
Motivación y preferencias de los visitantes en el Tendido de Cristos

Sara del Rocío Robles Carrillo
Manuel Bernal Zepeda
Universidad de Guadalajara

Introducción

El turismo es una actividad económica que cada vez tiene mayor auge, convertida en una fuente de ingresos para muchas familias. Actualmente en México representa la tercera actividad generadora de divisas, superada solo por la industria automotriz y las remesas de migrantes mexicanos en Estados Unidos.¹ En 2017 se recibieron 39 millones de turistas de otras partes del mundo, ocho millones más que en el año 2016, la sexta posición entre los países más visitados.²

Existen varias modalidades de turismo, una de ellas es el turismo religioso. Cada año millones de peregrinos en todo el mundo realizan viajes a diversos santuarios; los motivos que los llevan son distintos, tales como ofrendar algo, pedir un favor, pagar mandas o por cumplir con una tradición.

La mayoría de los habitantes de México profesan la religión católica.³ La religión crea sentido de unificación dentro de una sociedad, y se expresa por medio de actividades propias de la población con las que se busca crear un vínculo con algo divino, tales como las peregrinaciones, fiestas patronales, danzas y tradiciones de la comunidad. Esta modalidad de turismo no conoce ni de clases sociales, ni de razas, distancias, o reglas políticas; por lo tanto, impacta la economía

1. Esteban Rojas. "La industria que más divisas genera en México está bajo la lupa del TLCAN". *El Financiero*. México, 21 de agosto de 2017, <http://www.elfinanciero.com.mx/mercados/dinero/la-industria-que-mas-divisas-genera-en-mexico-esta-bajo-la-lupa-del-tlcan>, consultado septiembre 2018.
2. Video. México se convirtió en el sexto país más visitado del mundo. 6º Informe, Gobierno de la República. México, 2018. CNN Español, 28 de agosto de 2018. México es el país de América Latina que más turistas recibe. CNN, <https://cnnespanol.cnn.com/2018/08/28/mexico-es-el-pais-de-america-latina-que-mas-turistas-recibe/> consultado septiembre 2018.
3. *Censo de Población y Vivienda 2010*. México, INEGI.

local, pudiendo ser una estrategia de desarrollo de los municipios que tienen recursos potenciales para su aprovechamiento.

El presente trabajo aborda una tradición religiosa, conocida como el Tendido de Cristos, que se realiza en el municipio de San Martín de Hidalgo, Jalisco. La tradición se desarrolla en la Semana Santa y consiste en que las familias poseedoras de los Cristos, hacen un altar y tienden su crucifijo para velarlo el viernes santo, convirtiendo el lugar en un centro turístico religioso.

El objetivo del trabajo es analizar las características del visitante, su motivación y preferencias, con el fin de aprovechar de mejor manera el turismo religioso en San Martín de Hidalgo. Los visitantes se clasifican en turistas y excursionistas, los turistas son visitantes que pernoctan en el destino, se quedan más de 24 horas, pero no más de un año, y viajan por motivos de recreo, vacaciones, salud, estudio, religión, deportes o negocios. En cambio, los excursionistas son visitantes que no pernoctan en el destino, o no duran más de 24 horas en el lugar que visitan.⁴

Los resultados que se presentan son parte de un estudio sobre el turismo religioso en las regiones Valles, Lagunas y Costa-Sierra Occidental de Jalisco. En este caso se estudian las preferencias y motivaciones de los visitantes de la fiesta religiosa del Tendido de Cristos. En un trabajo previo, Manuel Bernal, Erick Pablo Ortiz y Sara del Rocío Robles presentaron una caracterización de los turistas que asistieron a la fiesta religiosa en 2018,⁵ en esa ocasión solo analizaron un segmento de los visitantes, los considerados turistas, en cambio, en el presente trabajo se analizan tanto los turistas como los excursionistas. La información se obtuvo mediante una encuesta aplicada a 118 visitantes, durante el viernes santo –el 19 de abril de 2019–.

El turismo religioso

De acuerdo con Claudine Chaspoul, hay cuatro enfoques con los que se puede estudiar el turismo

4. Marysela Coromoto Morillo Moreno. “Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación”. *Visión Gerencial*. Mérida, Venezuela: Universidad de los Andes, núm. 1, enero-junio, 2011, pp. 135-158.
5. Manuel Bernal Zepeda, Erick Pablo Ortiz Flores y Sara del Rocío Robles Carrillo. “Caracterización del turista en el Tendido de Cristos de San Martín de Hidalgo, Jalisco”. Enrique Pérez Campuzano, José Francisco Sarmiento Franco y Enrique Mota Flores (coords.). *Impactos ambientales, gestión de recursos naturales y turismo en el desarrollo regional*. Ciudad de México: UNAM-Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional A.C., 2019, vol. 2, pp.651-666, <http://ru.iiec.unam.mx/4731/>

6. Secretaría de Turismo. *Dimensionamiento del turismo espiritual en México*. México: SECTUR, 2009, p. 13.
7. *Ibid.*, pp. 14-17.
8. Cecilia García Muñoz, Beatriz Pérez Sánchez y María del Carmen Navarrete Torres. "La importancia del turismo religioso en México". *International Journal of Scientific Management and Tourism*. Córdoba, España: Sociedad Científica iManagement & Tourism, vol. 3, núm. 1, 2017, pp. 133-146; y Sandra Maribel y Natalia Tobón Perilla. "Turismo religioso: fenómeno social y económico". *Anuario Turismo y Sociedad*. Universidad Externado de Colombia, vol. 16, 2013, pp. 237-249.
9. Juanita Ramírez Daza. "Impactos del turismo religioso: percepción de la comunidad local de Santa Catarina Juquila, Oaxaca". Texcoco: UAEM, 2010, p. 18. [Tesis de pregrado].
10. Genoveva Millán Vázquez de la Torre, Leonor M. Pérez Naranjo y Rogelio Martínez Cárdenas. "Etapas del ciclo de vida en el desarrollo del turismo religioso: una comparación de estudios de caso". *Cuadernos de Turismo*. Murcia: Universidad de Murcia, núm. 30, julio-diciembre, 2012, pp. 241-266.

religioso: 1. El enfoque espiritual (es un medio para acercarse a Dios). 2. El enfoque sociológico (es un medio para conocer mejor la religión que se profesa). 3. El enfoque cultural (es un medio para comprender las religiones profesadas en una sociedad en el plano histórico, sociológico, simbólico, etnológico, cultural y político). 4. El enfoque geográfico (permite observar modificaciones y nuevas necesidades del mercado turístico).⁶

El turismo religioso es parte del turismo espiritual, al igual que el turismo de reflexión. El término de turismo religioso es usado para referirse a las personas que realizan viajes o peregrinaciones a lugares considerados sagrados, cuyo motivo principal puede ser de carácter religioso, cultural, histórico, social, artístico, natural y recreativo. De acuerdo con la intensidad del motivo del viaje, se pueden distinguir varios tipos de turistas religiosos que da la combinación entre el peregrino y el turista secular.⁷

Diferentes aportaciones ha tenido el turismo religioso. En cuanto al aspecto económico, varias autoras mencionan a este movimiento religioso como un segmento de negocio que busca desarrollarse, se aprovecha como herramienta para generar progreso económico y dotar de infraestructura a aquellos sitios en los cuales tiene lugar. También contribuye al rescate y promoción del patrimonio cultural.⁸

Por otra parte, Juanita Ramírez Daza lo considera una oportunidad de realización personal, que proporciona el encuentro de la vida interior y la espiritualidad. El turismo religioso como producto turístico, es considerado un elemento importante para el desarrollo económico de algunas regiones.⁹

A pesar de la tendencia mundial hacia la secularización, en los últimos años existe un redescubrimiento de nuevos lugares turísticos y rutas de carácter religioso.¹⁰ Gemma Cánoves señala que el aprovechamiento de productos turísticos ha conformado un espacio emblemático y distintivo, y con una buena promoción puede ser consumido por un

amplio grupo de turistas involucrados con su significado religioso.¹¹ Andrés Solari y Mario Pérez señalan las actividades turísticas como las responsables de generar mayores ingresos económicos durante la segunda mitad del siglo xx, gracias al enorme movimiento de personas por estas actividades.¹² Por otra parte, Javier Robles Salgado menciona que el turismo religioso representa alternativas de usos recreativos y de esparcimiento a la población local.¹³

En cuanto al desarrollo local y el turismo, la discusión está en los efectos del turismo, por un lado, se ha convertido en una actividad rentable que permite que localidades rezagadas puedan aprovechar las actividades turísticas; y por el otro lado, puede ser estratégicamente adverso al desarrollo local. El desarrollo local es incorporado como un resultado probable, no garantizado, sino parcialmente en función de la efectividad de los aspectos sectoriales.¹⁴

Desarrollo económico y turismo

De acuerdo con los datos de la Conferencia Internacional del Turismo Religioso, la Asociación Mundial de Viajes Religiosos y la Organización Mundial del Turismo, en 2008 se desplazaron en todo el mundo 300 millones de personas para practicar el turismo religioso, dejando a su paso una derrama económica de 18 millones de dólares.¹⁵

México se encuentra dentro de los diez primeros países en cuanto a turismo religioso, se estima que poco más de 30 millones de personas realizan viajes a lugares de culto cada año, principalmente católicos, teniendo una derrama económica de 10,200 millones de pesos, siendo la Basílica de Guadalupe la que recibe anualmente 18 millones de visitantes.¹⁶ En el caso del estado de Jalisco, en 2016 se recibieron casi 8 millones de turistas religiosos, dejando una derrama de 4,250 millones de pesos.¹⁷

El turismo religioso actúa como un detonante económico en el país. Los diez santuarios religiosos más

11. Gemma Cánoves Valiente. "Turismo religioso en Monserrat: Montaña de fe, montaña de turismo". *Cuadernos de Turismo*. Murcia: Universidad de Murcia, núm. 18, 2006, pp. 63-76.

12. Andrés Solari Vicente y Mario Pérez Morales. "Desarrollo local y turismo: relaciones, desavenencias y enfoques". *Economía y Sociedad*. Morelia: UMSNH, vol. 10, núm. 16, pp. 49-64.

13. Javier Robles Salgado. "Turismo religioso. Alternativa de apoyo a la preservación del patrimonio y desarrollo". *Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*. Barcelona: Universidad de Barcelona, núm. 316, octubre de 2001, <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-316.htm>, consultado septiembre de 2018.

14. Solari y Pérez, *op. cit.*, p. 52.

15. SECTUR, *op. cit.* y Boletín 1174. Cámara de Diputados, LXIV Legislatura, <http://www5.diputados.gob.mx/index.php/esl/Comunicacion/Boletines/2016/Marzo/19/1174-El-turismo-religioso-mueve-anualmente-casi-30-millones-de-personas-en-Mexico-Andres-Fernandez>, consultado octubre 2018.

16. SECTUR, *op. cit.*; y García, Pérez y Navarrete, *op. cit.*, p. 138.

17. "Turismo religioso atrae 8 millones de personas a Jalisco". *El Diario NTR*. 20 de marzo de 2016, http://www.ntrguadalajara.com/post.php?id_notas=33906, consultado octubre 2018.

18. Jennifer Alcocer Miranda. "Estos son los 10 sitios de turismo religioso más visitados en México". *Publimetro*. 17 de noviembre de 2017, <https://www.publimetro.com.mx/mx/nacional/2017/11/17/estos-los-10-sitios-turismo-religioso-mas-visitados-mexico.html>, consultado octubre 2018.

19. Secretaría de Turismo, *Dimensionamiento...*, p. 16.

visitados en México son: 1. La Basílica de Guadalupe en la ciudad de México. 2. El Santuario de la Virgen de la Inmaculada Concepción en San Juan de los Lagos, Jalisco. 3. La iglesia de la Virgen de Nuestra Señora del Rosario en Talpa de Allende, Jalisco. 4. El Santuario de Chalma, Estado de México. 5. La iglesia de la Virgen de Nuestra Señora de Juquila, Oaxaca. 6. El Santuario de la Virgen de Zapopan. Jalisco; 7. El Santuario del Santo Niño de Atocha (Plateros), en Fresnillo, Zacatecas. 8. El Santuario de Cristo Rey en Silao, Guanajuato. 9. Santuario de Santo Toribio en Jalostotitlán, Jalisco. 10. La iglesia de San Miguel del Milagro en Nativitas, en Tlaxcala.¹⁸

De los diez santuarios mayormente visitados, cuatro de ellos se encuentran en Jalisco, convirtiéndolo en un sitio preferente para practicar el turismo religioso.

Elementos motivacionales y preferencias del turista religioso

El turismo religioso es un movimiento multitudinario, conformado por grupos de personas dispuestas a vivir al máximo la experiencia y de manera única, sumamente interesados en la historia del atractivo, su cultura, tradiciones, arte, religión, arquitectura y gastronomía. De allí la conveniencia de conocer las motivaciones y preferencias de turistas religiosos, es decir, conocer la conducta o comportamiento de este tipo de turistas.

Según la Real Academia Española (RAE) se entiende por motivaciones al conjunto de factores internos o externos, que determinan en parte las acciones de una persona. Al peregrino lo motiva la fe, va a un santuario, templo o lugar sagrado por una razón especial de piedad, cumple su rito religioso y regresa a su casa. En cambio, el turista religioso se comporta como peregrino, pero tiene además un interés cultural paralelo al religioso, realiza otras actividades. Por último, el turista secular visita el lugar de culto, atraído por un deseo de tipo cultural, histórico, social, etc., busca tener una estancia placentera.¹⁹

Asimismo, la RAE en el concepto de preferencia hace alusión a la primacía, ventaja o mayoría que alguien o algo tienen sobre otra persona o cosa, ya sea en el valor o en el merecimiento. Para determinar las preferencias del turista, se debe analizar la psicología del consumidor, y por medio de la investigación de mercados se estudia su comportamiento. En dicho análisis, se presenta la mecánica del comprador y su realidad social, las tradiciones, la cultura, los significados simbólicos, el etnocentrismo, el vínculo que se tiene con personas de otro lugar, son algunas de las variables que se utilizan para determinar las preferencias del consumidor.²⁰

El siguiente, es un perfil general del turista religioso que proporciona PROCOLOMBIA:

- El viajero religioso le gusta sentirse acogido por la comunidad y formar parte de la misma.
- Le gusta moverse en grupos para visitar los santuarios.
- El viajero joven busca que su experiencia incluya el esfuerzo físico, como las caminatas, a diferencia de los turistas con edad más avanzada, quienes prefieren una experiencia más espiritual, comodidad y acceso.
- Busca acceso a internet.
- Los motivos más comunes para emprender el viaje, es hacer ofrendas, pedir algún favor o cumplir una tradición. Busca en cada visita una reflexión espiritual, un mensaje y una historia.
- El turista religioso prefiere guías especializados, quiere profundizar sus conocimientos sobre el lugar que visita, quiere conocer más de la cultura del lugar.
- Le gusta sentirse seguro, es conservador, por lo tanto busca destinos y planes que garanticen su seguridad y la de su familia.²¹

En la medida en que se conocen bien los atributos y la riqueza del destino religioso, es posible cautivar más la atención del visitante y garantizar su regreso.

San Martín de Hidalgo y el Tendido de Cristos

El municipio de San Martín de Hidalgo, Jalisco, fue fundado el 19 de febrero de 1540, por los misioneros

20. Andrea Velandia Morales y Wilson López López. "Investigación cualitativa y psicología del consumidor: alternativas de aplicación". *Avances en Psicología Latinoamericana*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, vol. 26, núm. 2, 2008, pp. 290-303.

21. PROCOLOMBIA. Diez características del turista religioso. <http://www.procolombia.co/actualidad-internacional/vacacional/diez-caracteristicas-del-turista-religioso>, consultado octubre 2018.

22. Sergio Zepeda Navarro. *Tendido de Cristos: imágenes, historia y tradición*. México: Ayuntamiento de San Martín de Hidalgo, 2012, p. 35.

23. *Plan Municipal de Desarrollo 2015-2018. Ayuntamiento de San Martín de Hidalgo*. México: Ayuntamiento de San Martín de Hidalgo, <https://seplan.app.jalisco.gob.mx/biblioteca/archivo/descargarArchivo/2143>

24. Instituto de Información Estadística y Geográfica. *San Martín Hidalgo: Diagnóstico del municipio, mayo 2018*. Zapopan: IIEG, 2018.

25. *Plan Municipal...*, pp. 53-56.

26. Zepeda Navarro, *Tendido de Cristos...*, pp. 57-58.

franciscanos, con el nombre de San Martín de la Cal, anteriormente era un poblado de indígenas llamado Huitzquilic o Huitzquilil “lugar de cardos o lugar de la planta espinosa”, donde se encontraban los grupos de nativos situados por el río San Martín de manera dispersa.²² Pertenece a la región Lagunas, colinda con varios municipios: Ameca, Teuchitlán, Tala, Tecolotlán, Cocula y Villa Corona. Cuenta con una extensión de 324.57 km² y una población de 27,777 habitantes. El municipio tiene 38 localidades, siendo la cabecera municipal la más poblada con 8,092 habitantes.²³

Los habitantes se dedican principalmente a las actividades agropecuarias y de las 1,253 unidades económicas reportadas en 2014 por el Censo Económico, casi el 90% son comercios y prestadores de servicios, muy pocas de actividad industrial.²⁴

La cabecera municipal de San Martín de Hidalgo, es uno de los lugares más religiosos de la región, cuenta con una gran influencia franciscana. La vida diaria del sanmartinense está muy ligada con la religión católica, dedican gran parte de su tiempo, dinero y esfuerzo a cuestiones de la fe. San Martín cuenta con tres templos católicos, la parroquia de San Martín de Tours –templo principal–, La Conchita, y la capilla del Calvario.²⁵

El Tendido de Cristos

La tradición es un festejo solemne, que consiste en una representación de la crucifixión de Jesús, que se realiza una vez al año, el viernes santo. Para los sanmartinenses es parte de su identidad, y es un día en el cual los pobladores poseedores de cristos los exponen en sus casas e invitan a familiares, amigos y visitantes a que los acompañen a velar el cristo y rezar. Una peculiaridad de los sanmartinenses es el compromiso y apropiación de la tradición, al ser partícipes en todo momento. Los distingue la amabilidad y atención que brindan a los visitantes, es una cualidad que los destaca.

Existe todo un ritual para preparar el cristo y el lugar donde se tenderá.²⁶ Donde se tiende el Cristo

se convierte en una pequeña capilla, se conforma por diversos elementos, cada uno de ellos cuenta con significado diferente (imagen 1). Mientras corre la noche, el cristo es velado como si se tratara de algún miembro de la familia.²⁷

Imagen 1. Representación del Tendido de un Cristo



Fotografía de Sara del Rocío Robles Carrillo, 2018.

Características y factores motivacionales de los visitantes en el Tendido de Cristos

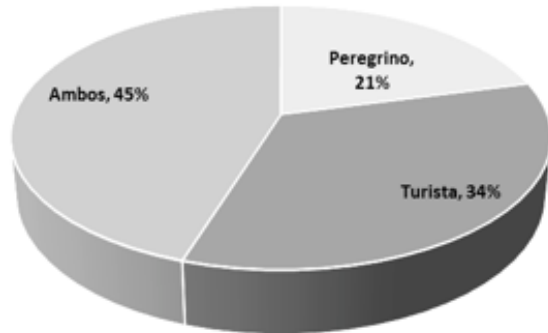
Analizar las características de los visitantes que acudieron al Tendido de Cristos en San Martín de Hidalgo, nos permite tener una idea de quiénes son, de dónde vienen y qué les gusta del evento, así como el impacto turístico que generan, lo cual puede ser aprovechado en el desarrollo del municipio. La información se obtuvo, como ya se dijo, mediante una encuesta a 118 visitantes, el día 19 de abril de 2019.

El 20% de los visitantes encuestados son turistas y permanecieron en el municipio en promedio tres

27. Secretaría de Cultura de Jalisco. *Informe del Proyecto de Conservación de las Esculturas de la Tradición Inmaterial del "Tendido de Cristos" de San Martín de Hidalgo, Jalisco*. Guadalajara: Secretaría de Cultura de Jalisco, 2016, pp. 5-6.

días y medio; el otro 80% son excursionistas con una permanencia en promedio de 8 horas. Asimismo, conforme al motivo del viaje y la intensidad del fervor religioso, el 21% de los visitantes se considera peregrino, el 45% una combinación de peregrino y turista, y el 34% turista (gráfica 1).

Gráfica 1. Tipo de visitante por el motivo del viaje



Fuente: Elaboración propia

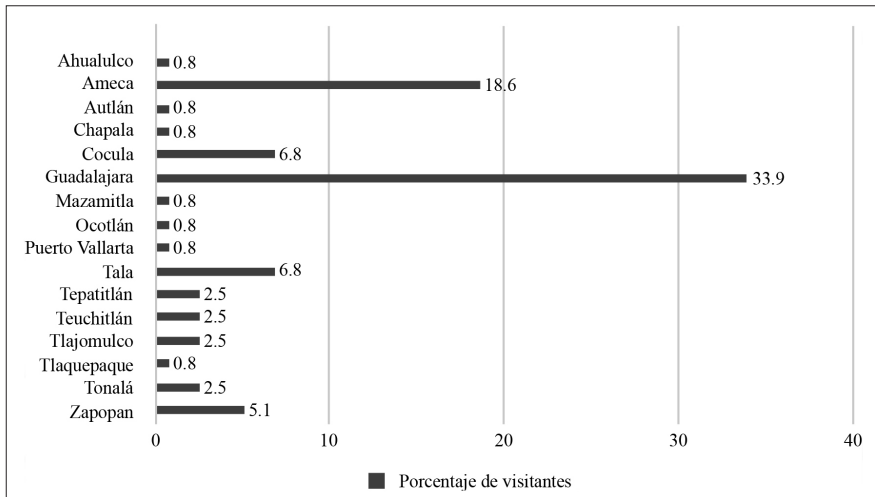
En cuanto al género y edad de los informantes, se encontró que ligeramente asisten más mujeres –54% de los visitantes–, y el 30% de los visitantes tiene una edad entre 35 y 44 años, siendo mayoría mujeres, seguido por los de entre 45 y 54 años que representan el 26%.

Visitantes por edad y género		
Edad	Hombres	Mujeres
15-24 años	2%	4%
25-34 años	8%	7%
35-44 años	11%	19%
45-54 años	12%	14%
55-64 años	9%	5%
65 y más años	3%	4%
Total	46%	54%

Fuente: Elaboración propia

El 86% de los visitantes provienen de 17 municipios de Jalisco, el 9% de ocho estados del país: Baja California, Chiapas, Chihuahua, Morelos, Estado de México, Nayarit, Sinaloa y Veracruz; y el 5% restante del extranjero: Estados Unidos, Cuba y España. A nivel estatal podemos observar una mayor presencia de los municipios de Guadalajara, Ameca, Cocula, Tala y Zapopan (gráfica 2).

Gráfica 2. Visitantes del Estado de Jalisco por municipio de procedencia



Fuente: Elaboración propia

Entre las ocupaciones más recurrentes de los visitantes encuestados, aparecen amas de casa, empleados y profesionistas, que concentran el 62% del total.

Para conocer la afluencia turística que tuvo el evento, se preguntó al visitante si asistió solo o acompañado. Todos los informantes viajaron acompañados: el 34% viajó con 1 a 3 acompañantes, y el resto con 4 o más. El promedio de los acompañantes se sitúa en 5 personas. Es notable que algunos acudieron en grupos de entre 10 y 20 personas.

El 50% de los turistas se hospedó en los hoteles del municipio y el otro 50% en casas de familiares o amigos. Al recolectar la información, los turistas que se quedaron en hoteles mencionaron que al municipio le faltan más y mejores hoteles, así como ofrecer más actividades durante el fin de semana.

En cuanto a los medios por los que el visitante pudo enterarse del evento: el 58% de los encuestados se enteró por recomendación de algún familiar o amigo; el 31% por material promocional –radio, prensa–; el 8% por internet –blog, redes sociales, etc.– y el 3% por otro medio.

Las preferencias

Respecto a los motivos por los que asistieron los visitantes en el año 2019, se encontró que el 30% acudió para visitar y convivir con la familia y amigos, el 28% por el interés de conocer San Martín de Hidalgo y la tradición, el 25% se debe al gusto por la tradición y el fervor católico, el resto porque consideran que es una actividad que brinda descanso y tranquilidad por la cercanía del lugar, porque es barato y se ajusta a sus ingresos. Existe una relación entre los visitantes que se consideran peregrinos y el motivo que se asocia al gusto por esta tradición y el fervor católico.

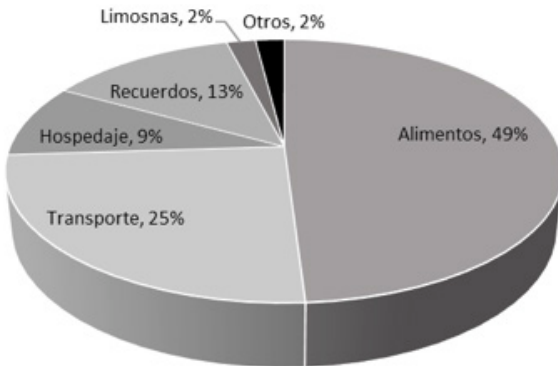
Los resultados son muy parecidos a los encontrados en el trabajo anterior de Bernal, Ortiz y Robles sobre la caracterización de los turistas en el Tendido de Cristos en el año 2018,²⁸ solo se modificó el orden entre el segundo y tercer motivo, ya que para los turistas pesa más conocer el lugar y la tradición que el gusto por la tradición y el fervor católico.

Los visitantes tuvieron como actividades, por orden de importancia, recorrer los tendidos y conocer los cristos, pasear por la ciudad, comer en los puestos de alimentos y bebidas, y visitar otras partes de interés del municipio. De la misma manera, reiteraron que acudieron al evento por el gusto por la tradición, porque es una actividad familiar, por la cercanía del lugar y por el bajo gasto que representa.

28. Bernal *et al.*, *op. cit.*, p. 659.

Respecto al gasto realizado por los visitantes, éste se distribuye entre los alimentos, transporte, recuerdos, hospedaje y limosnas (gráfica 3). Al analizar este aspecto por el tipo de visitantes, se encontró que para los turistas representa, en orden de importancia, el transporte, alimentos y hospedaje; y para los excursionistas son los alimentos y el transporte la mayor erogación. El gasto promedio de los visitantes fue de \$197.44 por persona. Si se considera solo los turistas su gasto promedio es de \$495 por persona, y el gasto de los excursionistas es de \$134 por cabeza. Como se puede observar la derrama económica del turista es mayor por persona, pero la cantidad de excursionistas no puede pasar desapercibida, ya que ambas pueden ser aprovechadas para mejorar la economía local.

Gráfica 3. Distribución porcentual del gasto de los visitantes



Fuente: Elaboración propia

Por último, a la mayoría de los visitantes les gustó el evento, considera excelente la organización, la atención y amabilidad del habitante, el involucramiento

29. *Ibid.*, pp. 661-664.

de la iglesia y la participación del ayuntamiento. Más del 52% reconoce que el evento superó sus expectativas y el 45% vivió la tradición como lo esperaba. Casi el 100% de los encuestados asistiría de nuevo al evento. Un aspecto a destacar, es la buena valoración que hacen los visitantes sobre la limpieza de la ciudad y sus calles, y la seguridad pública.

Los resultados obtenidos por Bernal, Ortiz y Robles en el trabajo previo, señalan varias recomendaciones que hicieron los turistas para mejorar el evento, se referían a la ampliación y mejora de los servicios complementarios, como el hospedaje, alimentos y bebidas, estacionamiento, servicio de guías turísticos, entre otros.²⁹ Estos resultados fueron presentados al Ayuntamiento de San Martín de Hidalgo, y algunos de ellos fueron tomados en cuenta para el tendido de 2019. Aunque las recomendaciones expresadas en 2019 son muy parecidas, los visitantes señalaron las siguientes con mayor frecuencia: proporcionar información al visitante antes y durante el evento; contar con más estacionamiento, marcar las rutas del recorrido, tener más guías turísticos, facilitar el acceso a personas de la tercera edad y con discapacidad, incorporar otras actividades recreativas y culturales para los visitantes, así como más hoteles y restaurantes.

Conclusiones

Existen varios estudios acerca del Tendido de Cristos, pero el presente es uno de los primeros que se hace desde una perspectiva turística, lo que permite entrever el recurso con que cuenta San Martín de Hidalgo, y que podría ser un detonante turístico para impulsar el desarrollo del municipio.

El trabajo presenta un perfil del visitante que permite conocer sus motivaciones y preferencias. Con base en los resultados, el 20% de los visitantes son turistas cuya permanencia en promedio fue de tres días

y medio, y el 80% son excursionistas o visitantes que solo permanecen unas horas en el lugar.

En cuanto al motivo del viaje e intensidad religiosa, el 20% de los visitantes son peregrinos, el 45% una combinación de peregrino y turista, y el 35% únicamente turistas. La mayoría de los visitantes tiene una edad entre 35 a 54 años, y acuden más mujeres que hombres, provienen principalmente de la Zona Metropolitana de Guadalajara y municipios aledaños a San Martín de Hidalgo, por lo que podemos decir, que es un visitante local y regional.