



Guanajuato
Gobierno
del Estado

Secretaría
de Desarrollo
Turístico

Contigo Vamos

Estudio de Turismo Religioso

Dirección General de Planeación
Dirección de Información y Análisis

Introducción

El Turismo Espiritual se refiere a los viajes a puntos de destino donde la motivación primaria de visita está dada por aspectos de carácter religioso, manifestadas principalmente en peregrinaciones o viajes con una connotación claramente asociada a una expresión de fe * .

Tipos de Turismo Espiritual:

- **Turismo Peregrino:** Viajeros que emprenden un desplazamiento para realizar actos religiosos de penitencia o de devoción¹
- **Turismo Religioso:** Viaje turístico donde el elemento religioso constituye uno de los objetivos principales adicionalmente a los motivos tradicionales para hacer turismo como: el deseo de moverse, el descanso, la curiosidad para conocer un nuevo paisaje, para conocer a nuevas personas ,el patrimonio cultural...²
- **Turismo Secular:** Aquellos grupos motivados por el deseo de visitar un convento o convivir con una orden religiosa.³

- SECTUR, Dimensionamiento del Turismo Espiritual en México,2009.

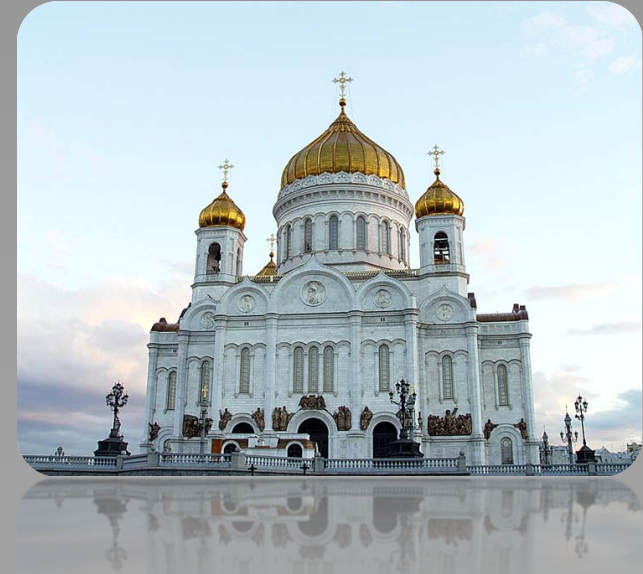
- 1 y 2 :http://www.mercaba.org/Fichas/Evangelizacion/peregrinacion_o_turismo_religios.htm

- 3 <http://www.wordreference.com/turismosecular>

Turismo Espiritual en el Mundo

En el ámbito mundial

- Los destinos religiosos en los últimos 30 años han tenido un gran desarrollo.
- 300 millones de viajes son motivados por alguna razón religiosa.
- Se estima que este tipo de turismo genera una derrama económica de 18 mil millones de dólares.



Estados Unidos (2007)

- 16 millones viajaron al extranjero por motivos religiosos.
- 15 millones asistieron a conferencias de temas religiosos.
- 2 millones asistieron a retiros espirituales.
- 1.6 millones participaron en misiones.
- 76.9 millones de católicos. (25% de la población total)
- En los últimos 8 años, 223,415 turistas religiosos viajaron a México vía aérea.



Ciudad del Vaticano (2008)

- Cerca de 150 mil personas participaron en audiencias especiales (visitas especiales al Vaticano, de personas o grupos restringidos).
- Más de 300 mil lo hicieron en celebraciones litúrgicas (misas), sobre todo, en marzo.



- Diciembre 2008 fue el mes con mayor número de personas participantes con 250,000.
- En 2007 el número de participantes fue superior: 2,830,000.*

*Fuente: www.veritasradio.org/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=373, Diciembre 08

La Kaaba en la Meca, Arabia Saudita (2005)

- El Gobierno Saudita expidió 1.2 millones de visas para la celebración musulmana “Hajj”, que es la visita obligada a la Meca para todo musulmán.
- 2.6 millones para el “ Umrah “, que es el peregrinaje que se puede hacer en cualquier momento del año.
- El mayor número de peregrinos con motivo del “Umrah” a la Mecca durante la última semana del mes de ayuno “Ramadan” fue de poco más de 1.5 millones.*



Nota: El Islamismo es la 2a religión más practicada del mundo con 1,500 millones de seguidores en el mundo.

*Fuentes:

<http://www.godweb.org/religionsofworld.htm>

<http://answers.google.com/answers/threadview/id/589280.html>

Mercado Hispano en Estados Unidos

- En 2006 existían aproximadamente 43.9 millones de hispanos, 27.6 millones (62.8%) son de origen mexicano.
- El 90% de los hispanos tiene su lugar de residencia en California, Texas, Arizona, Florida, Illinois y Nueva York.



Dirección General de Planeación



Dirección de Información y Análisis



Guanajuato
Gobierno
del Estado

Secretaría
de Desarrollo
Turístico

Contigo Vamos

Turismo Espiritual en México

Destinos de Fe en México



Basílica de Guadalupe (D.F.)

Es el principal recinto católico de América y uno de los más visitados en el mundo.

Anualmente más de 15 millones de peregrinos visitan el santuario, de los cuales, cerca de 9 millones lo hacen en los días cercanos al 12 de diciembre. *



Basílica de Nuestra Señora de San Juan de los Lagos (Jalisco)

Es el segundo santuario más visitado de México con 6 millones de visitantes al año provenientes de la República Mexicana, así como de parte de los Estados Unidos, América Latina y lugares de Europa.

*Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Bas%C3%ADlica_de_Guadalupe
http://es.wikipedia.org/wiki/Nuestra_Se%C3%B1ora_de_San_Juan_de_los_Lagos

El Cristo de Chalma (Edo Mex.)

A este templo acuden peregrinos no sólo de México, sino del extranjero, recibiendo las principales peregrinaciones de Querétaro, Michoacán, Oaxaca, Guerrero y la Huasteca. Sus fiestas principales son el primer Viernes de cuaresma y en Navidad.



Santuario de la Virgen de Juquila (Oaxaca)



Año con año, la Virgen de Juquila congrega a miles de peregrinos de diversos puntos de la entidad y estados vecinos. Aquí es donde los peregrinos de la virgen dejan prendida una luz para que la virgen los ilumine.

*Fuente:<http://www.oaxaca-mio.com/juquila/index.html>
www.mexicodesconocido.com.mx/.../1846-El-Cristo-de-Chalma,-Estado-de-M%E9xico-

Talpa, Jalisco

- El 92% de los entrevistados residen en Jalisco y de éste el 40% es de la zona metropolitana de Guadalajara.
- El 84.5% manifestó como motivo de viaje el religioso, de estos, un 45% viaja en compañía de su familia y amigos.



- Un 54% pernocta, de ellos un 43% lo hizo en hotel.
- El Visitante permaneció 2.15 días , los que no se hospedaron permanecieron 8.15 hrs.
- El 49% viajó en autobús y el 40% en automóvil.

*Fuente: <http://visita.jalisco.gob.mx/espanol/dependencia/investigaciones.html>

Análisis FODA para el turismo espiritual en México

- Tradición ancestral de visitar sitios de fe.
- Gran diversidad natural y cultural que ofrece alternativas para la práctica del Turismo de reflexión.
- Rico patrimonio arquitectónico, artístico y cultural, asociado a la religiosidad.
- Autenticidad de las manifestaciones culturales vinculadas a la religiosidad.
- Existe una gran cantidad de sitios y rutas de fe muy arraigados.

FORTALEZAS

- Confusión en términos de peregrinación y turismo espiritual entre los actores involucrados.
- Falta de oferta turística que aproveche el potencial del turismo espiritual.
- Permanencia mínima en los sitios de fe.
- Falta de planeación, ordenamiento y equipamiento en los centros de fe (vialidades, estacionamientos, limpieza, señalización).
- Falta de educación y civismo de los visitantes.

DEBILIDADES

OPORTUNIDADES

- Turismo espiritual como herramienta para el desarrollo económico y social de las comunidades.
- Rescate y promoción del patrimonio cultural con tradición turística espiritual.
- Programas para el impulso del desarrollo local en infraestructura y servicios públicos.
- Generación de diversas rutas turísticas (sitios de fe y lugares con patrimonio histórico, cultural y gastronómico).
- Diversificación de la oferta cultural en los recintos religiosos (conciertos, exposiciones, conferencias, entre otros).

Análisis FODA

AMENAZAS

- Relación Iglesia-Estado complicada en términos históricos.
- Falta de seguridad en la protección del patrimonio artístico que resguardan.
- Reticencia de un sector religioso a la comercialización del turismo espiritual.
- Estado deplorable de los sitios de fe.
- Óptimo nivel de calidad en los servicios que ofrecen los santuarios extranjeros.



Propuestas para aprovechar el análisis FODA

FORTALEZAS

- Gran cantidad de espacios naturales que nos permiten desarrollar infraestructura para actividades enfocadas a este sector.
- Resaltar y posicionar los íconos asociados con la religiosidad.
- Desarrollar y posicionar los destinos religiosos que cuentan con patrimonios arquitectónicos y artísticos pero que carecen de infraestructura.

- Crear infraestructura de servicios y nuevos productos que permitan generar empleos.
- Programas educativos y culturales para hacer consciencia de conservar las tradiciones espirituales.
- Participación activa de iniciativa privada y gobierno para la atracción de congresos, convenciones y exposiciones a nivel nacional e internacional.

OPORTUNIDADES

DEBILIDADES

- Homologar términos de peregrinación y turismo espiritual
- Generar nueva tendencia de hospedaje para el sector.
- Desarrollar productos y servicios de calidad, para incentivar una mayor estadía
- Programas de limpieza y mantenimiento en los recintos
- Crear una campaña dirigida a los visitantes para respetar los recintos religiosos

- Demostrar al sector que el turismo religioso es generador de desarrollo económico y social.
- Realizar campañas de promoción y publicidad a nivel nacional e internacional del turismo religioso.
- Implementar sistemas de seguridad que garanticen el resguardo del patrimonio artístico y de los peregrinos.

AMENAZAS

Perfil del Visitante al Cubilete, Guanajuato

Metodología

Metodología

El Estudio del Perfil del Visitante al Cubilete estuvo compuesto por las respuestas de 150 encuestas que se levantaron de junio a diciembre del 2007.

Técnica de levantamiento : cara a cara

**Método de selección:
Aleatorio simple con salto sistemático**

Número de reactivos: 92

Duración promedio: 5 minutos

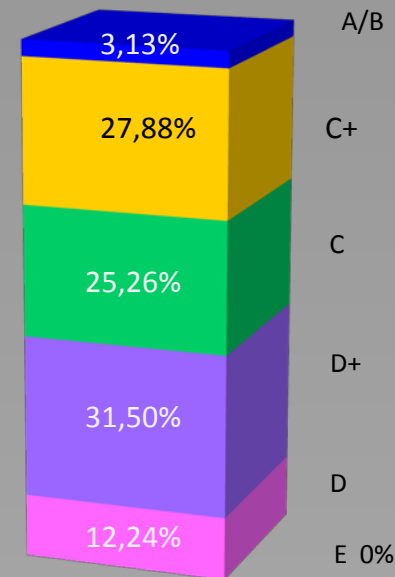
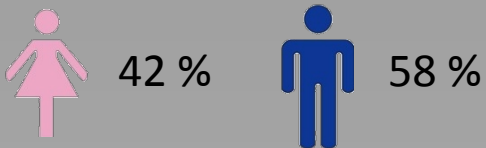
**Índice de no respuesta: 1 de cada 14 personas abordadas
(normal)**

Perfil del Visitante

Nivel Socioeconómico

El perfil socioeconómico del turista que acude a Cubilete es menor que el promedio estatal. Su segmento fuerte es la clase media baja.

Sexo del entrevistado



La clasificación de NSE se realizó mediante el criterio de AMAI para el 2006.

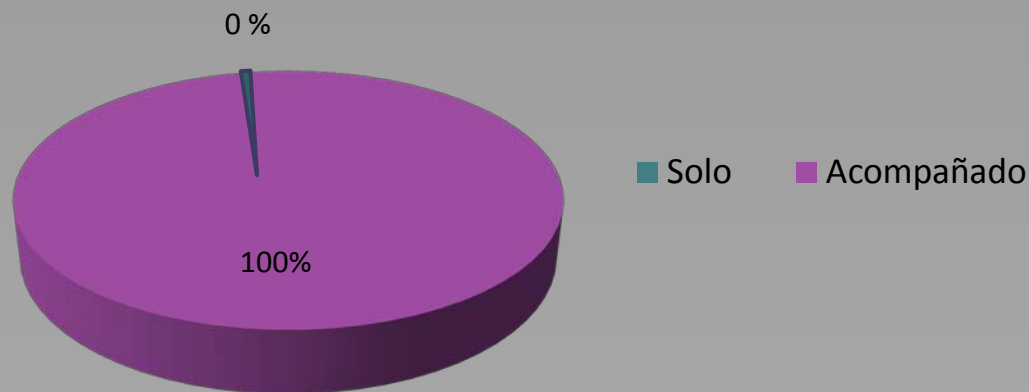
Edad Promedio del Turista

El promedio de edad del visitante que acudió al Cubilete es de 35 años.



Tamaño del grupo de viaje

¿Quién lo acompaña?

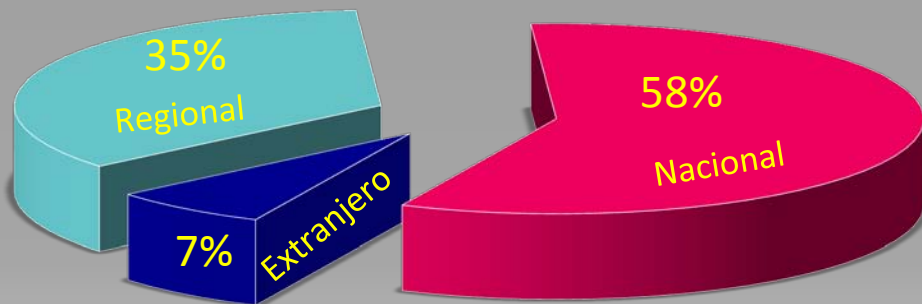


Tamaño de grupo de viaje: 6.50 personas

- 77% Familiares
- 15% Hijos
- 8% Pareja

Cubilete muestra una presencia significativamente alta de amas de casa y jubilados respecto a los promedios del resto de los destinos.

Procedencia del Turista



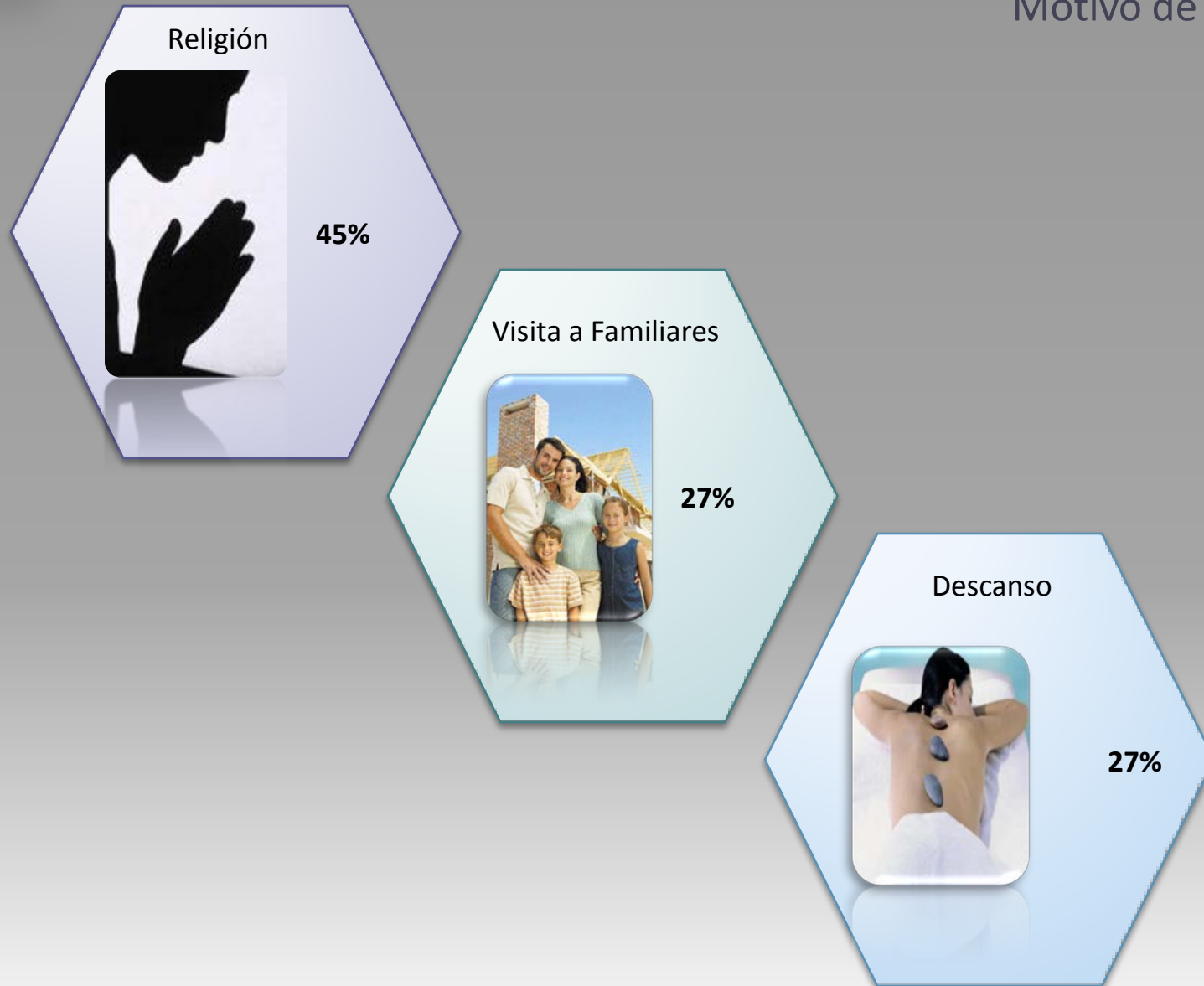
Origen del Turista Extranjero	
Estados Unidos	75%
España	25%



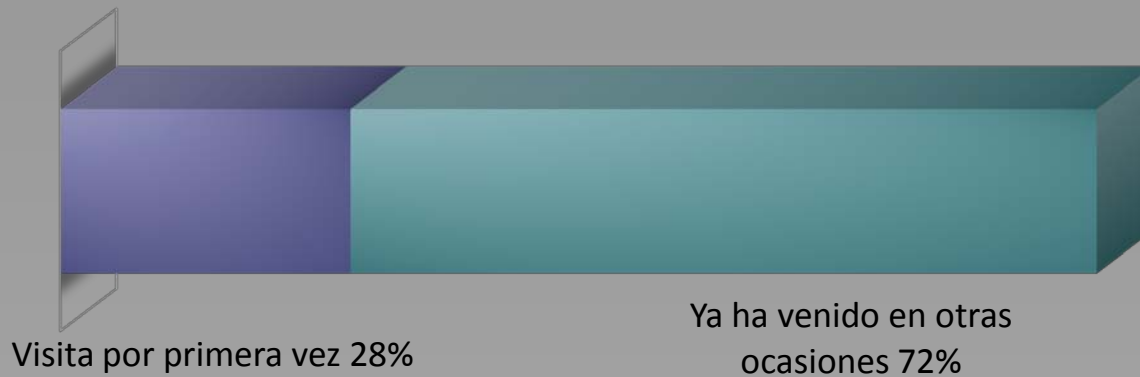
Origen del Turista Nacional	
Distrito Federal	17%
Querétaro	15%
México	12%
Jalisco	11%
Coahuila	7%
Michoacán	6%
Aguascalientes	6%
Otros Estados	26%
Total	100%

Otros Estados: Hidalgo, Tamaulipas, Morelos, Puebla, Veracruz, Nuevo León, Zacatecas, San Luis Potosí, Sinaloa, Colima, Tabasco, Tlaxcala.

Motivo de visita

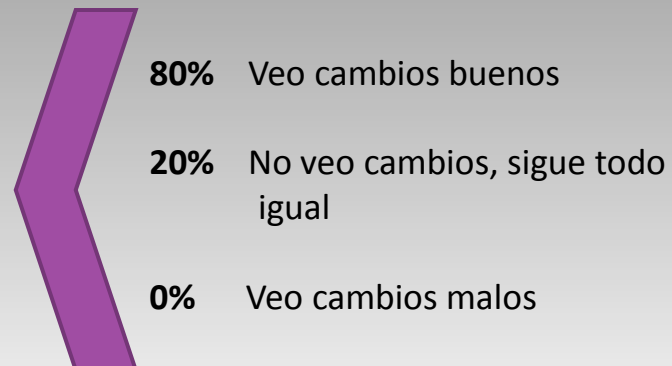


Porcentaje de Nuevas Visitas



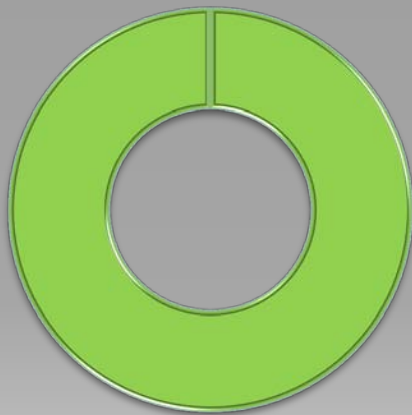
Cambios Percibidos

Respecto a su última visita,
¿Ve algún cambio en este destino?



Planeación de Viaje

Durante su estancia, ¿visitó algún evento o festividad?



No, 100%

Movilidad del Visitante

18% No visitará otras ciudades del Estado

82 % Si visitará otras ciudades



Ciudades Complemento	
Guanajuato	29 %
León	24 %
Irapuato	12%
San Miguel Allende	6 %
Dolores Hidalgo	6 %
Silao	6 %



Medio de Transporte Utilizado



Penetración de Publicidad

El 100% de los visitantes al Cerro del Cubilete, externaron NO haber visto material publicitario del destino



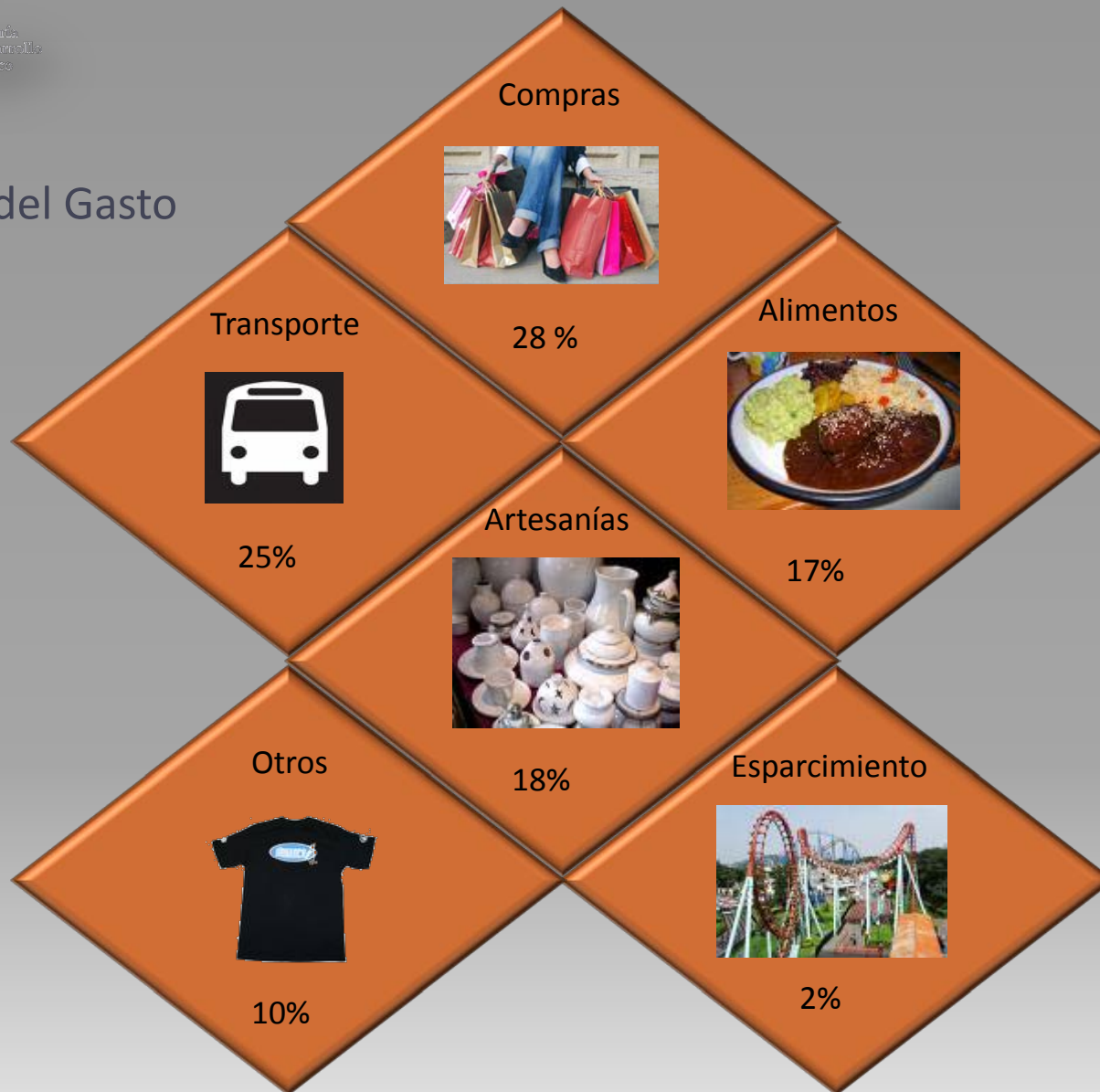
Gasto de Viaje

Gasto planeado vs Gasto Efectivo






Gasto <u>planeado</u> por persona por día	Gasto <u>efectivo</u> por persona por día
\$ 211 pesos	\$ 171 pesos

Distribución del Gasto



Índices de Satisfacción – Valor Dinero

En general, usted considera que su experiencia en este viaje ...

	Turista Interno	Turista Nacional	Turista Internacional
 Valió más de lo que gastó	0%	9%	17%
 Valió lo que gastó	50%	60%	83%
 Valió menos de lo que gastó	50%	31%	-



Los turistas internacionales son los que muestran una mayor satisfacción en relación gasto – valor dinero.

Lo que más le gustó



La hospitalidad de la gente.

Sitios históricos.

Los eventos / actividades.

Lo que menos le gustó



La información disponible del sitio.

La limpieza.

La seguridad.

¿Qué le hubiera gustado encontrar y que no encontró?



Más limpieza 16%

Mejor transporte 8%

Más seguridad 8%

Más baños públicos 6%

Más eventos 5%

Tipo de Visitante al Cubilete



- Jorge tiene 35 años y es profesionista.
- Su nivel socioeconómico se ubica entre el C y el D+ (media baja)
- Él es un visitante de origen Nacional, principalmente del Distrito Federal .
- La razón por la cual visitó el Cubilete, tiene que ver con cuestiones religiosas y vino acompañado de su familia.
- Viajó en su automóvil.
- Su gasto será de \$ 171.4 pesos por día por persona.
- Él piensa que su experiencia de viaje valió lo que gastó.
- Él y su familia ya habían venido al Cubilete.
- Lo que más le gustó fue la hospitalidad de las personas y lo que menos le gustó fue que hay poca limpieza.

Nota: El perfil fue hecho de acuerdo a las respuestas ,que obtuvieron mayor porcentaje entre los entrevistados.

Conclusiones

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES GENERALES

El turismo religioso tiene un mercado muy extenso, además de contar con un rico patrimonio arquitectónico y artístico; es por ello que debemos aprovechar todas las oportunidades que el mercado nos presenta para generar herramientas de promoción, programas para el desarrollo en infraestructura y servicios, rutas turísticas y programas académicos a través de congresos, convenciones y exposiciones.

Ya que somos uno de los destinos de fe más importantes en el país al contar con un recinto como El Cubilete, que recibió en el 2008 a cerca de 11,700* visitantes al mes, recomendamos realizar acciones que beneficien la estancia de los visitantes y apoyen al incremento de la estadía y derrama económica:

*Fuente: El Cubilete

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES GENERALES

- Por formación y cultura, las clases bajas y medias bajas son los principales visitantes al Cubilete, este segmento es cautivo; sin embargo, debemos de desarrollar servicios y productos enfocados a niveles socioeconómicos más altos, como por ejemplo: museos de arte sacro, museos iconográfico donde se realce a la lucha religiosa durante la época Cristera, visitas guiadas, restaurantes de comida internacional y lugares de alojamiento comercial como hoteles temáticos (religioso), y cabañas.
- Debido a que se realizan frecuentemente encuentros juveniles y tomando en cuenta que la mayoría de los visitantes a este recinto son jóvenes (menos de 35 años), se propone desarrollar un producto ecoturístico (escalada, senderismo, campismo) cercano a El Cubilete que forme parte alterna a las actividades que se realizan en los encuentros religiosos.
- Dado que es considerado el centro geográfico del país y teniendo a menos de 350 km a la redonda a las principales ciudades de la República Mexicana, el 58% de los visitantes a El Cubilete fueron nacionales, lo que nos refleja la oportunidad de incrementar este porcentaje al desarrollar estrategias de publicidad y promoción.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES GENERALES

- En el destino se registran altos índices de nuevas visitas y los visitantes recurrentes reportan mejoras en el destino, por lo que se recomienda homologar y mejorar la imagen de los prestadores de servicios que se encuentran en torno al recinto .
- De acuerdo a los resultados del perfil 2007, los visitantes mencionaron no haber visto ningún tipo de material publicitario, por lo que es importante implementar una estrategia de promoción y publicidad del recinto a través de medios especializados en el sector como lo son revistas, programas de televisión, programas de radio; además de la participación activa de iniciativa privada y gobierno para la atracción de congresos, convenciones y exposiciones relacionados con temas religiosos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES GENERALES

- Se recomienda implementar el uso de contadores para poder obtener estadísticas del visitante a El Cubilete, las cuales serán una útil herramienta de promoción.
- Se sugiere que los visitantes cubran una cuota mínima de recuperación para el mantenimiento del recinto.
- Dar impulso a un mayor número de artículos promocionales (souvenirs) dentro de El Cubilete.

Gracias

Dirección General de Planeación
Blvd. Vasco de Quiroga No 101
Torre Nissan 8º Piso
(477) 10 41 400
gcanof@guanajuato.gob.mx
cavalosb@guanajuato.gob.mx
www.vamosaguanajuato.com