecha de la celebración de San Miguel. Con respecto a la concurrencia de peregrinos al santuario existen durante todo el año, y se programan especialmente a partir del 24 de agosto y concluyen el 29 de noviembre, asistiendo de diversos pueblos o regiones de los estado de México, Puebla, Tlaxcala y del Distrito Federal (Rodríguez-Shadow, M. J. y Shadow, R. D., 1998). De acuerdo al origen de las peregrinaciones, se considera que el santuario de San Miguel es regional, los feligreses en su mayoría son de los estados de Puebla (38%), México (26%), Tlaxcala (23%), Hidalgo (9%), Veracruz (3%) y Distrito Federal (1%). Los peregrinos en promedio recorrieron 82 km, con una distancia mínima y máxima de 18 a 195 km respectivamente. Los peregrinos que recorrieron una distancia menor a los 30 km, 45% provinieron del estado de Puebla y del estado de Tlaxcala. Es de destacar que el santuario forma parte de un itinerario que promueve la visita a distintos santuarios de México, lo cual reafirma su importancia religiosa en el país (figura 2).



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



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

Los peregrinos acudieron al santuario para pedir un milagro (47%), por tradición (27%), por una manda (15%) y para agradecer un milagro realizado (12%). Las personas que llegaron de espacios rurales asistieron al santuario para pedir un milagro (59.3%), estadísticamente ($\chi^2 = 3.655$; $p = 0.301$) no se encontró diferencia en el tipo de asistencia al santuario entre peregrinos rurales y urbanos. Siguiendo el tipo de motivos realizado por Hlúšek (2013: 88) en el santuario de estudio predominaron los motivos denominados como intencionados que incluyen las peticiones, ruegos y agradecimientos por salud, el bienestar de la familia y la comunidad, el trabajo, el dinero, etc.; en segundo lugar destacaron los espirituales sobresaliendo la visita al lugar sagrado para honrar al santo patrón.



Aquí se puede contextualizar con el santuario de la Virgen de Los Ángeles en Costa Rica, en donde miles de personas no solo aprovechan el agua para llevar a sus casas, sino que también lavan su cuerpo en busca de sanación (Baltodano, 2012: 88). Situación semejante a las aguas sanadoras de San Miguel del Milagro.

En el Santuario de San Miguel del Milagro los peregrinos realizaron un gasto total promedio de \$608.60, los gastos directos (\$363.90) fueron mayores que los indirectos (\$244.71) y estos estuvieron en función principalmente a la distancia que recorrieron los peregrinos, en orden de importancia destacó el estado de Hidalgo (\$418), Veracruz (\$412.50), Estado de México (\$313.20), Puebla (\$275.24), Tlaxcala (\$201.64) y el D.F (\$165). La derrama económica de los peregrinos al santuario es similar a la de otros santuarios del país. En San Juan de los Lagos, Martínez (2013: 124) encontró que en este santuario el gasto de la mayoría de los peregrinos oscilaba entre los 251 y los 1 000 pesos. Se puede decir que las peregrinaciones que se realizan en México tienen un enorme flujo de peregrinos y generan una derrama económica importante, pero es mucho menor que lo reportado en Europa; en un estudio sobre los gastos de los visitantes o espectadores a las conmemoraciones de Semana Santa en Córdoba, España, se estimó que gastaron 7 240 euros con una estancia de 4.2 días incluyendo a 2.2 personas con alojamiento y otros servicios contratados (Villalba *et al.*, 2009: 106).

Cuadro 1. Gastos efectuados por los peregrinos

Tipo de gastos			
<i>Directos</i>	<i>Gasto promedio (\$)</i>	<i>Indirectos</i>	<i>Gasto promedio (\$)</i>
Comida	63.90	Hospedaje	0
Dulces	35	Pasatiempos	15
Artesanías	75	Gastos durante la travesía	69.70
Pulque	53	Gastos en transporte	160



<i>Directos</i>	<i>Gasto promedio (\$)</i>	<i>Indirectos</i>	<i>Gasto promedio (\$)</i>
Misa	50		
Subtotal	363.90	Subtotal	244.70
Gasto Promedio Total	608.6		

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

Por lo que respecta al desglose de los gastos realizados, se tienen que los efectuados en transporte fueron los más altos (\$160) con respecto a otros gastos que realizaron, pero sólo el 41.7% de los peregrinos viajaron en un medio automotor; siendo el principal medio de transporte el autobús (36.7%). Los gastos se incrementaron conforme aumentaba la distancia, los peregrinos provenientes de Tlaxcala gastaron en promedio \$71.60 debido a su cercanía al santuario, los del estado de Puebla erogaron \$166.50, los de Hidalgo \$186, Veracruz \$190; y las personas que provenían del Estado de México \$216. Por lo que respecta a los gastos o compras realizadas en el camino por los peregrinos, el 61.3% de los que viajaron a pie o en bicicleta realizaron un gasto promedio de \$68.90; el 56% de los peregrinos que se transportaron en vehículo automotor gastaron \$35 y los que se transportaron a caballo el 50% gasto en promedio \$50. Los peregrinos que realizaron los menores gastos promedio en su recorrido fueron los que laboran en la agricultura (\$27), los obreros (\$33.3), albañiles (\$45), y los comerciantes (\$50). En mayor proporción gastaron los que tiene un oficio (\$98), los ganaderos (\$80) y los empleados públicos (\$60). Se concluye que las peregrinaciones contribuyen a incrementar las ventas en los espacios circunvecinos al santuario de San Miguel del Milagro y en especial a los medios de transporte.



La derrama económica de los peregrinos en el santuario, en alimentación el gasto promedio fue de \$63.90. Por número de comidas, el 33.3% de los peregrinos desayunó con un gasto medio de \$37.5. El 86.6% realizó una comida con un gasto promedio de \$54.50 y el 11.66% mencionó que cenó gastando en promedio \$30.70. Al relacionar la procedencia de los peregrinos y compra de comida, se encontró que aquellos provenientes de los municipios de Tlaxcala tuvieron los menores gastos promedio (\$51.40) en comparación con los peregrinos de los municipios más alejados, como los procedentes del estado de Hidalgo (\$100) y Veracruz (\$80). El hospedaje es un gasto indirecto y es uno de los principales gastos que se realiza en la actividad turística, se halló que en el santuario los peregrinos no realizaron pago por hospedarse, ya que la mayor parte (75%) permaneció varias horas de la mañana y tarde y el 25% mencionó que pernoctó en el espacio contiguo al santuario o en la casa del peregrino, ello significó que no erogaron ningún gasto. La baja derrama económica obedece a que su estadía fue efímera (1.1 días) y a los bajos ingresos que tiene los peregrinos. Martínez (2013: 120) menciona que 96.5% de las personas que visitan el santuario de San Juan de los Lagos era por motivos religiosos y estuvieron un día. Por su parte, Robles (2001) señala que muchos peregrinos no cuentan con los recursos económicos para hacer uso de otros servicios, prácticamente se concretan a cubrir sus necesidades de transporte y alimentación. Esto se ve reflejado en su estancia, la mayoría permaneció de dos a cuatro horas en el santuario y regresan a su lugar de origen.

Otros gastos que realizaron en el santuario fue la compra de ofrendas y artesanías, lo que significó una importante derrama económica en el espacio local. El 90% de los peregrinos realizó ese tipo de gastos en los puestos que se instalan sobre la calle contigua, principal y en la entrada al santuario. En la compra de artesanías gastaron los peregrinos en promedio \$75, los peregrinos que provienen de comunidades rurales compraron menos (\$67), que los de espacios urbanos (\$80).



El gasto promedio en ofrendas fue de \$87, se observó que gastaron más en ofrendas los peregrinos que asisten al santuario por una manda (\$123) y peticiones (\$95) y en menor proporción gastaron los que asistieron por tradición (\$75) y para agradecer un milagro (\$56). Los gastos que realizaron fue en la compra de flores (\$23.33), veladoras (\$15.91), imágenes (\$28.50), listones o adornos (\$19.30). Otro gasto fue el pago de misa \$50. Estos datos son importantes porque proporcionan información específica sobre los gastos que realizan los peregrinos a diferencia de los estudios que manejan información general de los gastos que realizan.

La festividad religiosa dedicada a San Miguel es una de las más importantes en el estado de Tlaxcala por la derrama económica que se realiza en el santuario y por el número de personas que concurren, además de la importancia religiosa del santuarios. Cámara y Reyes (1975: 14) mencionan que las peregrinaciones son en primer término, religiosas, y que no se descarta que estén matizadas con aspectos socioculturales. En donde el factor comercial adquiere tanta importancia como el religioso, principalmente por la repercusión de la estadía festiva de los peregrinos en el comercio. Martínez (2013: 109) argumenta que el turismo religioso se debe hacer más rentable para las economías de las poblaciones en donde se ubican los santuarios, motivando al visitante o peregrino para que permanezca más tiempo en el lugar, sin llegar a la mercantilización del santuario. En este caso sería la creación de productos relacionados con el santuario, como un museo.



Conclusiones

Las peregrinaciones que se realizan durante las festividades del patrono de San Miguel del Milagro, se siguen practicando con gran fervor religioso por las personas provenientes de los estados circunvecinos a Tlaxcala. Las peregrinaciones son muy similares a otras que se realizan en otros santuarios de la República Mexicana, los mueve la fe y esperanza. Los peregrinos que asisten al santuario de San Miguel del Milagro en su mayoría son personas jóvenes que provienen tanto de espacios rurales como urbanos con bajo nivel de escolaridad y de ingresos. Son personas que tienen trabajos con bajo perfil académico. En los feligreses que concurrieron al santuario predominaron los motivos que incluyen las peticiones, ruegos y agradecimientos por salud, el bienestar de la familia y la comunidad, el trabajo, y el dinero.

La ruta de los peregrinos, no solo fue un lugar de paso, adquirió relevancia por los gastos que realizan en su trayecto, mediante la compra de alimentos o bebidas. También existió un importante gasto en el sector del transporte público. Esto significa que no sólo existe derrama económica en el santuario, sino que existen beneficios indirectos del peregrinaje en los espacios periféricos al santuario.

Los gastos que realizaron los peregrinos en el santuario fueron más diversos y cuantiosos con respecto a los efectuados durante su traslado. Aquí destacó la compra de ofrendas y artesanías, donde jugó un papel importante la variable tiempo de permanencia, debido al gasto que pueden realizar durante su estancia, se tiene que entre más tiempo de permanencia influirá en una mayor derrama económica. Los peregrinos que permanecieron menor tiempo –unas horas del día y tarde– gastaron menos dinero (\$444.44) en comparación con los peregrinos que permanecieron durante el día y la noche (\$606.67). Los gastos en el turismo, como la restauración –fueron bajos– y en hospedaje –inexistentes–, no tuvieron mucha importancia en este tipo de celebraciones.



Ello lleva a promover o impulsar la estancia de los peregrinos con productos y actividades propias del santuario, sin mercantilizar la fe. Como la promoción de encuentros religiosos y espirituales entre los peregrinos, para compartir su experiencia religiosa y espiritual. Así como promover con mayor intensidad su difusión entre las agencias de viajes para incorporarlo como un destino religioso de importancia. Todo ello sin perder de vista la sustentabilidad económica y medio ambiental, así como del patrimonio material e inmaterial.

Si bien es cierto que las peregrinaciones hacia los espacios rurales son relevantes, tanto cultural como económicamente, de ahí la importancia de su difusión y de considerar a las fiestas patronales como parte del patrimonio cultural intangible, que es parte del valor cultural de la región. Finalmente, hay que señalar el santuario de San Miguel del Milagro recibe peregrinos todos los años, por lo que representa una movilización pujante y permanente de visitantes y peregrinos fieles y en definitiva, se traduce en ingresos que potencializan el desarrollo local.

Referencias

- Aulet, S. y Hakobyan, K. (2011). Turismo religioso y espacios sagrados: una propuesta para los santuarios de Catalunya. *Iberoamericana de Turismo*, 1 (1), 63-82.
- Baltodano, V. J. (2012). Notas en torno a las festividades religiosas con potencial turístico en Costa Rica. En Martínez, R. (coord.), *Turismo espiritual II. Una visión Iberoamericana* (15-23). Universidad de Guadalajara.
- Barajas, M., Monti, B. y Gómez, L. (2006). *Ruta del peregrino*. Secretaría de Cultura del Gobierno de Jalisco.
- Barabas, A. M. (2014). La territorialidad indígena en el México contemporáneo. *Chungara*, 46 (3), 437-452.
- Bourdieu, P. (1999). *Meditaciones pascalianas*. Barcelona: Anagrama.



- Cámara, F. y Reyes, T. (1975). Los santuarios y las peregrinaciones. *Anales del Museo Nacional de México*, (4), 5-22.
- Camelo, H. (2001). *Estudios estadísticos y prospectivos: Ingresos y gastos de consumo de los hogares en el marco del SCN y en encuestas a hogares*. CEPAL Serie: Estudios estadísticos y prospectivos, (2), 59.
- Carballo, C. T. (2010). Peregrinos católicos y religiosidad popular en argentina. *Geografía*, (8), 53-69.
- Carton De Grammont. H. (2009). La desagrarización del campo mexicano. *Convergencia*, (50), 13-55.
- Castillo, C. (2011). La conceptualización de los segmentos turísticos en Andalucía: Una breve aproximación. *Turismo y Desarrollo Local*, 4 (10).
- CONEVAL (Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social) (2010). *Municipal, población total, pobreza por ingresos*, [En línea], disponible en http://www.coneval.gob.mx/cmsconeval/rw/resource/coneval/med_pobreza/2803.xl [5 de marzo de 2016].
- Dirven, M. (2011). *El empleo rural no agrícola estrategias de generación de ingresos y reducción de pobreza*. RIMISP, Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural.
- Faiguenbaum, S., Ortega, C. y Soto, F. (2013). *Pobreza rural y políticas públicas en América Latina y el Caribe*. Santiago, Chile: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.
- Fernández, C. (2007). El turismo rural en el desarrollo local. En García, J. L. y Rodríguez, J. Á. (eds.). *Teoría y Práctica del Desarrollo Local en Canarias. Manual para agentes de Desarrollo Local y rural* (575-612). Federación Canaria de Desarrollo Rural.
- Flores, C. (2008). *Desarrollo local y turismo*, Instituto de investigación y servicios y consultoría turística-UMSA.
- Germain, A. (2007). El mercado español de turismo religioso, un sector prometedor para la profesión. *EDITUR*, (2480), 2-6.



- González, A. y Ramírez, J. (2008). *Impacto económico del XI Festival de Flamenco de Jerez*. Ed. Fundación provincial de Cultura, Cádiz.
- Gorenstein, S. (2015). Transformaciones territoriales contemporáneas. Desafíos del pensamiento latinoamericano. *EURE*, 41 (122), 5-26.
- Gutiérrez, J. (1999). Cambio y persistencia en el espacio geográfico: consideraciones para la reflexión medioambiental. *Observatorio medioambiental*, (2), 25-39.
- Hlůšek, R. (2013). La peregrinación como demostración de la devoción Guadalupana de los indígenas mexicanos. En Martínez, R. (coord.), *Santuarios, fiestas patronales, peregrinaciones y turismo religioso* (86-98). Editado por la Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso para eumed.net.
- IMCO (2014). *Compara Carreras. Una herramienta sobre las consecuencias económicas de escoger una carrera*. Instituto Mexicano para la Competitividad, A. C., pp. 33.
- Juárez, J. y Ramírez-Valverde, B., Mota, J. A., César, F. y Ramírez, G. (2012). Peregrinación y turismo religioso en los Santuarios de México. *Geográfica de Valparaíso*, (46), 41-53.
- Juárez, J. y Ramírez-Valverde, B. (2007). El turismo rural como complemento al desarrollo territorial rural en zonas indígenas de México, *Scripta Nova Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, XI (236).
- Kay, C. (2007). Algunas reflexiones sobre los estudios rurales en América Latina. *ICONOS*, (29), 31-50.
- Llull, J. (2005). Evolución del concepto y de la significación social del patrimonio cultural. *Arte, Individuo y Sociedad*, (17), 175-204.
- López, C. (2007). Perfil del visitante del parque del desierto del Carmen. *El Periplo Sustentable*, (12), 133-147.
- Macedo, L. (2012). La dimensión territorial del turismo religioso. En Martínez, R. (coord.), *Turismo espiritual II. Una visión Iberoamericana* (15-23), Universidad de Guadalajara.
- Maffesoli, M. (2004). *El tiempo de las tribus*. Edit. Siglo Veintiuno Editores, S.A. de C.V.



- Mallor, E., González-Gallarza, M. y Fayos, T. (2013). ¿Qué es y cómo se mide el Turismo Cultural? Un estudio longitudinal con series temporales para el caso Español. *PASOS*, 11 (2), 269-284.
- Martínez, R. (2013). Turismo religioso en los Altos de Jalisco (México). Un estudio de caso. En Martínez, R. (coord.). *Santuarios, fiestas patronales, peregrinaciones y turismo religioso* (99-134), Editado por la Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso para eumed.net.
- Morinis, E. (1992). Introduction: The territory of the anthropology of pilgrimage. In Morinis, E. (Edit.), *Sacred Journeys: The Anthropology of Pilgrimage* (1-27), Westport, Conn: Greenwood Press.
- OET (Oficina Española de Turismo) (2008). *Turismo religioso. Italia como mercado emisor*. Oficina Española de Turismo en Roma.
- Piñeiro, D. y Cardeillac, J. (2010). Influencia de la composición del grupo familiar en la pluriactividad. En *El Uruguay desde la sociología VIII, 8° Reunión Anual de Investigadores del Departamento de Sociología* (57-79), Uruguay.
- Precedo, A., Revilla, A. y Míguez, A. (2007). El turismo cultural como factor estratégico de desarrollo: el camino de Santiago. *Estudios Geográficos*, LXVIII (262), 205-234.
- Quintal, E. F. (2000). Vírgenes e ídolos: la religión en las manos del pueblo. *Mesoamérica*, (39), 287-304.
- Ramos, A. (2009). San Pedro Juchatengo potencial ecoturístico del estado de Oaxaca 2009. *Turismo y Desarrollo*, 2 (5).
- Robles, J. (2001). Turismo religioso. Alternativa de apoyo a la preservación del patrimonio y desarrollo. *Biblio 3W*, (316).
- Rodríguez, A. y Meneses, J. (2011). *Transformaciones rurales en América Latina y sus relaciones con la población rural*. Reunión de expertos sobre: población, territorio y desarrollo sostenible, CEPAL, Santiago de Chile.
- Rodríguez-Shadow, M. J. y Shadow, R. D. (1998). La religiosidad popular en el Santuario de San Miguel del Milagro. *Dimensión Antropológica*, 14, 79-108.



- Romero, J. (2012). Lo rural y la ruralidad en América Latina: categorías conceptuales en debate. *Psicoperspectivas. Individuo y Sociedad*, 1, (1).
- Romo, J. Á. (2000). *El uso turístico del espacio religioso: el Santuario de Loiola en la Ruta de los tres templos*. Instituto de Estudios de Ocio. Universidad de Deusto.
- Salas, H. y Velasco, P. (2013). Paisaje cultural y pertenencia socioterritorial en San Miguel del Milagro, Nativitas Tlaxcala. En *Identidad y patrimonio cultural, en América Latina. La Diversidad en el Mundo globalizado* (301-329). UNAM e Instituto de Investigaciones Antropológicas de México.
- Sancho, A. (2005). *Turismo y desarrollo*. Manual de la Universidad de Valencia, España.
- Schejtman, A. y Berdegué, J. (2004). Desarrollo territorial rural. *Debates y Temas Rurales*, (1), 53.
- SEP (Secretaría de Educación Pública) (2013). *Sistema Educativo de los Estados Unidos Mexicanos, Principales cifras del Sistema Educativo Nacional 2012-2013*. Secretaría de Educación Pública, Dirección General de Planeación y Estadística Educativa.
- Tresserras, J. J. (2004). La tematización cultural de las ciudades como estrategia de desarrollo a través del turismo. *Boletín Iberoamericano de Gestión Cultural*, (6).
- Tyrakowski, K. (2002). Historia colonial en detalle: progreso y decadencia de la España Chiquita, del pueblo de Santa María Nativitas Yancuitalpan en Tlaxcala (México). *Española de Antropología Americana* (157-181).
- Villalba, F., Nieto, E., Expósito, E., Álvarez, M. Pérez, S. (2009). *Semana Santa. Efectos socioeconómicos de la Semana Santa en la ciudad de Córdoba*. Unicaja, Ayuntamiento de Córdoba y Agrupación de hermandades y cofradías de Córdoba.