

Diferencias y similitudes entre turismo halal y muslim-friendly: un abanico de oportunidades

Arisa López Hernández*

Universidad Complutense de Madrid (España)

Resumen: Desde sus orígenes, el Islam ha alentado a sus fieles a desplazarse por la Tierra y conocer otros lugares en nombre de Allah. A consecuencia del estilo de vida que marca esta fe y su relación con el turismo, ha aparecido una gran variedad de términos como halal, halal-friendly, islámico o muslim-friendly. El uso de estas denominaciones suele ser indiferente; sin embargo, resulta vital realizar una delimitación de cada una de ellas, pues, si bien similares, realmente no tienen el mismo significado. La medida en que se cubran las necesidades o requisitos básicos de los turistas musulmanes, tales como disponibilidad de comida halal, productos de bienvenida muslim-friendly en el alojamiento y la existencia de lugares de oración en los aeropuertos, determinará el grado en que un destino pueda considerarse o aspirar a ser muslim-friendly y/o halal. De esta manera, cuando se da un cumplimiento total de la ley islámica, se trata de turismo o un destino halal y, cuando se produce una aproximación donde pueden coexistir elementos prohibidos, se habla de turismo o un destino muslim-friendly.

Palabras Clave: Muslim-friendly; Halal; Destino turístico; Necesidades básicas; Comunidad musulmana.

Differences and similarities between Halal and Muslim-friendly tourism: A range of opportunities

Abstract: Since its inception, Islam has encouraged its faithful to travel around the Earth and visit other places in the name of Allah. As a result of the lifestyle that marks this faith and its relationship with tourism, a great variety of terms have appeared such as Halal, Halal-friendly, Islamic or Muslim-friendly. They tend to be used indistinctly but it is vital to delimit each one of them, since, although similar, they do not really have the same meaning. The extent to which the basic needs or requirements of Muslim tourists are met, such as the availability of Halal food, Muslim-friendly amenities in the accommodation and the existence of places for prayer at airports, will determine the degree to which a destination can be considered or aspire to be Muslim-friendly and/or Halal. In this sense, when there is full compliance with the Islamic law, it is said to be a halal tourist destination, whereas if prohibited elements can coexist, it is referred to as a Muslim-friendly destination or tourism.

Keywords: Muslim-friendly; Halal; Tourist destination; Basic needs; Muslim community.

1. Introducción

Desde diversos puntos de Europa, se tiende a pensar que la religión está en decadencia, que es un aspecto obsoleto; sin embargo, nada está más lejos de la realidad, pues a nivel global, la religión sigue a la orden del día. En el caso del Islam, ésta es la segunda religión más grande del mundo (tras el Cristianismo) y la que tiene mayor crecimiento en términos de fieles. Así, su relevancia y consolidación en un gran número de sociedades, repartidas a lo largo de todo el planeta, hace importante su análisis.

El Islam, que es una religión abrahámica monoteísta basada en el Corán, se inició con la predicación de Mahoma en el siglo VII de la era cristiana en La Meca (en la actual Arabia Saudita). Bajo el liderazgo de Mahoma y sus sucesores, el Islam se extendió velozmente a través de la conquista militar, el comercio, la peregrinación y los misioneros (aunque existen discrepancias entre los musulmanes y no musulmanes respecto a la proliferación de esta religión). Las fuerzas árabes musulmanas conquistaron vastos territorios y construyeron estructuras imperiales y al cabo de unos pocos cientos de años, el Islam se extendió desde su lugar de origen en la Península Arábiga hasta España en el oeste y el norte de la India en el este. El

* Universidad Complutense de Madrid (España); E-mail: arissaloher@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0001-5508-983X>

Islam viajó por estas regiones de muchas formas, desde grandes caravanas o embarcaciones que atravesaban vastas redes comerciales por tierra y mar, hasta la conquista militar y el trabajo de los misioneros, pudiendo ver de esta manera como, desde su creación, esta fe inspiró a sus fieles a viajar por el mundo y conocer aquellos lugares que habían sido creados por Dios predicando su palabra.

El Islam, a lo largo de su evolución, se ha consolidado como una fe cuyos dogmas, creencias y enseñanzas dirigen la vida de sus seguidores en todos los ámbitos, desde la educación, la vestimenta y la alimentación, hasta la forma de realizar las finanzas o experimentar el turismo. Todos estos ámbitos, en su cumplimiento con el Islam y, en concreto, con la *sharía* (que es la ley islámica), deben basarse en el concepto o la idea de 'halal', que significa, como se verá en el artículo, aquello que está permitido o de acuerdo con la ley islámica.

En especial, de las diferentes áreas que engloba el estilo de vida musulmán, el turismo será el eje central de este estudio, pues dada la universalidad de este fenómeno, resulta curioso estudiar cómo esta religión determina la manera en que viajan sus fieles. Así, con esta finalidad, se plantearán las necesidades o requisitos que presentan los turistas musulmanes y la medida en que éstas se pueden cubrir, es decir, qué debe ofrecer un destino turístico si aspira a satisfacer las demandas de la comunidad musulmana y establecerse como un destino relevante para este sector. Además, según el grado en que se cubran dichas obligaciones y la finalidad del viaje, habrá que recurrir al concepto de halal, muslim-friendly o islámico.

2. Objetivos

La finalidad de este estudio es analizar la relación entre el Islam y el turismo, para aclarar los conceptos relacionados con estos anteriores, pues existe cierta confusión sobre los términos halal, islámico y muslim-friendly. A partir del análisis de un grupo específico, los turistas musulmanes, y teniendo en cuenta el cumplimiento de la *sharía*, se partirá de la idea de que la existencia de elementos prohibidos (haram) impide que se pueda considerar un destino turístico como halal. De esta manera, se identifica el turismo halal como aquel que cumple fielmente con la ley islámica, mientras que el término muslim-friendly supone una aproximación que intenta cubrir las necesidades de este sector, pero sin poder asegurar la inexistencia de elementos haram.

En línea con lo apuntado, se propondrá una lista de las necesidades que presentan los turistas musulmanes al realizar actividades turísticas, distinguiendo desde las principales o más básicas, a las secundarias o complementarias.

3. Metodología

En lo que respecta al procedimiento de realización de este artículo, se ha recurrido al método cualitativo de investigación, lo que implica que se ha llevado a cabo una revisión bibliográfica, a través del estudio de diferentes fuentes. Los instrumentos que han permitido la observación han sido, entre otros, libros, artículos académicos, recortes de prensa, publicaciones gubernamentales, informes, documentos de organizaciones internacionales, y todo tipo de recursos que han permitido obtener información detallada y contundente para la elaboración. Así, se ha procedido a la lectura y análisis de numerosas fuentes, la extracción de ideas de éstas y la exposición en el papel, con el objetivo de intentar responder a las inquietudes planteadas en el artículo.

Entre los diversos autores que se presentan a lo largo del artículo, hay uno que requiere especial atención. Este es Mohamed Battour, profesor asociado en la Universidad de Tanta, Egipto. El doctor Battour, cuenta con un grado en Negocios y Contabilidad (Egipto), un máster en Marketing (Egipto) y un doctorado en Marketing de Destino (UM/Malasia). Como refleja su trayectoria académica, su área de especialización incluye marketing islámico, emprendimiento y turismo halal. Este autor es relevante en este artículo, pues una parte considerable de los conocimientos e ideas presentadas a lo largo del estudio han sido seleccionadas a partir de materiales elaborados por él. Asimismo, otra fuente que merece especial atención es Crescent Rating, cuyos informes anuales han sido de gran valor y han ayudado enormemente a la realización de este estudio.

4. Resultados.

4.1. Islam y turismo.

Según Nurrachmi, el Islam ha alentado a su umma (comunidad) a viajar y apreciar la creación de Alá, porque al viajar las personas pueden ganar experiencia, conocimiento y ampliar sus redes de contacto (Nurrachmi, 2019: 628), es decir, conocer más personas. Como se menciona en el Corán, y tal como recoge la autora:

“¿No han ido por la tierra con un corazón capaz de comprender y con un oído capaz de oír? ¡No son, no, sus ojos los que son ciegos, sino los corazones que sus pechos encierran” (Corán 22:46 (Sura de la Peregrinación)).

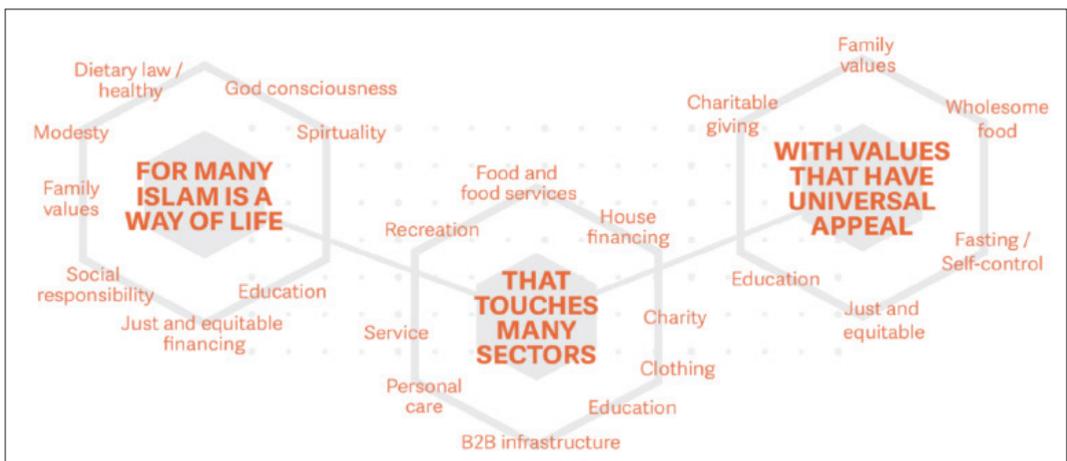
“¡Id por la tierra y mirad cómo empezó la creación! Luego Alá hará surgir la última creación, es cierto que Alá tiene poder sobre todas las cosas” (Corán 29:20 (Sura de la Araña))¹.

En esta misma línea, El-Gohary declara que la *sharía* tiene un gran impacto en los viajes y en el fomento del turismo. Al observar la ley islámica y los principios religiosos generados por el Corán y la Sunna (enseñanzas, orientación y prácticas del profeta Mahoma) se descubre que se considera que los viajeros están más cerca de Dios y las oraciones son más respondidas mientras viajan (El-Gohary, 2016:125). Así, el turismo está profundamente arraigado en la *sharía* y representa una parte importante de la vida musulmana. El Islam, como religión, se basa en cinco pilares principales² que los creyentes consideran obligatorios y representan los fundamentos de una vida musulmana: Shahada (declaración de fe), Salat (oración diaria), Azaque o Zakat (entrega de limosnas), Sawm (ayuno en Ramadán) y Hach (Peregrinación a La Meca).

De esta manera, la importancia del turismo en el Islam se convierte en un hecho innegable, ya que uno de los pilares fundamentales (Hach) requiere que todos los musulmanes peregrinen a La Meca. Sin embargo, de acuerdo a este mismo autor, el turismo en el Islam no solo está relacionado con el Hach y la Umrah (Conceptos que se plantearán más adelante), sino que los musulmanes pueden viajar y/o realizar actividades de turismo por muchas otras razones como: visitar al Profeta, adorar a Dios, búsqueda del conocimiento y el aprendizaje, aprender lecciones y recibir recordatorios, y reflexionar sobre las maravillas de la creación de Dios y disfrutar de la belleza de este gran universo (El-Gohary, 2016: 126). A parte de estos motivos, podría decirse más conservadores, los musulmanes viajan, al igual que el resto de la población, por motivos de negocio, recreación y entretenimiento o visitar a familiares, entre otras opciones.

Dada la relevancia del turismo para esta comunidad, resulta importante, como recoge prácticamente casi la totalidad de los artículos académicos, entender las particularidades de dicha colectividad, consecuencia del estilo de vida que marca el Islam (figura 1), para descubrir de qué manera hay que trabajar y cómo ofrecer los mejores productos y servicios, adaptándose a sus requerimientos. Sin embargo, antes de pasar a comentar la mezcla de necesidades y obligaciones que se deben cumplir, es importante puntualizar, como defiende El-Gohary, que no todos los musulmanes dan la misma importancia a los principios y requerimientos (El-Gohary, 2016: 127), de manera que unos darán mayor o menor relevancia a los elementos que se presentarán más adelante. Se puede decir, al igual que en otras religiones, que no todos los musulmanes seguirán la guía completa de la ley islámica, ni todos serán practicantes.

Figura 1: Ámbitos dentro del estilo de vida islámico



(Dubai Islamic Economy Development Centre, 2019)

Como plantea el informe “Muslim Friendly Tourism: Understanding the Demand and Supply Sides In the OIC Member Countries” del COMCEC³, los viajeros musulmanes pueden clasificarse en tres segmentos principales:

- Segmento A – Estrictamente musulmanes practicantes. Estos musulmanes son muy tajantes en el cumplimiento de todas las obligaciones basadas en la fe mientras viajan. En vacaciones, elegirían solo aquellos servicios que proporcionan un ambiente apto para los musulmanes. Por ejemplo, buscarían instalaciones recreativas que brinden privacidad y no tengan actividades no halal. También buscarán comida halal que haya sido verificada y auditada por un organismo de certificación o por la administración musulmana.
- Segmento B – Musulmanes practicantes. Estos musulmanes generalmente no comprometerían sus necesidades, pero se sentirán cómodos con otras alternativas. Sus principales preocupaciones se centrarán en la comida halal e instalaciones de oración. En general, preferirían elegir la opción más muslim-friendly, siempre que fuese posible.
- Segmento C – Musulmanes no practicantes. Estos viajeros no consideran cuestiones basadas en la fe al organizar sus planes de viaje. A lo sumo, buscarán alimentos libres de carne de cerdo (COMCEC, 2016: 22).

Además, a parte de estos segmentos, como explican Akyol y Kiliñç, es importante tener en cuenta variables como el género, la edad y los ingresos, entre muchos otros, pues a veces se tiene la percepción errónea de que todos los musulmanes piensan y actúan de la misma manera⁴ (Akyol y Kiliñç, 2014: 173). Según los autores, el aumento de los niveles de educación e ingresos de la población musulmana han cambiado los hábitos de consumo de este grupo social (Akyol y Kiliñç, 2014: 173), por lo que estos cambios también deben tenerse en consideración para ver qué novedades hay que ofertar.

4.2. Necesidades de la comunidad musulmana en el ámbito turístico.

A continuación, se realizará una enumeración de las necesidades que, independientemente del grupo que se trate, suelen encontrarse, más o menos, de forma generalizada en toda la comunidad musulmana, es decir, como consecuencia de su adhesión al Islam, tanto si se habla de jóvenes, como de mujeres, ejecutivos, adultos en general o personas mayores, existen unas constricciones que todos precisan cubrir. Este conjunto de obligaciones ha sido estudiado y planteado tanto por autores académicos, como por empresas privadas, gobiernos, organizaciones sin ánimo de lucro e instituciones, entre otros muchos entes interesados. Así, como es de esperar debido a la cantidad de actores envueltos, resulta un tanto complicado discernir entre la mezcolanza de requisitos que presenta cada actor, pues según sus intereses abordan y/o dan más relevancia a unos que otros.

En este caso, tras la consulta de numerosas fuentes, se ha decidido categorizarlo de la siguiente manera: tres categorías principales (alojamiento, comida y bebida, lugares públicos/otras instalaciones), presentes en todos los autores aunque con diferentes denominaciones y en diferente orden; una categoría ‘transversal’ (finanzas), que está directamente relacionada con todas las demás, pues, por ejemplo, todos los negocios deben cumplir con los principios financieros islámicos; y, finalmente, se propone una serie de categorías secundarias (otras necesidades), en las que se engloba todos esos elementos que son beneficiosos para la comunidad musulmana, pero que no van incluidos en las categorías principales porque no se consideran estrictamente necesarios.

4.2.1. Categorías principales

1. Alojamiento (generalmente se hace referencia a los hoteles).

La habitación del hotel debe disponer de:

- Copia del Corán.
- Pegatinas con la dirección de la alquibla, es decir, que apunten hacia La Meca.
- Alfombra para rezar y horarios de los rezos.
- TV con canales para niños y familia, prohibición de canales con contenido sexual.
- Minibar sin bebidas alcohólicas.
- Baños que hagan un uso responsable del agua y estén provistos de bidets.
- Cama e inodoro colocados de manera que no miren hacia La Meca.
- Reloj de pared para cerciorarse de la hora de la oración.
- Túnica de oración para las mujeres.

Entre los servicios e instalaciones del hotel se encuentra:

- Cocina y/o comida halal certificada.
 - Personal específicamente entrenado para este nicho de mercado.
 - Personal femenino para atender a las clientas.
 - Pisos segregados, es decir, plantas solo de mujeres y solo familia.
 - Gimnasio y piscina con sesión sólo para mujeres o, a ser posible, segregación permanente de las piscinas por sexo.
 - Salas de rezo.
 - Servicios e instalaciones durante el Ramadán.
 - El uniforme de los trabajadores del hotel debe ser de estilo musulmán conservador.
 - Prohibición de las bebidas alcohólicas.
 - Prohibición de las discotecas, pubs, clubs.
 - Personal musulmán.
 - Establecimiento de un código de vestimenta para los clientes del hotel.
 - La decoración de todas las instalaciones, así como de las habitaciones, no puede contener piezas de arte que representen la forma humana.
2. Comida y bebida (tanto de restaurantes y buffet dentro de los hoteles, como restaurantes fuera a los que los turistas también pueden acudir en el destino).

La disponibilidad de la comida y bebida halal es vital para los destinos que buscan agradar a los musulmanes. La existencia de estos recursos en el destino permite a los turistas musulmanes experimentar la comida del lugar en concordancia con sus creencias y los motivará a visitar esos lugares. Los alimentos que se sirven en un restaurante tienen que ser halal. Todos los animales deben ser sacrificados de acuerdo con los principios islámicos⁵. No se deben servir bebidas alcohólicas, además, debe contar con una vista halal, entretenimiento conservador y disponer de camareras para atender a las señoras y camareros para atender a los señores.

3. Lugares públicos / Otras instalaciones.

- Aeropuertos, estaciones de autobús y tren: Se recomienda que cuenten con salas de oración, segregadas por sexo, zona de lavado para realizar la ablución antes del rezo, alfombras para rezar y pegatinas que indiquen la dirección para la oración (alquibla). Los medios de transporte, en general, deben estar limpios, en ellos no se puede servir bebidas alcohólicas y las publicaciones que tengan disponibles para sus clientes deben ser coherentes con el Islam.
- Otras características de las áreas públicas:
 - Disponibilidad de mezquitas.
 - Pronunciamento público del *Azán* para indicar la hora de oración, es decir, llamamiento para rezar.
 - Servicios financieros islámicos o bancos.
 - Prohibición de actividades de apuestas por parte de las autoridades en lugares públicos.
 - Existencia de playas apropiadas para familias.

4.2.2. Categoría transversal

– Finanzas.

Esta categoría es inherente a todas las demás, en el sentido de que está presente en todas las actividades o elementos que caracterizan tanto a las principales como a las secundarias, pues, por ejemplo, los recursos financieros de hoteles, restaurantes, agencias de viajes y aerolíneas, entre otros, deben ajustarse a los principios financieros islámicos. En general, se puede decir que la economía islámica se basa en conceptos básicos de equilibrio, que ayudan a garantizar que los motivos y objetivos que impulsan la industria financiera sean beneficiosos para la sociedad (*Islamic Finance*, s.f.). Además, hay que tener en cuenta que un concepto central del Islam es que Alá es el dueño de toda la riqueza del mundo, y los humanos son simplemente sus administradores, por lo que deben administrar la riqueza de acuerdo con los mandatos de Alá, que promueve la justicia y prohíbe ciertas actividades (*Islamic Finance*, s.f.).

Así, las finanzas islámicas, en estricto cumplimiento de la *sharía*, (1) prohíben el pago y cobro de intereses (el Islam considera que los préstamos con pagos de intereses son una práctica de explotación que favorece al prestamista a expensas del prestatario), (2) prohíben invertir en negocios involucrados

en actividades prohibidas (por ejemplo, producir y vender alcohol o carne de cerdo), (3) prohíben la especulación (las instituciones financieras islámicas no pueden participar en contratos donde la propiedad de bienes depende de un evento incierto en el futuro), (4) prohíben la participación en contratos con riesgo excesivo y/o incertidumbre, (5) se basan en el principio de la finalidad material de la transacción (cada transacción debe estar relacionada con una transacción económica subyacente real), (6) se basa en la participación en ganancias y/o pérdidas (ninguna parte puede beneficiarse de una transacción más que la otra), y (7) exigen el *zakat* (donación obligatoria de una proporción establecida de la riqueza de una persona a la caridad) (*Islamic Finance*, s.f.).

4.2.3. Categorías secundarias – Otras necesidades

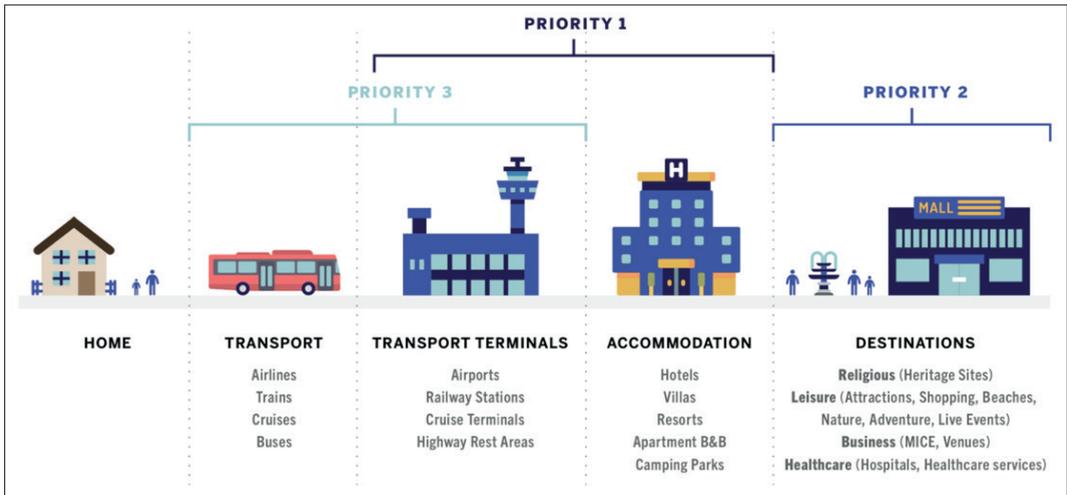
- Paquetes turísticos: Nuevos paquetes de viaje que incluyan vacaciones en total compromiso y acuerdo con las creencias y la ley islámica, es decir, donde se disponga de los elementos comentados en el apartado de alojamiento. Además, el contenido de los paquetes turísticos debe basarse en un tema islámico, incluyendo visitas a las mezquitas, monumentos islámicos y promociones y eventos durante el Ramadán.
- Aplicación (app) muslim-friendly para el teléfono: Ayuda a los visitantes a encontrar hoteles y centros comerciales con salas de oración y restaurantes que dispongan de comida halal, así como función de brújula para la alquibla.
- Instalaciones y servicios de salud halal: Deben tener doctores y enfermeros que sean del mismo sexo que el paciente, medicina halal (en cuanto a los medicamentos, mientras que el Islam permite el consumo de artículos no halal en materia de vida o muerte, algunos hospitales están buscando proporcionar productos libres de porcino, por ejemplo la insulina), salas de oración, pegatinas que indiquen la dirección de la alquibla, oferta de comida halal y baños respetuosos con el uso del agua.
- Traje de baño halal: Disponibilidad de traje de baño para las señoras, conocido como burkini/burqini⁶.
- Páginas web: Es importante que el destino turístico tenga, en caso de brindar los servicios mencionado en todos los puntos anteriores, una página web para promocionarlo. Además, existen dos páginas web que destacan por su extendido uso entre la comunidad musulmana, CrescentRating.com y HalalTrip.com, que ofrecen alojamientos con instalaciones y productos de bienvenida que han sido verificados y auditados como halal. En esta línea, HalalTrip.com se ha asociado a Booking.com para ofrecer a sus clientes uno de los inventarios más extensos del mundo con hoteles y alojamientos halal.

De las necesidades presentadas en las categorías anteriores, Crescent Rating ha realizado una categorización de servicios que buscan cubrirlas, atendiendo a la siguiente jerarquía: “need to have” (necesario tener), “good to have” (bueno tener) y “nice to have” (agradable tener), organizándolos, podría decirse, de manera que, desde el punto de vista del beneficio turístico, van de los más importantes (“need to have”) a los servicios que sería bueno tener (“nice to have”) (MasterCard y CrescentRating, 2019).

Según el informe Global Muslim Travel Index 2019, dentro de los servicios necesarios (need to have), se encuentra la comida halal, las instalaciones para la oración, baños que hagan un uso responsable del agua y ambientes libres de islamofobia (MasterCard y CrescentRating, 2019). Respecto a los servicios que es bueno tener (good to have), se puede identificar servicios específicos para la época del Ramadán, tours y visitas que muestren el patrimonio musulmán y servicios que contribuyan con causas sociales (justicia, cuidado del medio ambiente...). Finalmente, sobre los servicios que sería agradable tener (nice to have), destaca espacios recreacionales privados (segregación de sexos) y servicios que sean exclusivamente halal. Además, este informe divide las necesidades de la comunidad musulmana en tres grupos de prioridades, es decir, según la medida en que se preocupen por cubrir primero unas cuestiones u otras (Figura 2):

- Prioridad 1: Alojamiento y terminales de los medios de transporte (Aeropuertos, estación de autobús, estación de tren, terminal de cruceros).
- Prioridad 2: Lugares religiosos, centros para eventos, conferencias y negocios, centros comerciales, atracciones y hospitales.
- Prioridad 3: Áreas de descanso en la autopista y los medios de transporte en sí (avión, autobús, tren, crucero) (MasterCard y CrescentRating, 2019).

Figura 2: Puntos clave en los servicios muslim-friendly



(MasterCard y CrescentRating, 2019)

Dependiendo de la medida en la que se cubran las necesidades presentadas anteriormente, y teniendo en cuenta la prioridad que se le da a éstas y los servicios que se ofrecen para cubrir las, surgen dos tipos de turismo que, si bien son similares, no son exactamente iguales y, por tanto, no deberían confundirse, este es el caso del turismo halal y el turismo muslim-friendly, que se mezclan a su vez con otros conceptos como turismo religioso, turismo islámico y turismo interesado en el Islam. La finalidad, pues, del siguiente apartado, será intentar aportar algo de luz sobre el batiburrillo de conceptos y definiciones que se forman entorno al Islam en su relación con el turismo. Como plantea Battour, es importante acertar con las terminologías, pues existen diferencias en el significado de los términos halal, islámico y ‘muslim-friendly’ (Battour, 2018: 4).

4.3. Análisis de conceptos: turismo religioso, turismo islámico, turismo halal, turismo muslim-friendly y turismo interesado en el Islam.

Tras la gran variedad, y mezcla, de términos que se encuentran a lo largo de los diferentes artículos académicos y recursos consultados, se ha considerado que las definiciones de M. Battour son las más acertadas, pues tiene en cuenta detalles que parecen importantes a la hora de diferenciar si un destino busca posicionarse como halal o muslim-friendly. Así, teniendo en cuenta lo anterior, se distingue entre turismo islámico, turismo halal y turismo muslim-friendly, conceptos de Battour, a los cuales se añadirá también ideas de otros autores, y turismo religioso y turismo interesado en el Islam.

4.3.1. Turismo religioso.

El turismo religioso es una de las formas más tradicionales y antiguas de turismo que ha existido desde que la gente ha emprendido peregrinaciones a lugares sagrados y, hoy en día, y a nivel global, ciudades como La Meca, Jerusalén y Ciudad del Vaticano atraen a millones de visitantes cada año. Así, el turismo religioso es un concepto que, como muchas otras cuestiones en las ciencias sociales, da lugar a debate y presenta diferentes definiciones, así, se ha decidido hacer una recopilación de las ideas y aproximaciones que parecen más apropiadas. De esta manera, según IFEMA, “el turismo religioso es la modalidad de viaje motivada por la fe, las creencias, la espiritualidad, la devoción o el interés por conocer el patrimonio de arte sacro que incluye todos los credos de interés turístico” (*¿Qué es el turismo religioso?*, 2019).

En la misma línea, Aulet Serrallonga y Hakobyan (2011) exponen que el turismo religioso define, generalmente, las actividades turísticas vinculadas a las prácticas religiosas en lugares determinados con un significado religioso. Además, para estas autoras, los principales destinos de esta tipología turística son los lugares santos que representan lugares de devoción y de peregrinaje, así como sitios destacados por su peculiaridad histórico-cultural (Aulet Serrallonga y Hakobyan, 2011: 63). Según plantean, el turismo

religioso tiene una composición compleja debido a varios elementos que constituyen sus destinaciones y los motivos que mueven a los viajeros hacia estos lugares, es decir, el turismo religioso se compone de patrones religiosos, culturales, tradicionales, espirituales, paisajísticos, que muchas veces interactúan en la intención y la decisión de emprender el viaje (Aulet Serrallonga y Hakobyan, 2011: 63).

Podría decirse, y como afirma también El-Gohary, que el turismo religioso es un turismo de fe, en el que el motivo central de viajar es experimentar formas religiosas, o los productos que surgen de la religión como el arte, la cultura, las tradiciones y la arquitectura (FICCI Informe de Turismo Religioso, 2012: 2 en El-Gohary, 2016: 125). Además, resulta importante puntualizar, para cerrar esta definición, que dentro del turismo religioso se puede encontrar categorías diferentes, en efecto, según el Informe de Turismo Religioso de FICCI⁷ del año 2012, el turismo religioso engloba las siguientes categorías principales:

- Peregrinaciones⁸.
- Viajes misioneros.
- Vacaciones de ocio (Organizadas por asociaciones/grupos religiosos).
- Cruceros basados en la fe.
- Cruzadas, convenciones y manifestaciones.
- Retiros espirituales.
- Visitas a monasterios y estancias de invitados.
- Campamentos basados en la fe.
- Atracciones turísticas religiosas (FICCI, 2012: 3).

De estas categorías anteriores, resulta curioso, como enuncia FICCI, que hayan ido evolucionando y hayan dado lugar a subsegmentos adicionales como la peregrinación de lujo, los mochileros, los viajes institucionales y las experiencias orientadas al voluntariado, entre otros (FICCI y YES BANK, 2019: 30).

4.3.2. Turismo islámico.

El turismo islámico, como aquí se entiende, consiste en turismo religioso, pues teniendo en cuenta la definición del punto anterior, es un turismo que está impulsado por la fe, las creencias, la espiritualidad y la devoción a Dios, en este caso a Alá y al profeta Mahoma. Como pone de manifiesto Battour, el término 'islámico' se aplica con precisión solo a lo que se relaciona directamente con la fe y sus doctrinas (como la *sharía*, los valores, principios y creencias islámicos, y el culto islámico) (Battour, 2018: 5). Además, según este autor, otro elemento que debe estar presente para hacer una actividad islámica es el *Niyah* o intención. Con ésta, se refiere a que Dios (Alá) acepta una acción o actividad como islámica cuando la intención de la persona que la realizó es buscar el placer de Dios (Battour, 2018: 5). Por lo tanto, una actividad que es aceptada por Dios y que merece recompensa de él se clasifica como islámica.

En esta misma línea, es interesante destacar la definición que aporta Duman, recogida por El-Gohary en su artículo "Halal Tourism, is it really Halal?", en la que afirma que el turismo islámico hace referencia a todas las actividades turísticas realizadas por musulmanes que tienen su origen en motivaciones islámicas (es decir, una cuestión de fe, como se comenta en el párrafo anterior) y que se realizan de acuerdo a los principios recogidos en la *sharía* (Duman, 2011, en El-Gohary, 2016: 126). Además, como añade Nurrachmi, el turismo islámico consiste en visitas al patrimonio cultural islámico, lugares sagrados y sitios religiosos en diferentes países musulmanes, de acuerdo con los valores y principios islámicos, y dirigidos a los turistas musulmanes para viajes religiosos y holísticos (Nurrachmi, 2019: 628).

Teniendo en cuenta las ideas anteriores, y como defiende Battour, podría resultar inapropiado utilizar los términos 'islámico' y 'halal' como si tuvieran un significado similar (Battour, 2018: 5). Podría decirse, entonces, que el turismo islámico es religioso en el sentido de que se hace por y para Dios, buscando el reconocimiento de éste, mientras que el turismo halal, como se expone a continuación, no tiene por qué buscar el reconocimiento de Dios, sino que se refiere a una actividad o práctica que es permisible en el Islam. Poniendo un ejemplo, si un grupo de jóvenes musulmanes realiza un viaje a Roma para conocer la ciudad, este viaje no tiene por qué ser turismo islámico, puede ser halal, de manera que viajan para conocer la ciudad y tienen que cumplir con la ley islámica, pero la motivación no es estrictamente religiosa, no viajan para satisfacer a Dios ni cumplir con su imperativo religioso, por lo que no es un viaje islámico.

Como pone de manifiesto el propio Battour:

Describir las actividades de viaje como turismo islámico requiere otro elemento crucial, éste es, si la actividad va acompañada de Niyah o de la intención del viajero. Si la intención de viajar es buscar el placer de Dios o fortalecer su fe, entonces será tanto halal como islámico. Sin embargo, si la intención no está de acuerdo con la enseñanza islámica, entonces el viaje no es islámico. Por ejemplo, si un hombre viaja a la ciudad sagrada de La Meca o Medina durante las temporadas de Hach, pero con la mala intención de robar cosas de los viajeros, la acción no puede clasificarse como islámica (Battour, 2018:6).

Así, en relación a estas últimas líneas, una actividad que sí se considera turismo islámico, es la peregrinación a La Meca, que se ha realizado desde el Profeta Mahoma y está incluida en los cinco pilares del Islam (Nurrachmi, 2019: 629). El Hach⁹ es la peregrinación anual que se espera que los musulmanes hagan al menos una vez en su vida y que tiene lugar durante el mes de Dhul Hijjah, el último mes del calendario islámico (La fecha del Hach va cambiando en el calendario gregoriano). Esta peregrinación congrega, cada año, entre 2 y 3 millones de personas de todo el mundo, siendo la reunión individual de personas más grande del planeta (*What is Hajj and Umrah? | Hajj Facts - Islamic Help*, s. f.). De hecho, tal es la importancia de este acontecimiento, que Arabia Saudí obtiene 12 billones de dólares al año solo del turismo del Hach (Frost, 2019). Esta importante fuente de ingresos ha hecho que el país incluya en su plan de desarrollo, 'Vision 2030', el programa Hach y Umrah con el objetivo de modernizar el evento y mejorarlo (*Hajj and Omrah Program | Saudi Vision 2030*, s. f.).

4.3.3. Turismo halal.

Battour explica que, en general, el término halal se define como “eso que está permitido, con respecto a lo cual no existe restricción, y el cumplimiento de lo cual el legislador, Alá, ha permitido” (Battour, 2018: 5). Así, el término halal significa “permisible” según la enseñanza islámica, y es una de las cinco acciones (al-ahkam al-khamsah) que clasifican la moralidad de la acción humana en el Islam, siendo los otros Fard (obligatorio), Mustahabb (recomendado), Makruh (no recomendado) y Haram (prohibido) (Battour, 2018: 5). Si se aplica este concepto al sector turístico, se entiende por turismo halal cualquier práctica o actividad en el turismo que sea permisible según la *sharía*.

Como expone Aji, el turismo halal consiste en un viaje de ocio o negocios, entre otras modalidades, que es llevado a cabo por musulmanes para visitar objetos y atracciones en países tanto islámicos como no islámicos, que estén permitidos en la ley islámica (Aji, 2019). Consecuentemente, el país de destino no tiene por qué ser islámico, ni ocultar sus características locales para implementar el concepto de turismo halal (Aji, 2019). De esta manera, se puede referir como turismo halal a aquellas actividades, instalaciones, acciones y objetivos que están permitidos de acuerdo con las enseñanzas islámicas y que, si bien están dirigidas precisamente a la comunidad musulmana, pueden ser realizadas también por no musulmanes. En palabras de Battour, “un turista no musulmán puede afirmar que consume comida halal y asiste a locales de entretenimiento halal siempre que las actividades relacionadas con su reclamo sean realmente permisibles en el Islam” (Battour, 2018: 6).

En resumen, el turismo halal es cualquier objeto o acción turística que esté permitida según las enseñanzas islámicas, para que los musulmanes participen en la industria del turismo. La definición considera la ley islámica como la base para entregar productos y servicios turísticos a los clientes objetivo, que son principalmente musulmanes, como hoteles, restaurantes, tours... (Battour e Ismail, 2015: 2) La definición afirma que la actividad no se limita al mundo musulmán, si bien incluye servicios y productos diseñados para viajeros musulmanes en países musulmanes y no musulmanes (Battour e Ismail, 2015: 2). Además, el propósito del viaje no es exclusivamente religioso, como se ha dicho, puede ser cualquiera de las motivaciones generales del turismo (Battour e Ismail, 2015: 2). Sin embargo, si bien no es un viaje religioso, en el caso del turismo halal resulta importantísimo que en el transcurso del viaje, se busque cumplir, en la mayor medida posible, con todas las necesidades religiosas presentadas por la comunidad musulmana y que han sido enumeradas en las páginas anteriores.

4.3.4. Turismo muslim-friendly.

El turismo muslim-friendly denota, por parte de la industria turística, un intento de hacer la experiencia turística agradable para los musulmanes (Battour, 2018: 6), permitiéndoles cumplir con sus obligaciones religiosas (Battour, 2016). Según Battour, el concepto de turismo muslim-friendly es parecido al de turismo halal, pero no el mismo, pues utilizar el término 'halal' implica un contexto más amplio que 'muslim-friendly', de manera que cuando una empresa ofrece productos y servicios halal,

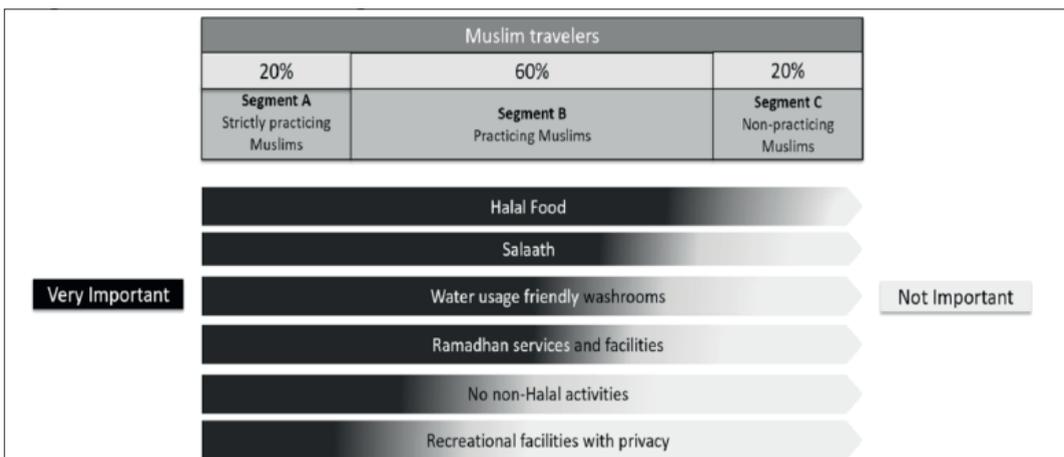
debe ser completamente halal y no se puede permitir ofertar otros productos o servicios que no sean halal (Battour, 2018: 7). Por el contrario, una empresa que sea ‘muslim-friendly’ puede ofrecer ambas, tanto productos y servicios halal como no halal, sin embargo, éstos no pueden encontrarse en el mismo lugar o sección (Battour, 2018: 7).

El turismo muslim-friendly podría considerarse como una primera aproximación al turismo halal, en el sentido de que trata de cubrir los requisitos básicos de los musulmanes, pero coexistiendo en el ambiente elementos, servicios o productos que puedan ser Haram, es decir, prohibidos. Para que se pudiese tratar de turismo halal, debe darse un ambiente en el que todos y cada uno de los elementos, características y actividades que lo compongan estén permitidas en la *sharía*, no siendo posible coexistir elementos prohibidos. Por ejemplo, una de las diferencias entre un hotel halal y un hotel muslim-friendly es que, en el primero, no pueden servirse bebidas alcohólicas en todo el recinto; mientras que en un hotel muslim-friendly, podría haber un lounge donde se sirvan bebidas alcohólicas, y otro separado donde no haya bebidas con alcohol, con la finalidad de que puedan acudir los huéspedes musulmanes.

En general, como recoge Battour, el turismo muslim-friendly se suele dar en destinos no musulmanes que ofrecen soluciones u opciones adecuadas y favorables para los musulmanes, que se encuentran con muchos escenarios ‘problemáticos’, en el sentido de que no pueden cumplir correctamente con sus obligaciones religiosas (Battour, 2016). Sin embargo, resulta curioso que dentro de países con mayoría musulmana, o incluso en países donde el Islam es la religión del Estado, como es el caso de Marruecos, también se estén intentando implantar estas estrategias de turismo muslim-friendly, posiblemente para atraer, no solo a los turistas extranjeros, sino a los propios locales o turistas de países vecinos.

El turismo muslim-friendly, pues, se propone como una versión “más relajada” del turismo halal, en el sentido de que las personas que lo practican no sienten que su fe esté excesivamente comprometida por no cumplir de manera exacta con sus obligaciones (no por falta de deseo, sino porque las condiciones del ambiente y la logística no se lo permiten). En esta línea, entra en juego el hecho que recoge El-Gohary, de que las responsabilidades religiosas para los viajeros son menores, ya que el viajero puede rezar oraciones más cortas, puede posponer las oraciones y puede posponer su ayuno durante el mes del Ramadán (El-Gohary, 2016: 125). Con ello, este tipo de turismo resulta viable para una sección de la comunidad musulmana que es más flexible a la hora de cumplir con sus obligaciones. Como recoge el informe del COMCEC (figura 3), hay una relación entre la importancia que se le da a las necesidades religiosas y la práctica de la religión, de manera que los más practicantes serán más estrictos a la hora de cumplir con sus obligaciones, que los menos practicantes o no practicantes, que se preocupan principalmente de cuestiones como la accesibilidad a la comida halal y la oración (COMCEC, 2016: 23).

Figura 3: Categorización de los musulmanes según el grado de práctica religiosa



(COMCEC, 2016)

Precisamente, es en la relación entre necesidades religiosas, importancia de éstas y existencia de recursos y servicios que las cubran, donde radica la diferencia entre turismo halal y muslim-friendly, siendo el halal una versión “más pura”, por así definirlo, que el turismo muslim-friendly, donde se puede encontrar, como se ha apuntado con anterioridad, elementos prohibidos. De forma resumida, máxima disponibilidad de servicios e instalaciones que permitan cubrir las obligaciones religiosas, se identifica turismo o un destino halal; menor disponibilidad, es decir, aproximación o intento de cubrir parte de dichas constricciones, turismo o destino muslim-friendly.

4.3.5. Turismo interesado en el Islam (‘Islam-related’).

Esta categoría parece interesante de señalar, pues, como apunta Battour, no debe ser confundida con el turismo islámico (Battour, 2018: 7). En este caso, resulta curioso que para la denominación de este fenómeno turístico, no hay disponible una traducción exacta al español, pues la traducción literal, “relacionado con el Islam”, no resulta del todo apropiada, por lo que se ha optado por denominarlo como ‘turismo interesado en el Islam’ o ‘turismo interesado en el patrimonio islámico’. Este turismo, como expone Battour, es realizado por no musulmanes que viajan a destinos en países musulmanes, con la finalidad de visitar sitios históricos, religiosos y culturales islámicos (Battour, 2018: 7). Así, un viaje de estas características puede consistir, por ejemplo, en cualquier persona que no profese el Islam y visite Irán para contemplar la Mezquita del Shah o la Mezquita de Nasir-ol-molk.

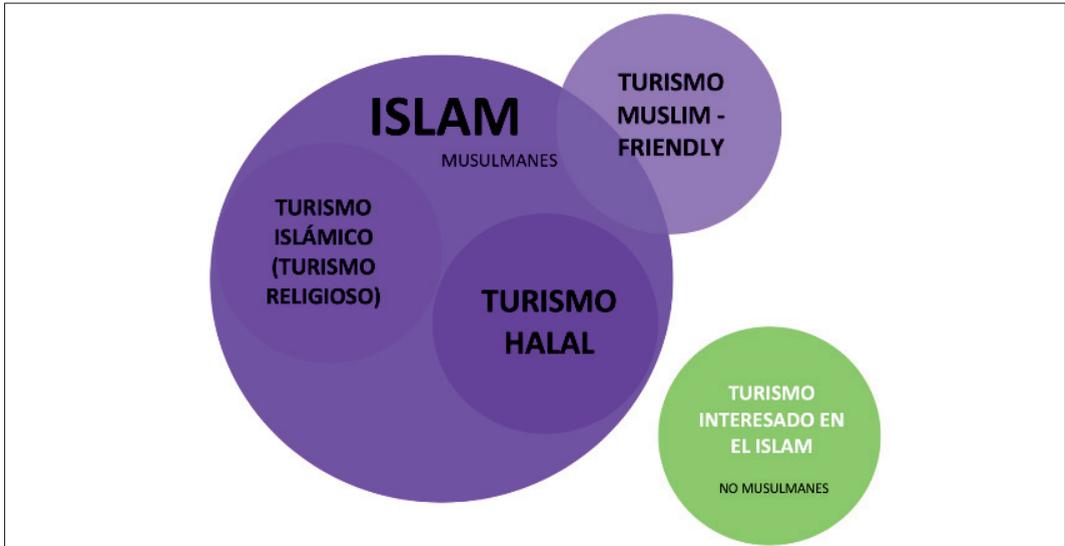
4.4. Síntesis de conceptos.

A continuación, con el objetivo de sintetizar los conceptos presentados en las páginas anteriores, se presenta en la siguiente tabla, de forma más sencilla y esquemática, las cinco definiciones relacionadas con el turismo y el Islam:

Turismo religioso	Motivado por la fe, las creencias, la espiritualidad, la devoción o el interés por conocer el patrimonio relacionado con cualquiera de las religiones. El objetivo principal del viaje es experimentar formas religiosas o los productos que surgen de la religión como el arte, la cultura, las tradiciones y la arquitectura.
Turismo islámico	Actividades dirigidas a turistas musulmanes, que tienen su origen en motivaciones islámicas (se trata de una cuestión de fe), realizado de acuerdo a los valores y principios recogidos en la <i>sharía</i> . Consiste en visitas al patrimonio cultural islámico, lugares sagrados y sitios religiosos en diferentes países musulmanes.
Turismo halal	Viaje de ocio, negocios, o impulsado por cualquiera de las motivaciones generales del turismo, llevado a cabo principalmente por musulmanes para visitar objetos y atracciones en países tanto islámicos como no islámicos, que estén permitidos en la <i>sharía</i> . Las actividades, instalaciones, acciones y objetivos deben estar en línea con la ley islámica.
Turismo muslim-friendly	Intento de hacer la experiencia turística agradable para los musulmanes, permitiéndoles cumplir con sus obligaciones religiosas. Se trata de un tipo de turismo que trata de cubrir las necesidades básicas de los musulmanes, pero coexistiendo en el ambiente elementos, servicios o productos que puedan ser Haram (prohibidos).
Turismo interesado en el Islam	Actividades turísticas realizadas por no musulmanes en destinos en países musulmanes, con el objetivo de visitar sitios históricos, religiosos y culturales islámicos.

Finalmente, para acabar este apartado, y en línea con la tabla anterior, se presenta el siguiente esquema de burbujas con la finalidad de recoger, de forma gráfica, la relación entre los términos presentados.

Figura 4: Relación de conceptos



Así, se puede ver que dentro del Islam se encuentra el turismo islámico (motivaciones religiosas y cumplimiento de la *sharía*) y el turismo halal (viajes de diferente índole en cumplimiento con la *sharía*), y anexionado se halla el turismo muslim-friendly, pues busca cubrir, en cumplimiento con la ley, el mayor abanico de necesidades religiosas posible. Fuera del Islam, pero relacionado con este, se encuentra el turismo interesado en el Islam, que es el que llevan a cabo turistas no musulmanes que se interesan por el patrimonio musulmán.

5. Conclusiones

El Islam, como recoge el Corán, alienta a sus fieles a viajar y apreciar la creación de Dios. Además, dentro de los cinco pilares fundamentales de la religión, los musulmanes deben realizar el Hach o peregrinación a la Meca, al menos una vez en su vida. No obstante, si bien se impulsa el turismo o los viajes desde la propia religión, la forma en la que se experimenta viene determinada, como se ha planteado, por una serie de cuestiones derivadas de las creencias, que generan unas necesidades y obligaciones básicas a cubrir. Aun así, la medida en la que se cumple con estas obligaciones depende de cada creyente, cambiando según género, edad e ingresos, entre algunas de las variables, y distinguiendo, como en muchas otras religiones, entre estrictamente practicantes, practicantes o no practicantes.

Igualmente, independientemente de la manera en la que se viva la religiosidad, se puede afirmar, como se ha visto en el artículo, que existen unas necesidades básicas que los fieles deben cubrir, incluso cuando se encuentran de viaje. A lo largo de la literatura que trata sobre el turismo halal, muslim-friendly o islámico, se presentan diferentes categorías y requisitos, dependiendo del autor que se trate, pero, en este caso, se han elaborado categorías propias, que parecen la forma óptima de clasificación. Así, se identifica las categorías principales, alojamiento, comida y bebida y lugares públicos; la categoría transversal, que son las finanzas, presentes en todas las actividades; y las categorías secundarias, agencias de viaje, paquetes turísticos, app y páginas web...

De todas estas categorías y subcategorías, similar a lo que plantea Battour y el informe de MasterCard y CrescentRating, parece que las más relevantes son las que han sido denominadas como principales, pues son aquellas más básicas y las que cualquier destino que aspire a ser muslim-friendly o halal debe cubrir. Ofrecer productos de bienvenida e instalaciones muslim-friendly, así como comida halal y lugares de oración, parece ser los requisitos básicos para que la comunidad musulmana pueda cubrir parcialmente sus necesidades. En lo que respecta a las categorías secundarias, los servicios y productos que se ofrecen resultan complementarios, de manera que, como propone MasterCard y CrescentRating, serían un “good to have” o “nice to have”, en el sentido de que contar con estos productos o servicios supone un plus para el destino turístico, pero no son esencialmente necesarios.

En referencia a la categoría transversal, cabe decir que es una categoría que tiene gran relevancia en países de mayoría musulmana, por ejemplo, en la región de Oriente Medio, pero que, por el contrario, en otros lugares está empezando a coger impulso o ni siquiera ha llegado. Debido a esto último, podría decirse que, si las finanzas no pueden ser islámicas, un establecimiento puede aspirar a ser muslim-friendly, pero no completamente halal, porque no puede cumplir con uno de los requisitos necesarios para que una actividad o elemento sea permisible de acuerdo al Islam. En otras palabras, un hotel, por ejemplo, puede ofrecer un amplio abanico de productos de bienvenida y servicios muslim-friendly (copia del Corán en la habitación, alfombra para la oración, buffet halal, instalaciones segregadas...) pero, si las finanzas del establecimiento no son islámicas, el hotel no puede ser halal, porque no cumple con la totalidad de condiciones del Islam para serlo.

En línea con esto anterior, se considera pues, que la denominación muslim-friendly es una aproximación a la idea de halal, intentando ofrecer la mayor variedad de servicios y productos que sean adecuadas, aptos y favorables para la comunidad musulmana. Así, de la diferencia en la medida en que se cubre este imperativo o se cumple con los requisitos del Islam, y en su relación con el ámbito turístico, surgen las nociones de turismo halal y turismo muslim-friendly, que deben ser diferenciados del turismo islámico. El turismo islámico consiste en actividades basadas en motivaciones islámicas, es decir, se trata de una cuestión de fe, mientras que en el turismo halal y muslim-friendly se realizan viajes con diferentes finalidades, que no tienen que ser exclusivamente religiosas.

Además, la diferencia entre estos conceptos radica, como se ha planteado, en la manera en la que se ofrecen servicios que permiten cumplir con las obligaciones religiosas. En el caso del turismo halal, todas las actividades, instalaciones, acciones y objetivos deben estar en línea con la *sharía*, mientras que la acepción muslim-friendly es un intento de hacer la experiencia turística agradable para los musulmanes, tratando de cubrir las necesidades básicas, pero coexistiendo en el ambiente, al mismo tiempo, elementos, servicios o productos que pueden estar prohibidos (que son haram).

En este sentido, se puede concluir afirmando que, si bien efectivamente hay un batiburrillo de conceptos relacionados con el Islam y el turismo, se ha comprobado la idea de que la existencia de elementos prohibidos impide que se pueda hablar de turismo halal. En consecuencia, resulta más acertado el uso del término muslim-friendly.

Bibliografía

- Aji, H.M. 5 de julio de 2019. Halal tourism is not Islamic Tourism. *The Jakarta Post*, p. 7.
- Akyol, M., y Kilinç, Ö. 2014. Internet and Halal Tourism Marketing. *International Periodical For The Languages, Literature And History Of Turkey Or Turkic*, 9(8), pp. 171-186.
- Aulet Serrallonga, S. y Hakobyan, K. 2011. Turismo religioso y espacios sagrados: Una propuesta para los santuarios de Cataluña. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 1(1), pp. 63-82. ISSN 2236-6040
- Aziz, A.H.B.A. 2018. Muslim Friendly Tourism: Concept, Practices and Challenges in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(11), pp. 355-363.
- Battour, M. 2016. *Muslim Friendly Tourism: Best Practises in Non-Muslim countries* (archivo PDF). Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/305701293_Muslim_Friendly_Tourism (Consultado el 27 de noviembre de 2020)
- Battour, M. 2018. Muslim Travel Behavior in Halal Tourism. *Mobilities, Tourism And Travel Behavior - Contexts And Boundaries*, pp. 3-16. doi: 10.5772/intechopen.70370
- Battour, M. e Ismail, M.N. 2015. Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*, pp. 1-5. DOI: 10.1016/j.tmp.2015.12.008
- COMCEC. 2016. *Muslim Friendly Tourism: Understanding the Demand and Supply Sides in the OIC Member Countries*. Recuperado de: http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Muslim_Friendly_Tourism_Understanding_the_Demand_and_Supply_Sides_in_the_OIC_Member_Countries%E2%80%8B.pdf (Consultado el 18 de noviembre de 2020)
- Definition of Halal*. Sin fecha. halalfoodauthority.com (Online) Recuperado de: <https://www.halalfoodauthority.com/definition-of-halal> (Consultado el 19 de noviembre de 2020).
- Dubai Islamic Economy Development Centre. 2019. *State of the Global Islamic Economy Report*. Dubai: Salaam Gateway. Recuperado de: <https://salaamgateway.com/reports/report-state-of-the-global-islamic-economy-201920> (Consultado el 17 de noviembre de 2020).
- Duman, T. 2011. Value of Islamic tourism offering: Perspectives from the Turkish experience, World Islamic Tourism Forum (WITF 2011), Kuala Lumpur, Malasia. Recuperado de: <http://www.iais.org.my/icr/index.php/icr/article/viewFile/13/12>

- El-Gohary, H. 2016. Halal tourism, is it really Halal?. *Tourism Management Perspectives*, 19, pp. 124-130. DOI: 10.1016/j.tmp.2015.12.013
- FICCI 2012. Religious Tourism Report - Diverse beliefs: Tourism of faith religious tourism gains ground. Recuperado de: <http://www.ficci.com/spdocument/20207/Diverse-Beliefs-Tourism-of-Faith.pdf> (Consultado el 23 de noviembre de 2020)
- FICCI y YES BANK. 2019. *India Inbound Tourism - Unlocking the Opportunity*. Recuperado de: <http://ficci.in/spdocument/23082/India-Inbound-Tourism-Knowledge-Paper-ficci.pdf> (Consultado el 23 de noviembre de 2020)
- Frost, N. 2019. *The multibillion dollar hajj industry is getting smarter than ever*. *Quartz*. Recuperado de: <https://qz.com/1684679/the-hajj-pilgrimage-to-saudi-arabias-mecca-is-smarter-than-ever/> (Consultado el 26 de noviembre de 2020)
- Hajj and Omrah Program | Saudi Vision 2030*. (Sin fecha). *Vision2030.gov.sa*. Recuperado de: <https://vision2030.gov.sa/en/programs/Hajj-and-Omrah> (Consultado el 26 de noviembre de 2020)
- Islamic Finance*. Sin fecha. *Corporate Finance Institute* (Online) Recuperado de: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/finance/islamic-finance/> (Consultado el 19 de noviembre de 2020).
- MasterCard y CrescentRating. 2019. *Global Muslim Travel Index 2019*. Informe recuperado de: <https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2019.html>
- Nurrachmi, R. 2019. The Potential Industry of Islamic Tourism in ASEAN Countries. *International Journal Of Islamic Business Ethics*, 4(2), 627-639. doi:10.30659/ijibe.4.2.627-639
- Saeed, A. (2008). *The Qur'an*. 1st ed. Londres: Routledge.
- What is Hajj and Umrah? | Hajj Facts - Islamic Help*. Recuperado de: <https://www.islamichelp.org.uk/what-we-do/seasonal/qurbani/what-is-hajj/> (Consultado el 26 de noviembre de 2020)
- ¿Qué es el turismo religioso? (2019) *IFEMA* (Online) Recuperado de: <https://www.ifema.es/fitur/noticias/exp/que-es-el-turismo-religioso> (Consultado el 23 de noviembre de 2020)

Notas

- ¹ El ánimo y fomento a viajar también están presentes en el Corán en las siguientes Suras: 1:15, 2:10, 3:31, 4:109, 5:42, 6:137, 7:9, 8: 69 y 9:11 (Aziz, 2018: 358).
- ² En el caso del Islam suní, los cinco pilares son los presentados en el texto. En el caso del Islam chií, existen diez mandatos (Ahkám): la oración, el ayuno, el Jums (impuesto islámico obligatorio de 1/5 del beneficio excedente que gana una persona anualmente), el Zakat, el Hach, la Yihad, hacer el bien, prohibir el mal, la amistad y la exoneración.
- ³ COMCEC es un comité permanente de la Organización para la Cooperación Islámica (OIC), que sirve como foro multilateral de cooperación en comercio, transporte, agricultura, turismo, alivio de la pobreza y cooperación financiera y del sector privado (COMCEC, 2020).
- ⁴ En este sentido, hay dos informes recientes (octubre de 2019) de Crescent Rating, que resultan vitales, "Spilling the Tea on Gen Z", que habla sobre los turistas musulmanes jóvenes, analizando, entre otras cosas, quiénes son, qué buscan y cómo se adaptan al entorno; y "Muslim Women in Travel", que analiza números, características, necesidades y otras cuestiones de las mujeres musulmanas a la hora de viajar.
- ⁵ Para que la carne sea halal, un animal o ave de corral tiene que ser sacrificado de una manera ritual conocida como Zibah o Zabihah. Además, se deben seguir, entre otros, los siguientes criterios: un animal no debe estar muerto antes del sacrificio, la matanza la debe realizar un musulmán y cualquier flujo de sangre del cuerpo debe drenarse completamente. Del mismo modo, dado que la carne de cerdo está prohibida, la matanza halal no se debe realizar donde se sacrifique a los cerdos o cerca de la zona de matanza de cerdos. Igualmente, se le debe dar agua al animal antes del sacrificio, no debe ver a otro ser sacrificado, el cuchillo debe ser cuatro veces más grande que el cuello y, en la medida de lo posible, el matarife y el animal deben mirar hacia La Meca (*Definition of Halal*, s.f.).
- ⁶ El burkini es un tipo de traje de baño para mujeres destinado a cumplir con la advertencia coránica de que las mujeres musulmanas se vistan modestamente. El traje cubre todo el cuerpo excepto la cara, las manos y los pies, mientras que es lo suficientemente ligero como para permitir la natación. Se parece más bien a un traje de neopreno de cuerpo entero con capucha incorporada pero algo más holgado y hecho de material de traje de baño en lugar de neopreno (Battour, 2018: 11). El uso de esta prenda es controvertido y ha sido prohibido en numerosos lugares.
- ⁷ FICCI es el acrónimo de 'Federation of Indian Chambers of Commerce & Industry', una organización sin ánimo de lucro con sede en Nueva Delhi.
- ⁸ En este caso, se considera el peregrinaje como una categoría dentro del turismo religioso, pero cabe puntualizar que existe todo un debate, que en este artículo no se trata, sobre la aproximación y diferencia entre el turismo religioso y el peregrinaje.
- ⁹ La acción similar al Hach es la Umrah, que consiste en la peregrinación hacia La Meca, para realizar los rituales, en cualquier otra época del año, es decir, no tiene fechas islámicas fijas y no es obligatoria.

Recibido: 09/12/2020
Reenviado: 14/04/2021
Aceptado: 15/04/2021
Sometido a evaluación por pares anónimos