

## ANÁLISIS DE MODELOS DE GESTIÓN DESARROLLADOS PARA EL TURISMO CULTURAL-RELIGIOSO EN MÉXICO

Efraín ZURITA-MÉZQUITA &amp; Carmen CASTREJÓN-MATA

**Resumen:** El objetivo de este trabajo fue identificar algunos modelos de gestión que se han desarrollado para el segmento de turismo cultural-religioso en México. Con la finalidad de establecer una aproximación teórico-conceptual que sirviera para fundamentar un proyecto de investigación en desarrollo sobre este segmento de turismo. Se estableció una metodología no experimental exploratoria-descriptiva, mediante la revisión documental de artículos científicos sobre turismo cultural, religioso-católico y modelos de gestión. Los resultados muestran que el turismo religioso-católico no se ha establecido como una oportunidad de crecimiento y atracción turística secular que lo convierta en un producto turístico atractivo para todo tipo; y que aún no se cuenta con información precisa que sirva para diferenciar este producto turístico de otros como el turismo cultural y de peregrinación, que permita establecer modelos de gestión enfocados al desarrollo de este sector. Con la información encontrada en la revisión de documentos se estableció una propuesta inicial de un modelo de gestión para el turismo cultural-religioso en México, el cual podría ser aplicado por gobiernos federal y estatal para el desarrollo de estrategias en políticas públicas para este producto, considerando la variedad de opciones turísticas que el país posee, entre ellas el turismo cultural y religioso.

**Palabras clave:** Modelos de gestión; Turismo; Turismo religioso; Turismo cultural.

## ANALYSIS OF MANAGEMENT MODELS DEVELOPED FOR CULTURAL-RELIGIOUS TOURISM IN MEXICO

**Abstract:** The objective of this work was to identify some management models that have been developed for the segment of cultural-religious tourism in Mexico. The aim was to establish a theoretical-conceptual approach that would serve as a basis for a research project under development on this segment of tourism. A non-experimental exploratory-descriptive methodology was established, through the documentary review of scientific articles on cultural, religious-Catholic tourism and management models. The results show that religious-Catholic tourism has not been established as an opportunity for growth and a secular tourist attraction that would make it an attractive tourist product for all types; there is still no precise information that would serve to differentiate this tourist product from others such as cultural and pilgrimage tourism, which would allow for the establishment of management models focused on the development of this sector. With the information found in the bibliographic review, it was established an initial proposal for a management model for cultural-religious tourism in Mexico, which could be applied by federal and state governments to develop public policy strategies for this product, considering the variety of tourist options that the country has, including cultural and religious tourism.

**Keywords:** Management models; Tourism; Religious tourism; Cultural tourism.

## ANÁLISE DE MODELOS DE GESTÃO DESENVOLVIDOS PARA O TURISMO CULTURAL-RELIGIOSO NO MÉXICO

**Resumo:** O objetivo deste trabalho foi identificar alguns modelos de gestão que foram desenvolvidos para o segmento de turismo cultural-religioso no México. O objetivo foi estabelecer uma abordagem teórico-conceitual que servisse de base para um projeto de investigação em desenvolvimento sobre este segmento do turismo. Foi estabelecida uma metodologia exploratória-descriptiva não experimental, através da revisão documental de artigos científicos sobre turismo cultural, religioso-católico e modelos de gestão. Os resultados mostram que o turismo religioso-católico não se estabeleceu como uma oportunidade de crescimento e uma atração turística secular que o tornaria um produto turístico atraente para todos os tipos; ainda não há informações precisas que sirvam para diferenciar este produto turístico de outros como o turismo cultural e de peregrinação, o que permitiria o estabelecimento de modelos de gestão voltados para o desenvolvimento deste setor. Com as informações encontradas na revisão documental, foi estabelecida uma proposta inicial para um modelo de gestão do turismo cultural-religioso no México, que poderia ser aplicado pelos governos federal e estadual para o desenvolvimento de estratégias de políticas públicas para este produto, considerando a variedade de opções de turismo que o país possui, incluindo o turismo cultural e religioso.

**Palavras-chave:** Modelos de gestão; Turismo; Turismo religioso; Turismo cultural.



Licenciada por Creative Commons  
4.0 / Internacional  
CC BY 4.0

\*Maestro en estudios empresariales, Universidad de Guanajuato-Campus Celaya-Salvatierra. Egresado de la Universidad de Guanajuato. Líneas de investigación: gestión organizacional, estudio de mercadotecnia para las organizaciones y estrategias turísticas. Teléfono: 52-993 177 6809. Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-9833-1307>

\*\* Doctora en administración (con línea de Investigación en Mercadotecnia). Profesor Tiempo Completo Titular A. Líneas de investigación: Formación de mercados para el desarrollo social, Políticas públicas en programas sociales y Mercadotecnia turística. Universidad de Guanajuato, Departamento: Finanzas y Administración. Teléfono: 52-461 127 8033. Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-0600-2977>

## 1 INTRODUCCIÓN

El desarrollo económico de un país, región, continente y en general del mundo ha presentado cambios que están afectando el desempeño global esperado para los años venideros, como, las constantes crisis financieras, crecimiento lento de las economías emergentes, cambios geopolíticos, restricciones comerciales y monetarias, que en general están modificando el comportamiento en los mercados económicos (SECTUR, 2018).

La expansión mundial se ha debilitado, y de acuerdo con datos del Fondo Monetario Internacional (FMI), el crecimiento fue de 3.7% al cierre del 2018; proyectándose un crecimiento menor para el año 2019 con un porcentaje de 3.5% y de 3.65% para el año 2020, lo que está obligando a las naciones adoptar medidas para estimular el crecimiento de productos potenciales que ayuden a reforzar su mercado interno (FMI, 2019). Los países en la actualidad han buscado revertir los efectos de las crisis mundiales; empleando al turismo como uno de los pilares que estimulen el crecimiento económico (Jucan y Jucan, 2013).

El turismo se considera una fuente de ingreso importante (Torres, Cruz y Arizpe, 2017), ya que genera liquidez en la economía de los países de primer mundo y en los que están en vías de desarrollo (Torres-Almeida, Pérez-Barral, Hernández-Junco, Ortiz-Coloma, 2016; OCDE, 2017). Esta actividad económica presenta oportunidades para el diseño de estrategias que se adapten a los cambios del mercado; posibilita la construcción de redes más fuertes con los grupos de interés que participan en la cadena turística e identifica innovaciones en el negocio y nuevas formas de ofrecer los servicios a los turistas (OECD, 2018). Jiménez y Aquino (2012) mencionan que esta industria ha vivido una expansión geográfica y diversificación de destinos turísticos en las últimas seis décadas, lo cual la ha hecho muy atractiva.

El turismo es uno de los sectores económicos más dinámicos e importantes en el mundo (Villar, 2010; SEGOB, 2013; Lobo, Flores, Quiroz y Cruz, 2018); considerado un fenómeno mundial en crecimiento (Fernández, 2018); tiene un rol primordial en la actividad global de la economía en el destino (González-Domínguez y Palmas, 2016); crea empleos (César, 2015; Guillén y Ramón-García, 2015; Llontop, 2017); favorece el desarrollo social (Arnaiz y César, 2017); ingresos por exportaciones y genera divisas (Peinado y García, 2016; OECD, 2018; Ortega y

Sánchez, 2018; WTTC, 2018); creación de infraestructura de servicios (Flores, Hinojoza, García, Ochoa y Vásquez, 2018); además de ser un sector en constante crecimiento a pesar de las condiciones que se han presentado en el entorno mundial en los últimos años (SEGOB, 2013).

La Organización Mundial del Turismo (2018) refiere que esta actividad se ha convertido en una de las más importantes generando un promedio de 3.5 billones de dólares y 127 millones de empleos. Además, representa la principal fuente de divisas de las 48 economías menos desarrolladas, generando 45% de las exportaciones por servicios de los países con economías emergentes (Brida, London y Rojas, 2014). Así mismo, la Organización Mundial del Turismo (2018), indica que esta industria ha seguido creciendo considerablemente y se ha convertido en un factor clave para el desarrollo económico, siendo el tercer sector exportador en el mundo. El World Travel and Tourism Council (2018) prevé que el turismo siga creciendo en su participación del Producto Interno Mundial a una tasa del 3.8% entre los años 2018 al 2028.

En los últimos años, derivado del interés en el desarrollo de destinos como productos turísticos se han materializado estudios sobre la creación de modelos para la gestión turística, esto, por la necesidad de asegurar la sustentabilidad y desarrollo de estos (Pearce, 2016). En el caso mexicano, este sector es relevante en materia económica por lo que se requiere plantear estrategias para gestionar el patrimonio material e inmaterial tanto cultural como religioso que tiene México, componente que se logrará con la generación de modelos de gestión para el turismo cultural y religioso (Hiriart y Alvarado, 2013). Resaltando lo expresado por Arnaiz y César (2017) que en las últimas décadas se ha presentado un desbalance en las ciudades patrimonio que ha afectado a nivel social, sustentable y de conservación de las riquezas que estos destinos turísticos poseen.

Diversos autores presentan trabajos sobre la importancia que tiene el turismo religioso como factor de desarrollo económico en las regiones donde se realiza (Fernández, 2010; Carranza, Millán y Martínez, 2011; Millán, Pérez y Martínez, 2016), pero la literatura revisada no presenta investigaciones sobre modelos creados para la gestión en destinos turísticos religiosos esencialmente católicos en el país; considerando que el país ocupa el segundo lugar con mayor cantidad de católicos en el mundo, y que representan al interior el

82.7% de su población (Propin y Sánchez, 2015; INEGI, 2016). Se han enfocado más en el desarrollo del turismo cultural enfocándose en pueblos mágicos, rutas turísticas y ciudades patrimonio (Hiriart y Mínguez, 2016; Martínez y Mínguez, 2015; Magaña y Padín, 2016).

Con la finalidad de realizar una primera aproximación al tema, este trabajo tuvo como objetivo la identificación de algunos modelos de gestión que se han desarrollado para el sector turístico usando dos vertientes: turismo cultural y el turismo religioso; con esta información recabada obtener un marco teórico-conceptual que sirviera para establecer una propuesta inicial de un modelo de gestión. Para el logro de este objetivo se estableció un método no experimental exploratorio-descriptivo, ya que este tipo de enfoque permitió el alcance del objetivo establecido (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

El artículo se dividió en cuatro partes. Primero presentando el marco referencial en temas sobre turismo, pasando por la mención de la importancia de este sector en México, analizando el turismo religioso en términos de presencia en el país; así como del turismo cultural. Se presenta los productos turísticos que el país ofrece, plasmando al turismo que atañe a este artículo que es el religioso-católico y el turismo cultural, finalizando con una revisión de la importancia de la gestión para el desarrollo y competitividad de un destino turístico. En la segunda parte se planteó el diseño metodológico empleado para establecer la aproximación inicial al tema, la tercera sección muestra algunos modelos de gestión que se han planteado para atender al sector turístico y se finalizó con la sección de conclusiones donde se hace un análisis de lo encontrado, las limitantes y el alcance que el estudio tiene y futuras líneas de investigación, finalizando con las referencias utilizadas.

## 2 MARCO REFERENCIAL

### 2.1 El turismo como eje estratégico para México

La actividad turística es un fenómeno en crecimiento, en consecuencia, con el derecho al descanso y al uso libre del tiempo para la recreación y la socialización individual y colectiva, representando al final una forma de enriquecimiento experiencial para quien lo práctica (Arista, Hiriart y Barrera, 2016).

Esta actividad posee la característica de recurso estratégico y cuenta con factores diferenciadores,

entre los que destacan: “la calidad de los servicios, el precio de los productos turísticos, el personal formado para la atención del turista, la seguridad y – principalmente– la infraestructura hotelera y extrahotelera, que influye en la decisión de los visitantes” (Torres-Almeida et al., 2016: 3). “Es un sector capaz de promover el crecimiento económico social, cultural y medioambiental en las regiones” (Miguel, Solís y Torres, 2014: 358).

Arista et al. (2016) establecen que el turismo es considerado un sector estratégico para impulsar el crecimiento económico de México, “particularmente ante la reciente crisis producida por la drástica caída de los precios del petróleo en 2015 y enero de 2016” (p. 12). Además, que, “a nivel nacional, el turismo en México forma una parte muy significativa en su economía” (Flores et al., 2018: 34)

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2018) México se ubicó dentro de los seis destinos más visitados en el mundo; cerrando el 2018 con una cifra de 42 millones de visitantes internacionales (SECTUR, 2018). Este sector representó 8.7% del PIB total del país en el 2017, colocándose cerca de la industria alimentaria, la fabricación de equipos de transporte y la relacionada con el sector de la construcción, ubicándolo como un sector dinámico y de importancia para el crecimiento económico de México (SECTUR, 2017).

Como país contamos con una amplia historia en el desarrollo de esta actividad, iniciando desde la primera mitad del siglo XX, principalmente por el deseo de la clase política de construir un país estable, que le brindara soluciones para edificar una nación unida y económicamente fuerte (Guerrero, 2015). El sector turístico ha evolucionado y en el caso de la economía mexicana se presenta favorable a pesar de la crisis global del año 2014 y los aspectos de seguridad, el sector ha crecido un 20 por ciento en el arribo de visitantes (Lobo et al., 2018).

Desde décadas distintos gobiernos promueven su expansión como estrategia de desarrollo (Rubio, 2017); que ha traído consigo una planificación estratégica con visión a largo plazo para contribuir principalmente a la generación de empleos, la captación de divisas y atracción de inversiones (Shaadi, 2017).

Los planes nacionales de desarrollo y programas nacionales que tuvieron sus inicios en 1976, y la creación del programa sectorial de turismo han considerado la actividad turística en México como un sector vital para

el producto interno bruto y su aportación a la balanza de pagos por los ingresos generados por el sector (Madrid, 2015; Cruz-Chavez, Hernández-Trejo, Avilés-Polanco y Valdivia-Alcalá, 2016), que se ha visto fortalecido a raíz de la creación del Fondo Nacional de Turismo institucionalizando al sector para hacer frente a la competencia derivada de su cercanía con Estados Unidos y la demanda de nuevos productos turísticos por parte de los turistas (De la Rosa, Cruz y Porras, 2016).

La política turística de México ha continuado en evolución, orientando sus estrategias hacia la diversificación, la competitividad y el desarrollo sustentable de los pueblos, con el objetivo de crear condiciones para el desarrollo de un turismo segmentado que satisfaga necesidades y expectativas genuinas, sin afectar los recursos y patrimonio heredado (Shaadi, 2017). Por su variedad de destinos turísticos que han permitido al visitante disfrutar al país y aprovecharlo por diferentes razones; ya sea por sus playas o por su herencia cultural e histórica, el país ha requerido el desarrollo de nuevas estrategias que le permitan colocarse como un referente mundial (Carranza et al., 2011; Molina, Ochoa y Gil, 2014).

La priorización del gobierno en el desarrollo de tecnologías aplicadas al sector y el aprovechamiento de sus recursos naturales y culturales lo ha posicionado como un destino de clase mundial compitiendo con Estados Unidos y Canadá como opciones a visitar en el continente americano (WEF, 2017). Enfocándose en la revalorización del potencial cultural, la riqueza heredada de los antecedentes prehispánicos y del mestizaje que generó un patrimonio material e inmaterial que está favoreciendo la generación y evolución de productos turísticos complementarios a la oferta turística del país ya consolidada (Hiriart y Mínguez, 2016).

Por lo tanto, para México, el turismo se ha vuelto un elemento clave para el desarrollo de políticas económicas y sociales que redunden en estrategias que favorezcan la derrama de ingresos y generen beneficios sociales en los destinos donde se desarrolla (Peinado y García, 2016).

#### *2.1.1 Nuevas opciones turísticas en el país*

Cabe precisar que México es un país que cuenta con diversidad geográfica, de regiones que permite el desarrollo de actividades distintas, desde el turismo de sol y playa en las zonas costeras que fueron creados como modelos de desarrollo económico a lo largo del país (Inda y Santamaría, 2015); turismo de negocios en

los estados del Bajío y Norte del país principalmente, turismo de aventura en los estados del sur, turismo gastronómico y de igual forma turismo cultural por el importante patrimonio histórico, artístico y religioso heredado (Carranza et al., 2011; Hiriart y Alvarado, 2013; OCDE, 2017; SECTUR, 2018); resultado de la “dotación de recursos naturales y culturales” que posee el país (Torres, Cruz y Arizpe, 2017: 64).

El sector turístico ha requerido diseñar frecuentemente productos rentables tomando en cuenta las expectativas y tendencias del mercado (Castillo-Palacio y Castaño-Molina, 2015), con la finalidad de crear o potencializar destinos para atraer más visitantes (Jiménez y Aquino, 2012). Lo que ha planteado nuevas opciones mediante la promoción de conjuntos y monumentos históricos, con misticismo religioso, herencia cultural y relevancia espiritual (Guillén y Ramón-García, 2015). Resultando en representaciones materiales (patrimonio material generado por la relación entre cultura y entorno natural) y en manifestaciones inmateriales (tradiciones, fiestas, festivales, gastronomía que permiten simbolizar la identidad de un grupo humano) (Hiriart y Alvarado, 2013; ICTUR, 2015).

El país en la actualidad ha desarrollado estrategias para ser más competitivo internacionalmente hablando, innovando y creando productos turísticos, basado en su patrimonio material e inmaterial, que han resultado de interés para un creciente número de turistas, que se entrelaza con la religiosidad y el valor inmaterial que el catolicismo en el país tiene resultado de la herencia cultural y de riqueza edificada (Arista et al., 2016).

Lo que ha derivado en el diseño de rutas religiosas por mencionar la ruta del peregrino en Jalisco, la ruta de Juan Diego en la Ciudad de México, la ruta cristera, la ruta de las misiones jesuíticas en Baja California, la ruta de los conventos en Morelos, la ruta de los conventos en Guanajuato por mencionar (Martínez y Mínguez, 2015; Guanajuato, 2016).

#### *2.1.2 Turismo cultural en México*

El turismo cultural ha adquirido relevancia en el país, debido a diferentes factores que hacen menos atractivo el turismo de sol y playa que han sido por décadas los productos estrella de la oferta turística nacional (OCDE, 2017). Contando con un excepcional patrimonio material e inmaterial que posee características atractivas para el turismo nacional e

internacional (Hiriart y Alvarado, 2013; Martínez y Mínguez, 2015).

Diversos estudios se han realizado para proponer formas de gestionar los recursos naturales y culturales que posee el país, atendiendo aspectos como la conservación, valorización y respeto del patrimonio material e inmaterial existente (González-Domínguez y Palmas, 2016). Donde dicho patrimonio cultural se forma a partir de un valor imaginario generado por la interacción social de los habitantes de un destino y quien lo visita, constituyéndose en un medio para comunicar la historia, los significados y el simbolismo social que se le otorga a un bien tangible o intangible (Magaña y Padín, 2016).

En las últimas tres décadas la herencia histórica, recursos naturales y patrimonio inmaterial se han convertido en atractivo para visitantes nacionales e internacionales (Arista et al., 2016). De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (2018) existen una serie de subsegmentos del turismo cultural, por mencionar, turismo arqueológico, artístico, visita a museos, festivales, teatros y edificios históricos.

Destacando dos tipos de turista con afinidad al segmento cultural, los que establecen una relación con la cultura de los lugares que visitan, los que se limitan a la observación de los atractivos identificados que forman parte de la culturalidad del lugar y los que se relacionan vivencialmente con las manifestaciones culturales en el destino turístico (ICTUR, 2015).

### *2.1.3 Turismo religioso en México*

Desde los inicios de la historia el ser humano ha tenido que peregrinar para recorrer el mundo por diversos motivos, una de las movilizaciones que hoy en día tiene gran impacto es las dedicadas al fervor o devoción religiosa, impulsados por un acto de fe, de ofrenda, petición de gracia o simplemente por costumbre (Carranza et al., 2011).

El turismo a sitios religiosos, iglesias, templos y festividades de carácter religioso han crecido significativamente en el mundo (Irimiás y Michalkó, 2013; Cristea, Apostol y Dosescu, 2015; Millán et al., 2016); en México al igual que en otros recintos en América Latina la devoción surge desde el acontecimiento milagroso que distingue al sitio religioso y le da el carácter magnético e identitario que logra atraer desde el peregrino hasta el turista secular (Propin y Sánchez, 2015). Este magnetismo religioso surgió como resultado de la predominancia de la

religión católica en el país que volvió común el acto de peregrinaje hacia santuarios que han resguardado imágenes veneradas (Martínez y Morales, 2011).

La religión como parte de la historia en México ha dejado huella en sus habitantes resultado de la herencia española posterior a la conquista, siendo la religión de más vieja data (Muñoz, Pérez y Navarrete, 2017); ya sea mediante la devoción a una imagen en un santuario, la realización de una fiesta patronal o el sincretismo de fe que provoca peregrinar a un recinto (Fernández, 2010). Este tipo de turismo en el país crece anualmente entre 5.0% y 7.0% representando un poco más del 10% del mercado que se atiende en el mundo (Arista et al., 2016; SECTUR, 2016).

En este marco, dentro de las vertientes del turismo cultural se encuentra el turismo de carácter religioso principalmente a destinos católicos de fe como el santuario a la Virgen de Guadalupe que recibe en promedio a 12 millones de visitantes por año; San Juan de los Lagos en los Altos de Jalisco donde peregrinan hasta el santuario de la Virgen de la Concepción más de siete millones de personas, pasando por otros recintos de importancia en el país como el Santo Niño de Atocha en Fresnillo Zacatecas; el Cristo Rey en Silao, Guanajuato; la Virgen de Zapopan y la Virgen de Talpa en Jalisco, sin contar con otros centros religiosos de importancia regional, se estima que más de 30 millones de personas se desplazan por el interior del país por motivación religiosa (Carranza et al., 2011; Martínez y Morales, 2011; Puebla, 2012).

En Talpa de Allende Jalisco se encuentra otro recinto mariano reconocido en México que hoy destaca por el turismo religioso generado alrededor de la imagen de la Virgen del Rosario de Talpa, que ha favorecido principalmente al movimiento comercial, siendo hoy una de sus principales fuentes de empleo e ingreso para la población (Fernández, 2012; Propin y Sánchez, 2015). El santuario del Niño de Atocha, localizado en el estado de Zacatecas, es un recinto no mariano dedicado a la veneración a Jesucristo en una de sus advocaciones diversas, su singularidad yace en la historia de la imagen, la presencia recurrente de fieles, visitantes ocasionales, creyentes y peregrinos que acuden por motivaciones diversas (Propin y Sánchez, 2012).

Actualmente esta práctica ha tenido modificaciones en la manera de presentarse ya que existe una delgada línea entre la devoción y el negocio (Fernández, 2012). Como menciona Berg y Ossa (2012)

es la devoción hacia una imagen que se le otorga ese carácter divino lo que reúne al creyente, al peregrino y al turista; aunque por parte de la comunidad en la búsqueda de atraer más turistas puede desdibujar el sentido real y modificar hasta la estructura e historia alrededor de la imagen y del sitio religioso convirtiéndolo en un espectáculo puramente comercial.

El turismo religioso se considera desde tres perspectivas: a través del turista motivado por razones religiosas o de un sentido estricto con la fe, segundo como un viaje espiritual a través de un peregrinaje cargado de magnetismo e interiorización de quien lo realiza, y tercero de quien acude a los recintos religiosos bajo una perspectiva secular, donde todos convergen como actores y consumidores de fe, y de una experiencia de vida (Propin y Sánchez, 2012; Millán et al., 2016; Muñoz et al., 2017).

La religiosidad popular está creciendo y el turismo religioso se oficializa y divulga por medio de las secretarías de turismo de los gobiernos correspondientes y por las autoridades eclesiásticas (Fernández, 2012). México está reconociendo la importancia del potencial de la actividad llamada turismo religioso (Macedo, 2012).

## 2.2 Modelos de Gestión Estratégicos

Desde hace décadas el escenario empresarial se encuentra en evolución, caracterizado por la complejidad, incertidumbre y volatilidad que ha provocado la globalización, las comunicaciones y los cambios en los mercados, que ha afectado la manera en como las organizaciones se manifiestan (Báez, Hernández, Perdomo, Garcés y Carrasco, 2018).

Un modelo sirve para organizar ideas, teorías, el diseño que soportará un proyecto, con la finalidad de recabar y analizar datos, que permitan la identificación de aspectos claves, el recurso y el tiempo que se empleará para abordar un fenómeno (Pearce, 2016). Permiten orientar a la empresa de manera racional y sistemática para toma de decisiones que lleven al logro de objetivos planteados (Moreno, 2014).

Un modelo requiere contar con diferentes etapas, que faciliten el seguimiento de las acciones emprendidas, la comprensión de los objetivos planteados, las funciones que se van a desarrollar, la esquematización de la organización y el sistema requerido para formar las dimensiones que debe llevar a cabo un destino turístico (Pearce, 2016).

### 2.2.1 Modelos de gestión aplicados al turismo cultural y religioso

Un destino turístico se ve influido por componentes internos y externos donde las circunstancias políticas, ambientales, cuestiones de moda, etc., inciden en el desarrollo del lugar; al igual que los recursos que se poseen, permiten ofertar más de un tipo de producto turístico (WTTC, 2018). Planteando la necesidad de identificar los factores externos e internos que pueden afectar el desarrollo del lugar, como seguridad, conservación, infraestructura, la comunidad, el visitante que se considera un externo, etc. (César, 2015; González-Domínguez y Palmas, 2016; Flores et al., 2018). El cual también recrea un espacio material en constante transformación; con simbolismo que le permite conservar su valor y calidad en base al producto turístico que implementa, y relevancia provista por la calidad y accesibilidad de los servicios turísticos que oferta (Rubio, 2017; Shaadi, 2017).

La gestión de un destino turístico facilita la identificación de los recursos y valores que requiere promoción, por mencionar, se incluyen la gastronomía (Fusté-Forné, 2017); la identificación del capital humano y tecnológico como medio para lograr la competitividad en la industria (Ortega y Sánchez, 2018); los recursos naturales y espaciales (Inda y Santamaría, 2015).

Cabe mencionar que el turismo como actividad por sí mismo ya constituye un modelo que requiere ser analizado desde distintas perspectivas que consideren estrategias sistémicas que permitan comprenderlo como sector importante para la economía mundial (César, 2015). Por otra parte, la importancia que está teniendo el turismo cultural y el religioso es derivado del legado histórico que tiene el país, resultando en una herencia material e inmaterial artística, cultural y social (Hiriart y Alvarado, 2013).

## 3 DESCRIPCIÓN DEL MÉTODO

Este trabajo forma parte de un proyecto de investigación centrado en el desarrollo de un modelo de turismo religioso para una ciudad ubicada en la región Bajío en México. Para la realización del trabajo se estableció un enfoque cualitativo de diseño no experimental con un alcance exploratorio-descriptivo mediante revisión documental a revistas académicas, libros y trabajos de investigación encontrados en bases de datos nacionales e internacionales; enfocando la

búsqueda en estudios realizados en México, y así tener un contexto general del estado del arte sobre turismo religioso-católico, cultural, modelos de gestión y modelos de gestión aplicados al turismo; y así analizar evidencia empírica sobre estos temas.

Se realizó la búsqueda en bases de datos como Scopus, EBSCOhost, Emerald Insight, Science Direct y Elsevier. A través del uso de palabras claves y booleanos estándares como "OR", "SAME" y "AND" se realizó la búsqueda (Pisani, Kourula, Kolk y Meijer, 2017), que quedaron de la siguiente manera: ("modelos de gestión" OR "management models" AND "modelos de gestión empresarial" SAME "gestión empresarial") AND ("modelos de gestión turística" OR "gestión turística" AND "gestión de turismo religioso"); así mismo ("turismo religioso" AND "México" AND "turismo cultural" AND "ciudades en México" OR "tourism religious" OR "tourism" AND "cultural tourism") finalmente ("México" AND "modelos de gestión turismo religioso" AND "modelos de gestión turismo cultural").

Los algoritmos de búsqueda se corrieron en las bases de datos enlistadas, reconociendo limitaciones en la búsqueda, resultado de la extensa información

encontrada, pero se realizó una lectura de los resúmenes en primera etapa para seleccionar los artículos que servirían para el objetivo de esta investigación posteriormente se seleccionaron trabajos realizados en el contexto mexicano para analizarlos.

El estudio de los artículos encontrados en la revisión de literatura se realizó con el programa ATLAS.ti para establecer códigos considerando los tópicos de estudio, ciudad donde se realizó el estudio y si era una investigación que mostraba un panorama holístico del tema en el país. El uso de este programa permitió obtener categorías empleando un razonamiento inductivo y comprender el fenómeno estudiado de una manera general (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

A continuación, se presentan algunos modelos de gestión turística que se encontraron en la revisión bibliográfica, enfocadas a la generación de modelos de gestión de destinos turísticos, de empresas turísticas, de turismo religioso y de empresas hoteleras, los cuales sirven para presentar un panorama general del sector turístico, que permitio establecer los elementos requeridos para la generación de una propuesta de un modelo de gestión turístico religioso-cultural (tabla 1).

**Tabla 1. Modelos de gestión con enfoque turístico analizados.**

Planteamiento de modelos de gestión con enfoque turístico			
Modelo	Enfoque	Autor	Año
De aproximación situacional entre turista y creyente	Actores principales: el turista como parte integrada a la comunidad, la arquitectura del lugar y del recinto donde se resguarda la imagen como elemento vital para la promoción del sitio religioso, el rito religioso que trasciende para lograr sea identificable por el visitante.	Berg y Ossa	2012
De gestión estratégica para el sector hotelero	Desarrollo de actividades que permitan mejorar la eficiencia y la calidad de los servicios turísticos en las instalaciones hoteleras; mediante la mejora de la infraestructura hotelera, preparación del personal, especialización del capital humano, comunicación con clientes internos y externos, así como incremento de alianzas estratégicas con otros agentes turísticos.	Torres-Almeida, Pérez-Barral, Hernández-Junco y Ortiz-Coloma	2016

Fuente: elaborado con base en literatura revisada.

Resalta la importancia de considerar la generación de modelos que faciliten la gestión para el desarrollo y preservación de destinos turísticos de relevancia cultural y religiosa para el país. Por lo que, se

presenta la revisión de algunos de los modelos con enfoque al turismo cultural y religioso en México que se encontraron, los cuales se presentan en el siguiente apartado (ver tabla 2).

**Tabla 2. Modelos de gestión para el turismo religioso y cultural analizados.**

Planteamiento de modelos de gestión con enfoque al turismo cultural y religioso				
Modelo	Destino	Descripción	Autor	Año
Territorial de gestión	Puebla	Busca enfocarse en la comprensión del Patrimonio Cultural Territorial (PCT) que se extiende bajo la conceptualización del bien cultural que encierra bienes tangibles e intangibles, culturales, naturales en un sitio especificado. Haciendo un detallado de aspectos financieros, mercadológicos, legales, sociales y de gestión del patrimonio tangible e intangible de la localidad estudiada.	Castellanos	2012

Planteamiento de modelos de gestión con enfoque al turismo cultural y religioso				
Modelo	Destino	Descripción	Autor	Año
Normativo de turismo cultural	Jalisco	Plantea el análisis de las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, considerando factores como infraestructura, instalaciones, etc., para el desarrollo e implementación de políticas de turismo cultural en el sur del estado de Jalisco. Desarrollado con la finalidad de de crear una propuesta funcional y de uso ágil para favorecer el crecimiento económico y social de la región sur que abarca seis municipios del estado.	Vargas	2013
De turismo cultural sustentable	Morelia	Reflexiona sobre la gestión del turismo cultural que prevalece en la ciudad de Morelia, enfocándose en el centro histórico. Presenta la relevancia que ha tenido el turismo para la zona, y como las amenazas principalmente en tema de seguridad han provocado un descenso de visitantes a la ciudad. Presenta una revisión de los esfuerzos conjuntos que ha realizado gobierno y empresas para promover la imagen pública de la ciudad y los atractivos materiales e inmateriales que posee.	Hiriart y Alvarado	2013
Sustentable para la gestión del turismo cultural	México	Relaciona mediante una revisión teórica los elementos exógenos y endógenos que conforman el turismo cultural y sus diferentes expresiones. Definiendo, además, los actores y la ubicación de la cadena productiva para el turismo cultural.	ICTUR	2015
De gestión espacial del turismo religioso	San Luis Potosí	Con la declaratoria de Patrimonio Cultural de la Humanidad del camino de tierra adentro en el estado de San Luis Potosí en el año 2010 este trabajo reflexiona sobre la necesidad de crear leyes, planes y programas alineados a las políticas nacionales en materia de turismo y ciudades patrimonio.	Arista, Hiriart y Barrera	2016
De gestión holístico-estratégico	Colima	Mediante un estudio realizado en la ciudad de Colima, recabando datos de entrevistas a actores de la zona, grupos focales, datos gubernamentales, genera un modelo que busca integrar los recursos históricos y culturales de la ciudad, a través de su identificación ya sea como patrimonio tangible o intangible que le permita dar identidad al local para ofrecer al visitante una experiencia diferente de otras ciudades históricas del país.	Magaña y Padín	2016

Fuente: elaborado con base en literatura revisada.

En el siguiente apartado se presenta el resultado de los modelos analizados.

#### 4 RESULTADOS

La revisión de literatura permitió identificar seis modelos que surgieron de investigaciones empíricas

los cuales se analizaron con la finalidad de encontrar las ventajas y desventajas que presenta cada modelo y proponer la primera aproximación teórica-conceptual de un modelo integral de gestión de un destino turístico religioso-cultural (ver tabla 3).

Tabla 3. Análisis de los modelos de gestión para el turismo cultural y religioso.

Modelo	Consideraciones del modelo	Ventajas	Desventajas
Territorial de gestión	Plantea el uso de estrategias financieras, mercadológicas, legales, sociales para la gestión de un territorio que cuenta con un patrimonio cultural de relevancia, como un bien de uso y explotación de la comunidad y las instancias públicas.	Valoriza el recurso del patrimonio cultural con una perspectiva de desarrollo sostenible, social, cultural, económica y de cuidado a los recursos naturales como parte de ese patrimonio tangible e intangible que tiene la región de estudio.	Aunque establece diferentes consideraciones de actores, recursos, elementos externos e internos que inciden en la gestión del patrimonio cultural territorial, no define el objetivo principal de este considerando a todos los participantes del territorio, puesto que no involucra a la comunidad como parte activa en el modelo.



Modelo	Consideraciones del modelo	Ventajas	Desventajas
<b>Normativo de turismo cultural</b>	Plantea el diseño de un modelo normativo para el desarrollo de estrategias de políticas públicas para la gestión del patrimonio cultural y potencializar a la región como destino turístico cultural.	Contempla los distintos actores que participan en el turismo cultural desde la fase inicial hasta la implementación de las estrategias de gestión para el turismo cultural. Establece un FODA para el diseño y desarrollo de los productos turísticos culturales en la región. Además de plantear el uso de estrategias mercadológicas para la promoción de dichos productos y sean del interés de los turistas.	Aunque contempla a los diversos actores que participan en el diseño de estrategias para la promoción de un destino turístico cultural, así como la identificación de los recursos y la ventaja que tiene en el ámbito cultural la región del sur de Jalisco, no considera los medios para la retroalimentación por parte de los participantes que intervienen en el ecosistema, de igual forma no aclara la forma de trabajar integralmente entre las seis localidades que conforman la región sur, quedando por fortalecer la forma de obtener datos que sirvan a gobierno, comunidad y empresas para mejorar el servicio de los productos turísticos culturales que se pretenden ofertar a los visitantes.
<b>De turismo cultural sustentable</b>	Este modelo, establece los elementos que participan en la actividad turística cultural en la ciudad de Morelia, mostrando la relevancia que este tipo de turismo tiene para la ciudad y el estado de Michoacán.	Presenta las amenazas consideradas factores externos que pueden afectar un entorno de negocio. Así como los elementos internos que participan en el desarrollo de la actividad turística en la zona.	A pesar de identificar elementos internos y externos para el modelo no establece los mecanismos de gestión de los recursos, procesos y servicios que son básicos para el diseño e implementación de la estrategia de gestión, así mismo no llega a definir la misión y visión de la actividad en la ciudad. Finalmente, no establece el medio de retroalimentación para la evaluación del modelo.
<b>De gestión espacial del turismo religioso</b>	A través de información plasmada en las políticas públicas del gobierno federal en materia de ciudades patrimonio, se busca gestionar los espacios dedicados al turismo religioso en San Luis Potosí, considerando los diferentes productos turísticos enfocados a la religión.	Considera los actores, elementos y mecanismos que participan en la promoción del turismo religioso en el estado, involucrando al gobierno, comunidad y autoridades eclesiásticas.	No considera una misión, visión y objetivos para el desarrollo de las políticas de promoción del patrimonio tangible e intangible ligado a la religión, así como no clarifica cuales son los factores externos e internos que pueden incidir en el desarrollo del turismo religioso en el estado, de igual forma no incluye un proceso de gestión entre los actores que participan (gobierno estatal, gobierno municipal, autoridades eclesiásticas y asociaciones religiosas) del estado.
<b>De gestión holístico-estratégico</b>	Se genera a partir de elementos importantes para el residente y el visitante un modelo holístico que permite la integración de los recursos tangibles e intangibles de la ciudad de Colima con la finalidad de atender las necesidades del turista y convertir al destino en un punto de referencia turístico.	Integra holísticamente actores internos y externos, valorizando los recursos intangibles que son los más difíciles de ver por el turista, con la finalidad de potencializar como producto turístico a la ciudad. Cuenta con identidad que le permite saber el camino a seguir y tiene identificado los recursos, servicios y factores del destino.	No integra una estrategia de gestión de los procesos y procedimientos para satisfacer a las partes interesadas solo se queda en la identificación de ellos. Así mismo no establece un canal de retroalimentación para el manejo, mejora y aprovechamiento de los recursos tangibles e intangibles.
<b>Sustentable para la gestión</b>	Define la importancia que tienen los factores exógenos y	Identifica los actores, perfil del usuario, la identidad que debe	No plantea un proceso de retroalimentación, que considere a los

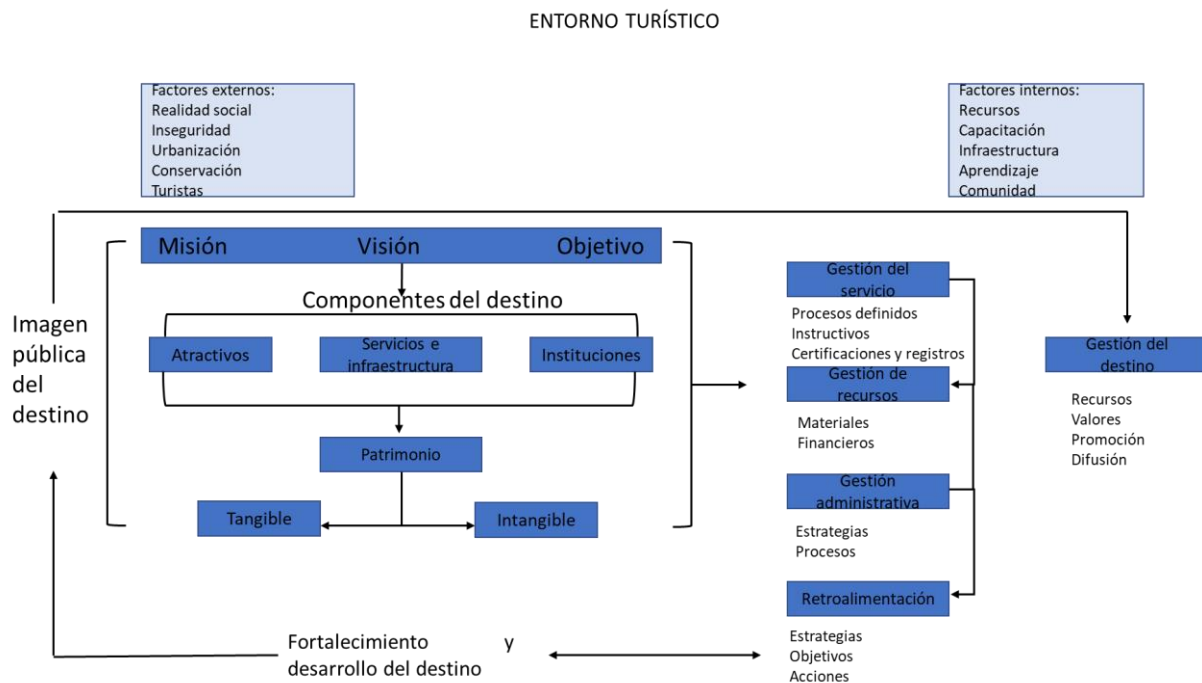
Modelo	Consideraciones del modelo	Ventajas	Desventajas
del turismo cultural	endógenos al momento de generar una estrategia para la promoción de un destino cultural, considerando la cadena productiva, el perfil del turista que visita dichos sitios y los actores que participan en el desarrollo de la actividad.	tener un destino y la cadena de producción en un segmento turístico.	actores, visitantes y participantes de la cadena de actividades turísticas.

Fuente: elaboración propia.

Al realizar la revisión de algunos modelos de gestión para el sector turístico y de estudios sobre modelos enfocados al turismo cultural se hizo un

análisis de la información y se presenta el planteamiento inicial de la propuesta de modelo de gestión para turismo cultural-religioso (figura 1).

Figura 1. Propuesta Teórica Inicial de un Modelo de Gestión para un Destino Turístico Cultural-Religioso.



Fuente: elaboración propia.

Esta propuesta plantea inicialmente que existen factores externos e internos que el destino turístico debe considerar para su correcta promoción y difusión. Estos elementos se encontraron en la revisión teórica que facilitó junto con el análisis de los modelos para turismo cultural y religioso en el país, construir las categorías que se detallan en la propuesta del modelo teórico para el turismo cultural-religioso. Así mismo, es importante considerar como inicio que el destino turístico tenga definido una misión, visión y objetivo, que tenga clarificado la razón de su existencia como lugar para que esto se transmita a los habitantes y sea percibido por el turista.

Los componentes del destino se refieren a los atractivos que el sitio posee como monumentos, plazas, recursos naturales, espacios culturales, festividades, eventos, etc., que se complementan con los servicios y la infraestructura ofertada que se forma principalmente por las empresas que participan en la cadena de actividad turística como son hoteles, restaurantes, agencias de viaje, guías turísticos, centros de diversión, arrendadoras de inmuebles y de vehículos; estos mismos requieren de trabajar en conjunto con instituciones públicas (gobiernos estatales, ayuntamientos y dependencias) e instituciones privadas como fundaciones, corporativos que promueven el turismo, por mencionar.

## 5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La generación de modelos permite a las empresas sean públicas o privadas generar esquemas de negocio que les faciliten la comprensión y les den sentido a su negocio o actividad que realicen. Por lo que resulta primordial esquematizar el contexto general en el cual se desarrollara las acciones de un negocio con el fin de medir constantemente los objetivos y metas propuestas y como se están alcanzando.

En el caso del sector turístico, resulta algo complejo determinar un modelo genérico porque es una actividad económica que concentra diferentes segmentos de mercado, empresas, tipos de negocio, rubros económicos, lo que hace difícil determinar un modelo específico. Razón por la que esta investigación se enfocó solamente a indagar sobre el turismo religioso y sobre diferentes partes de la industria turística para tener un panorama general que permitiera establecer la conceptualización inicial que servirá para un posterior abordaje cuantitativo.

Los modelos de negocios presentados son el resultado de un análisis con el programa Atlas.ti versión 7, que permitió definir categorías que sirvieran para generar el mapa de conceptualización del modelo que se propone para el fin de la investigación. Donde se encontró que el sector turístico es complejo desde un inicio porque como se mencionó en el párrafo anterior involucra diferentes actores y escenarios de negocio.

Los modelos analizados se enfocan a un tipo de negocio como es el caso de un modelo para gestionar empresas turísticas que puede ser empleado para servicios de alojamiento, restaurantes, agencias de viaje y de guías turísticos. Otro modelo analizado se enfoca al establecimiento de un esquema de medición de la demanda turística mediante el diseño e implementación de estrategias de atracción de turistas que puede ser empleado para diferentes destinos turísticos. Uno de los modelos se enfoca a un destino turístico religioso y a establecer las características que plantea la conjunción de turistas y locales en un escenario cultural-religioso. Finalmente, el último modelo analizado se enfoca a la gestión de una empresa de alojamiento y define las categorías principales que debe cumplir el sector hotelero para lograr un modelo de negocio eficiente.

Sin embargo, en el caso de México, de acuerdo con la literatura encontrada se han realizado pocos estudios empíricos para establecer modelos de gestión enfocados a la gestión del turismo cultural-religioso. Se

hace la anotación que se conjunta esta actividad porque el turismo religioso es una subrama que pertenece al turismo cultural. En este trabajo presentamos los aspectos generales de la actividad turística cultural y religiosa que se realiza en el país, y así poder establecer las categorías que pudieran servir para el modelo propuesto.

Esta investigación forma parte de un proyecto de tesis que plantea la generación de un modelo de turismo religioso a partir de teorías mercadológicas con enfoque social, por lo que en esta comunicación solamente se presenta un extracto del trabajo en proceso, encaminado a mostrar los términos teórico-conceptuales que servirán de base para la conclusión del proyecto final.

Estos elementos permiten formar la imagen pública del destino turístico que es lo que percibe el turista cuando acude a un lugar a relajarse y vacacionar, porque son los elementos que forman la parte palpable por el visitante y el servicio que le genera una percepción positiva que le invita a disfrutar, regresar y recomendar el sitio turístico.

La gestión del destino contempla aspectos del servicio, de los recursos materiales, de procesos administrativos y de un medio de retroalimentación que favorezca la profesionalización de los actores que participan en la oferta turística, ya sea, empleados, empresarios, prestadores de servicios secundarios (arrendadoras, guías turísticos, agencias, etc.), la comunidad misma y las autoridades de gobierno. Esto con la finalidad de estar generando nuevas formas de atraer, fidelizar y mantener visitantes, más si es la razón de vivir de la localidad.

Finalmente, este trabajo presentó limitaciones ya que muestra de forma general una propuesta de un modelo de gestión de un destino turístico cultural-religioso, pero no se enfoca a un destino en específico, el planteamiento se enfoca a generar un modelo consensuado que pueda ser aplicado en cualquier sitio turístico que realice turismo cultural, turismo religioso o ambos. Una limitación importante es que este modelo es solo de carácter teórico y requiere ser probado en campo para ser validado, así mismo, aún falta profundizar con expertos en temas de turismo cultural y turismo religioso para contrastar las evidencias encontradas en la revisión bibliográfica y poder afinar el modelo y llevar acabo en una tercera fase su implementación en un destino turístico, para comprobar cómo se mencionó su validez y relevancia.

Es importante continuar realizando trabajos de investigación que permitan unificar criterios que faciliten el desarrollo de modelos de gestión turística homogénea entendiendo que el sector por sí mismo representa una complejidad derivada de las características que posee como se ha mencionado. Pero se rescatan elementos de importancia como son el establecimiento de mecanismos de retroalimentación que involucren no solo a elementos internos de una organización, comunidad, empresa, segmento turístico, sino que también permita que elementos de carácter externo puedan proporcionar información que facilite la revisión de estrategias actuales y poder mejorarlas para lograr los objetivos, metas, misión y visión de un destino, empresa, segmento turístico tenga.

## REFERENCIAS

- Arista, L.; Hiriart, C.; y Barrera, D. (2016). Gestión espacial del turismo religioso en San Luis Potosí, México. *International Journal of Scientific Management Tourism*, 2 (2), 9-32.
- Arnaiz, S.; y César, F. (2017). Ciudades turísticas y desarrollo sustentable: Benidorm, España—Cancún, México. *Revista Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, 7 (3), 20-28.
- Báez, A.; Hernández, C.; Perdomo, J.; Garcés, R.; y Carrasco, M. (2018). Modelo de gestión del conocimiento para el desarrollo agropecuario local. *Estudios Sociales*, 28 (51), 2-26. DOI: <http://dx.doi.org/10.24836/es.v28i51.517>.
- Berg, L.; y Ossa, J. (2012). Religiosidad y turismo en el contexto cultural de Chiloé: exploración de un modelo de aproximación. *Arquitecturas del Sur*, (42), 36-47.
- Brida, J.; London, S.; y Rojas, M. (2014). El turismo como fuente de crecimiento económico: impacto de las preferencias intertemporales de los agentes. *Investigación Económica*, 73 (289), 59-77.
- Carranza, R.; Millán, M.; y Martínez, R. (mayo 2011). El turismo religioso en los altos de Jalisco y Andalucía: comparación de la oferta y la demanda en dos santuarios marianos. *Documento presentado en las 4tas. Jornadas de Investigación en Turismo*. Sevilla, España.
- Castellanos, M. (2012). *El patrimonio cultural territorial: historia, paisaje y gestión en Metepec, Puebla (México)*. Disertación doctoral, Universitat de Girona, España.
- Castillo-Palacio, M.; y Castaño-Molino, V. (2015). La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24, 755-775.
- César, A. (2015). El turismo: un modelo de desarrollo. *Revista Latino Americana de Turismología*, 1(1), 16-26.
- Cristea, A.; Apostol, M-S.; y Dosescu, T. (2015). The role of media in promoting religious tourism in Rumania. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 188, 302-306.
- Cruz-Chávez G.; Hernández-Trejo, V.; Avilés-Polanco, G.; y Valdivia-Alcala, R. (2016). Turismo extranjero y crecimiento económico. Evidencia empírica para los Cabos. *Economía, Sociedad y Territorio*, 16(50), 1-38.
- De la Rosa, B.; Cruz, G.; y Porras, F. (2016). Redes de política, élites y gobernanza. Marco Teórico para el estudio de un caso turístico. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(3), 596-610. DOI: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2016.14.039>.
- Fernández, A. (2010). El Santo Niño de Atocha: patrimonio y turismo religioso. *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(2), 375-387.
- Fernández, A. (2012). La Virgen de Talpa: religiosidad, turismo y sociedad. *Política y Cultura*, 38, 29-48.
- Fernández, A. (2018). Turismo, negocio o desarrollo: el caso de Huasca, México. *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(1), 233-251.
- Flores, J.; Hinojoza, A.; García, A.; Ochoa, S.; y Vásquez, M. (2018). Modelo de innovación de una organización hotelera en Cajeme, México. *Revista Latino Americana de Turismología*, 4(2), 33-49.
- Fondo Monetario Internacional (FMI). (2019). Perspectivas de la economía mundial: actualización de las proyecciones centrales.
- Fusté-Forné, F. (2017). La gastronomía en el marketing turístico. *Revista Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, 7(3), 88-99.
- González-Domínguez, I.; y Palmas, D. (2016). El método investigación-acción en el diseño e implementación de estrategias de gestión del turismo rural comunitario en México: el caso San Francisco Oxtotilpan, Temascaltepec. *Revista Latino Americana de Turismología*, 2(2), 59-76.
- Guerrero, R. (2015). La construcción de una identidad cultural y el desarrollo del turismo en México. *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13 (5), 1019-1036.
- Guanajuato (2016). *Ruta de los conventos descubre los vestigios de la fe en Guanajuato*. Recuperado de <http://www.guanajuato.mx/experiencias/13/15>.
- Guillén, L.; y Ramón-García, A. (2015). Valoración de la infraestructura de los edificios religiosos para el turismo accesible en Villahermosa, Tabasco, México. *Pasos Revista de Turismo y Cultura*, 13(3), 491-508.
- Hernández-Sampieri, R.; y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México, México: Mc Graw-Hill Interamericana Editores.
- Hiriart, C.; y Alvarado, I. (2013). Una reflexión sobre el modelo de turismo cultural en Morelia: escenarios y tendencias para consolidar un turismo cultural sustentable. *Revista MEC-EDUPAZ*, (3), 4-39.
- Hiriart, C.; y Mínguez, M. (2016). Coyuntura, retos, oportunidades y estrategias para el desarrollo de un producto turístico cultural en México: la ruta Don Vasco en Michoacán. *International Journal of Scientific Management Tourism*, 2(3), 369-396.

- ICTUR - Instituto de Competitividad Turística. (2015). *Dimensionamiento del turismo cultural y propuesta de modelo sustentable para su gestión*. Secretaria de Turismo.
- Inda, M.; y Santamaría, A. (2015). Los centros integralmente planeados (CIP's) en México. *Revista Latino Americana de Turismología*, 1(1), 36-53.
- INEGI - Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2016). *Encuesta Nacional sobre Creencias y Prácticas Religiosas en México: Informe de Resultados*. INEGI.
- Irimiás, A.; y Michalkó, G. (2013). Religious tourism in Hungary – an integrative framework. *Hungarian Geographical Bulletin*, 62(2), 175-196.
- Jiménez, P.; y Aquino, F. (2012). Propuesta de un modelo de competitividad de destinos turísticos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21, 977-995.
- Jucan, C.; y Jucan, M. (2013). Travel and tourism as a driver of economic recovery. *Procedia Economics and Finance*, 6 (2013), 81-88.
- Llontop, C. (2017). La relación entre gestión y turismo, basada en la experiencia del visitante. *Turismo y Patrimonio*, (11), 77-93. DOI: <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2017.n11.07>.
- Lobo, M.; Flores, C.; Quiroz, J.; y Cruz, I. (2018). Factors that affect the demand of tourism in México: competitive analysis. *Journal of Tourism Analysis*, 25(2), 154-166. DOI: <https://doi.org/10.1108/JTA-03-2018-0009>.
- Macedo, L. (2012). La dimensión territorial del turismo religioso. En R. Martínez (Coord.), *Turismo espiritual: una visión Iberoamericana* (pp. 15-24). Tepatitlán de Morelos, Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Madrid, F. (2015). La sostenibilidad en la política turística en México. *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(6), 1301-1313.
- Magaña, I.; y Padín, C. (2016). Modelo de gestión holístico-estratégico: abstracción simbólica para la identidad territorial cultural del Centro Histórico de la ciudad de Colima y la ciudad Histórica-Turística. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 22(44), 11-47.
- Martínez, R.; y Mínguez, M. (2015). El turismo religioso como elemento revalorizador de una tradición local: la incorporación de Jalostotitlán a los pueblos mágicos. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 2, 53-79.
- Martínez, R. y Morales, A. (julio 2011). Apuntes sobre la accesibilidad en los sitios de turismo religioso de los Altos de Jalisco. *Documento presentado en el 7mo Congreso Internacional de Turismo en el Caribe*. Cozumel, Quintana Roo, México.
- Miguel, A.; Solís, N.; y Torres, J. (2014). El impacto territorial del turismo en el desarrollo sostenible: el caso de las regiones de México 2000-2010. *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(2), 357-368. DOI: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2014.12.025>.
- Millán, G.; Pérez, L.; y Martínez, R. (2016). Factores que determinan el crecimiento del turismo en destinos religiosos. *Revista de Ciencias Sociales*, 22(1), 85-97.
- Molina, R.; Ochoa, M.; y Gil, A. (2014). Public policies and tourism marketing. An analysis of the competitiveness on tourism in Morelia, México and Alcalá de Henares, Spain. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 148, 146-152.
- Moreno, Y. (2014). Modelo de gestión deportiva para el municipio de Quibdó. *Suma de Negocios*, 5(12), 148-157.
- Muñoz, C.; Pérez, B.; y Navarrete, M. (2017). La importancia del turismo religioso en México. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3(1), 133-146.
- OCDE - Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2017). *Estudio de la Política Turística de México: Resumen Ejecutivo, Evaluación y Recomendaciones*. México, D.F.: Secretaria de Turismo, México.
- OECD (2018). *OECD Tourism Trends and Policies 2018*. Paris, Francia: OECD Publishing.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2018). *Panorama OMT del turismo internacional*, Edición 2018. Madrid, España: UNWTO.
- Ortega, A.; y Sánchez, M. (2018). La organización inteligente como apuesta de evolución en la industria turística de México. *Revista Latino Americana de Turismología*, 4(2), 73-82.
- Pearce, D. (2016). Modelos de gestión de destinos. Síntesis y evaluación. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 25(1), 1-17.
- Peinado, N.; y García, A. (2016). Tendencias y posicionamiento de la actividad turística: algunos problemas y retos para México. *Revista Latino Americana de Turismología*, 2(2), 77-89.
- Pisani, N.; Kourula, A.; Kolk, A.; y Meijer, R. (2017). How global is international CSR research? Insights and recommendations from a systematic review. *Journal of World Business*, 52, 591-614. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jwb.2017.05.003>.
- Propin, E.; y Sánchez, A. (2012). Tipología de visitantes en el santuario del Niño de Atocha, Plateros, Zacatecas. En R. Martínez (Eds.), *Turismo espiritual: una visión Iberoamericana* (pp. 109-123). Tepatitlán de Morelos, Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Propin, E.; y Sánchez, A. (2015). Santuarios católicos con magnetismo espiritual en México: una propuesta tipológica. *Revista de Geografía Norte Grande*, 61, 91-106.
- Puebla, J.L. (2012). Consideraciones en torno a los santuarios católicos de México y el turismo religioso: el caso de San Juan de los Lagos. En R. Martínez (Eds.), *Turismo espiritual: una visión Iberoamericana* (pp. 95-108). Tepatitlán de Morelos, Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

- Rigol, L., Campdesuñer, R., Noda, M. y González, J. (2009). Modelo y procedimiento para la gestión de la demanda turística. *Ciencias Holguín*, 15 (3), 1-12.
- Rubio, I. (2017). Un destino incierto. Expansión del turismo, daños y riesgos ambientales en la costa de Oaxaca. *Acta Sociológica*, (73), 83-122.
- Shaadi, R. (2017). *Desarrollo turístico en los pueblos mágicos de México. Identificación de déficit y líneas de actuación*. Disertación doctoral, Universidad de JAÉN, Andalucía, España.
- SEGOB - Secretaría de Gobierno (2013). *Plan Nacional de Desarrollo 2003-2008*. Gobierno de la República Mexicana.
- Sectur - Secretaria de Turismo (2017). *Estrategia para el impulso y desarrollo del turismo de naturaleza en México*. SECTUR.
- Sectur - Secretaria de Turismo (2018). *Visión Global del Turismo en México: análisis de mercados, perspectivas del turismo mundial*. México, D.F.: SECTUR.
- Sectur - Secretaria de Turismo, Gobierno Federal (2016). *Secretaría de Turismo*. Recuperado de <https://www.gob.mx/sectur/prensa/mexico-entre-los-paises-masvisitados-por-turismo-religioso-sectur>.
- Torres-Almeida, M.; Pérez-Barral, O.; Hernández-Junco, V.; y Ortiz-Coloma, H. (2016). Modelo de gestión estratégica para el sector hotelero de la ciudad de Ambato. *Retos Turísticos*, 15(1), 1-16.
- Torres, A.; Cruz, G.; y Arizpe, O. (2017). Priorización de viajes y turismo frente a la sustentabilidad ambiental: análisis de correlación aplicado a México. *Revista Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, 7 (3), 61-73.
- Vargas, J. (2013). Desarrollo regional y sustentabilidad: turismo cultural en la región sur de Jalisco. *Cadernos Metrópole*, 15(29), 313-338.
- Villar, A. (2010). Políticas públicas en turismo. En N. Wallingre y A. Villar (Comp.), *Desarrollo y gestión de destinos turísticos: políticas y estrategias* (pp. 51-73). Buenos Aires, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes Editorial.
- WEF - World Economic Forum (2017). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017*. Geneva, Switzerland: WEF.
- WTTC - World Travel & Tourism Council (2018). *The Economic Impact of Travel & Tourism 2018*. London, United Kingdom: WTTC.

---

Processo Editorial / Editorial Process

Editor Chefe/Editor-in-chief: PhD Thiago D. Pimentel (UFJF).

Recebido/ Received: May 28, 2019; Aceito/Accepted: December 10, 2019; Publicado/Published online: March 03, 2020.

Artigo original / Original paper. Seção revisada às cegas por pares / Double blind review section.