

Research Article

ANÁLISIS DEL TURISMO RELIGIOSO COMO IMPULSOR DEL DESARROLLO LOCAL, CASO: POBLADO BARRANCA EL PICHÓN, ENNAYARIT; MÉXICO, 2025

¹Luis Emmanuel Paredes Fernández, ¹José Oscar Barragán Ortega, ¹Lester Fernando Hernández Díaz, ¹Yustine Galilea Chaparro Alejo, ²*José Octavio Camelo Avedoy

¹Estudiante de la Maestría en Ciencias para el Desarrollo, Sustentabilidad y Turismo, Universidad Autónoma de Nayarit. México.

²Profesor Investigador de la Unidad Académica de Economía, Universidad Autónoma de Nayarit. México.

Received 08th May 2025; Accepted 09th June 2025; Published online 30th July 2025

Resumen

El turismo, en su modalidad de religión, se le ha dado la tipología de turismo religioso. En el estado de Nayarit, en México, se cuentan con diversos altares, monumentos, iglesias, a los cuales se les rinde culto. En el altiplano del estado, el catolicismo domina las creencias religiosas, junto con sus festividades y patronatos; en el municipio de Tepic, existe una iglesia católica ubicada muy cerca de la capital de estado, en una población llamada Barranca El Pichón, en donde se tiene la tradición de asistir los fines de semana, pero sobre todo los días 12 de cada mes; en donde, a su vez, aprovechan para consumir algunos alimentos y suvenires del lugar, generando así una dinámica socio-económica-cultura-religiosa y turística. Es este particular el que estudia el presente escrito y explica el comportamiento socio económica de la localidad. El objetivo es determinar cómo el turismo religioso contribuye al desarrollo local de Barranca El Pichón. Con un marco teórico hacia el Desarrollo Económico Local. Con una metodología de investigación mixta, mediante entrevistas a profundidad y cuestionarios, en dos dimensiones: aplicadas a los pobladores residente y a los visitantes; las entrevistas a profundidad, fueron aplicadas a trece personas que son habitantes de la localidad y los cuestionarios fueron aplicados a veinte personas que fueron a visitar la Barranca El Pichón. Algunos resultados indican que el 100% de ellos visitantes a Barranca El Pichón, asiste por motivos religiosos; de los cuales, un 90% suele consumir alimentos cada que asiste al lugar.

Palabras clave: Derrama económica, Beneficio de la población, Turismo religioso, Desarrollo local, Costumbres religiosas.

INTRODUCCIÓN

El turismo religioso, en América Latina, trasciende la práctica espiritual para convertirse en un fenómeno socioeconómico con el poder de transformar comunidades. En México, este tipo de turismo genera derrama económica, particularmente en localidades con profundas tradiciones, como Barranca El Pichón, en Tepic, Nayarit, México. Este poblado es reconocido por sus recurrentes festividades religiosas los días 12 de cada mes, siendo la festividad mayor el día 12 de diciembre. Cientos de visitantes llegan atraídos por las costumbres religiosas, durante la celebración patronal del 12 de diciembre, dedicada a la Virgen de Guadalupe en su santuario local. Sin embargo, persisten dudas acerca de si estas dinámicas turísticas promueven un desarrollo local integral o simplemente ingresos efímeros (García, 2017).

Como advierte Arocena (2009), el desarrollo local no se reduce a cifras económicas, sino que debe medirse en términos de beneficios para la población, como acceso a servicios básicos, empleo estable y preservación cultural; desde esta perspectiva se debe buscar el desarrollo local, en el sentido integral del concepto. En Barranca El Pichón, por ejemplo, la venta de artesanías y alimentos durante las peregrinaciones genera ingresos económicos, pero no existen estudios que demuestren cómo estos recursos se traducen en mejoras estructurales para la comunidad (Mendoza & Sánchez, 2020). Por su parte, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2020), el 72% de los habitantes de Nayarit participa en actividades religiosas colectivas lo que sugiere, un potencial turístico religioso subaprovechado.

Este artículo tiene por objetivo determinar si el turismo religioso contribuye al desarrollo local en Barranca El Pichón, en el estado de Nayarit; México. Analizando tres ejes: la derrama económica, los beneficios para la población y la preservación de costumbres religiosas. Si la afluencia de fieles al destino de Barranca El Pichón generan un beneficio económico para los habitantes del poblado, poniendo atención en si el mismo les permitía solventar algunas necesidades a las familias que estuviesen integradas en esa dinámica. El marco teórico utilizado para el análisis fue el de desarrollo local enfocado a poblaciones con turismo religioso.

El documento se encuentra estructurado en un primer apartado de marco teórico, en el cual se esbozan los principales elementos teóricos conceptuales abordados en la investigación. Un segundo rubro se titula Marco metodológico, en el mismo se detalla de manera general la forma en cómo se realizó tanto el estudio de campo como la investigación en su conjunto. Un tercer y cuarto apartado se le denominó hallazgos y discusión, en donde se presentan los resultados analizados de las encuestas y las entrevistas, así como sus respectivas gráficas, seguido por la discusión que a partir de los resultados se desarrolló. Por último, se encuentra un apartado donde se exponen las conclusiones derivadas de la investigación que se llevó a cabo.

MARCO TEÓRICO

El concepto de desarrollo local ha sido discutido en el ámbito científico, especialmente por su vinculación con la esfera global. Su origen surge de la combinación de dos términos controvertidos: "desarrollo" y "local", los cuales han sido objeto de múltiples interpretaciones y aportaciones sin llegar aún a una definición unánime y aceptada (Juárez, 2013). Sachs (1980) ya advertía sobre la imposibilidad de separarlos en la práctica, al afirmar que:

*Autor correspondiente: José Octavio Camelo Avedoy,

²Profesor Investigador de la Unidad Académica de Economía, Universidad Autónoma de Nayarit. México.

El desarrollo no se puede manifestar más que ahí en donde están y viven las gentes, es decir, localmente. En otros términos, se traduce en el mejoramiento de las condiciones materiales e inmateriales de la vida de los habitantes, creándoles la oportunidad para su realización, o se termina en un fracaso.

Por su parte, Arocena (2002) sostiene que el desarrollo está marcado por su contexto histórico, siendo resultado tanto de procesos sociales como económicos. En cuanto al término "local", ha sido entendido como el espacio en el que se vive la cotidianidad. Dollfus (1997) lo describe como "el espacio en el que se vive más permanentemente, donde se duerme, donde se trabaja, donde se frecuenta a los allegados, el espacio de lo cotidiano, de vecindad". Este espacio es relevante porque es allí donde se construyen las relaciones humanas, políticas y económicas que pueden traducirse en dinámicas de desarrollo.

Dentro de este marco, el desarrollo local se configura como una propuesta que sitúa "como punto central al ser humano y a los intereses colectivos, potenciando en su esfera diaria las capacidades de los individuos. Es un enfoque y una práctica que persigue impulsar el desarrollo endógeno, la auto-organización y el bienestar social" (Juárez, 2013). Para Buarque (1999) lo define como "un proceso endógeno, registrado en pequeñas unidades territoriales y asentamientos humanos, capaz de promover el dinamismo económico y la mejoría en la calidad de vida de la población". Vázquez (2000) define el desarrollo económico local como un proceso de crecimiento y cambio estructural que, mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en el territorio, conduce a la mejora del bienestar de la población.

En los últimos años, el turismo ha ganado un lugar destacado como herramienta para el crecimiento económico y social de los territorios. Tal como lo señalan Gambarota y Lorda (2017), el turismo se ha convertido en un importante factor de desarrollo socioeconómico de los países. Esta actividad ha sido impulsada por las nuevas tendencias de consumo asociadas al ocio y a la necesidad de romper con la rutina, lo cual ha permitido el desarrollo de nuevos destinos turísticos y, con ello, la generación de dinámicas que diversifican la economía y mejoran la calidad de vida de la población.

Vera *et al.*, (1997) también aportan a esta visión al señalar que la creciente demanda de destinos y experiencias alternativas ha propiciado que todos los espacios sean potencialmente turísticos, en razón a su especificidad, y agregan que el turismo debe ser reconocido como pieza en la construcción de nuevos espacios de crecimiento a escalas regional y local, en la transformación de las sociedades y territorios.

Desde esta perspectiva, el turismo de motivación religiosa, también conocido como turismo religioso, el cual es practicado en el poblado Barranca El Pichón, constituye una modalidad de gran relevancia en el contexto actual, tanto por su impacto económico como por su valor cultural y espiritual. Según estimaciones de la Organización Mundial del Turismo, "entre 300 y 330 millones de personas acuden a los principales enclaves religiosos cada año, lo que hace del turismo por motivación espiritual una parte significativa, tanto del turismo nacional como del internacional" (Salinas *et al.*, 2022).

En cuanto a los beneficios de este tipo de turismo, se han realizado diversos estudios los cuales han destacado que el turismo religioso aporta beneficios económicos tangibles a las comunidades receptoras. En este sentido, se señala que "aunque un número excesivo de turistas puede provocar daños, las visitas son

favorables, pues realizan un aporte económico significativo a las finanzas del sitio visitado" (Shackley, 2002). Asimismo, "los impactos económicos asociados al turismo religioso resultan mayores que en otros segmentos del mercado" (Da Souza, 2002).

En cuanto al impacto económico que se genera a partir del turismo, la derrama económica es la más importante. Esta hace "referencia a la inyección, entrada o ingresos de dinero a una economía o sector económico realizados por el estado o desde el exterior, de forma que beneficia a la generalidad de los agentes económicos y sociales que lo componen" (Sarasola, 2024). Esta derrama económica en el turismo, generalmente es por parte del turista, pero en el caso de la Barranca El Pichón, también se compone de los visitantes. De acuerdo a las Naciones Unidas (2010) un visitante es aquel que viaja a un destino diferente a su entorno habitual con una duración inferior a un año, con cualquier finalidad a excepción de ser empleado en dicho país por una entidad residente de ese país. Por lo que un visitante ya sea, interno, receptor o emisor, es clasificado como turista si su viaje incluye una pernoctación en dicho lugar, en caso contrario es un visitante de día o excursionista.

Finalmente, además del impacto económico, el turismo religioso "valoriza la cultura local, aporta beneficios económicos a las comunidades, estimula la identidad local y regional, incentiva las inversiones privadas, y favorece la capacitación de la población residente" (Salinas *et al.*, 2022). Así pues, se convierte también en una herramienta de fortalecimiento del tejido social y de promoción del patrimonio cultural.

METODOLOGÍA

Esta investigación adopta un enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo, con el fin de obtener una comprensión integral del fenómeno del turismo religioso y su impacto en el desarrollo local en la comunidad de Barranca El Pichón. Se buscó no sólo recabar datos medibles y objetivos sobre la derrama económica y participación social, sino también captar las percepciones narrativas y significados que los actores locales y visitantes le otorgan a estas costumbres religiosas. La investigación es de tipo exploratorio-descriptivo, debido a que, busca caracterizar un fenómeno social poco documentado en la localidad, el turismo religioso como herramienta de desarrollo local, y así identificar patrones, prácticas y percepciones relevantes.

El lugar de estudio es una población llamada Barranca El Pichón, la cual se localiza en el municipio de Tepic, en el estado de Nayarit en México. El mismo, cuenta con una iglesia católica en donde asisten los feligreses de diferentes partes de México. El nombre que lleva la población, hace alusión a la fisiografía en donde se localiza, que precisamente es entre diferentes barrancas.

Imagen1.- Macrolocalización del poblado Barranca El Pichón.

Fuente: Elaboración propia.

Para ilustrar la fisiografía en donde se localiza la población de Barranca El Pichón, se presenta la siguiente ilustración.

Imagen 2.- Fotografías de la población Barranca El Pichón.

Fuente: Créditos a quien corresponda, tomadas de internet.

La unidad de análisis estuvo conformada por dos grupos de personas que participan directamente en las festividades religiosas del día 12 de cada mes en el poblado Barranca El Pichón.

- 1) Oferentes de productos o servicios, trece personas mayores de 20 años que, durante las festividades, instalan puestos o brindan servicios, como la venta de alimentos, artesanías, bebidas, etc.
- 2) Visitantes religiosos, veinte personas cuya motivación principal para asistir a Barranca El Pichón fue rendir tributo y devoción en actividades religiosas.

Se emplearon dos técnicas para la recopilación de información: encuestas estructuradas para visitantes y entrevistas semiestructuradas para oferentes de productos o servicios. Los instrumentos incluyeron preguntas sobre: Motivos de visita, monto de gastos, frecuencia de asistencia, consumo de alimentos o servicios, participación familiar y percepción del impacto económico y social, y opinión sobre la preservación de las costumbres religiosas. Las entrevistas buscan recoger testimonios personales, opiniones sobre

la organización comunitaria, beneficios percibidos, y retos derivados del turismo religioso. La recolección de información se realizó los días 11 y 12 de mayo de 2025. Estos días fueron seleccionados debido a que, la fiesta religiosa se celebra los días 12 de cada mes, y los días domingo (11 de mayo de 2025) son destinados -en muchas ocasiones y por muchas familias mexicanas- a rendir devoción a la iglesia católica. Esto permitió observar dinámicas económicas y sociales en tiempo real.

Se utilizó muestreo no probabilístico por conveniencia. Los sujetos fueron seleccionados con base en su disposición a participar y su presencia activa durante las festividades. Si bien no es representativo estadísticamente, este enfoque permitió acceder a las personas vinculadas a las prácticas del turismo religioso en la comunidad. Los datos cualitativos, obtenidos a partir de las entrevistas fueron transcritos y analizados a partir de tres categorías principales: derrama económica, beneficios para la población y preservación de costumbres religiosas. Para los datos cuantitativos, los resultados de las encuestas fueron presentados mediante gráficas de frecuencia, gráficas de pastel, que permitieron analizar tendencias relacionadas al consumo, frecuencia de visitas, gasto promedio, y percepción del impacto económico.

Hallazgos

A partir de las entrevistas realizadas a trece oferentes de Barranca El Pichón, se identificaron tres grandes áreas de impacto relacionadas con el turismo religioso: la derrama económica, los beneficios sociales y las costumbres religiosas. Los testimonios permiten observar cómo las festividades del día 12 de cada mes, especialmente la del 12 de diciembre, inciden de manera significativa en la dinámica económica y social de la localidad.

En primer lugar, respecto a la derrama económica, la mayoría de las personas entrevistadas señalaron que los días 12 representan una fuente importante de ingresos, ya sea como actividad principal o como complemento económico. Se trata de un ingreso que permite cubrir necesidades básicas del hogar como el pago de servicios o la compra de alimentos:

“Me va bien, es mi trabajo principal, de aquí sale pa' la semana”
(entrevistado 2).

“De aquí se paga todo: la luz, el agua, el gas” (entrevistado 4).

Asimismo, se identificó que los productos más comercializados son alimentos preparados, frutas y botanas. Algunos mencionaron que logran vender todo lo que preparan, aunque reconocen que la demanda depende del día de la semana y la época del año. Destacan los meses de mayor afluencia como octubre, noviembre y diciembre.

En segundo lugar, en relación con los beneficios para la población, las respuestas muestran que los ingresos obtenidos los días 12 son aprovechados por diversas familias del poblado. Aunque no todos los habitantes participan como vendedores, los entrevistados reconocen que hay una participación importante de la comunidad, especialmente durante la festividad de diciembre:

“Cuando es 12 de diciembre, toda la gente pone sus puestos” (entrevistado 1). “Los días 12, todo el rancho trabaja vendiendo algo” (entrevistado 6). La organización entre los pobladores se da de forma práctica y se basa en la costumbre. Algunos mencionan que existen acuerdos sobre la ubicación de los puestos y que ya “cada quien tiene su lugar” (entrevistado 5). En ciertas ocasiones, se realizan juntas comunitarias o se lleva un padrón compartido con otras comunidades cercanas.

En tercer lugar, en lo relativo a la preservación de las costumbres religiosas, los testimonios y la observación muestran que las festividades continúan siendo eventos importantes para la comunidad. La mayoría de los visitantes son familias, lo que da cuenta del arraigo tradicional de estas celebraciones. Los pobladores expresan, en su mayoría, agrado por la llegada de visitantes, pues consideran que su presencia dinamiza la economía local:

“Se me hace bien que vengan, si no, no comemos” (entrevistado 7). “Me agrada que vengan” (entrevistado 9). “Que no dejen de venir y que pasen la voz” (entrevistado 8).

No obstante, también se reportaron efectos negativos, como acumulación de basura, desorden o incluso el abandono de animales domésticos, lo cual representa una preocupación presente en algunos residentes:

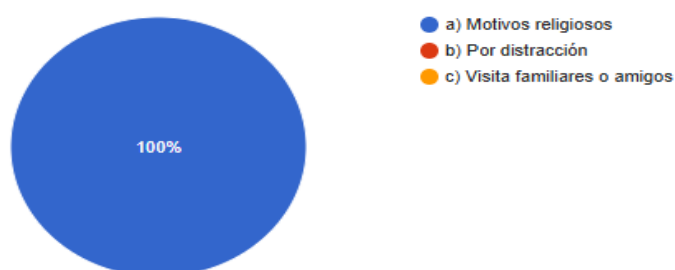
“La basura. Mucho polvo que se levanta por los carros” (entrevistado 10). “Hacen como que vienen a pasear a sus animalitos y los abandonan aquí, ahí está mi papá con su animalero en el corral” (entrevistado 1).

Por parte de la iglesia de la comunidad, expresan que la misma participa en la economía de la localidad, ofreciendo empleos directos e indirectos:

“Las velas que se dejan en el altar, se reciclan para volverlas a vender” (entrevistado 11). “Se compran los insumos: maíz y hojas, a los agricultores locales, para la elaboración de tamales” (entrevistado 11). “También se contratan personas para la elaboración de artículos religiosos -rosarios, crucifijos y pulseras-” (entrevistado 11).

A continuación, se presentan los resultados cuantitativos, encontrados en el análisis de los cuestionarios los 20 visitantes, y a las 6 oferentes de productos y servicios de la Barranca El Pichón.

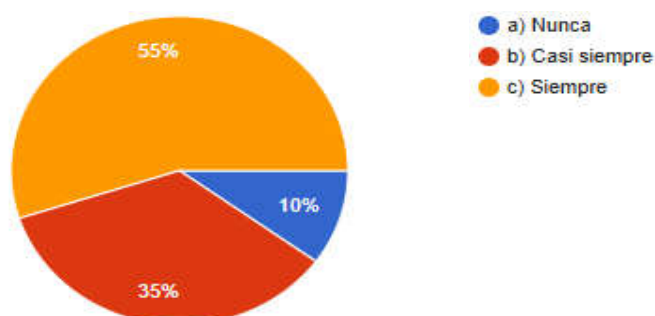
Gráfica 1.-Principal motivo de visita a Barranca El Pichón.



Fuente: Elaboración propia.

Comenzando con los resultados de los cuestionarios aplicados a los visitantes, se obtuvieron los siguientes resultados: El motivo principal por el que la totalidad de las personas encuestadas visitan la Barranca El Pichón son motivos religiosos (gráfica 1).

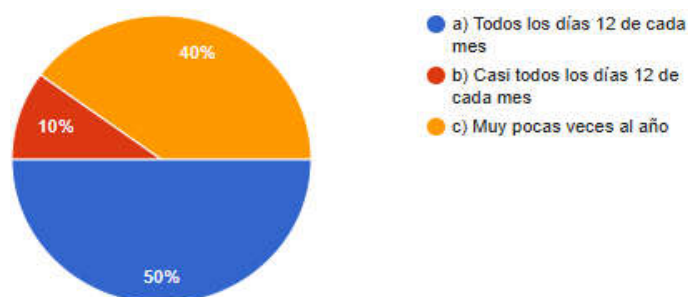
Gráfica 2.- Frecuencia en el consumo de alimentos o servicios al visitar la Barranca del Pichón.



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a si los visitantes consumen algún alimento o servicio en su visita a la Barranca El Pichón, el 55% de los encuestados mencionaron que siempre realizan algún tipo de consumo, mientras que el 35% dijo que, casi siempre y finalmente el 10% mencionaron que nunca consumen alimentos o servicios (gráfica 2).

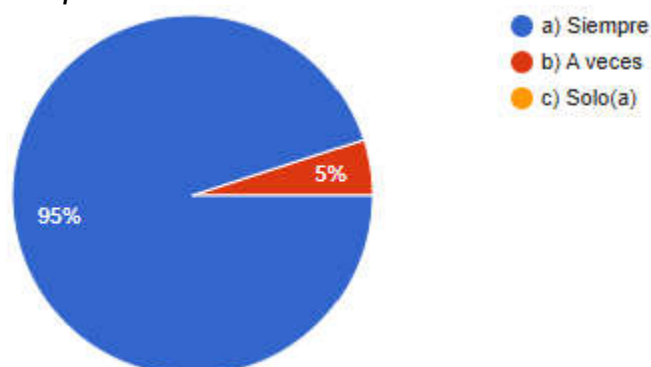
Gráfica 3.- Frecuencia con la que visitan la Barranca del Pichón



Fuente: Elaboración propia.

Con respecto a la frecuencia con la que los encuestados visitan la Barranca El Pichón, el 50% señaló que el día 12 de cada mes visita ese lugar. Por otra parte, el 40% mencionó que, visitan el lugar muy pocas veces al año y el 10% dijo que, casi todos los días 12 del mes visitan esa locación (gráfica 3).

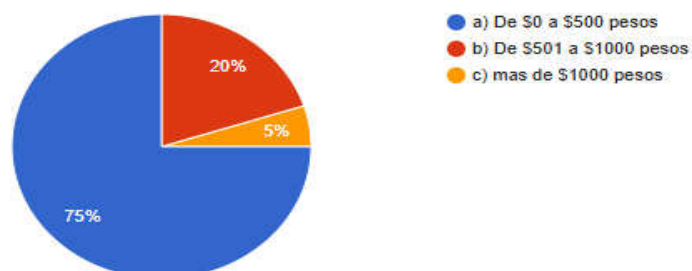
Gráfica 4.-Frecuencia con la que los visitantes acuden acompañados



Fuente: Elaboración propia

Referente a si las personas que visitan la Barranca del Pichón realizan dicha visita acompañados de amigos o familiares, los visitantes encuestados respondieron en su mayoría con un 95% que siempre van acompañados de algún amigo o familiar. En cuanto al 5% restante, estos mencionaron que a veces van acompañados de amigos o familiares (gráfica 4).

Gráfica 5.- Monto de gasto en la visita a la Barranca El Pichón.

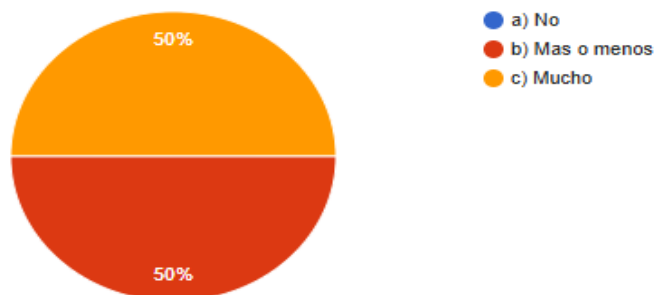


Fuente: Elaboración propia

Otro aspecto que se les preguntó a los visitantes con respecto a su visita a la Barranca El Pichón, es acerca del monto de gasto en la

visita de este sitio, donde el 75% contestó que gastan de \$0 a \$500 pesos mexicanos, mientras que el 20% de las personas gastan de \$501 a \$1000 y finalmente aquellos con un gasto superior a \$1000 pesos fue el 5%, principalmente de personas que visitan al poblado desde otros estados de la República Mexicana. (gráfica 5).

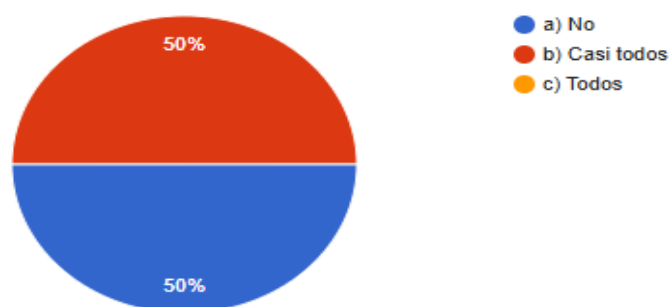
Gráfica 6.- Percepción del incremento del ingreso económico debido al día 12 de cada mes.



Fuente: Elaboración propia

A continuación, se mostrarán los resultados de la aplicación del cuestionario a los 6 oferentes de productos y servicios en la Barranca El Pichón. Comenzando por, si las personas consideran que los días 12 de cada mes contribuyen al ingreso económico familiar. Pregunta en la cual, la opinión se dividió de manera equitativa, entre mucho y más o menos, resaltando que nadie respondió que no (gráfica 6).

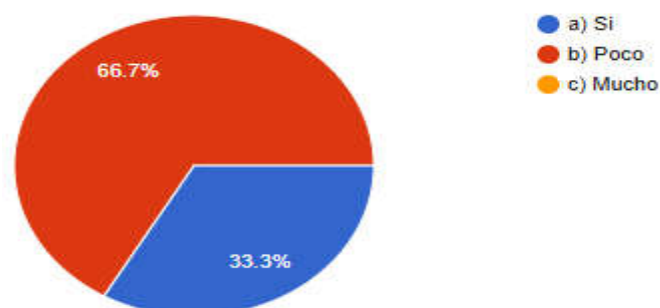
Gráfica 7.- Percepción del incremento del ingreso económico debido al día 12 de cada mes.



Fuente: Elaboración propia

Con respecto a las ventas realizadas los días 12 de cada mes, se les consultó a los vendedores si estos vendían la totalidad de sus productos, pregunta en la cual, nuevamente, la opinión se dividió equitativamente entre dos de las respuestas, siendo estas que el 50% vende casi todos sus productos y el otro 50% menciona que no vende la totalidad de sus productos. Además, se resalta que nadie mencionó vender la totalidad de sus productos (gráfica 7).

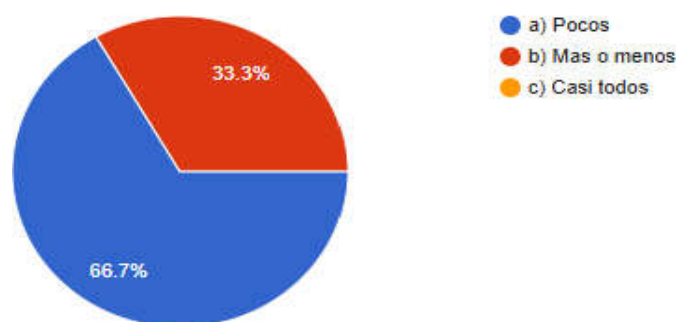
Gráfica 8.- Percepción del incremento del ingreso económico debido al día 12 de cada mes



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a si las ventas realizadas durante los días 12 de cada mes ayudan a los vendedores a resolver las necesidades del hogar, el 66.7% de los encuestados respondieron que esas ventas les ayudan poco, mientras que el 33.3% respondió que esas ventas si les ayudan a solventar las necesidades del hogar (gráfica 8).

Gráfica 9.- Participación de las familias del poblado como oferentes de productos y servicios



Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, a este grupo se les preguntó, acerca de cuántas familias se involucran como vendedores u oferentes de servicios, los días 12 de cada mes y fines de semana. A lo que, el 66.7% respondió que son pocas las familias que participan -alrededor de 6 familias- y el 33.3% dijo que alrededor de 8 familias participan. Señalando que nadie contestó que casi todos participan en alguna de esas actividades (gráfica 9).

DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos permiten profundizar en el análisis sobre el papel del turismo religioso como impulsor del desarrollo local en Barranca El Pichón. Desde la perspectiva del desarrollo local, este tipo de turismo ofrece una oportunidad de activación económica, particularmente en comunidades rurales. Como lo señala Buarque (1999), el desarrollo local implica que se aprovechen las capacidades del territorio. En este caso, las festividades religiosas, particularmente las celebradas el 12 de cada mes, se han convertido en una estrategia para la generación de ingresos familiares, mediante la venta de alimentos, productos y servicios a los visitantes. Esta relación directa entre lo religioso y lo económico se refleja en las voces de los propios vendedores, quienes reconocen que su sustento depende, en gran medida, de estas celebraciones: "Si, se me hace bien que vengan, si no, no comemos" (entrevistado 4).

Sin embargo, el análisis también revela una limitación hacia el desarrollo local, pues a pesar de que se generan ingresos, estos no se traducen en mejoras comunitarias. Como indican algunos entrevistados, existen carencias en infraestructura y falta de apoyo institucional. Esto refuerza la idea planteada por Arocena (2009) sobre la necesidad de que el desarrollo local no debe reducirse a cifras meramente económicas, sino que, a su vez, genere beneficios para la población, en condiciones estables y que permitan el acceso a servicios básicos.

A pesar del esfuerzo comunitario por mantener el orden en días festivos, se requiere un modelo de gestión más participativo que logre no solo beneficios económicos a las comunidades, sino que además estimule la identidad local y regional y a su vez, se sumen acciones del Estado en la mejora y promoción del lugar involucrando tanto a los residentes como a autoridades municipales y actores religiosos, tal como proponen Salinas *et al.*, (2022).

Esta carencia de atención es evidente cuando una entrevistada menciona que "desde que está Geraldine -al frente de la administración del municipio de Tepic-, no se ha hecho nada; hemos pedido que nos arreglen la calle y nomás vienen a tapar los baches, pero no sirven" (entrevistado 5). Otros pobladores también señalaron que han solicitado mejoras para la vialidad principal sin recibir respuesta, lo que genera una percepción de abandono institucional: "les hemos dicho que levanten todo y lo vuelvan a hacer, y nomás nos dicen 'es que esto me mandaron a hacer'". Estos testimonios reflejan que, si bien la comunidad mantiene vivas las tradiciones y se organiza para aprovechar las fechas religiosas, sin una política pública integral, el turismo seguirá representando una oportunidad a secas, sin que ésta sea una verdadera palanca de desarrollo local.

Por otra parte, la preservación de las costumbres religiosas representa un elemento clave en la identidad del poblado. Las festividades del 12 de diciembre no solo constituyen una fuente de ingresos, sino también una forma de reafirmación cultural, como lo propone Arocena (2009). El arraigo y la tradición son evidentes en las prácticas comunitarias, y coinciden con la idea de Vera et al. (1997) de que los espacios locales pueden adquirir potencial turístico en el contexto del turismo religioso. En este caso, resulta relevante destacar que, a pesar de que el 11 de mayo cayó en domingo, la mayor afluencia de personas y puestos instalados se dio el lunes 12, día de la celebración principal, lo cual pone de manifiesto la fuerza simbólica de la fecha por encima de factores laborales o logísticos. Además, las encuestas a los visitantes señalaron que muchas de las personas que asisten provienen incluso de otros estados del país, y que suelen dejar donaciones elevadas en el santuario, como propinas de 500 pesos o más. No obstante, estos aportes se concentran en el ámbito eclesástico y no necesariamente se traducen en beneficios para quienes ofrecen sus productos en los alrededores de la iglesia o en el resto del poblado.

CONCLUSIONES

Sí se observa la dinámica económica que se genera en el poblado de Barranca El Pichón, por unidad individual de producción o beneficio de dicha derrama; se tiene que el turismo religioso en el poblado El Pichón, sugiere una desigual distribución del ingreso económico por la actividad turística, donde la tradición religiosa convoca multitudes, pero los beneficios económicos se canalizan de forma parcial o limitada hacia la población local. En donde el beneficio económico mayor queda en manos de la iglesia, no obstante que la población sí está integrada a esta dinámica económica que se gesta a partir de la devoción a la Virgen de Guadalupe.

Algunas familias del poblado dejan evidencia de que obtienen un beneficio económico por el turismo religioso que visita el poblado, si bien dicha visita se lleva a cabo cada fin de semana y con mayor auge los días 12 de cada mes, los resultados indican que el ingreso económico que obtienen sí contribuye para que las familias subsanen algunas de las necesidades familiares más importantes; por lo que se concluye que esta actividad religiosa sí beneficia y genera derrama económica a las familias del poblado.

El poblado de Barranca El Pichón, observándolo como destino turístico, más allá de si fuera religioso o no, es un destino que ya se encuentra posicionado en el mercado turístico local, regional y nacional, dependiendo la época del año; por lo que a pesar de que la administración municipal de Tepic, ya no genere una estrategia de mercadeo para potenciar el destino como un elemento turístico del municipio, el mismo, por sí solo, ya cuenta con su nicho de mercado turístico el cual asistirá a generar, tanto como: devoción religiosa y derrama económica.

Los hallazgos del estudio revelan que la iglesia de Barranca del Pichón no solo cumple un rol espiritual, sino que opera como un motor de desarrollo endógeno al generar empleo, dinamizar la economía local y preservar prácticas culturales. Estos resultados se alinean con la teoría del desarrollo endógeno propuesta por Vázquez Barquero (2000), la cual sostiene que el crecimiento económico sostenible surge de la movilización de recursos y capacidades internas del territorio. En este caso, la iglesia actúa como un actor clave al impulsar actividades económicas vinculadas a su función religiosa, como la venta de veladoras, rosarios y alimentos tradicionales, que emplean a habitantes locales y aprovechan materias primas regionales (ej: maíz para tamales, cera para velas).

La instalación de 3 establecimientos de trabajo directos (venta de artículos religiosos, reciclaje de velas y alimentos) refleja un modelo de desarrollo basado en la articulación de redes productivas locales, tal como lo plantea Arocena (2009). Estos negocios no solo generan ingresos para las familias, sino que fortalecen la identidad cultural al comercializar productos ligados a tradiciones religiosas y gastronómicas. Por ejemplo, la elaboración de pan de plátano y nuez rescata recetas ancestrales elaborados por las monjas de la iglesia, mientras que el reciclaje de velas una práctica única en el poblado reduce residuos y fomenta la sostenibilidad ambiental.

Sin embargo, el estudio también evidencia limitaciones. Aunque la derrama económica existe, su impacto en el desarrollo local integral es incipiente. Como advierte Buarque (1999), el desarrollo endógeno requiere que los beneficios trasciendan lo económico y se traduzcan en mejoras sociales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arocena, J. (2009). El desarrollo local: Un desafío contemporáneo. Universidad Católica del Uruguay. Disponible en: CLACSO.
- Boisier, S. (2004). Desarrollo local: ¿De qué estamos hablando? En M. Vázquez Barquero (Ed.), *Desarrollo endógeno y globalización* (pp. 45-78). EURE Libros. <https://www.redalyc.org/>
- Buarque, S. (1999). Metodología de Planeamiento do Desenvolvimento Local e Municipal Sustentável. Recife: IICA.
- Chávez, J. (2015). Peregrinaciones y turismo religioso en los Andes: El caso del Señor de Qoyllur Rit'i. *Revista de Estudios Andinos*, 43(2), 45-67. <https://doi.org/10.4000/andes.1203>
- Dollfus, O. (1997). La mundialización. París: Presses de Sciences Po.
- Gambarota, D. M., & Lorda, M. A. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana*, 58(2), 346-359. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>
- García, J. L. (2017). Turismo religioso en México: Entre la tradición y la mercantilización. *Estudios Sociales*, 25(46), 1-25. <https://doi.org/10.24836/es.v25i46.13>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2020). Censo de Población y Vivienda 2020: Nayarit. <https://www.inegi.org.mx/>
- Juárez Alonso, G. (2013). Revisión del concepto de desarrollo local desde una perspectiva territorial. *Revista LIDER*, 23, 9-28.
- Mendoza, R. & Sánchez, A. (2020). Economía informal y turismo religioso: El caso de Zapopan, Jalisco. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 65(240), 145-170. <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2020.240.67689>
- Naciones Unidas (2010). Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008. https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1s.pdf
- Sachs, I. (1980). Ecodesarrollo. Concepto, aplicación, implicaciones. *Comercio Exterior*, 30(7), 718-725.

- Salinas Chávez, E., Domingos da Oliveira, F., & Ramírez Frías, C. H. (2022). El turismo de motivación religiosa y su contribución al desarrollo local: Una visión desde Cuba y Brasil. *Revista Electrónica Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*.
- Sarasola, J. (2024). Derrama económica. <https://ikusmira.org/p/derrama-economica>
- Shackley, M. (2002). Space, sanctity and service: The English cathedral as heterotopia. *International Journal of Tourism Research*, 4, 345–352. <https://doi.org/10.1002/jtr.388>
- Vázquez Barquero, A. (2000). Desarrollo económico local y descentralización. CEPAL.
- Vera Rebollo, J. F., López Palomeque, F., Marchena Gómez, M., & Antón, S. (1997). Análisis territoriales del turismo. Una nueva Geografía del Turismo. Ariel.
