



# Plan Estratégico de *Turismo Religioso* 2024-2030

Para citar este documento:

Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-, Dirección de Desarrollo del Producto Turístico (2023) *Plan Estratégico de Turismo Religioso de Guatemala 2024-2030*.

Primera edición.

Guatemala, Centro América.

Instituto Guatemalteco de Turismo -INGUAT-

7<sup>a</sup>. Avenida 1-17 zona 4, Centro Cívico, Guatemala, Centro América.

PBX. 2290-2800

Revisión de redacción y estilo: Virsa Valenzuela Morales, colegiado No.6237

Diseño de portada e interiores: Estebán Arreola / David Estrada

Diseño gráfico y diagramación: David Estrada

Esta edición se encuentra en formato digital en la página [www.inguat.gob.gt](http://www.inguat.gob.gt)

Se permite la reproducción total o parcial de este documento, siempre que no se alteren los contenidos ni los créditos de autoría y edición.

# Contenido

	No. Pág.
<b>PRÓLOGO</b>	5
<b>INTRODUCCIÓN</b>	6
<b>ANTECEDENTES</b>	8
<b>METODOLOGÍA</b>	9
<b>DIAGNÓSTICO</b>	11
PANORAMA INTERNACIONAL DE TURISMO RELIGIOSO	12
ANÁLISIS ESTADÍSTICO INTERNACIONAL	12
VINCULACIÓN CON INSTANCIAS INTERNACIONALES DE COORDINACIÓN TURÍSTICA	13
PANORAMA NACIONAL DE TURISMO RELIGIOSO	16
ANÁLISIS ESTADÍSTICO NACIONAL	16
MARCO LEGAL	29
VINCULACIÓN CON OTRAS POLÍTICAS Y PLANES	31
POTENCIAL DEL TURISMO RELIGIOSO EN GUATEMALA	33
ANÁLISIS DE ACTORES	35
ANÁLISIS SITUACIONAL	36
Análisis PESTAL (Oportunidades y Amenazas del Mercado)	36
Análisis FODA	40
ANÁLISIS DE MERCADO	46
Producto	47
Plaza (distribución)	51
Análisis de la competencia	55
Caso de éxito de turismo religioso: Camino de Santiago	58

	No. Pág.
<b>PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO</b>	59
Desarrollo de la visión del segmento al año 2030	60
Ejes para la Estrategia de Turismo Religioso	62
EJE 1: APROVECHAMIENTO DEL POTENCIAL TURÍSTICO	63
EJE 2: CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA	64
EJE 3: GESTIÓN DE RIESGO DE DESASTRES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO	65
EJE 4: GOBERNANZA PARA EL TURISMO SOSTENIBLE	65
<b>DESPLIEGUE DE LA ESTRATEGIA</b>	67
<b>SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN</b>	78
Anexos de la fase II	81
<b>SIGLAS Y ACRÓNIMOS</b>	92
<b>GLOSARIO</b>	94
<b>REFERENCIAS</b>	98
<b>CRÉDITOS</b>	101

# PRÓLOGO

La fe es un valor fundamental en los sistemas de creencias religiosas, se encuentra íntimamente ligada a la espiritualidad de las personas. Esta conexión permite evocar sensaciones que nuestros antepasados experimentaron y que han sido transmitidas en un legado generacional. Guatemala, en sus más de tres mil años de historia, se ejemplifica como un territorio rico en recursos naturales, que propicia el desarrollo de poblaciones con organizaciones sociales complejas, heredando un impresionante legado arquitectónico, artístico y espiritual. En la actualidad el territorio guatemalteco es un crisol cultural, donde son palpables las manifestaciones religiosas que se llevan a cabo con mucho ánimo y unidad entre los pueblos, por lo que el Gobierno de la República ha normado la protección al patrimonio cultural religioso.

Las condiciones inigualables que brinda el país para la práctica del turismo religioso son una oportunidad, para dar un desarrollo sostenible a las comunidades que conservan y practican su legado devocional y tradiciones populares. Debido a estas condiciones se diseña el Plan Estratégico de Turismo Religioso desde el Instituto Guatemalteco de Turismo en coordinación y participación interinstitucional e intersectorial.

El Plan Estratégico de Turismo Religioso se convierte en la herramienta para alcanzar las metas y objetivos trazados, se basa en los criterios de desarrollo sostenible por lo que se convierte en un mecanismo sistematizado que permitirá una correcta medición del avance de los proyectos planteados, aplicación de medidas correctivas, protección y puesta en valor del patrimonio cultural. Es así como este plan permitirá una mejor valoración del turismo religioso, no sólo para las comunidades que lo practican, sino también para aquellos que las contemplan con ojos de turistas o bien visitan los lugares sagrados.

# INTRODUCCIÓN

El Instituto Guatemalteco de Turismo es el ente rector en materia de turismo de Guatemala, rige y controla la promoción, fomento y desarrollo sostenible de la industria turística, en beneficio de visitantes, prestadores de servicios y comunidades receptoras. Entre sus principales objetivos resalta impulsar los destinos turísticos de Guatemala, para contribuir al desarrollo económico, social y cultural del país.

Para el impulso del turismo, la Dirección de Desarrollo del Producto Turístico del Inguat promueve el desarrollo y fomento de la actividad turística del país, a través de la ejecución de planes o proyectos estratégicos que impulsan el ordenamiento territorial, la conservación del patrimonio, inversión, calidad y competitividad turística. El principal instrumento para este fin es el Plan Maestro de Turismo Sostenible 2015-2025 que tiene como propósito desarrollar la actividad turística en el país, de forma sostenible, con una visión compartida del sector público y privado, que orienta el desarrollo sostenible del turismo.

El plan maestro en el eje 6 “Mercadeo Turístico” identifica los segmentos turísticos que para Guatemala representan una fuente importante de ingresos para las comunidades receptoras y empresas prestadoras de servicios. Además, en el eje 3 “Consolidación y diversificación de la oferta turística” se promueve la diversificación turística de acuerdo con el espacio turístico nacional.

En ese marco de referencia, al considerar el segmento cultural como el de mayor relevancia para el país y como parte de éste, el turismo religioso, el Instituto Guatemalteco de Turismo toma la iniciativa de formular la Estrategia de Turismo Religioso, por ser una de las experiencias culturales, más valoradas por los extranjeros y que se manifiesta a lo largo del territorio nacional. Las tradiciones y manifestaciones religiosas envuelven a los visitantes en un aire místico, creando una experiencia única.

Guatemala cuenta con tradiciones de más de 400 años como las romerías y peregrinaciones hacia Esquipulas, que son realizadas por medio de diferentes rutas de acceso por visitantes nacionales y centroameri-

canos, así como mexicanos. Se estima que anualmente recibe la visita de 4 millones de personas, lo que convierte a este municipio en un destino e ícono de turismo religioso, en el departamento de Chiquimula ubicado en la Región Turística denominada Oriente místico y natural.

Así también, se cuenta actividades como visitas a basílicas, santuarios y templos en los departamentos de Guatemala, Sacatepéquez, Chiquimula, Alta Verapaz y Quetzaltenango. Estas visitas ofrecen contacto con la historia, arquitectura y arte sacro en un ambiente que despierta los cinco sentidos a través de la gastronomía local, música y elementos decorativos (flores, aserrín y pino).

Al valorar lo antes descrito, el objetivo de esta planificación de turismo religioso es contar con un instrumento que defina la estrategia que oriente el desarrollo en los próximos siete años, estableciendo acciones puntuales de corto, mediano y largo plazo.

En esa línea, es importante resaltar que, el artículo 36 de la Constitución Política de la república de Guatemala establece que sus políticas y leyes deben proteger la libertad de religión, en tal sentido, los ciudadanos guatemaltecos tienen el derecho de practicar sus tradiciones y formas de expresión cultural que se adhieran a sus creencias. La religión en Guatemala posee influencias de sus antiguas tradiciones mayas espirituales, especialmente en sus regiones rurales. Además, en algunas regiones se ha mezclado con creencias cristianas y algunas otras doctrinas, ya que se aplican dentro de algunas las prácticas de la espiritualidad maya por lo que, con respeto a la fe de cada persona de la sociedad, en esta estrategia se consideran las diferentes denominaciones religiosas que se practican en el país y que puedan vincularse a la atracción de turistas residentes y no residentes.

Para el desarrollo de la estrategia de turismo religioso, se convocó a los principales actores del segmento, que de forma voluntaria se sumaron a los esfuerzos para construirla, respetando las distintas manifestaciones de fe, hecho que permitió lograr el resultado de este plan que inicia con el análisis nacional e internacional del turismo religioso, marco legal, la vinculación con otras políticas y planes, continua con el análisis situacional y de mercado. Lo anterior da el fundamento para el planteamiento estratégico y su despliegue por medio de acciones puntuales definidas, que serán la ruta que orientará al sector turístico en el período 2024-2030.

# ANTECEDENTES

Con Acuerdo Gubernativo No. 149-2016, de fecha 1 de agosto de 2016, se aprobó el Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala 2015-2025 -PMTS-, a través del cual se busca elevar la competitividad turística del país, con planificación y mercadeo estratégico, mediante el ordenamiento del territorio en función turística.

Con la implementación del Plan Maestro se proyecta continuar con la mejora de la competitividad turística del país, de allí que en el eje No. 6 se analiza la evolución del turismo a nivel mundial y regional, así como las tendencias de los viajeros, lo cual pone en contexto la realidad del turismo en Guatemala. Entre las líneas estratégicas que resaltan en este eje se encuentran: “Ofrecer productos diferenciados, en segmentos y mercados especializados, que permita aprovechar las fortalezas y características de Guatemala”, “Posicionar nuevos productos-destino en el país” y “Promocionar las nuevas rutas turísticas y las existentes”.

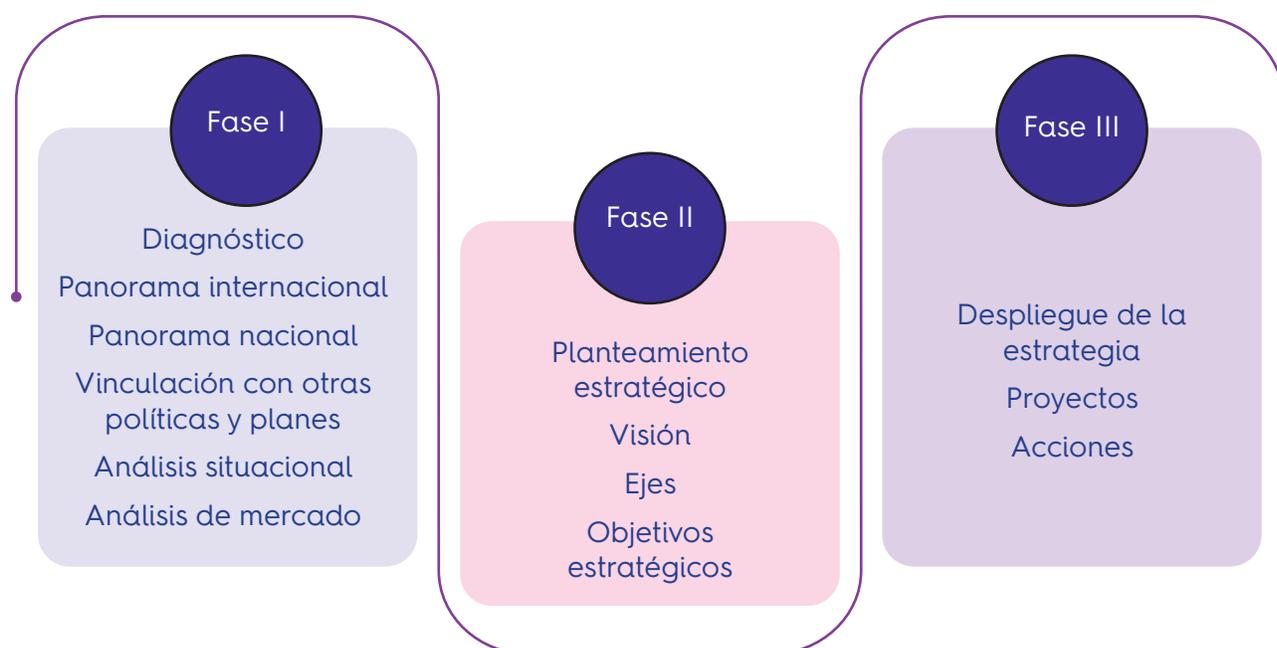
Del eje No. 6 se deriva el programa de desarrollo y promoción de la oferta turística de Guatemala, según la cual se elaboraron los planes estratégicos de segmentos turísticos de Guatemala con vigencia de siete años desde 2019 hasta 2025, estos son: segmento de aventura, segmento bodas de destino, segmento de turismo gastronómico, segmento de cruceros, segmento de deportes, segmento idiomático, segmento para la industria de reuniones, segmento de naturaleza, segmento de salud y bienestar, segmento de voluntariado, en diferentes etapas del ciclo de vida del segmento. Mediante estas estrategias se orienta el desarrollo de productos turísticos y el mercadeo de cada segmento.

La elaboración de la estrategia para el producto de turismo religioso se realiza en este marco de referencia.

# METODOLOGÍA

El plan estratégico de turismo religioso se realizó aplicando la metodología de elaboración de planes de segmentos turísticos, del Departamento de Planeamiento Turístico de Inguat, la cual consta de tres fases que se aplican en los diferentes espacios de coordinación interinstitucional y multisectorial que integran el sector turístico de Guatemala.

**Ilustración 1:** Fases de elaboración del plan estratégico



Fuente: Inguat (2023)

La fase I comprende el “Diagnóstico”, que inicia con el análisis del panorama internacional, panorama nacional y marco legal, vinculación con otras políticas y planes, seguido del análisis situacional y de mercado. Se sustenta además en información estadística de fuentes oficiales, investigación documental de autores nacionales e internacionales, informes institucionales de los entes vinculados a turismo y otros de soporte. Esta fase se desarrolló con la participación de actores del sector turístico religioso, por medio de reuniones y talleres técnicos en las que se aplicaron instrumentos de análisis estratégico.

La fase II se denomina “Planteamiento estratégico” y da inicio con la definición de la visión a 2030 para el turismo religioso, que ha sido revisada y validada en ejercicios participativos. A partir de la visión, se desarrollaron los ejes y objetivos estratégicos en términos cualitativos, hacia los cuales se orientan los esfuerzos del sector en los próximos siete años.

La fase III identificada como “Despliegue de la Estrategia” es la última desarrollada, con el fin de operacionalizar la estrategia y comprende la formulación de iniciativas estratégicas que se estructuran en proyectos y se componen de acciones priorizadas.

## Formulación del plan estratégico

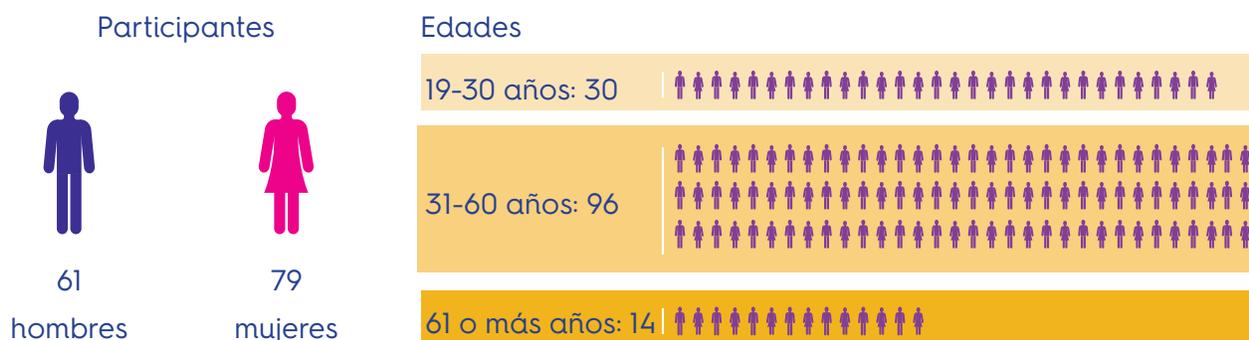
**Ilustración 2:** Participación y consultas en el proceso de elaboración



Fuente: Inguat (2023)

Del total de participantes (140), se contó con representación del 56% mujeres y 44% hombres, con un 68% de personas comprendidas entre 31 y 60 años.

**Gráfica 1:** Participantes por sexo y edad



Fuente: Inguat (2023)

# DIAGNÓSTICO



# PANORAMA INTERNACIONAL DE TURISMO RELIGIOSO

## ANÁLISIS ESTADÍSTICO INTERNACIONAL

En el informe sobre turismo religioso realizado por el Departamento de Investigación y Análisis de Mercados de Inguat (2023) se generó información del turismo religioso a nivel internacional, entre la que se refleja su comportamiento en los últimos años, destaca que la OMT calcula que 330 millones de personas viajan cada año por motivos religiosos. Además, alrededor del 25% de los viajeros expresaron interés en esta forma de turismo, ya sea por razones espirituales o no espirituales.

También se indica que se prevé que los ingresos mundiales del turismo religioso asciendan a 15,100 millones de dólares en 2023, según la empresa de análisis de mercado Future Market Insights, y esta cifra podría alcanzar los 41,000 millones de dólares en 2033.

Otro dato interesante, es que en México están apuntando al turismo religioso como un segmento estratégico de crecimiento. El estado de Jalisco, sede de atracciones como la Catedral Basílica de San Juan de los Lagos, ocupa el segundo lugar, por detrás de Ciudad de México, entre los destinos preferidos por los turistas religiosos, con 11 millones de llegadas al año y unos 330 millones de dólares de ingresos por turismo. El Festival Religioso de Zapopan, celebrado el 12 de octubre, por ejemplo, atrae cada año a la región a la que asisten entre 1 y 2 millones de turistas. A escala nacional, la Secretaría de Turismo de México calcula que 40 millones de personas al año participan en peregrinaciones, lo que genera unos ingresos cercanos a los 20,000 millones de MXN (1.120 millones de dólares).

En Brasil, otro centro mundial de festivales religiosos, varios Estados han establecido itinerarios para impulsar las visitas a lugares religiosos, como las iglesias de Ouro Preto en Minas Gerais, clasificadas como Patrimonio de la Humanidad por la Unesco. El país acoge más de 200 eventos religiosos cada año, como la procesión del Círio de Nazaré en la ciudad de Belém, estado de Pará, a la que asistieron 2.5 millones de personas en 2022. Se calcula que en 2019 el turismo religioso aportó 15,000 millones de dólares a la economía brasileña.

En Europa, el santuario de Santiago de Compostela, considerado uno de los centros de peregrinación cristiana más antiguos e importantes, reporta en 2019 una cifra récord de visitantes de 347.578 peregrinos procedentes de más de 180 países de todo el mundo. El Santuario de Nuestra Señora de Lourdes recibe cada año cerca de 3.5 millones de visitantes provenientes de más de 140 países. Las peregrinaciones al Santuario de Nuestra Señora de Czestochowa ubicado en Polonia registraron aproximadamente la visita de 4.5 millones de peregrinos en 2019, de los cuales alrededor de 150 mil fueron peregrinos a pie. Mientras las peregrinaciones al Santuario de la Divina Misericordia en Cracovia-Lagiewniki en 2019 recibió aproximadamente a 2 millones de personas de más de 90 países.

En la India, que cuenta con lugares importantes para varias confesiones, los flujos de turismo religioso han alcanzado máximos históricos, y algunas empresas turísticas registran crecimiento de un 15% superior a los niveles anteriores a la pandemia del 19-C. Entre los peregrinos hay turistas nacionales y extranjeros. El estado indio de Gujarat, por ejemplo, registró una afluencia turística de 44,8 millones de turistas en 2017, de los cuales el 36 % acudió por motivos espirituales. La India también alberga el Kumbh Mela, un importante festival religioso del hinduismo que se considera una de las mayores concentraciones religiosas del mundo. En 2019, el festival atrajo a 200 millones de visitantes al estado de Uttar Pradesh, con unos 50 millones de participantes durante el día más auspicioso de la celebración.

Las llegadas internacionales a Arabia Saudí están impulsadas por las personas que participan en las peregrinaciones Hajj y Umrah. El Reino recibió 17,3 millones de turistas internacionales en 2019. De esa cifra, se estima que 2,49 millones de musulmanes se reunieron en La Meca para la peregrinación anual del Hayy, marcando lo que se cree que es la mayor reunión de seres humanos de la historia.

En las estadísticas mundiales observadas en este apartado puede notarse claramente que el turismo religioso abarca una amplia variedad de religiones y creencias, incluyendo el cristianismo, el islam, el hinduismo, el budismo, el judaísmo, el sijismo, entre otros. Cada una de estas religiones tiene sus propios lugares sagrados y eventos significativos. También se observa el importante impacto económico en las regiones que albergan lugares sagrados. Los peregrinos y turistas suelen requerir servicios y productos de alojamiento, comida, transporte y recuerdos, lo que beneficia a la economía local.

## VINCULACIÓN CON INSTANCIAS INTERNACIONALES DE COORDINACIÓN TURÍSTICA

Guatemala participa en diferentes instancias de coordinación turística que permiten el desarrollo y promoción del sector turístico guatemalteco. Al analizar las instancias regionales e internacionales de coordinación para el desarrollo y promoción del turismo, sus objetivos y alcances, se plantea la oportunidad de fortalecer y ampliar la participación de Guatemala, en especial en los espacios que enfocan en turismo religioso, para generar alianzas que incrementen la efectividad de las acciones que se derivan de esta estrategia.

Las instancias que se consideran relevantes para el turismo religioso son:

### Ilustración 3: Instancias Internacionales de Coordinación Turística



Fuente: Inguat (2023)

**Organización Mundial del Turismo (OMT)**, es un organismo especializado de las Naciones Unidas, representa la principal institución internacional en el campo del turismo, Guatemala es estado miembro de este organismo desde 1993.

14

La OMT es la principal organización internacional del turismo que aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, comprometida con los Objetivos de Desarrollo Sostenible -ODS-, adoptados por la Asamblea General de las Naciones Unidas. Los objetivos de la OMT son los siguientes: Desarrollo Sostenible, Competitividad, Innovación e Inversiones, Ética, Cultura y Responsabilidad Social, Cooperación Técnica, Estadísticas y Academia de la OMT. (OMT, 2023)

**Consejo Mundial del Turismo (World Travel & Tourism Council -WTTC-)**, es un foro para la industria del viaje y del turismo, formado por miembros de la comunidad empresarial del mundo y trabaja con los gobiernos para crear conciencia sobre la industria de los viajes y el turismo. Genera informes como una herramienta vital que apoya a los organismos de los sectores público y privado con pruebas sólidas del valor que los viajes y el turismo aportan a la economía, de modo que sus decisiones de formulación de políticas e inversión apoyen al sector. El boletín publicado recientemente por el WTTC (2023) resalta la siguiente información de turismo para Guatemala "Sector de viajes y turismo de Guatemala superará por 3.5% los niveles de empleo generado frente a 2019" y detalla los siguientes datos:

- Al cierre de 2023, el sector contará con más de 420 mil puestos de trabajo generados en el país, es decir, el 5.8% del total de empleos

- Además, se espera que el sector aporte 4.9 mil millones de dólares a la economía del país; tan sólo un 0.8% por debajo de 2019
- Durante 2022, el sector contribuyó con más de 4.7 mil millones de dólares a la economía del país y representó el 5% del PIB nacional

**Consejo Centroamericano de Turismo -CCT-**, adscrito al Sistema de Integración de Centroamérica -SICA-, Secretaría de Integración Turística Centroamericana -SITCA. La SITCA es la oficina regional permanente del CCT y funge como instancia operativa del Consejo en temas de integración y competitividad turística. Su función principal es dar seguimiento a mandatos presidenciales en materia de turismo y a los acuerdos del Consejo, con el fin de contribuir al logro de sus objetivos. De este sistema se deriva la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica -CATA-, entidad mixta (público/privado), de carácter técnico, establecida durante la XXII Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno de Centroamérica, mediante el Consejo Centroamericano de Turismo (CCT) y en coordinación con la Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica (FEDECATUR). Se encarga de implementar la estrategia regional de promoción, mercadeo, publicidad y relaciones públicas en Europa. (SITCA, 2023)

**La Federación de Cámaras de Turismo de Centro América**, es una organización regional privada con personalidad jurídica, sin fines de lucro, apolítica y no partidista, integrada por: *Belize Tourism Industry Association (BTIA)*, Cámara Nacional de Turismo de Costa Rica (Canatur), Cámara Salvadoreña de Turismo (Casatur), Cámara de Turismo de Guatemala (Camtur), Cámara de Turismo de Honduras (Canaturh), Cámara Nacional de Turismo de Nicaragua (Canatur) y Cámara de Turismo de Panamá (Camtur), su objetivo primordial es constituirse en líder y portavoz eficaz del sector privado centroamericano. (SITCA, 2023)

**La Red Internacional de Agencias Especializadas en Turismo Religioso REDITUR**, es una organización sin fines de lucro creada en 2013 en la ciudad de Apucarana, Estado de Paraná, Brasil, en el marco del Congreso Internacional de Turismo Religioso y Sustentable. Está conformada por agencias de viajes de diferentes países de América, Europa, África y Medio Oriente, que organizan y operan regularmente circuitos de turismo religioso en su país de origen para viajeros individuales o grupos de pertenencia. Entre sus miembros figuran únicamente dos agencias de Guatemala. (REDITUR, 2023)

**Red mundial de destinos de turismo religioso (TSTT)**, por sus siglas en inglés es una plataforma colaborativa que une a destinos, organizaciones y expertos involucrados en el turismo religioso. Su objetivo es fomentar el intercambio de conocimientos, experiencias y buenas prácticas, así como promover el desarrollo sostenible y responsable del turismo religioso. En el sitio web de la Red, se encuentra La Antigua Guatemala entre la lista de destinos que se promueven, lo que representa una gran oportunidad para integrar los diferentes destinos que Guatemala tiene con potencial para turismo religioso.

# PANORAMA NACIONAL DE TURISMO RELIGIOSO

## ANÁLISIS ESTADÍSTICO NACIONAL

En Guatemala, se reconocen diversos sitios de interés turístico religioso, uno de ellos es la ciudad santuario de la Basílica de Nuestro Señor de Esquipulas que resguarda la imagen del Cristo Negro, cuya importancia geográfico-espiritual se vincula con los hechos de ser reconocida como la Capital Centroamericana de la Fe. De acuerdo con datos del Inguat, recibe anualmente la visita de 4 millones de personas y no menos de 1.5 millones de visitas al Santuario del Cristo Negro, sobre todo durante las festividades del 15 de enero, período en el cual recibe entre 150,000 y 200,000 peregrinos. (Departamento de Investigación y Análisis de Mercados INGUAT, 2023)

Según informe de la encuesta de gastos de Inguat (2019) se obtuvieron datos que reflejaron que el 40% fueron visitantes excursionistas y el 60% turistas; referente al país de residencia enseñó que el 64% era de El Salvador, 24% de Honduras, 7% de México, el 2% de Belice y el 1% de Estados Unidos; la estadía promedio fue de 2 noches. La forma de viaje el 93% lo realizó acompañado por un grupo compuesto por 8 personas en promedio y el 7% viajó solo. Al consultarles si anteriormente han visitado Esquipulas, el resultado arrojó que 8 de cada 10 personas lo han visitado con anterioridad; el 5% visitó otros lugares de Guatemala, mientras que el 95% solo visitó Esquipulas. El gasto diario promedio por persona fue de \$30.67 y grupalmente ascendió a \$292.54.

16

También se desarrollan en Guatemala, diferentes actividades religiosas que atraen a turistas. La Semana Santa es uno de los acontecimientos más notables del país, con procesiones, vigiliass, marchas fúnebres, gastronomía de temporada y creación de tapices de flores y altares. Para esta ocasión, también se adornan las fachadas de las casas y los edificios, lo que contribuye al ambiente festivo. La Semana Santa es una celebración religiosa y cultural que conmemora la pasión, muerte y resurrección de Cristo. Engloba una serie de actividades y elementos comunes que varían de una región a otra. Las prácticas y tradiciones asociadas a la Semana Santa se han transmitido a las generaciones más jóvenes durante siglos, gracias a la participación en el evento y a los preparativos, así como a través de los medios de comunicación. Feligreses, vecinos, turistas, artesanos, músicos y autoridades participan en la organización y las celebraciones, lo que confiere al acontecimiento su carácter universal y de cohesión.

Este evento tan importante promueve la tolerancia y la inclusión gracias a la participación de personas de diferentes grupos sociales y fomenta el respeto y el aprecio mutuos entre las personas e instituciones implicadas. Representación de la diversidad cultural del país, durante siglos ha significado la identificación con el dolor y el culto a la muerte que conocían los habitantes originarios de Guatemala, característica que se mantiene hasta nuestros días y que, a pesar de una aparente contradicción, simboliza la esperanza y la unión (UNESCO, 2022).

Desde el aspecto turístico, la Semana Santa es una de las actividades más importantes en donde se dinamiza la economía nacional por medio de las visitas que realizan los viajeros a los diferentes destinos, quienes hacen uso de los diferentes servicios de la cadena de valor del turismo.

Los datos hasta abril de 2023 indican que en Guatemala el turismo alcanzó el 90% de recuperación respecto del período prepandemia, la Semana Santa constituyó el impulso para este nivel de recuperación.

**Gráfica 2:** Recuperación del turismo a abril 2023.



Fuente: Inguat (2023)

Se observan importantes incrementos como resultados de las temporadas donde resaltan las manifestaciones religiosas en el país. Es importante analizar con detalle otras temporadas, lugares, actividades y actores que generen oportunidad de ampliar la oferta turística a lo largo del año en función de aprovechar y gestionar adecuadamente la riqueza cultural milenaria de Guatemala y el beneficio de las comunidades participantes y su cadena de valor.

La encuesta de gasto turismo receptor 2022, que realiza el Departamento de investigación y análisis de mercado del Inguat, reveló que en 2022 llegaron al país 1,069,750 turistas del segmento de cultura, la tabla siguiente detalla el número de llegadas por país de origen y el porcentaje de participación en el segmento de cultura, resaltan la participación en este segmento de El Salvador, Estados Unidos y Honduras, por lo que será interesante analizar las mediciones más precisas respecto de la motivación del viaje, por turismo religioso.

**Cuadro 1:** País de origen de los turistas del segmento de cultura.

	País	Llegadas 2022	% porcentaje de participación
	El Salvador	372,328	78%
	Estados Unidos de América	281,233	59%
	Honduras	96,205	20%
	México	33,967	7%
	Nicaragua	31,731	7%
	Otros de Europa	28,374	6%
	Belice	24,670	5%
	Resto del mundo	22,216	5%
	Canadá	18,388	4%
	Colombia	17,616	4%
	España	16,180	3%
	Costa Rica	15,948	3%
	Alemania	15,586	3%
	Francia	14,487	3%
	Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte	13,598	3%
	Otros de Suramérica	13,587	3%
	Israel	11,250	2%
	Países Bajos	10,886	2%
	Italia	7,824	2%
	Argentina	6,597	1%
	Brasil	6,183	1%
	Panamá	3,289	1%
	Australia	2,696	1%
	China	2,517	1%
	Federación de Rusia	1,278	0%
	Japón	1,116	0%
	<b>Total de llegadas</b>	<b>1,069,750</b>	

Fuente: INGUAT (2023)

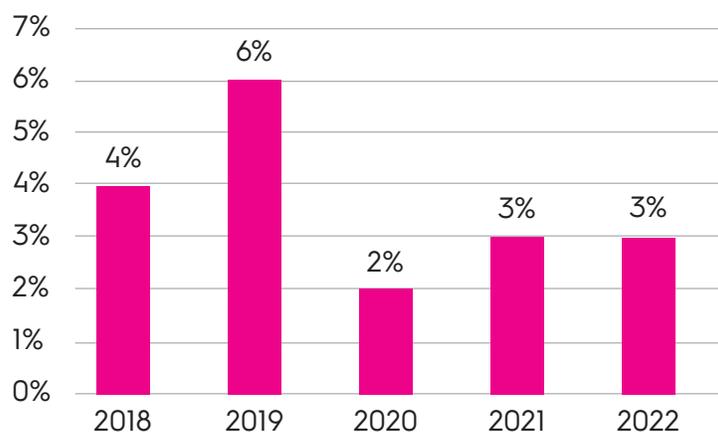
El historial de viajeros no residentes que visitaron Guatemala por motivos religiosos en los últimos cinco años muestra incremento de 2018 a 2019, sin embargo, se observa disminución por los efectos de la pandemia COVID-19 que afectó el total de llegadas y, en consecuencia, impactó el turismo religioso, el que para 2021 y 2022 muestra un 3% sobre el total de llegadas al país.

**Cuadro 2:** Cantidad de viajeros no residentes que visitan Guatemala por motivos religiosos respecto al total de llegadas

Descripción	2018	2019	2020	2021	2022
Total de llegadas	2,405,902	2,559,599	593,989	662,112	1,818,709
Cantidad de visitantes por motivo religioso	102,297	154,326	14,141	18,326	51,184
Porcentaje de visitantes por motivo religioso	4%	6%	2%	3%	3%

Fuente: INGUAT (2023)

**Gráfica 3:** Porcentaje de viajeros no residentes que visitan Guatemala por motivos religiosos respecto al total de llegadas



Fuente: Inguat (2023)

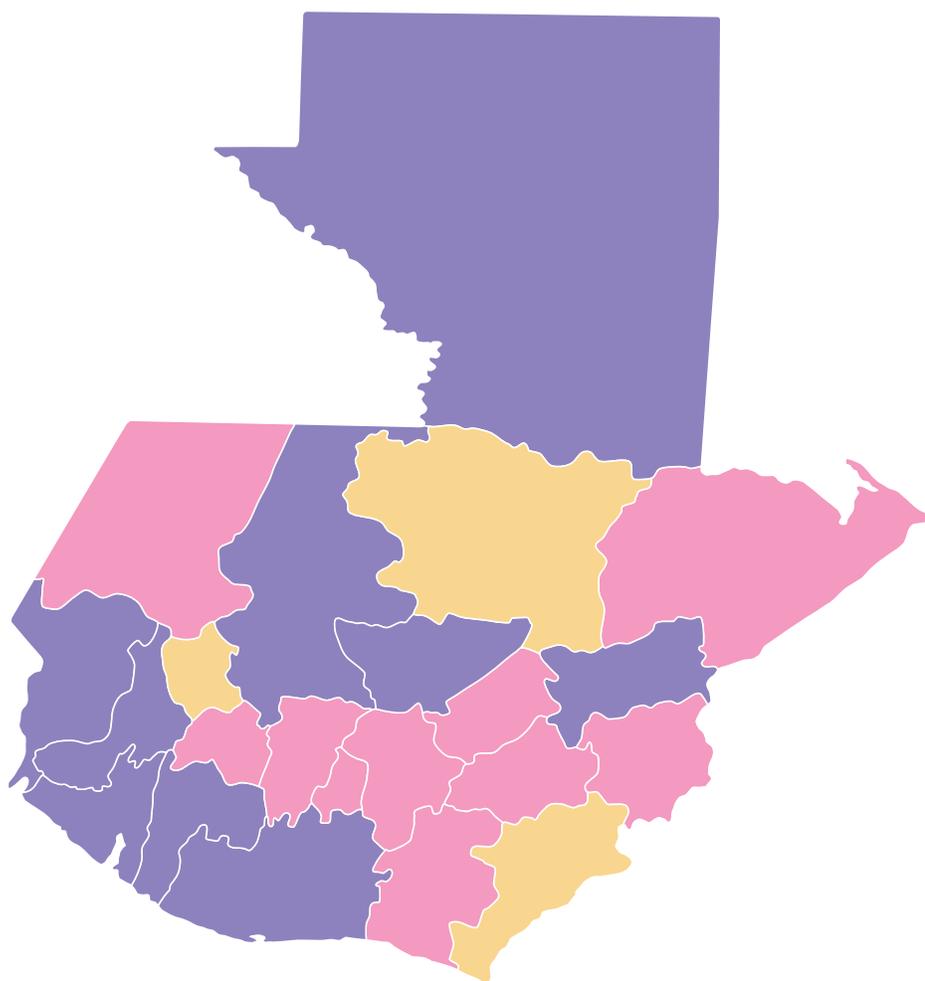
## Tipos de credos o religiones en Guatemala

Guatemala se caracteriza por ser un país con profundas raíces cristianas, esto lo confirma el informe del Latinobárometro (2020), que detalla los tipos de credos que se profesan en el país. En este territorio convergen la herencia de la espiritualidad ancestral maya y la doctrina cristiana, que se fusionaron hace más de cuatro siglos, para integrar un sincretismo religioso que es palpable hoy en día en diversas comunidades locales. Es importante hacer mención que, a raíz de la reforma liberal de 1871 se permite el ingreso de otras denominaciones religiosas al país, mismas que han ido ganando espacios hasta nuestros días. A continuación, se ilustra la distribución religiosa en Guatemala y los porcentajes de esa distribución.

### Ilustración 4: Mapa de distribución religiosa

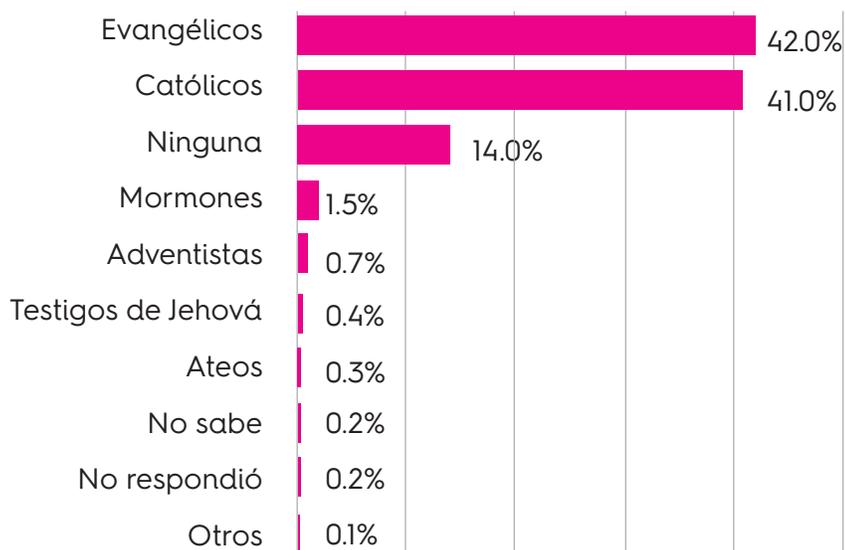
Mapa sobre la distribución religiosa de Guatemala 2020

- Evangélicos
- Católicos
- Misma presencia



Fuente: Latinobarómetro, 2020

**Gráfica 4:** Porcentaje de religiones en Guatemala

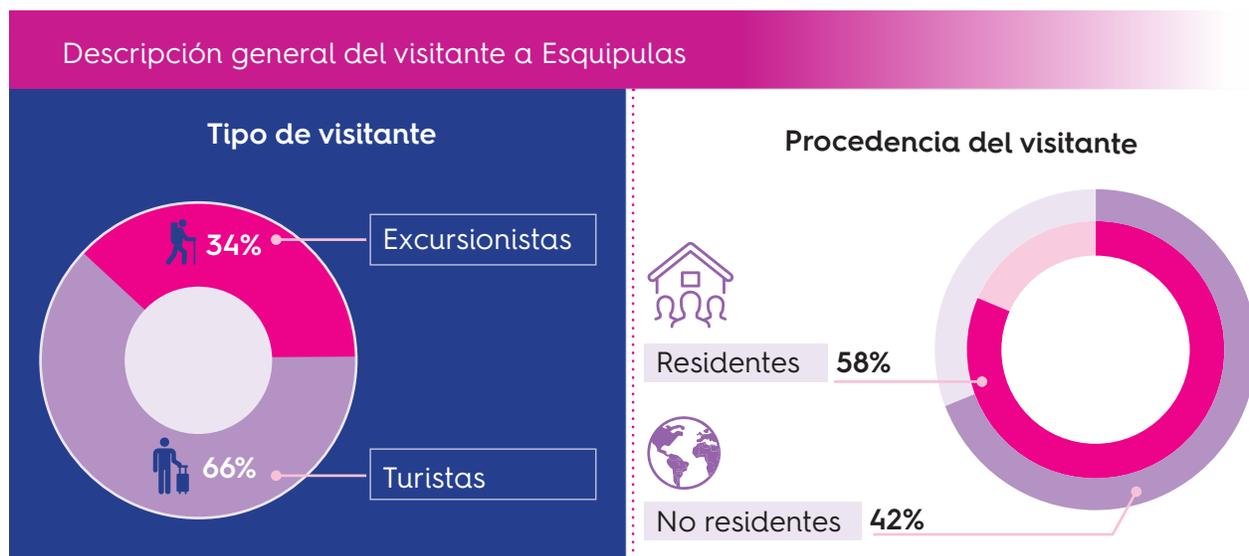


Fuente: Latinobarómetro, 2020

### Temporadas referentes de turismo religioso en Guatemala

Actualmente se realizan mediciones durante dos temporadas específicas referentes de turismo religioso, **la primera medición del año** en la festividad del Cristo Negro de Esquipulas. En la medición para el período del 09 al 15 de enero de 2023, se registró un total de visitantes de 102,634 personas, con un gasto promedio por persona de Q3,002.00. A decir del perfil del visitante el 76% visitó antes el lugar y el 24% lo hizo por primera vez, el 66% permaneció en Esquipulas más de 24 horas como se muestra en la gráfica tiempo de permanencia, los visitantes que usaron servicios de alojamiento en hoteles, hostales y pensiones fue de un 52%.

**Gráfica 5:** Tipo y procedencia del visitante de Esquipulas



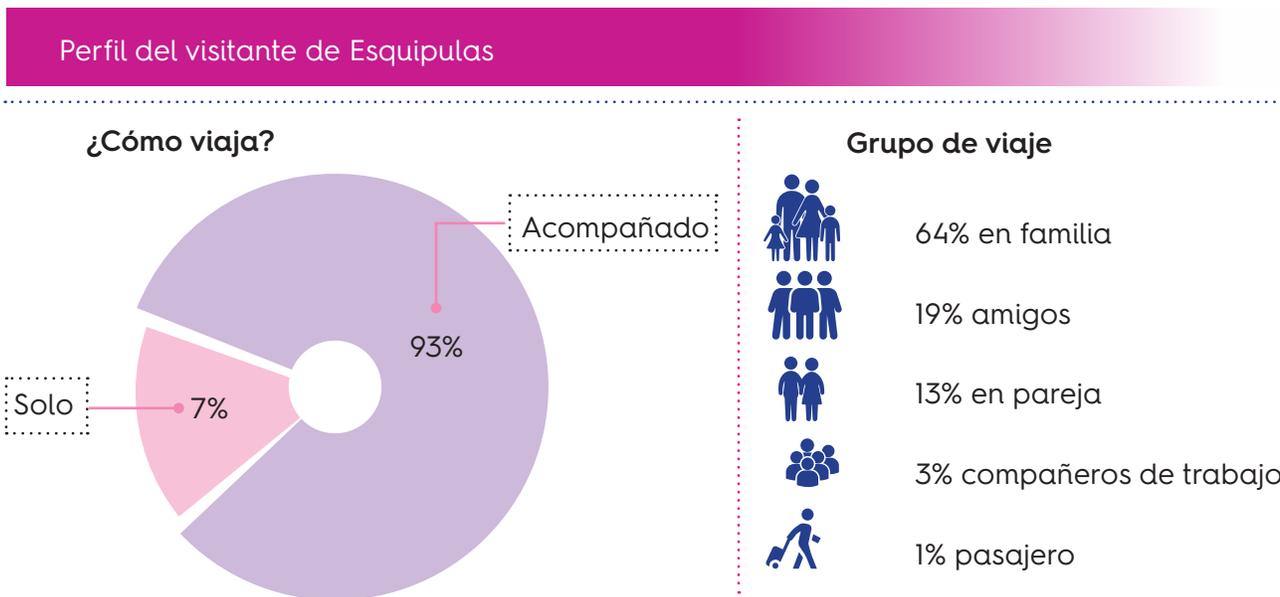
Fuente: Departamento de Investigación y Análisis de Mercados Inguat (2023)

**Gráfica 6:** País de residencia del visitante de Esquipulas



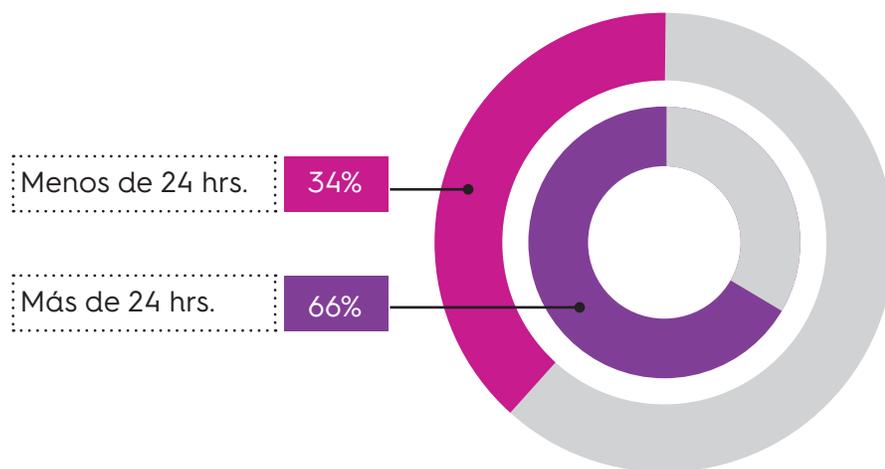
Fuente: Departamento de Investigación y Análisis de Mercados INGUAT (2023)

**Gráfica 7:** Perfil del visitante de Esquipulas



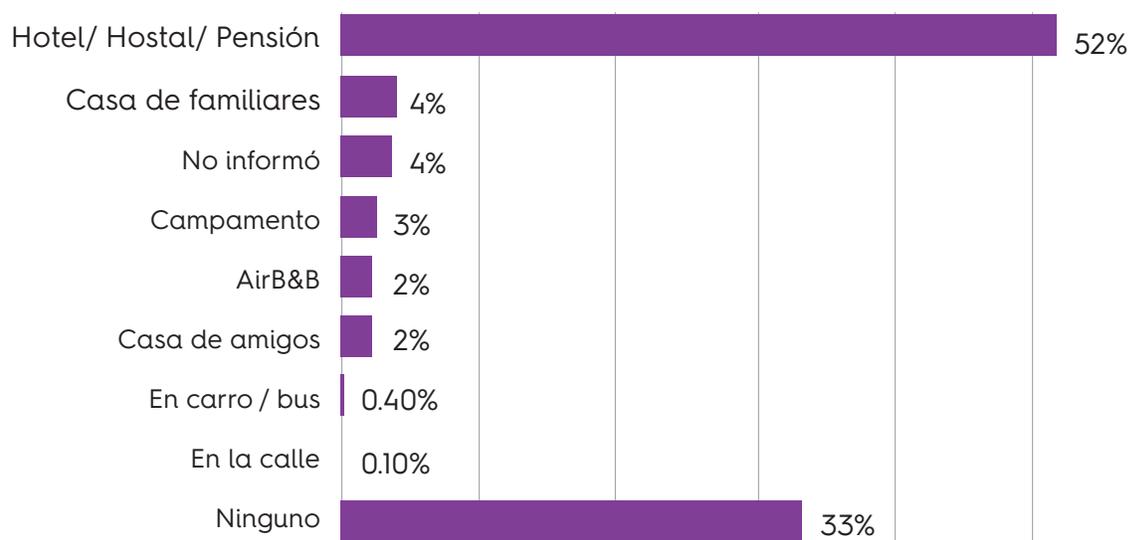
Fuente: Departamento de Investigación y Análisis de Mercados INGUAT (2023)

**Gráfica 8:** Tiempo de permanencia del visitante de Esquipulas



Fuente: Departamento de Investigación y Análisis de Mercados Inguat (2023)

**Gráfica 9:** Alojamiento del visitante de Esquipulas

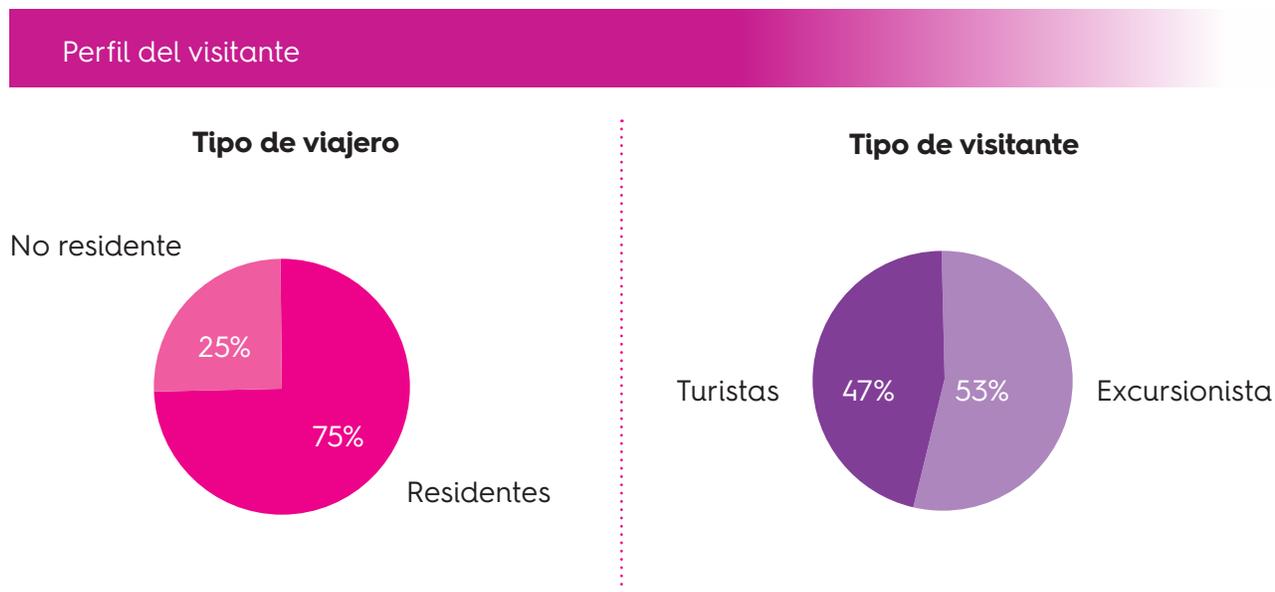


Fuente: Departamento de Investigación y Análisis de Mercados Inguat (2023)

Es importante resaltar que, las visitas a Esquipulas son permanentes a lo largo del año, sin embargo, es necesario mejorar los mecanismos de medición que aporten información para una gestión de turismo religioso cada vez más competitiva, tomando en cuenta que el principal atractivo en Esquipulas es la Basílica del Señor de Esquipulas, la cual está catalogada en jerarquía 4, en esta jerarquía se encuentran los atractivos con características singulares y representativos para la región de Centroamérica y visitantes nacionales ya sea por sí solo o en conjunto con otros recursos contiguos y aptos de aprovecharse. Este producto turístico se encuentra consolidado como “Esquipulas: Ruta Santa del Peregrino”, en la región turística **Oriente, Místico y Natural** que se promueve en la página [www.visitguatemala.com](http://www.visitguatemala.com).

**La segunda medición** que realiza el Departamento de Investigación y Análisis de Mercados es a través de la encuesta “Medición Semana Santa”. Para 2023 los resultados indican que el total de llegadas de visitantes fue de 1,630,302, el 25% de estos viajeros no son residentes, y de acuerdo con la encuesta el 49% reside en El Salvador y el 12% en Estados Unidos, seguidos por 6% de residentes de Costa Rica y el resto de países con menos de 5%. Entre los datos relevantes del perfil del visitante es que 92% viajó acompañado y 47% permaneció más de 24 horas en el lugar, 68% usó servicios de hospedaje en hotel, 30% de los visitantes indicó que su motivación fue religiosa y de peregrinación y entre los datos sobre satisfacción resalta el 33% que informa que lo que más les gustó en la visita fueron la cultura y las tradiciones. Respecto al gasto aproximado del viaje, 19% indicó que fue arriba de Q5,000.00, los detalles ampliados de esta medición se encuentran en las gráficas siguientes.

**Gráfica 10:** Tipo de viajero y visitante de Semana Santa en La Antigua Guatemala



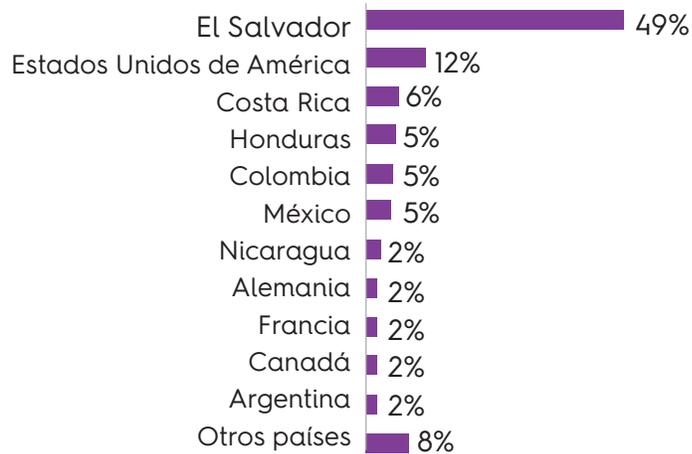
Fuente: Departamento de Investigación y Análisis de Mercados (2023)

**Gráfica 11:** País o departamento de residencia del visitante de Semana Santa en La Antigua Guatemala

Residencia

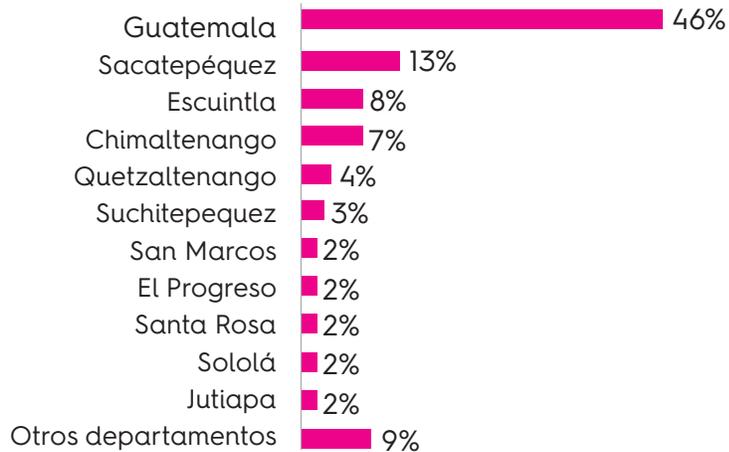
**Principales Países de residencia**

25% no residentes



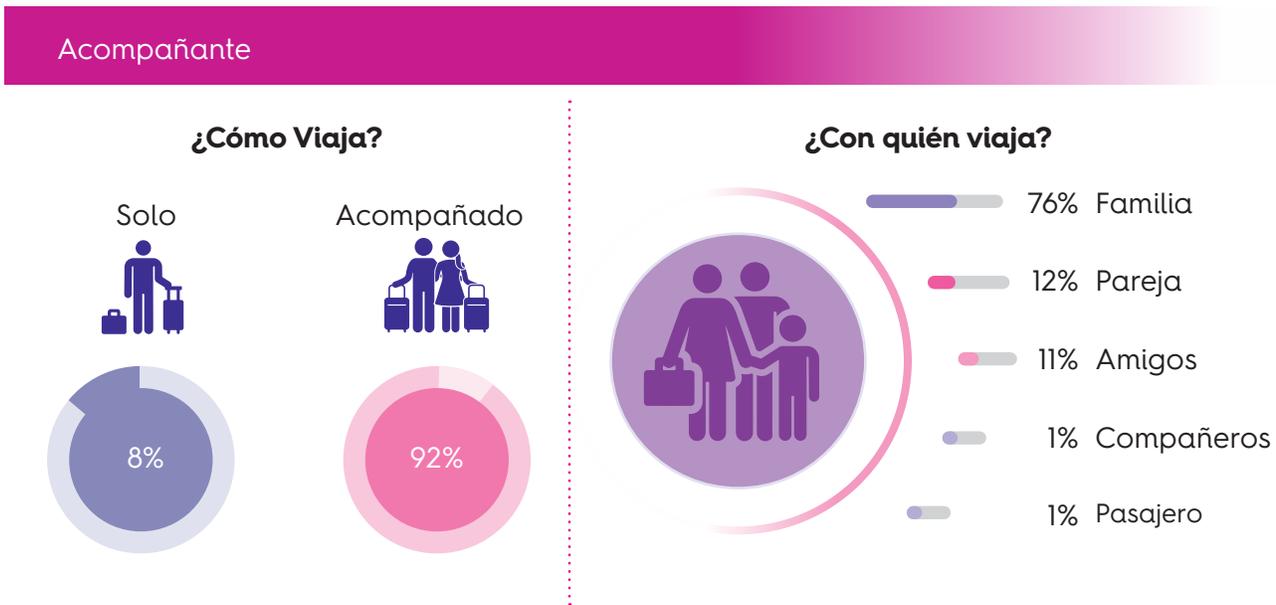
**Principales departamentos**

75% residentes



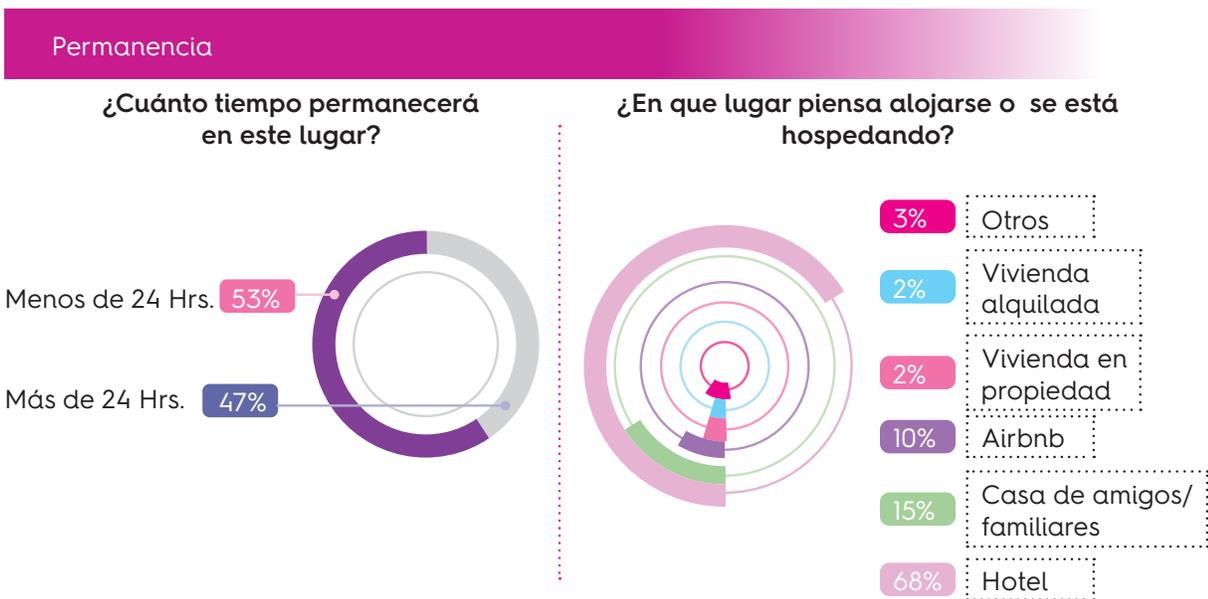
Fuente: Departamento de Investigación y Análisis de Mercados (2023)

**Gráfica 12:** Perfil del visitante de Semana Santa en La Antigua Guatemala



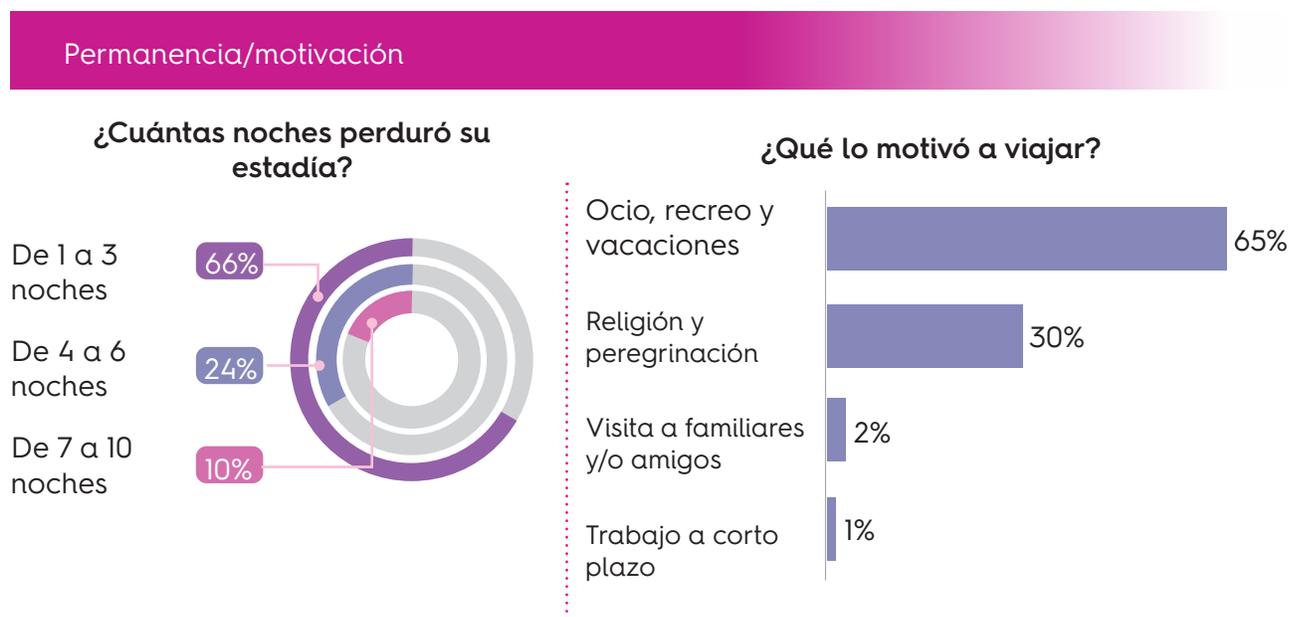
Fuente: Departamento de Investigación y Análisis de Mercados (2023)

**Gráfica 13:** Permanencia del visitante de Semana Santa en La Antigua Guatemala



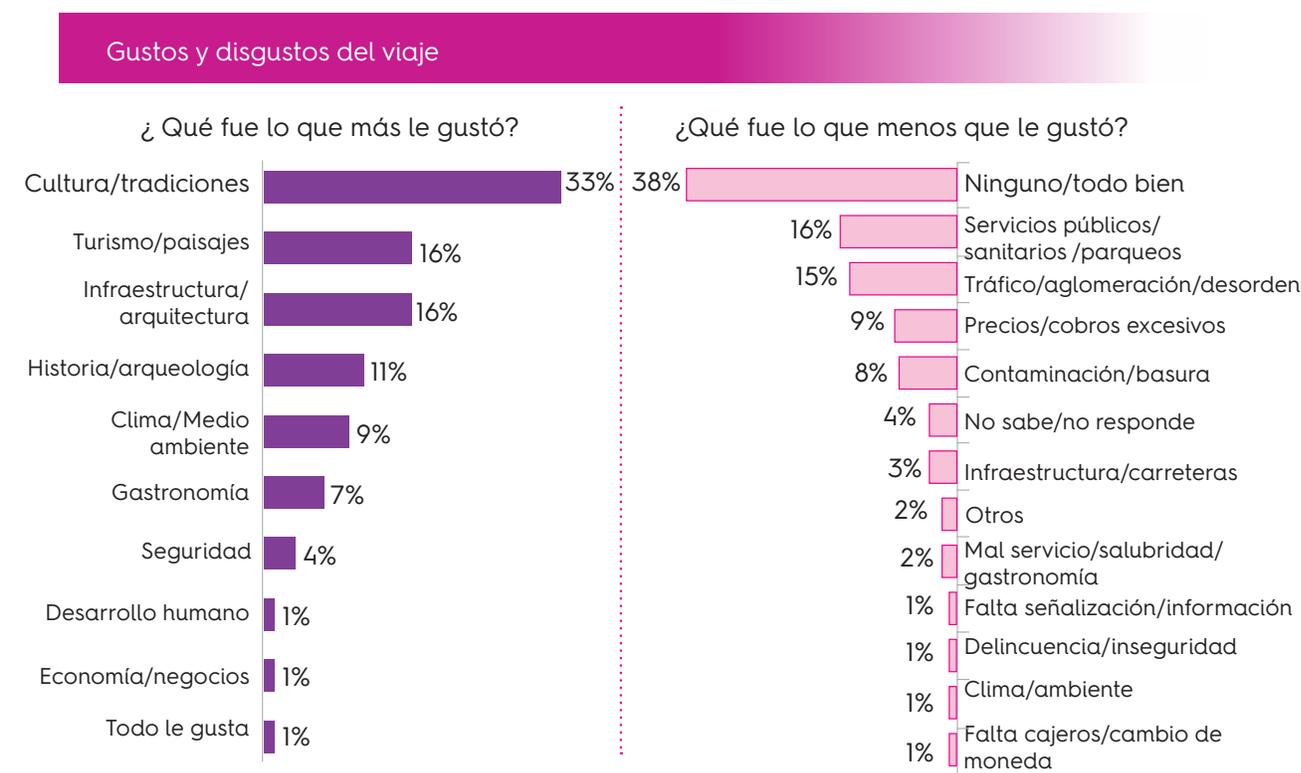
Fuente: Departamento de Investigación y Análisis de Mercados (2023)

**Gráfica 14:** Permanencia/motivación del visitante de Semana Santa en La Antigua Guatemala



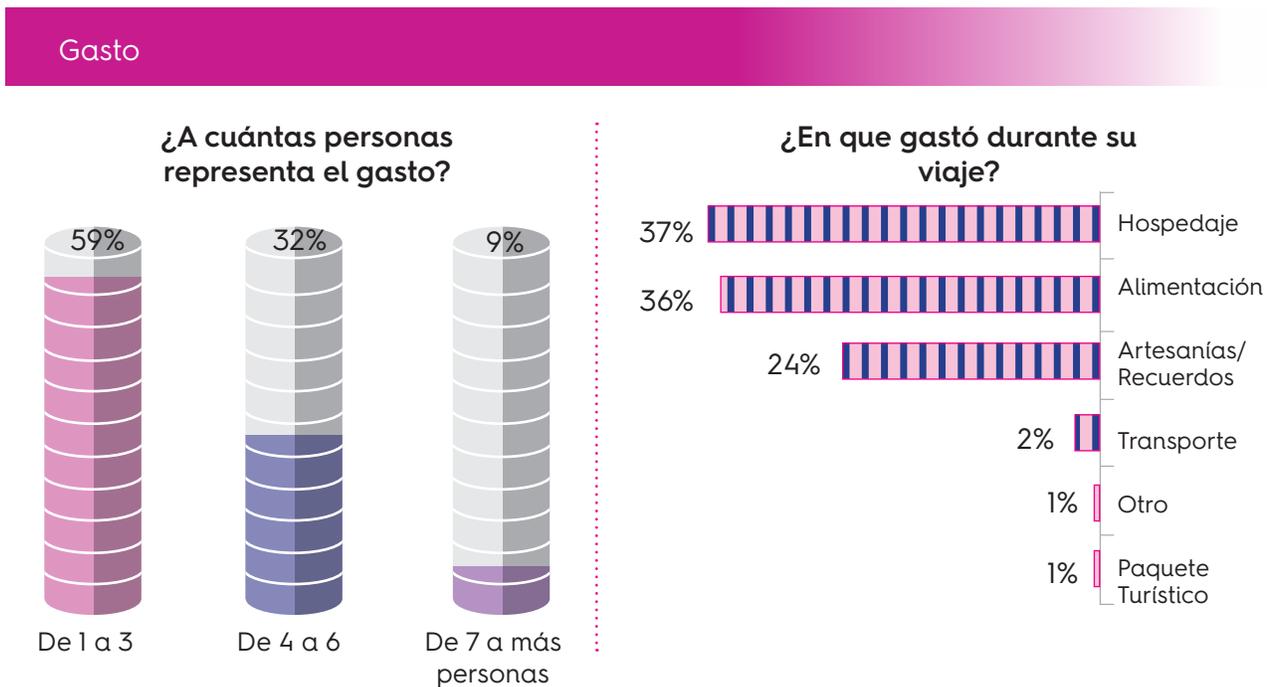
Fuente: Departamento de Investigación y Análisis de Mercados (2023)

**Gráfica 15:** Gustos y disgustos del visitante de Semana Santa en La Antigua Guatemala



Fuente: Departamento de Investigación y Análisis de Mercados (2023)

**Gráfica 16:** Gasto del visitante de Semana Santa en La Antigua Guatemala



Fuente: Departamento de Investigación y Análisis de Mercados (2023)

Es importante resaltar que en La Antigua Guatemala se mantiene un flujo considerable de visitantes el resto del año, el período de medición reflejado en las gráficas abarcó del 01 al 09 de abril de 2023, por lo que no se tienen datos de todo el período de Cuaresma, en el cual hay actividades religiosas de interés turístico, como velaciones y procesiones previas.

En La Antigua Guatemala se cuenta con un producto turístico consolidado, denominado Ruta del Peregrino Santo Hermano Pedro, y en él se han lanzado dos versiones de la Guía Digital El Pregón, para Semana Santa de 2022 y 2023 respectivamente. Para el producto El Pregón se cuenta con mediciones de las descargas que se realizan a través de código QR, se ha observado que las descargas no solo se realizan en la Semana Santa, también en los siguientes meses, por lo que es una buena oportunidad de implementar ese tipo de mediciones a los nuevos productos que se desarrollen.

Al analizar en conjunto los datos de la encuesta realizada en La Antigua Guatemala para la Semana Santa 2023 y los datos de la Festividad del Cristo de Esquipulas, se encuentran algunas similitudes con el comportamiento de los visitantes, sobre todo los países de residencia, también la modalidad del viaje para ambos casos es en compañía, lo cual incrementa el gasto que realizan. En ambos destinos la visita continúa en el resto del año, sin embargo, es preciso realizar mediciones específicas para conocer el comportamiento de consumo de los productos turísticos religiosos.

## MARCO LEGAL

Es importante considerar instrumentos del marco legal guatemalteco, sobre derechos fundamentales de las personas y otros vinculados al turismo, patrimonio cultural y religioso. Los relevantes para fundamentar la planificación de turismo religioso, se ilustran a continuación:

**Ilustración 5:** Marco legal para la planificación estratégica de turismo religioso en Guatemala



Fuente: Elaboración propia.

**La Constitución de la República de Guatemala** de 1985, Reformada por el Acuerdo Legislativo No. 16-93, CAPITULO I Derechos Individuales, en el artículo 36 establece que sus políticas y leyes deben proteger la libertad de religión, en tal sentido, los ciudadanos guatemaltecos tienen el derecho de practicar sus tradiciones y formas de expresión cultural que se adhieran a sus creencias. El artículo 43, establece el derecho al trabajo y a la libre empresa, así como la libertad de comercio y de industria, lo que respalda las actividades del sector turístico, teniendo los empresarios el derecho de establecer y operar negocios turísticos.

En el CAPÍTULO II Derechos Sociales, en sus Artículos 57, 58 y 59 se establece con precisión el derecho a la cultura, se reconoce la identidad cultural de las personas y comunidades, así como establece la obligación del Estado de proteger, fomentar y divulgar la cultura nacional, emitir las leyes y disposiciones que tiendan a su enriquecimiento, restauración, preservación y recuperación; promover y reglamentar su investigación científica, así como la creación y aplicación de tecnología apropiada y en el Artículo 60, se señala que forman el patrimonio cultural de la Nación los bienes y valores paleontológicos, arqueológicos, históricos y artísticos del país que están bajo la protección del Estado.

**Ley para la Protección del Patrimonio Cultural de la Nación**, resalta que es necesario promover legalmente el rescate, investigación, salvamento, recuperación, conservación y valorización de los bienes que integran el Patrimonio Cultural y en su Artículo 2.- Patrimonio Cultural indica que, el patrimonio cultural de la nación lo conforman los bienes e instituciones que por ministerio de ley o por declaratoria de autoridad lo integren y constituyan bienes muebles o inmuebles, públicos y privados, relativos a la paleontología, arqueología, historia, antropología, arte, ciencia y tecnología, y la cultura en general, incluido el patrimonio intangible, que coadyuven al fortalecimiento de la identidad nacional.

**Ley Protectora de La Ciudad de La Antigua Guatemala** declara que, es utilidad pública y de interés nacional la protección, conservación y restauración de La Antigua Guatemala y áreas circundantes que integran con ella una sola unidad de paisaje, cultura y expresión artística. Y crea el Consejo Nacional para la Protección de la Antigua Guatemala, como entidad estatal descentralizada, con personalidad jurídica, fondos privativos y patrimonio propio. Su misión fundamental es el cuidado, protección, restauración y conservación de los bienes muebles e inmuebles, nacionales, municipales o de particulares, situados en esa ciudad y áreas circundantes.

**Ley de Creación del Aporte para la Descentralización Cultural**, considera que la expresión artística nacional, el arte popular, el folklore y las artesanías, especialmente las que corresponden al interior de la República, deben ser objeto de atención especial del Estado, con el fin de preservar su autenticidad; que el respeto y aprecio por la identidad cultural de los guatemaltecos, además de ser un derecho reconocido por la Constitución Política de la República de Guatemala, es una estrategia fundamental para el desarrollo del turismo; la exportación de productos no tradicionales, la construcción de una paz firme y duradera, así como para el afianzamiento de la democracia y la movilización de la población en la solución de problemas como la erradicación de la pobreza y el desarrollo.

**Reglamento para la Protección y Conservación del Centro Histórico** y los Conjuntos Históricos de la Ciudad de Guatemala, tiene como objeto velar y contribuir a:

1. La protección y conservación del Centro Histórico, sus áreas de amortiguamiento y los conjuntos históricos de la ciudad de Guatemala, especialmente de los barrios de La Candelaria y Jocotenango de la zona dos, así como el Centro Cívico Metropolitano.
2. Rescatar y preservar la traza, su fisonomía, así como salvaguardar la riqueza patrimonial, arquitectónica y estética del Centro Histórico de la Nueva Guatemala de la Asunción, y su patrimonio cultural, vivo o intangible.
3. Rescatar y mantener su valor urbanístico, la actividad social, económica y cultural como base de identidad nacional.

## VINCULACIÓN CON OTRAS POLÍTICAS Y PLANES

Las políticas y planes de desarrollo turístico vigentes que se relacionan al turismo religioso se analizan para establecer vínculos en la gestión de los proyectos y acciones. Disponer la relación entre estos instrumentos facilita la toma de decisiones, definir límites éticos y legales, coordinación de esfuerzos para garantizar la coherencia en las acciones, y mitigar riesgos al incluir estrategias para abordar contingencias.

**Cuadro 3:** Vinculación del turismo religioso con otras políticas y planes vigentes.

No.	Nombre de la política o instrumento	Vigencia	Objetivo de la política o instrumento	Población que describe	Meta de la política o instrumento	Vinculación con Turismo Religioso
1	Plan Nacional de Desarrollo Kátun Nuestra Guatemala 2032	2032	Establece los objetivos generales y las estrategias de desarrollo a largo plazo para Guatemala, en diversos ámbitos, incluyendo el turismo como eje articulador del desarrollo económico.	República de Guatemala	Alcanzar un desarrollo integral e incluyente y una paz sostenible	El turismo religioso en Guatemala generará importantes aportes a la economía en sus dos temporadas referentes. (Esquipulas en enero y Semana Santa)
2	Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala 2012-2022 (actualización a la nueva versión 2023-2033)	2012-2022	Su objetivo principal es promover el desarrollo turístico sostenible en el país, fomentando la competitividad, la preservación del patrimonio natural y cultural, y el impulso del turismo interno y receptivo.	Prestadores de servicios turísticos directos e indirectos, visitantes nacionales e internacionales e instancias del sector público y privado.	Consolidar el turismo como eje articulador del desarrollo de la Nación en el marco de la sostenibilidad.	El potencial del turismo religioso para Guatemala abarca una amplia gama de áreas, desde el crecimiento económico hasta el intercambio cultural y la promoción del entendimiento global

No.	Nombre de la Política o instrumento	Vigencia	Objetivo de la política o instrumento	Población que describe	Meta de la política o instrumento	Vinculación con Turismo Religioso
3	Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala 2015-2025	2015-2025	Establece las directrices y metas a largo plazo para el desarrollo turístico sostenible, incluyendo la promoción de destinos turísticos, la diversificación de productos y la mejora de la calidad de los servicios turísticos.	Prestadores de servicios turísticos directos e indirectos, visitantes nacionales e internacionales e instancias del sector público y privado.	Orientado principalmente a los 10 principales destinos priorizados y los atractivos turísticos jerarquía 5, 4, y 3.	El turismo religioso se vincula desde la innovación, así como la consolidación y diversificación de la oferta turística. Promueve la conservación del patrimonio cultural y religioso del país.
4	Estrategia Nacional de Turismo Gastronómico de Guatemala	2019-2025	El objetivo de esta estrategia, tanto como el de gran cantidad de actores que han dedicado su vida a la gastronomía sobre estos temas, es contribuir a modificar positivamente la gastronomía.	Sector turístico de Guatemala, comunidades anfitrionas.	En 2026, Guatemala será reconocida como un destino de turismo gastronómico de primer orden a nivel de los mercados prioritarios, y en ese rubro habrá productos de exportación conocidos a nivel mundial.	El turismo religioso en Guatemala es una de las experiencias más ricas para los visitantes extranjeros y puede disfrutarse en todo el país a lo largo del año. Además, su rica historia envuelve al visitante en una atmósfera mística única. La gastronomía es uno de los elementos relevantes asociados al turismo religioso, diversos platillos se preparan en el marco de eventos religiosos en el país.

Fuente: Inguat (2023)

Es importante resaltar que, dentro del Plan Nacional de Desarrollo Kátun Nuestra Guatemala 2032, se observó la vinculación del turismo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible -ODS- y la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible, la cual está enfocada a las personas, planeta y a la prosperidad con el objetivo de combatir la pobreza. Por lo que se mencionan en este análisis el Objetivo 8 de los ODS: promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.

En este objetivo, la meta 8.9 cita: “Para 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.” Con esta meta se pretende que el desarrollo del turismo se base en la formulación de políticas orientadas a la promoción de la cultura y productos que promuevan el empleo local, la protección del medio ambiente y el patrimonio cultural.

## POTENCIAL DEL TURISMO RELIGIOSO EN GUATEMALA

El potencial del turismo religioso para Guatemala es enorme y abarca una amplia gama de áreas, desde el crecimiento económico hasta el intercambio cultural y la promoción del entendimiento global. El potencial turístico de Guatemala se analizó ampliamente desde el eje 3 del PMTS (2015-2025), Consolidación y diversificación de la oferta turística, que hace referencia a la oferta turística nacional con base en las regiones de planificación turística, sus atractivos y la vinculación de estos con los centros distribución y corredores turísticos. Asimismo, resalta el potencial de cada región en función de los segmentos turísticos prioritarios, las rutas turísticas y los 10 destinos principales del plan en referencia.

Algunos aspectos sobre el potencial del segmento religioso para Guatemala se describen a continuación:

- 1. Crecimiento económico:** el turismo es una fuente importante de ingresos para muchos países y regiones. Guatemala no es la excepción, se genera empleos directos e indirectos en áreas como sector hotelero, el transporte, la gastronomía y la artesanía local. Para el caso de turismo religioso específicamente el beneficio alcanza no solo a empresas del sector turístico, sino también a grupos religiosos que promueven la protección del patrimonio, pequeños empresarios, artesanos que proveen los elementos que se utilizan en las diferentes prácticas religiosas (velas, flores, aserrín), confección de trajes especiales, artesanos de altares, músicos, vendedores informales, y otros.
- 2. Fomento del emprendimiento:** el turismo puede impulsar la creación de pequeñas y medianas empresas, restaurantes locales, agencias de viajes y tiendas de artesanías que proveen artículos religiosos en general. Estos negocios a menudo son vitales para la economía local.

- 3. Cultural y social:** el turismo puede ser una poderosa herramienta para la preservación y promoción de la cultura local. Puede dar a conocer tradiciones, gastronomía, artesanías y formas de vida únicas, contribuyendo a la identidad y el orgullo de una comunidad.
- 4. Intercambio cultural y entendimiento global:** cuando los turistas visitan otros países o regiones, tienen la oportunidad de aprender sobre diferentes culturas, tradiciones y formas de vida. Esto puede fomentar la tolerancia, el entendimiento y la paz a nivel global.
- 5. Desarrollo sostenible:** el turismo sostenible se centra en minimizar el impacto negativo en el entorno y la comunidad local, al mismo tiempo que beneficia económicamente a la región. Promueve prácticas respetuosas con el medio ambiente y la cultura local.
- 6. Innovación y tecnología:** el turismo impulsa la innovación en áreas como la tecnología de viajes, la hospitalidad y la gestión de destinos. Por ejemplo, la integración de la tecnología móvil y las plataformas de reserva en línea ha transformado la forma en que las personas planifican y experimentan sus viajes. Un ejemplo reciente de la integración de la tecnología es la Guía digital El Pregón que se obtiene a través de código QR, cuya edición en 2023 se realizó para 5 departamentos del país, tuvo un alcance de 11,582 descargas hasta abril de 2023 y al consultar el acumulado de descargas hasta octubre del mismo año se contabilizaron 13,593 descargas (Departamento de tecnología de la información, 2023)
- 7. Beneficios para la conservación:** en algunas áreas, el turismo puede proporcionar incentivos económicos para la conservación del medio ambiente y la protección de la vida silvestre, en el caso específico del turismo religioso puede aportar directamente a la conservación del patrimonio cultural material o tangible y patrimonio cultural inmaterial o intangible, ya que los visitantes valoran y pagan por experiencias que pueden ser únicas e inolvidables.
- 8. Difusión de la marca y promoción del turismo interno:** a través de la publicidad y la promoción, el turismo puede ayudar a posicionar una región o un país en el mercado internacional, atrayendo a visitantes de todo el mundo. También puede fomentar el turismo interno, alentar a los residentes a explorar su propio país.

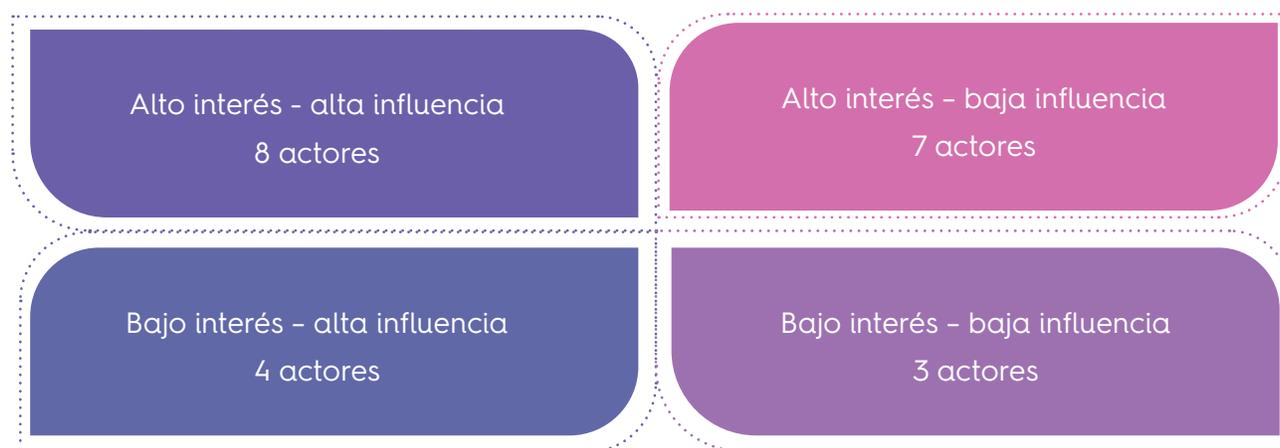
A pesar de ser muy amplio el potencial para el turismo religioso en Guatemala, es importante tener en cuenta que el segmento también tiene desafíos, como la congestión en áreas populares, el impacto ambiental y cultural negativo, y la distribución desigual de los beneficios económicos. Por lo tanto, es esencial gestionar el turismo de manera responsable y sostenible. Derivado de ello, la coordinación con todos los actores que integran el segmento será relevante para alcanzar un desarrollo sostenible del mismo.

## ANÁLISIS DE ACTORES

Los grupos de interés para el segmento de turismo religioso son organizaciones, empresas o comunidades que tienen un interés específico en el desarrollo, promoción y/o regulación de la industria turística.

El instrumento utilizado para el análisis de estos grupos es la matriz de influencia-interés. Esta matriz permite priorizar esfuerzos en la gestión de grupos de interés al identificar quiénes son los actores clave y cómo interactuar con ellos de manera efectiva. Para el segmento de turismo religioso se identificaron 22 actores de instituciones públicas, sector turístico organizado, asociaciones religiosas, academia y otros, los cuales fueron analizados y clasificados en la matriz de influencia- interés que se muestra completa en el Anexo No. 1, tabla 1.

**Ilustración 6:** Cantidad de actores clasificados por cuadrante en matriz Influencia-interés



Fuente: Inguat (2023)

Al realizar el ejercicio de identificación de grupos de interés se observan algunos elementos que facilitaron la integración de estos actores en el proceso de elaboración de la estrategia de turismo religioso, entre los que resaltan la apertura de la iglesia católica y sus diferentes grupos de piedad popular, que generan y promueven los eventos tan admirados y concurridos por los visitantes del país, entre otros de actividades que se relacionan a turismo religioso esta la visita al patrimonio arquitectónico que se pueden realizar en grupos pequeños o de forma individual y la apertura de los templos que facilita esta actividad.

Por el contrario, la iglesia evangélica comentó en breve que, los eventos que realizan no se perciben claramente como interés turístico, sin embargo, no se descarta que puedan participar en el mecanismo de coordinación de esta estrategia, ya que se pueden alcanzar importantes logros a través de alianzas con el sector privado porque la iglesia evangélica organiza eventos de movilización masiva como conciertos, congresos, presentaciones teatrales y otros eventos similares que realizan a lo largo del año y también reciben conferencistas internacionales y grupos de denominaciones evangélicas internacionales, también comentaron que, participan con delegaciones de Guatemala en los congresos que se realizan en el exterior.

Para ambos casos se diseñó un instrumento que permite obtener información más detallada de los eventos que organizan y los detalles que permitan identificar la vinculación con el turismo religioso, instrumento que está vigente y que deberá continuarse aplicando para obtener la información que permita darles la atención adecuada a estos grupos.

También se diseñó un instrumento específico para las otras denominaciones religiosas que representan 3% en el país, el mecanismo de coordinación de turismo religioso debe tomarlos en cuenta y se busca que la integración sea de forma voluntaria, resaltando en este análisis que la estrategia, entre otras cosas, busca promover el diálogo interreligioso para el beneficio, la conservación de patrimonio cultural y religioso y el beneficio equitativo de los prestadores de servicios y las comunidades locales.

## ANÁLISIS SITUACIONAL

36

El análisis estratégico para el segmento de turismo religioso se basa en el diagnóstico e investigación realizada en el ámbito internacional y nacional, así como en la vinculación con las instancias de coordinación turísticas, otras políticas y planes de desarrollo. Se sustenta en los modelos FODA y PESTAL que analizan factores que influyen positiva o negativamente en el desarrollo de la estrategia. El modelo FODA analiza aspectos controlables y no controlables y el modelo PESTAL analiza situaciones que pueden representar oportunidad y amenazas al desarrollo de la estrategia de este. Ambos instrumentos se complementan y proveen información para dar forma a la visión, ejes y objetivos que integran la estrategia del segmento de turismo religioso.

### Análisis PESTAL (oportunidades y amenazas del mercado).

En este modelo se analizaron los elementos que conforman el entorno en el que se desarrolla el segmento, los factores que no dependen directamente del segmento, sino del contexto al que pertenece éste. Estos elementos pueden ser considerados amenazas que significan un riesgo para el segmento, o bien oportunidades que se deben explotar al máximo para lograr mayores beneficios. Los aspectos que conforman este análisis son: **políticos, económicos, sociales-culturales, tecnológicos, ambientales-ecológicos y legales.**

1. Los aspectos políticos que se resaltan mundialmente son las pandemias y guerras, la tensión geopolítica considerándose en este análisis como una amenaza para el desarrollo de la industria turística en general y, por consiguiente, al segmento de turismo religioso. En Guatemala el principal factor que representa amenazas es la crisis política de la cual se derivan diferentes efectos negativos como los bloqueos de carreteras, cierre de negocios, cierre de templos, museos, y otros atractivos turísticos del segmento lo que resulta en cancelación de viajes entre otros efectos negativos. Entre los factores políticos también se resalta como oportunidad la coordinación interinstitucional que debe existir entre el sector público con funciones directas para el desarrollo de la industria turística y el sector privado turístico organizado.
2. El turismo religioso contribuye al desarrollo **económico** de las comunidades locales, tomando en cuenta que, los viajeros gastan dinero en alojamiento, comida, transporte y actividades locales, lo que beneficia a las empresas y comunidades, por lo que los **factores económicos** que se consideran de oportunidad debido al incremento de turismo local e internacional son: el desarrollo local, incremento de las fuentes de empleo, alta demanda y desarrollo económico de la cadena de valor. Sin embargo, un aspecto que se visualiza como amenaza es la estabilidad económica imparcial, y para el caso de las comunidades religiosas, que sus actividades no sean económicamente sostenibles y carezcan de recursos para continuar realizándolas, por lo que un reto importante es garantizar que los beneficios de este segmento lleguen de forma equitativa a las comunidades locales y a los actores que lo integran.
3. A nivel social y cultural las oportunidades más relevantes destacan la comprensión entre culturas, religiones y creencias que proveen el diálogo intercultural e interreligioso y la construcción de los cimientos de la convivencia pacífica, así también el patrimonio cultural y su conjunto de bienes tangibles, intangibles y naturales que forman parte de prácticas sociales, a los que se les atribuyen valores a ser transmitidos, y luego resignificados, de una época a otra, o de una generación a las siguientes. En términos sociales y culturales también se identifican amenazas en el desarrollo del segmento de turismo religioso, la percepción de inseguridad debido a la delincuencia y al crimen organizado transfronterizo; la migración irregular. También se resaltan como amenazas la adopción de malos hábitos de otras culturas y así como la comercialización de la espiritualidad, aspectos que resta a la integridad y autenticidad al patrimonio cultural.

4. Los factores tecnológicos tienen un impacto significativo en el turismo religioso, transforman la forma en que las personas exploran, participan y se conectan con destinos y eventos religiosos, mediante aplicaciones y plataformas móviles que permiten acceder a información detallada del destino religioso; realidad aumentada y virtual que proporciona experiencias inmersivas al visitante explorando lugares sagrados de manera virtual o complementar su experiencia física con información adicional y elementos interactivos; traducción y asistencia multilingüe; plataformas de transmisión y redes sociales en tiempo real. Estas herramientas permiten a las comunidades religiosas transmitir eventos en tiempo real, lo que brinda la oportunidad a personas de todo el mundo de participar virtualmente en ceremonias y celebraciones.

La comunicación mediante herramientas tecnológicas representa una importante fuente de oportunidades para el sector turístico, como un canal de información para los turistas potenciales, la conveniencia de reserva, los pagos inmediatos en línea y la facilidad de investigar e informarse sobre los destinos de viaje. Y a nivel local los medios de comunicación tradicionales (radio, prensa y televisión) aún juegan un papel importante en la difusión de eventos culturales y religiosos, así como de apoyo a la comunidad religiosa ya que promueven la conservación de las diferentes prácticas religiosas y fortalecen la identidad nacional al explorar diferentes regiones del país, lo cual también representa oportunidades para el turismo interno. Ambos tipos de comunicación son oportunos para el desarrollo del turismo religioso para la comercialización y promoción.

5. Entre los **factores ambientales y ecológicos**: Guatemala, es considerado un país megadiverso debido a su diversidad biológica y cultural; como parte de la llamada Mesoamérica, ocupa el segundo lugar de las regiones con mayor diversidad de especies y endemismo, ya que alberga alrededor del 7 al 10 por ciento de las formas de vida conocidas en el planeta (CONAP, 2009). Esto permitió que durante la Décima Conferencia de las Partes (COP-10) celebrada en la ciudad de Nagoya, Japón en 2010, se incluyera a Guatemala dentro del Grupo de países megadiversos afines de la convención de Naciones Unidas sobre la diversidad biológica. Dicha distinción es importante dado que en el mundo solamente existen 20 países nombrados como megadiversos. Sin embargo, vale la pena recordar que, en el caso de Guatemala, esta diversidad también es cultural, ya que es un país plurilingüe, representado con 25 comunidades lingüísticas y diversas poblaciones indígenas y comunidades locales, que resguardan los conocimientos tradicionales asociados al uso sostenible de la diversidad biológica.

A ello se suman las normativas ambientales se resaltan como factores de oportunidad para gestión adecuada y conservación de los múltiples recursos naturales del país. La normativa ambiental en Guatemala es liderada por el Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales, mediante apoyo técnico e información en la conservación, protección, sostenibilidad y el mejoramiento del ambiente y recursos naturales. Con el fin de lograr un desarrollo transgeneracional, articulando el que hacer

institucional, económico, social y ambiental, con el propósito de forjar una Guatemala competitiva, solidaria, equitativa, inclusiva y participativa.

Otro tema para resaltar entre los factores ambientales es el riesgo a desastres naturales, según la actualización del Reporte Mundial de Riesgo (2020), Guatemala se ubica en la posición 10 de los países con mayor riesgo de desastres del mundo con un 20.09 por ciento. Por lo que el informe de gestión de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres Naturales o Provocados CONRED (2022), resaltó que, al estar Guatemala clasificada como uno de los países con alta exposición a las amenazas naturales, es necesario contar con un sistema bien articulado, preparado y dispuesto a actuar en todo momento, con el enfoque de la prevención y mitigación, para una mejor respuesta y recuperación eficiente. Este informe indica que el Sistema escalonado de coordinadoras para la reducción de desastres, que va desde lo local, municipal, departamental y regional hasta lo nacional, funciona tal como fue concebido, y en ese contexto, es oportuno y necesario reconocer el aporte de las comunidades y voluntarios, quienes son pilares fundamentales en las acciones cotidianas de prevención. También reafirma el compromiso y la voluntad de continuar trabajando en pro de fomentar y fortalecer la cultura de la prevención, que contribuya a reducir el riesgo de desastres, por el bienestar de Guatemala, de su población y del entorno natural, que provee los medios de vida y desarrollo de la persona.

6. El análisis de **factores legales** inicia desde la Constitución Política de la República de Guatemala la cual establece en sus políticas y leyes que se debe proteger la libertad de religión. En tal sentido, los ciudadanos guatemaltecos tienen el derecho de practicar sus tradiciones y formas de expresión cultural que se adhieran a sus creencias, por lo que se debe respetar la fe de cada persona, ya que forma parte de la sociedad. La religión en Guatemala posee influencias de sus antiguas tradiciones mayas espirituales, especialmente en sus regiones rurales. Además, en algunas regiones se ha mezclado con creencias católicas y otras denominaciones cristianas, ya que se aplican dentro de algunas las prácticas de la espiritualidad maya.

En Guatemala existen normativas relacionadas con turismo a nivel de decretos legislativos, acuerdos gubernativos, ministeriales y de dirección. La Ley Orgánica del INGUAT data de 1967 y se encuentra desfasada en relación con el actual desarrollo de la industria turística a nivel nacional e internacional. Si bien, la Ley de Fomento Turístico emitida en 1974 está vigente, el impacto que inicialmente tenía disminuyó debido a que se eliminaron los incentivos a la inversión turística.

Además, existen otras iniciativas que necesitan ser impulsadas para mejorar la competitividad del sector. Entre los aspectos legales relevantes para el desarrollo del segmento de turismo religioso se encuentra el compendio de Leyes referentes a la Protección del Patrimonio Cultural Guatemalteco, a fin de colaborar en la preservación de este importante patrimonio.

En resumen, los factores **políticos** pueden tanto facilitar como obstaculizar el desarrollo del turismo religioso. La colaboración entre gobiernos, comunidades religiosas y la industria turística es fundamental para garantizar un entorno en el que los visitantes puedan disfrutar de una experiencia significativa y respetuosa en destinos religiosos. Aunque el turismo religioso puede aportar beneficios **económicos**, también plantea desafíos, como la necesidad de gestión sostenible para preservar la integridad de los sitios y minimizar los impactos negativos en las comunidades locales y el medio **ambiente**. Así mismo, los factores **sociales y culturales** son esenciales para comprender y disfrutar plenamente del turismo religioso. Respetar las creencias y prácticas de las comunidades religiosas locales es fundamental para una experiencia auténtica y respetuosa en destinos religiosos. El uso de la **tecnología** pese a que ha enriquecido la experiencia de turismo religioso al ofrecer información, interactividad y conectividad en nuevas formas; e importante equilibrar estos avances con el respeto por la autenticidad y la espiritualidad de los destinos religiosos. Además, las acciones que se derivan de la estrategia de turismo religioso deben realizarse en el marco **legal** vigente. (Anexo 1- Análisis PESTAL)

## Análisis FODA

Este análisis permite construir la planeación estratégica con base en el análisis interno del sector frente al contexto del mercado. Consiste en un cuadrante que identifica y enumera las fortalezas y debilidades y las entrelaza con las oportunidades y amenazas del mercado. Su función es desarrollar planes de acción. Estos deben estar enfocados a resolver los problemas situacionales de los segmentos/productos turísticos. Además, permite identificar retos y combinado con el análisis de grupos de interés y sus requisitos, ubicar el grupo(s) objetivo y mercado meta para direccionarlo hacia su crecimiento aprovechando las cualidades positivas y oportunidades del segmento.

## Fortalezas del segmento de turismo religioso

Entre las principales fortalezas identificadas para el segmento de turismo religioso se encuentran:

**Auténtica:** la religiosidad en Guatemala es auténtica, esta autenticidad es apreciable en las expresiones mediante la combinación de símbolos, sonidos y aromas, con coloridas alfombras confeccionadas de pino fresco, aserrín y pétalos de flores, que bajo el perfume del incienso dejan un agradable aroma fácil de percibir en el camino de ciudades y pueblos por donde pasan las procesiones en diferentes épocas del año.

**Sincretismo:** un elemento complejo y ha dado lugar a expresiones culturales y religiosas únicas y diversas. Es importante entenderlo como un proceso dinámico que ha ocurrido a lo largo del tiempo y que refleja la capacidad de la cultura para adaptarse y evolucionar en respuesta a su entorno y a la interacción con otras culturas y Guatemala cuenta con esa riqueza de manifestaciones culturales y tradiciones con 22 etnias mayas, garífuna y xinca.

**Arquitectura histórica:** es otro elemento de oportunidad para el segmento de turismo religioso, se refiere al estudio y la preservación de edificios y estructuras que tienen un valor cultural significativo y en el caso de los edificios dedicados a la religiosidad representan momentos importantes en la historia y a menudo están asociados con eventos, personas o movimientos que han dejado una marca duradera en la comunidad religiosa.

**Infraestructura:** existen bienes culturales inmuebles arquitectónicos y sus elementos, incluida la decoración aplicada, centros y conjuntos históricos que por razones religiosas o laicas son visitadas en el país.

**Arte religioso:** es otra forma de expresión creativa en Guatemala, ya que estimula los sentidos, las emociones y la mente del espectador o receptor, que se puede aprovechar para el segmento de turismo religioso en términos de arte, desde pintura, escultura, música, literatura, arquitectura, fotografía, danza y coreografía, presentaciones en vivo de obras de artes (arte de performance) y arte textil.

**Semana Santa en Guatemala Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad:** es importante destacar que la nominación de la Semana Santa en Guatemala como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad se realizó mediante un proceso que cumplió todos los requisitos que la UNESCO establece para dicha inscripción. Declaración que constituye un motivo de legítimo orgullo y un llamado para seguir fortaleciendo los procesos de mantenimiento, preservación y difusión de nuestra riqueza cultural y patrimonial.

**Cristo Negro de Esquipulas:** por cuatro siglos la imagen del Cristo Negro de Esquipulas ha sido la principal manifestación de fervor religioso en el territorio, en la actualidad se cuentan por millones sus fieles devotos.

**Santo Hermano Pedro de San José de Bethancourt:** su ejemplo de servicio a los pobres y enfermos motiva a miles de personas para seguir con sus enseñanzas de amor al prójimo, por más de tres siglos su devoción ha sido profunda y viva.

**El Pregón:** Es un producto de temporada que facilita la interpretación de las principales actividades religiosas, ligadas al patrimonio cultural inmaterial de la Cuaresma y Semana Santa en Guatemala, su área de influencia abarca varios departamentos, municipios y pequeñas comunidades, en algunos casos estas áreas tienen por únicos recursos y atractivos turísticos las actividades de piedad popular.

**Museos:** el arte religioso y sacro de Guatemala se encuentra en una considerable porción del sistema de museos nacionales y privados del país. El estado de conservación, programas de restauración y exposición de las obras. Da carácter a las diversas regiones del país.

**Recursos arqueológicos:** el genio creativo, los desastres naturales y desplazamientos humanos en el territorio nacional han permitido conservar elementos que se encuentran declarados como monumentos nacionales. Estos recursos brindan identidad a las poblaciones locales.

**Aspectos intangibles:** la conformación social en Guatemala aún permite la continuidad del legado de fe, misma que se expresa en diversas temporadas en el país y que brindan hermosas experiencias de autenticidad con un especial carácter folklórico.

**Religiosidad:** es visible en el territorio nacional como la fuerza de la religiosidad es desencadenante en el progreso social motivando las cualidades espirituales que brindan mejoras en sus entornos.

**Tradición oral:** la fuerza de la oralidad contribuye a la transmisión de creencias, relatos, enseñanzas y prácticas de la religiosidad. Estos aspectos mantienen viva la cultura e identidad en la sociedad guatemalteca

### ***Oportunidades del segmento de turismo religioso***

Las oportunidades que representa el desarrollo del segmento de turismo religioso para Guatemala, principalmente:

**Desarrollo local:** las comunidades anfitrionas cuentan con manifestaciones y conmemoraciones de piedad popular que atraen a turistas nacionales e internacionales.

**Instancias de apoyo al patrimonio religioso:** existen organizaciones que promueven la sostenibilidad cultural del patrimonio religioso.

**Ley para la protección del patrimonio cultural de la nación:** la Ley regula la protección, defensa, investigación, conservación y recuperación de los bienes que integran el patrimonio cultural de la nación.

**Diálogo interreligioso:** existen mecanismos de diálogo y coordinación entre las diferentes religiones que se manifiestan en el país, para fomentar el entendimiento y la tolerancia entre diferentes grupos religiosos.

**Servicios y comercio locales complementarios:** ofrecen productos especiales para el segmento de turismo religioso, se encuentran adaptados a su entorno cultural y contribuyen a la dinámica social de la comunidad.

**Sector turístico organizado:** se cuenta con gremiales de influencia local y nacional que se coordinan actividades y comparten boletines informativos a sus agremiados o asociados.

**Incremento del turismo local e internacional:** la oferta existente genera motivación de viaje al territorio en los distintos mercados, las actividades tradicionales de temporada son uno de los principales recursos turísticos de incremento en la visitación.

**Tecnología:** el aumento de plataformas digitales permite la difusión de las actividades religioso-culturales. Se observa un comportamiento favorable para el uso de estos recursos relacionados al segmento de turismo religioso especialmente en las experiencias de realidad aumentada.

**País megadiverso:** abundantes recursos naturales, diversidad de flora y fauna. Así como la variedad de microclimas complementan la experiencia del visitante a los principales sitios de turismo religioso en Guatemala.

**Normativas ambientales:** existen leyes que protegen y conservan los recursos naturales y del medio ambiente. Priorizando la protección de la biodiversidad para el territorio guatemalteco.

### *Debilidades del segmento de turismo religioso*

Al consultar a los actores del segmento se identificaron las principales debilidades:

**Desconocimiento del concepto de turismo religioso:** no se cuenta con conocimiento del concepto de turismo religioso, lo que representan retos importantes por superar.  
**Desarticulación de la cadena de valor:** se reconoce que los integrantes de la cadena de valor no están articulados.

**Carencia de inventarios, actividades, lugares y representaciones no identificadas como turismo religioso:** no se vinculan eventos masivos donde participan personas no residentes. El país cuenta con eventos a lo largo del año, pero no se conocen sus actividades ni su impacto positivo o negativo, por ende, Guatemala no aprovecha su potencial para este segmento.

**Débil promoción de productos y oportunidades:** falta de promoción centralizada y no existe un inventario de recursos para este segmento.

**Trabajo empírico:** La falta de capacitación y formalización de las actividades económicas, generan un desafío para vincular a los prestadores de servicios con empleadores formales que brinden condiciones favorables de empleo.

**No hay coordinación entre los actores de turismo religioso:** la falta de mecanismos de organización interinstitucional complica la comunicación entre los hacedores culturales, ministros de culto, sector privado y demás actores del turismo religioso.

**Ausencia de sostenibilidad en las comunidades anfitrionas y organizadores de los eventos:** la aplicación de modelos poco sostenibles y empíricos tiene como consecuencia la desintegración de organizaciones culturales y religiosas. Afecta directamente a las tradiciones y costumbres de las comunidades locales.

**Comunicación:** la falta de estrategias de comunicación es una limitación para el desarrollo y promoción de actividades de interés turístico y destinos de turismo religioso.

## ***Amenazas del segmento de turismo religioso***

Los factores identificados como amenazas representan los retos por enfrentar y la base para abordar en conjunto con las debilidades las líneas de acción estratégicas de forma que a medida que la ejecución avance se minimicen las debilidades y se afronten las amenazas.

**Percepción de inseguridad en el país:** la percepción de inseguridad del país representa amenazas para el desarrollo de la industria turística y para el segmento de turismo religioso no es la excepción.

**Conflictos sociales:** la conflictividad social en Guatemala es un desafío importante en la protección del patrimonio cultural del país. Poca tolerancia y violencia generalizada amenazan a las actividades de piedad popular, así como a los monumentos históricos.

**Falta de inversión pública que garantice infraestructura vial adecuada:** a pesar del potencial turístico de Guatemala existe una baja inversión pública en el desarrollo de rutas turísticas e infraestructura vial. Esto limita el crecimiento del sector turístico.

**Débil apoyo de otras instituciones de servicios (públicas y privadas):** las inversiones se enfocan en otros sectores, sin priorizar la potencialidad turística del territorio.

**La inestabilidad política nacional:** genera un clima de inestabilidad poco atractivo para las inversiones, desconfianza y aumento de riesgos. Afecta la percepción de seguridad del país.

**Pandemias, guerras y desastres:** son eventos poco favorables en la motivación de viaje debido a las restricciones de movilidad, cierres de fronteras y aeropuertos. Los potenciales turistas se ven disuadidos para realizar actividades relacionadas al turismo.

**Competencia:** nuestros principales competidores cuentan con mecanismos de promoción y conservación estratégicos que les permiten el posicionamiento del turismo religioso, limitando el crecimiento del segmento en el territorio nacional.

**La aculturación:** el contexto social de Guatemala ha permitido que se desarrolle un proceso significativo de aculturación afectando el orden económico, educativo e institucional. Como sociedad poscolonial se presentan contradicciones a la herencia cultural del siglo XVI.

**Comercializar la espiritualidad:** estas prácticas atentan contra la autenticidad de las expresiones devocionales y de carácter espiritual.

**Carencia de recursos en las comunidades religiosas:** la falta de recursos para el mantenimiento, conservación y restauración del patrimonio artístico y arquitectónico religioso atenta contra uno de los principales recursos de la actividad turística.

**Gentrificación en zonas turísticas:** la competencia en el sector turístico y la generación de valor puede llevar a la expulsión de residentes originales y con ello la llegada de nuevos residentes con mayor poder adquisitivo, pero con carencia de prácticas culturales tradicionales.

**Incremento de eventos en formato virtual:** reduce la asistencia a los eventos públicos, limita la experiencia de los grupos de interés y la posibilidad de realizar nuevos contactos e integración entre los actores de la cadena de valor del turismo religioso.

**Cambio climático y desastres naturales:** afecta directamente la actividad turística mediante el aumento de desastres naturales y la consecuente cancelación de eventos religioso-culturales presentando una disminución en el interés del visitante.

**Desastres provocados:** la falta de coordinación en los protocolos de seguridad y la baja inversión en equipo de prevención ven comprometida la seguridad de los eventos y recursos turísticos del segmento religioso. Como ejemplo se puede mencionar el trágico incendio en la Parroquia de Ciudad Vieja en 2015 o los múltiples incidentes durante las tradicionales procesiones de Cuaresma y Semana Santa en el país.

En resumen, a partir del análisis FODA, la estrategia de turismo religioso en Guatemala propone a las autoridades y a las partes interesadas o actores a comprender mejor la industria y a desarrollar estrategias para capitalizar las fortalezas y oportunidades, mientras abordan las debilidades y amenazas. Esto puede incluir la promoción efectiva, la inversión en infraestructura y la gestión adecuada de la sostenibilidad y la autenticidad de los destinos religiosos. En el Anexo 2 - Análisis FODA, Tabla 3 se ubica la matriz de clasificación del FODA.

Tanto el análisis PESTAL, como el FODA provee de la información básica para dar paso al establecimiento de la VISIÓN del segmento.

## ANÁLISIS DE MERCADO

El mercadeo es el conjunto de actividades y procesos destinados a crear y comunicar valor de marca, identifica y satisface las necesidades y deseos de los consumidores (Sevilla Arias, 2023).

Entre los diversos conceptos y enfoques de mercadeo es necesario resaltar que, es una función que debe considerarse transversalmente a toda la cadena de valor para el segmento de turismo religioso. No puede y no debe quedarse limitado dentro de las instituciones y asociaciones turísticas, por el contrario, la gestión del mercadeo debe implicar a todos y cada uno de los procesos de la cadena de valor, para que alcance una plena operatividad y se constituya un instrumento fundamental para la competitividad del segmento.

El análisis de mercado se realiza a continuación:

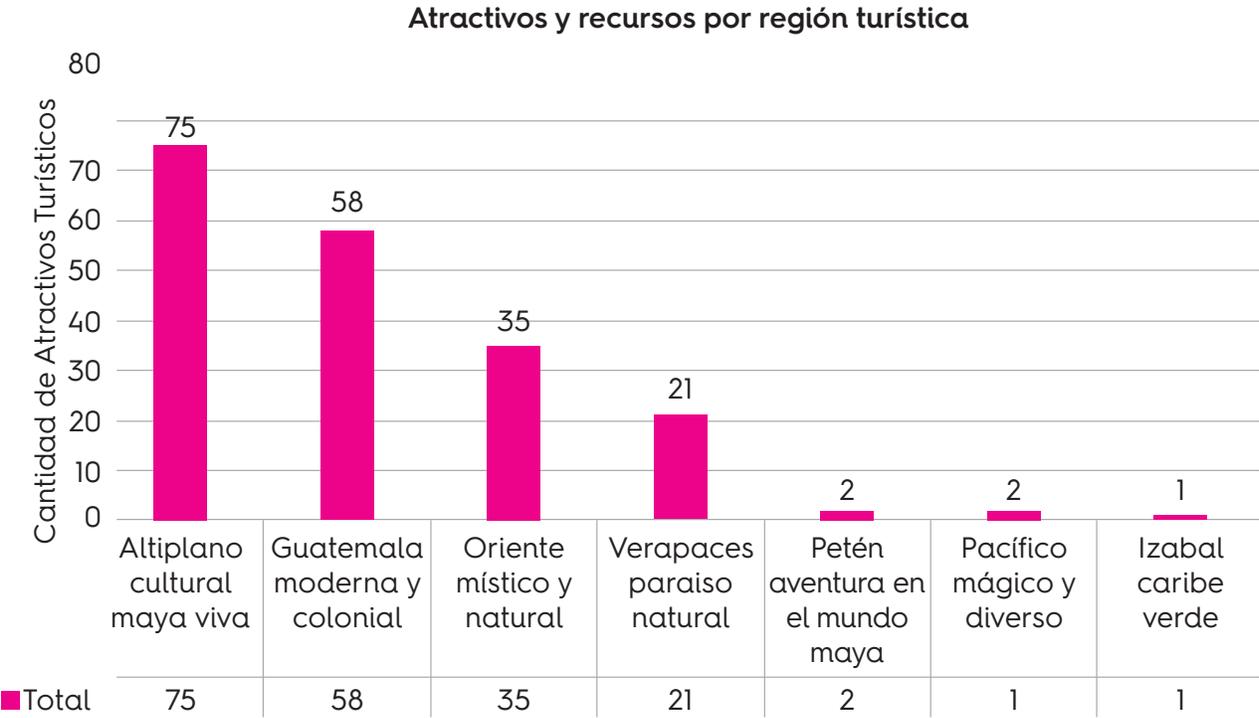
**Producto**

Para analizar los productos y servicios de turismo religioso que ofrece Guatemala se analizan los atractivos y recursos que comprenden lugares sagrados, santuarios, catedrales, templos u otros sitios de importancia religiosa, incluyendo manifestaciones religiosas, los museos de temática religiosa, rutas, recorridos, festividades y otras actividades culturales y educativas de interés para el turista religioso.

**Atractivos turísticos**

La gráfica y tabla siguientes muestran que las regiones Altiplano, cultura maya viva, Guatemala, moderna y colonial y Oriente, místico y natural, son las que concentran el mayor número de atractivos para el turismo religioso, que en general son iglesias.

**Gráfica 17:** *Atractivos y recursos de turismo religioso por región turística*



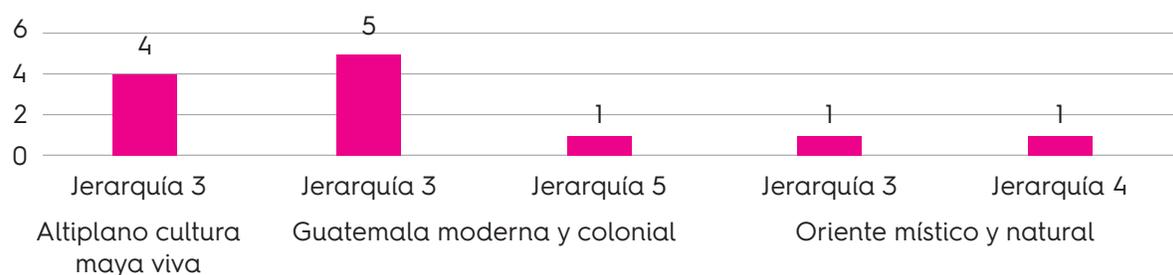
Fuente: Inguat (2023)

**Cuadro 4:** Categorías de atractivos y recursos de turismo religioso por región turística

Categorías de atractivos y recursos TR	
<b>ALTIPLANO CULTURA MAYA VIVA</b>	<b>75</b>
Iglesia	63
Manifestación religiosa	7
Patrimonio mundial inmaterial	1
Sitio ceremonial	4
<b>GUATEMALA MODERNA Y COLONIAL</b>	<b>58</b>
Iglesia	54
Manifestación religiosa	1
Patrimonio mundial inmaterial	1
Patrimonio nacional intangible	2
<b>IZABAL CARIBE VERDE</b>	<b>1</b>
Iglesia	1
<b>ORIENTE MÍSTICO Y NATURAL</b>	<b>35</b>
Iglesia	33
Sitio ceremonial	2
<b>PACÍFICO MÁGICO Y DIVERSO</b>	<b>2</b>
Iglesia	2
<b>PETÉN AVENTURA EN EL MUNDO MAYA</b>	<b>2</b>
Iglesia	2
<b>VERAPACES PARAÍSO NATURAL</b>	<b>21</b>
Iglesia	18
Sitio ceremonial	3
<b>Total general</b>	<b>194</b>

Fuente: Inguat (2023)

**Gráfica 18:** Priorización de regiones turísticas según la jerarquía de atractivos



Fuente: Inguat (2023)

## Museos y monumentos

Guatemala ofrece museos y monumentos para visitantes interesados en explorar no solo la historia religiosa, sino también de conocer más sobre cultura y encontrar serenidad para la reflexión y contemplación.

En la revista digital El Pregón de INGUAT (2023), se listan los siguientes:

**Cuadro 5:** Museos y monumentos ubicados en las áreas de influencia de la Revista digital El Pregón.

Destino	Museos y monumentos
La Antigua Guatemala, Sacatepéquez	Monumento al Hermano Pedro
	Ruinas de La Catedral
	Ruinas de San Francisco el Grande
	Ruinas de Santa Clara
	Tanque de la Unión
Ciudad de Guatemala	Museo Nacional de Historia
	Cuaresma y Semana Santa en Guatemala, Exposición y documental (temporal)
	Museo Nacional de Arte Moderno "Carlos Mérida"
	Palacio de Correos y Telégrafos
	Centro Cultural Convento de La Merced
Quetzaltenango	Teatro Municipal de Quetzaltenango
	Museo de Historia de Quetzaltenango
	Museo de Historia Natural
	Museo Ixkik del Traje Maya
	Museo del Ferrocarril de los Altos, Quetzaltenango
Totonicapán	Teatro Municipal de Totonicapán
	Morería José Alejandro Tisoj
Alta Verapaz	Museo del Príncipe Maya, Alta Verapaz

Fuente: Inguat (2023)

## **Festividades**

En el territorio guatemalteco se han desarrollado por siglos las tradicionales conmemoraciones en honor a sus santos patronos que en cada comunidad han desarrollado características propias, brindando experiencias únicas que se disfrutan con los cinco sentidos. Estas conmemoraciones religiosas constituyen un atractivo turístico a lo largo y ancho del territorio nacional.

El Instituto Guatemalteco de Turismo cuenta con el Directorio de fiestas Guatemala, el documento cuenta con un detallado directorio e información de fiestas patronales y días de mercado.

## **Exposiciones de arte sacro**

El gremio de artistas se ha conformado en diversas organizaciones que, a lo largo del año, programan exposiciones temporales en sitios de interés religioso e histórico. La integración de estos gremios brindará nuevas oportunidades a la diversificación de la oferta en materia de turismo religioso.

## **Talleres de elaboración de alfombras**

La mayor parte de estas actividades se concentran en La Antigua Guatemala en época de Cuaresma y Semana Santa. Se considera que su aplicación en las áreas de influencia de la guía digital El Pregón motivará la movilización turística a otras regiones del país. También se propone la implementación de estos talleres en otras temporadas, en el marco de festividades de interés religioso y con potencial turístico para que el visitante disfrute de estas prácticas artísticas y culturales.

## **Talleres de procesos artesanales**

La riqueza de las tradiciones populares radica en la elaboración de elementos que se toman como propios de cada festividad religiosa, mediante talleres vivenciales es posible crear experiencias inmersivas para los visitantes y así contribuir a la preservación de las técnicas artesanales para la elaboración de productos de índole religioso.

## **Talleres de restauración de arte sacro y arte religioso**

El rico patrimonio de arte sacro y religioso de Guatemala permite que se desarrollen academias, escuelas y talleres de restauración de bienes muebles de alto valor artístico e histórico para la población. Este recurso se convierte en un elemento diferenciador que atrae a profesionales de la materia de conservación del patrimonio y que pueden tener la oportunidad de desempeñar sus tareas profesionales con auténticas obras de arte.

## **Distribución**

### **Accesibilidad:**

Para acceder a los principales destinos religiosos se cuenta con conectividad terrestre que requiere priorizarse en los planes de infraestructura y mantenimiento de la red vial nacional, para facilitar a los visitantes la llegada a los destinos de importancia espiritual.

### **Servicios turísticos**

Los datos de servicios turísticos del Inguat (2023), registran en las dos principales áreas del país que cuentan con producto turísticos religiosos, lo siguiente:

#### **Municipio de Esquipulas, departamento de Chiquimula**

- 29 establecimientos de hospedaje, con disponibilidad de 884 habitaciones y 3017 plazas cama.
- 3 agencias de viajes.
- 8 guías de turistas.
- 7 empresas de transporte turístico terrestre con disponibilidad de 15 unidades y un total de 338 asientos.
- No cuenta con academias de enseñanza de español como segundo idioma.

#### **La Antigua Guatemala, departamento de Sacatepéquez**

- 116 establecimientos de hospedaje, con disponibilidad de 1966 habitaciones y 6298 plazas cama.
- 117 agencias de viajes.
- 85 guías de turistas.
- 79 empresas de transporte turístico terrestre con disponibilidad de 150 unidades y un total de 3057 asientos.
- 15 academias de enseñanza de español como segundo idioma.

También se presenta el inventario de servicios turísticos registrados en el Inguat, para las áreas de influencia de la Guía Digital “El Pregón”.

#### **Ciudad Guatemala**

- 72 establecimientos de hospedaje, con disponibilidad de 4284 habitaciones y 13938 plazas cama.
- 398 agencias de viajes.
- 204 guías de turistas.

- 192 empresas de transporte turístico terrestre con disponibilidad de 596 unidades y un total de 22285 asientos.
- 1 academias de enseñanza de español como segundo idioma.

### Quetzaltenango

- 51 establecimientos de hospedaje, con disponibilidad de 1458 habitaciones y 4039 plazas cama.
- 45 agencias de viajes.
- 45 guías de turistas.
- 26 empresas de transporte turístico terrestre con disponibilidad de 63 unidades y un total de 1946 asientos.
- 17 academias de enseñanza de español como segundo idioma.

### Totonicapán

- 14 establecimientos de hospedaje, 2 de ellos son aptos para la actividad turística con disponibilidad de 27 habitaciones y 97 plazas cama.
- 1 agencias de viajes.
- 2 guías de turistas.
- 31 empresas de transporte turístico terrestre con disponibilidad de 43 unidades y un total de 1084 asientos.
- No cuenta con academias de enseñanza de español como segundo idioma.

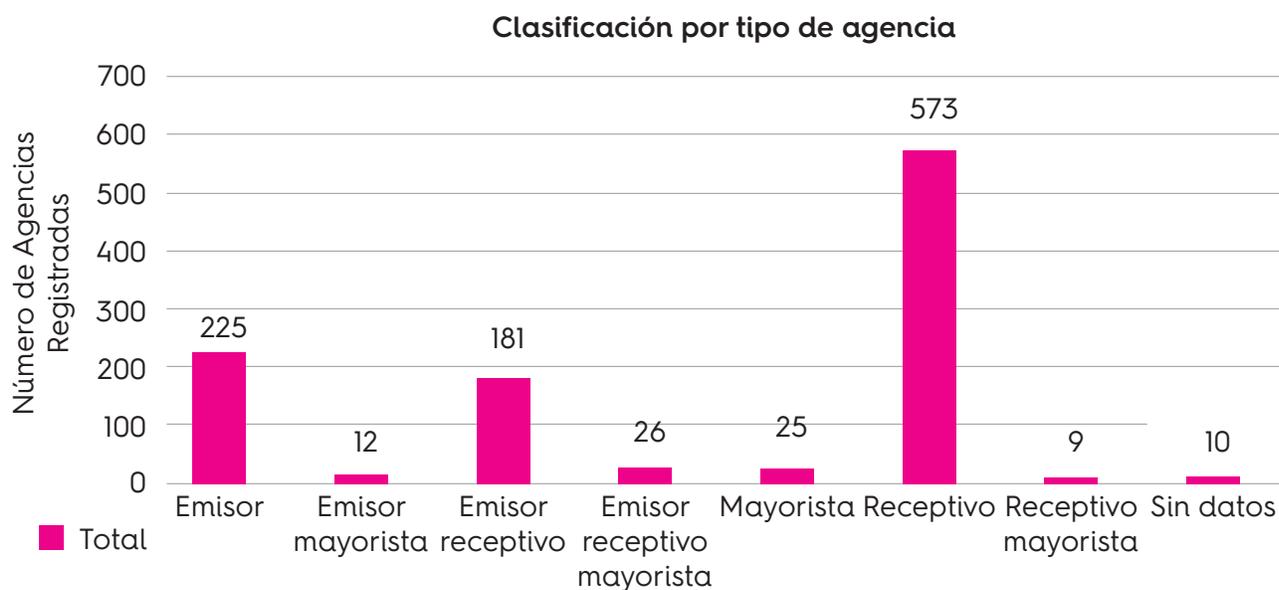
### Alta Verapaz

- 1 academias de enseñanza de español como segundo idioma.
- 11 agencias de viajes.
- 52 guías de turistas.
- 79 establecimientos de hospedaje, siendo 28 de ellos **aptos para la actividad turística** con disponibilidad de 458 habitaciones y 1283 plazas cama.
- 21 empresas de transporte turístico terrestre con disponibilidad de 55 unidades y un total de 1322 asientos.

### Operadores de turismo

Entre los servicios turísticos que se encuentran registrados en el Inguat, están las agencias de viajes, que se clasifican en: emisor, emisor mayorista, emisor receptivo, emisor receptivo mayorista, mayorista, **receptivo y receptivo mayorista**. Para el análisis de turismo religioso se considera oportuno presentar las opciones de dos clasificaciones: receptivo con 573 agencias y receptivo mayorista con 9 agencias registradas.

**Gráfica 19:** Clasificación de agencias registradas



Fuente: Sección de Registro y Verificación de Servicios turísticos INGUAT (2023)

El formulario de registro de agencias de viajes no cuenta con la categoría de turismo religioso, no obstante, en los datos de registro marcan opciones que pueden asociarse por ser complementarias al turismo religioso, como: Ciudad Colonial, folklore, museos y arte, naturaleza, artesanías, pueblos indígenas.

Además, datos obtenidos en el taller de diagnóstico por medio de la participación de representantes de agencias de viajes, refieren que Guatemala cuenta con el potencial para ser sede del Congreso Mundial de Turismo Religioso, sin embargo, el análisis realizado refleja que previamente es necesario fortalecer la articulación local de actores y la organización de un congreso nacional.

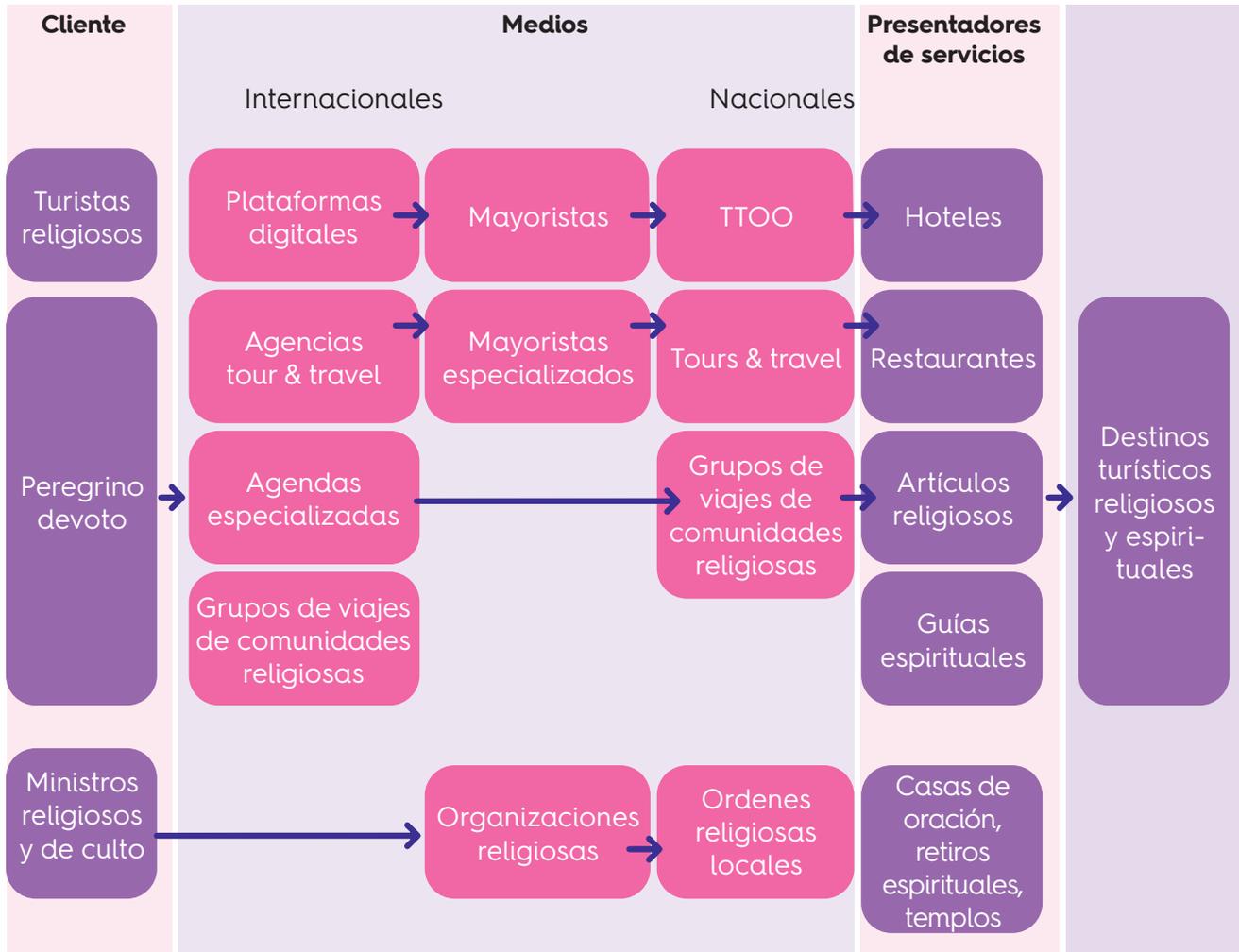
### **Cadena de comercialización**

En la cadena de comercialización del turismo religioso se visualizan los canales por medio de los cuales los turistas acceden a los destinos religiosos. Se observa que el grupo de ministros religiosos y de culto no utilizan los canales especializados en turismo, por lo que no quedan registros de su estadía y actividades, lo que representa una oportunidad para conectar este nicho de mercado con la oferta turística.

En cuanto al peregrino devoto, al ser un viajero recurrente, se pueden diseñar nuevas rutas que lo conecten a experiencias auténticas de turismo religioso.

Para el grupo de turistas religiosos es importante la comodidad y el buen servicio, que requiere que los destinos turísticos estén provistos de facilidades en óptimas condiciones.

**Ilustración 7:** Cadena de comercialización de turismo religioso



Fuente: Elaboración propia.

A partir de 2023 se han realizado actividades directamente vinculadas al turismo religioso:

**Una misión comercial**, realizada San Salvador con la participación de 100 mayoristas y operadores de turismo salvadoreños y 17 empresarios guatemaltecos, como resultado se obtuvieron 1,100 citas de negocio directamente relacionadas con el producto especializado El Pregón.

**Presentación de destino y producto especializado en el Salvador**, San Miguel donde se contó con la presencia de 17 mayoristas y operadores de turismo.

**Misión comercial en Costa Rica**, se contó con la participación de 40 mayoristas y operadores de turismo costarricenses y 5 empresarios guatemaltecos, como resultado se obtuvieron 150 citas de negocios.

**Presentación de destino** llevada a cabo en Los Ángeles, California con la participación de 80 mayoristas y operadores de turismo.

**Presencia durante la Feria Internacional de Turismo -FITUR-** realizada en España en enero, se llevó a cabo la proyección de imágenes de la Semana Santa en Guatemala y El Pregón, en el stand de 198 metros cuadrados dedicado a Guatemala.

**Eventos de presentación de El Pregón 2023**, realizados en los 5 destinos del alcance de la guía digital.

### ***Análisis de la competencia:***

En este análisis se exploran de manera detallada los países competidores del sector de turismo religioso de Guatemala, para apoyar en la comprensión del posicionamiento actual de Guatemala en este nicho turístico. Como referencia se toman los datos analizados en el Plan Maestro de Turismo Sostenible, en el que para turismo religioso se define México como la competencia más cercana a Guatemala, seguido por países de media distancia: Colombia, Perú y Ecuador. (INGUAT, 2014). El cuadro compara y analiza los instrumentos de planificación, así como la participación / representación de los países en la Red Internacional de Agencias Especializadas en Turismo Religioso REDITUR y la Red Mundial de Destinos de Turismo Religioso (TSTT).

**Cuadro 6: Analisis de la competencia**

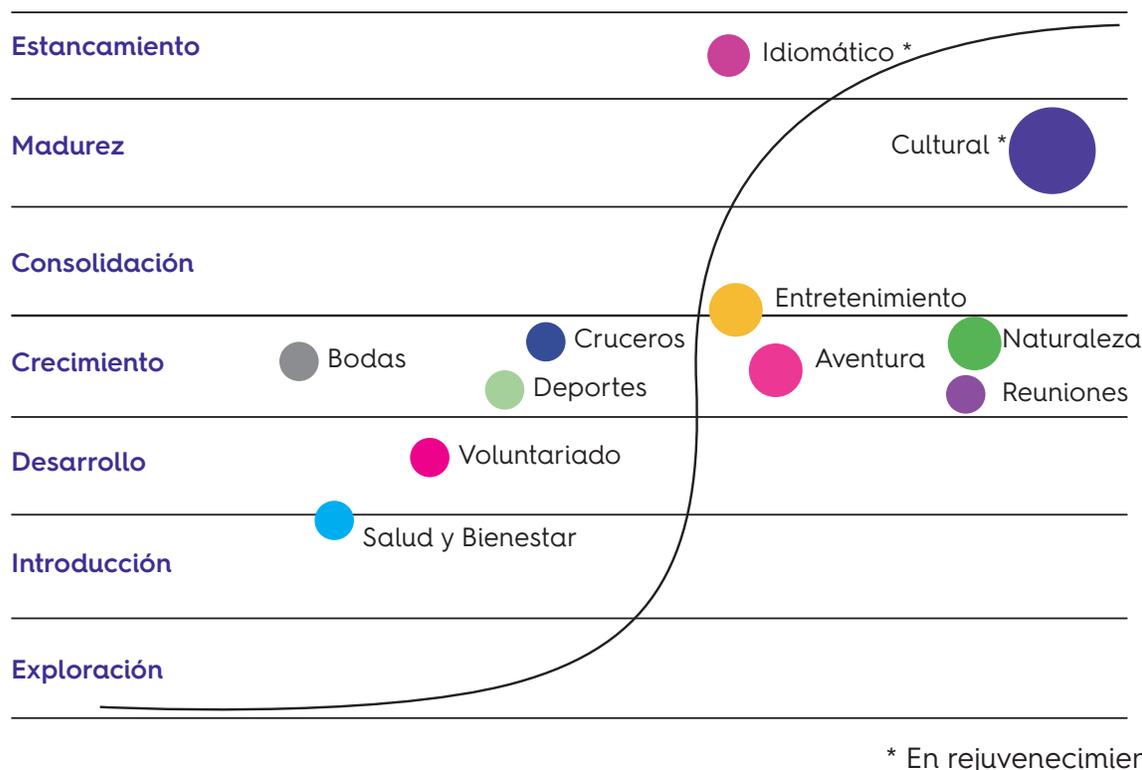
	México	Colobia	Perú	Ecuador
Instrumentos de planificación	Plan Nacional de Desarrollo -PND- 2013-2018	Plan Nacional de Desarrollo 2011-2014		
	Programa Sectorial de Turismo 2013-2018	Plan Nacional de Desarrollo "Pacto por Colombia, pacto por la equidad" 2018-2022	Plan Estratégico Nacional de Turismo de Perú -PENTUR 2008-2018-	Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador -PLANDETUR 2020-
	Programa Sectorial de Turismo 2020-2024 (PROSECTUR)	Plan Sectorial de Turismo 2018-2022	Plan Estratégico Nacional de Turismo de 2025	
Análisis	La Secretaría de Turismo (Sectur) del Gobierno de la República puso en marcha el Programa de Fortalecimiento al Desarrollo del Turismo Religioso que tiene por objetivo hacer del patrimonio cultural-religioso un producto exitoso en los diversos destinos del país.  En el programa vigente no se menciona Estrategias de Turismo Religioso	No tiene estrategia específica de turismo religioso, se menciona de forma general en el apartado del Segmento de Turismo de Cultura	No tiene estrategia de turismo religioso	No tiene estrategia de turismo religioso, se menciona de forma general dentro de la descripción del segmento de cultura
Red Mundial de Destinos de Turismo Religioso	No aparece registro	No aparece registro	No aparece registro	Registro de Quito (Ecuador)
Red internacional de Agencias Especializadas en Turismo Religioso	No aparece registro	No aparece registro	Agencias registradas	No aparece registro

Fuente: Inguat (2023)

### Ciclo de vida del turismo religioso

El análisis del ciclo de vida de los segmentos turísticos realizado por Inguat, muestra hacia 2019 el segmento de cultura en la etapa de madurez (INGUAT, 2019)

**Gráfica 20:** Ciclo de vida de los segmentos



Fuente: INGUAT (2019) Estrategia Nacional de Gastronomía

De acuerdo con el Plan Maestro de Turismo Sostenible 2015-2025 del segmento cultura se derivan siete productos especializados, entre los que se ubica el turismo místico / religioso. Es decir que el turismo religioso es una categoría del segmento cultural que requiere de un estudio particular para establecer su ubicación puntual en el ciclo de vida, por lo que a medida que la implementación de este plan estratégico avance se podrán recabar y analizar datos para determinar su ubicación exacta.

## *Caso de éxito de turismo religioso: Camino de Santiago*

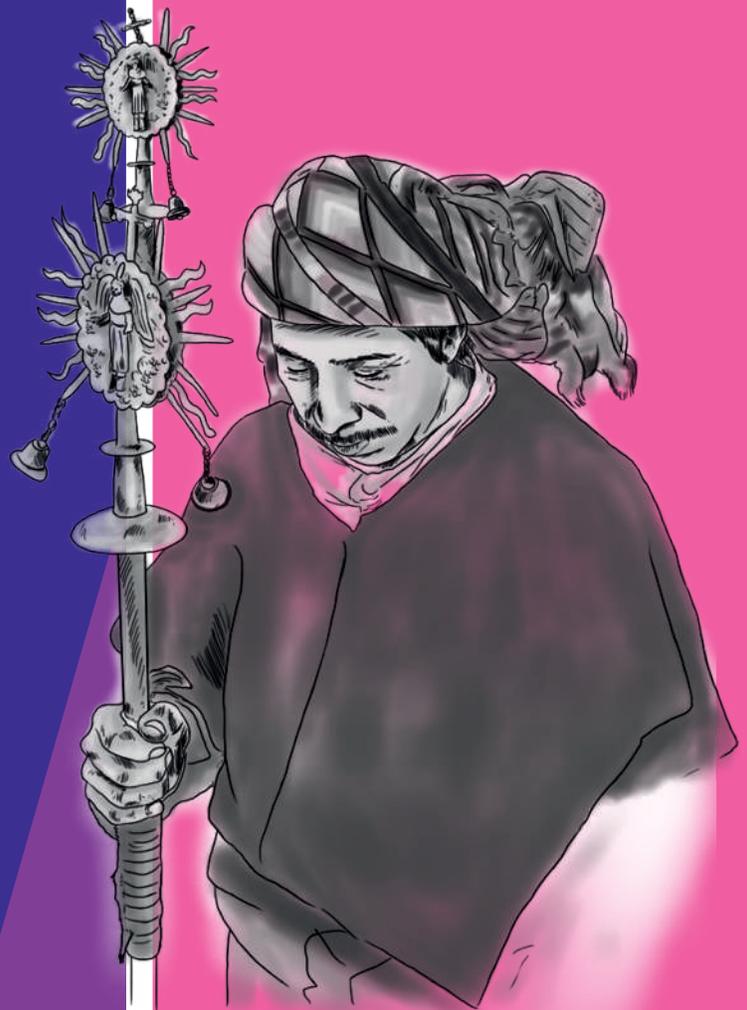
Desde el siglo IX d.C. a raíz del descubrimiento de la tumba del apóstol Santiago en la región de Galicia, cientos de personas motivadas por la fe iniciaron peregrinaciones provenientes de toda la península Ibérica. Ante la necesidad de la interpretación de los sitios, para los fieles que recorrían largas distancias el monje benedictino Aymeric Picaud desarrolla la primera guía del peregrino, él mismo se dirigió a Santiago, descubrió rutas y las detalló en diversos aspectos: pueblos, santuarios cristianos, anécdotas de viaje, gastronomía, caminos e itinerarios, todo esto cerca del año 1140. Su guía tuvo tal éxito que es hasta 1965 en que el Ministerio de Información y Turismo de España, lanza la primera guía en la edad moderna basada en la ruta trazada por el monje benedictino. La influencia de Aymeric Picaud es visible en el famoso camino francés, que es reconocido por innumerables distinciones entre las que destacan tres declaraciones de Patrimonio Cultural de la Humanidad por parte de Unesco.

Es importante hacer mención del camino portugués, que toma impulso a partir del Año Santo Xacobeo en 1993, en un esfuerzo del sector público que dotó de: señalización turística, material promocional, creación de oficinas de turismo y la integración de asociaciones relacionadas con el Camino de Santiago. Ese esfuerzo dio sus frutos pues llegado 2019 el camino portugués abarcó el 22% del total de los peregrinos que llegaron a Santiago de Compostela.

Para Guatemala al igual que el caso del camino portugués, existe la oportunidad en relación con uno de los santuarios marianos más visitados del mundo, la Basílica de Guadalupe, en México, que atrae a millones de fieles de distintos continentes, con una clara motivación religiosa.

El establecer una ruta de peregrinación que incluya en el itinerario la visita tanto a la Basílica de Guadalupe como la Basílica del Cristo Negro de Esquipulas, permitiría que se amplie la oferta de mayoristas especializados en el segmento de turismo religioso y brindaría la oportunidad de ofrecer a aquellos peregrinos recurrentes, nuevas experiencias de fe. Es innegable la potencialidad de Esquipulas en el segmento de turismo religioso, ya que se le reconoce como la "Capital Centroamericana de la Fe".

# PLANTEAMIENTO Estratégico



## Desarrollo de la visión del segmento al año 2030

Para definir la visión se realizó un ejercicio participativo en el primer taller con los actores de turismo religioso, a través de dos preguntas abiertas, con el objeto de que los participantes después de un momento reflexivo expresaran de forma amplia cómo visualizan el turismo religioso en Guatemala en el largo plazo. El resultado arrojó una serie de palabras que resumen el sueño/meta para la estrategia de turismo religioso.

**Ilustración 8:** Palabras mencionadas en ejercicio para definir visión de turismo religioso.



Fuente: Elaboración propia.

Este resultado se tabuló y dio paso a tres propuestas de visión, las cuales se discutieron con el equipo técnico de Inguat y se presentó una propuesta general en el segundo taller, en el que los participantes realizaron observaciones mínimas y se validó la visión a 7 años.

**“Guatemala en el año 2030 es reconocida a nivel regional como destino sostenible de turismo religioso, comprometido con la conservación y puesta en valor del patrimonio cultural y espiritual”**

La respuesta a estas interrogantes le da forma a la visión del segmento de turismo religioso al año 2030:

¿Qué? - meta madre (verificable): **que el país sea reconocido a nivel regional<sup>1</sup>**

¿Cuándo? - compromiso y logro: **al año 2030, comprometido con la conservación y puesta en valor del patrimonio cultural y espiritual.**

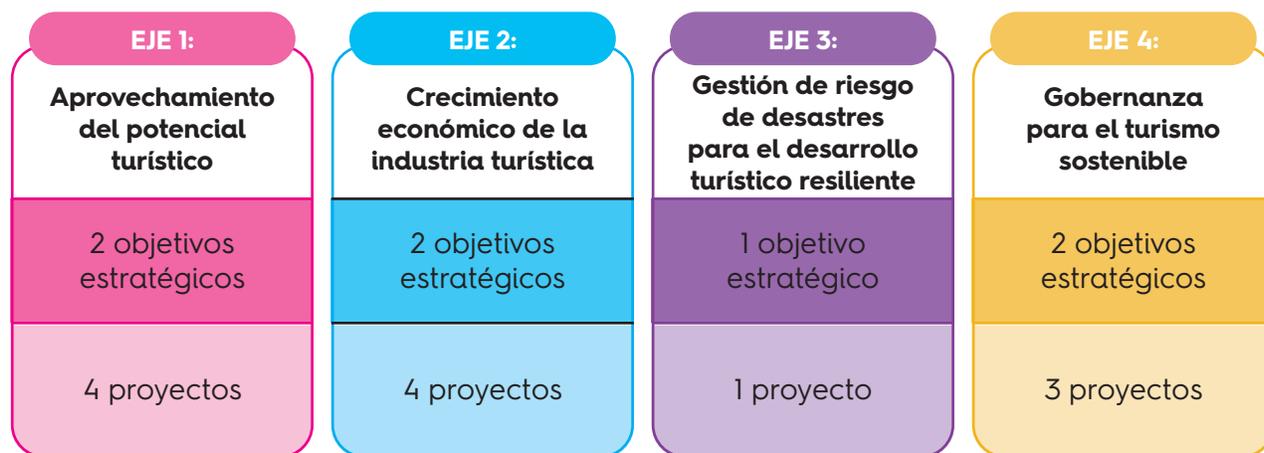
¿Cómo? - objetivos estratégicos: **son la extensión de la visión y marcarán los proyectos puntuales que se deben abordar para alcanzar la visión establecida.**

La visión del segmento de turismo religioso describe las expectativas de futuro con todos los elementos identificados en la fase de diagnóstico, en el que resalta la sostenibilidad y el compromiso con la conservación y puesta en valor del patrimonio.

Con la visión trazada, se desarrolla el planteamiento estratégico que da paso a la formulación de las estrategias que habrán de seguirse durante el plazo de vigencia del plan.

La estrategia se estructura en 4 ejes estratégicos, 7 objetivos estratégicos y 12 proyectos.

**Ilustración 9:** Marco estratégico de turismo religioso 2024-2030



Fuente: Elaboración propia.

<sup>1</sup> Países miembros de la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA)

## Ejes para la estrategia de turismo religioso

Los ejes representan la extensión lógica de la visión, se constituyen en el primer nivel de planificación. Se definen en una sola palabra o una frase corta para guiar el resto de la planificación, estos enunciados son los temas macro que se pretende alcanzar, fortalecer o en su defecto modificar en el mediano y largo plazo con la implementación de la estrategia.

La definición de los ejes del segmento de turismo religioso se enmarca en el objetivo superior del Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala 2015-2025: “Eleva la competitividad turística del país, por medio de la puesta en valor de la oferta turística actual, su diversificación y promoción, con planificación y mercadeo estratégico, a través del ordenamiento del territorio en función turística, así como de la identificación de áreas de desarrollo prioritarias, bajo los Criterios Globales de Turismo Sostenible”, además se desarrollan en sintonía con los ejes que se proponen en la política nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible 2023-2033 que se encuentra en proceso de actualización.

La sostenibilidad del turismo se aborda en los criterios sociales – culturales, económicos y ambientales, por ello el planteamiento de los ejes se vincula directamente con estos criterios.

62

El avance en las acciones y, en consecuencia, lograr los objetivos del eje 4 se considera fundamental para progresar en los otros ejes, de ahí que se ilustra como eje transversal según se observa en la siguiente imagen.

**Ilustración 10:** Ejes estratégicos de turismo religioso 2024-2030



Fuente: Elaboración propia.

## EJE 1: APROVECHAMIENTO DEL POTENCIAL TURÍSTICO

El primer eje del segmento de turismo religioso aborda la importancia de fortalecer y diversificar la oferta turística de acuerdo con el ordenamiento del espacio turístico nacional, según lo establecido en el Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala 2015-2025, para lo cual es importante priorizar las acciones por desarrollar en el segmento y a medida que el desarrollo se alcance en los destinos priorizados, incrementar la cobertura. Este eje también contempla acciones de fortalecimiento a la competitividad e innovación, de los destinos, atractivos y empresas, con servicios turísticos de calidad y capital humano capacitado, requiriendo para ello un marco normativo eficaz.

Además, el adecuado aprovechamiento del potencial turístico del segmento religioso requiere acciones de mercadeo para posicionar los productos y servicios nacional e internacionalmente y contribuir con ello a la mejora de la imagen del país.

**Cuadro 7:** Eje estratégico 1 de turismo religioso 2024-2030

Ejes	1 Aprovechamiento del potencial turístico			
Objetivos estratégicos	1.1 Promover la conservación y protección del patrimonio cultural religioso de Guatemala		1.2 Posicionar los destinos y productos turísticos religiosos	
Proyectos	1 Gestión de recursos turísticos	2 Desarrollo de nuevos productos	3 Fortalecimiento del mercadeo	4 Divulgación del patrimonio cultural

Fuente: Elaboración propia.

## EJE 2: CRECIMIENTO ECONÓMICO DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA

Para garantizar el crecimiento de la industria turística, específicamente del segmento de turismo religioso es imprescindible que el desarrollo sea sostenible, a través de buenas prácticas económico empresariales, por lo tanto, la formación turística en temas específicos (histórica, cultural, artística, de servicios, gastronómica, interpretativa) para todos los actores de la cadena de valor será un factor determinante para el desarrollo de este segmento, así se contribuye a elevar el nivel de competitividad. El fomento al emprendimiento y apoyo a las empresas pequeñas y medianas empresas es crucial para generar mayores oportunidades de empleo y ampliar las opciones de servicios turísticos que genere mayor derrama económica a las comunidades anfitrionas, así como la promoción de la inversión en mantenimiento y restauración de la infraestructura como museos, sitios sagrados, casas de la cultura, entre otros. Es importante incluir acciones para promover inversiones en facilidades turísticas y el enfoque de accesibilidad.

**Cuadro 8:** Eje estratégico 2 de turismo religioso 2024-2030

Ejes	2. Crecimiento económico de la industria turística			
Objetivos estratégicos	2.1 Impulsar la competitividad e innovación de los servicios turísticos, con calidad y capital humano capacitado		2.2 Impulsar el desarrollo de infraestructura y facilidades turísticas en destinos religiosos	
Proyectos	5 Capacitación y formación	6 Apoyo a emprendimientos	7 Investigación y estudios	8 Infraestructura, arquitectura histórica y facilidades turísticas

Fuente: Elaboración propia.

## EJE 3: GESTIÓN DE RIESGO DE DESASTRES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO

Guatemala está ubicada en la posición de los países con mayor riesgo ante desastres naturales, por lo que es vital contar con acciones de mitigación y coordinar con los entes que lideran las acciones para la prevención y mitigación de dichos riesgos, así como fortalecer las capacidades de la cadena de valor del segmento en función de la sostenibilidad mediante los criterios globales de turismo sostenible como parte de la recuperación de los desastres naturales, entre otros riesgos latentes para el sector turístico.

Como parte de la gestión de riesgos se plantean los temas de seguridad, servicios de prevención y asistencia al visitante nacional y extranjero en las rutas y destinos turísticos.

**Cuadro 9:** Eje estratégico 3 de turismo religioso 2024-2030

Ejes	3. Gestión de riesgo de desastres para el desarrollo turístico resiliente	
Objetivos estratégicos	3. Gestión de riesgo de desastres para el desarrollo turístico resiliente	3.1 Contribuir al fortalecimiento de sector turístico religioso en temas de gestión de riesgo a desastres para el desarrollo turístico resiliente
Proyectos	9 Gestión de riesgos	

Fuente: Elaboración propia.

## EJE 4: GOBERNANZA PARA EL TURISMO SOSTENIBLE

La gobernanza en el turismo busca equilibrar los intereses de diferentes partes interesadas o actores para promover un turismo sostenible y beneficioso para la comunidad local y el entorno. Esto implica una planificación estratégica, regulación efectiva, participación comunitaria y una gestión adecuada de los recursos. Este eje lo integran: el marco institucional, la coordinación del sector, los actores de la cadena de valor articulados adecuadamente, las gestiones y apoyo de municipalidades y autoridades locales, toda la gestión turística del segmento mediante el liderazgo del Inguat con el apoyo de la academia y el sector en su conjunto.

Los mecanismos de investigación, medición, coordinación y divulgación de información estratégica fortalecen la gobernanza del segmento de turismo religioso que en el diagnóstico del segmento resaltaron como deficientes.

Asimismo, como apoyo a las estrategias que se plantean se debe potenciar las alianzas nacionales e internacionales para el desarrollo turístico.

**Cuadro 10:** Eje estratégico 4 de turismo religioso 2024-2030

Ejes	4. Gobernanza para el turismo sostenible		
Objetivos estratégicos	4.1 Gestionar la planificación, información y coordinación del segmento de turismo religioso.		4.2 Gestionar las alianzas estratégicas para obtener cooperación proveniente de organismos internacionales.
Proyectos	10 Coordinación turística	11 Sistema de información	12 Alianzas internacionales

Fuente: Elaboración propia.



# DESPLIEGUE DE LA ESTRATEGIA



## DESPLIEGUE DE LA ESTRATEGIA

El marco estratégico planteado para el turismo religioso en Guatemala se puntualiza con el establecimiento de intervenciones estratégicas que se han formulado en 12 proyectos, con la identificación de las acciones priorizadas, el período de implementación, los actores responsables de ejecución y la responsabilidad interna de direcciones de Inguat para el seguimiento.

Estos proyectos forman la columna vertebral de la visión planteada para alcanzar a 2030, por lo que no solo representan propuestas concretas, sino también compromisos con la preservación del patrimonio cultural y espiritual que, a través de brindar experiencias significativas para los visitantes, contribuirán al desarrollo sostenible del turismo.

Las acciones establecidas han sido profundamente analizadas, de manera que su diseño aborda aspectos clave y para que, con la intervención de instituciones públicas competentes, sector privado y comunidades religiosas, trabajen de manera integral y colaborativa para generar beneficios sociales, culturales y económicos para las comunidades anfitrionas.

## Proyecto 1

Gestión de recursos turísticos		Proyecto 1						
Eje	Aprovechamiento del potencial turístico							
1								
Promover la conservación y protección del patrimonio cultural religioso de Guatemala		1.1						
Acciones		Período de implementación						
Nominación de los destinos turísticos religiosos como sitios de interés de turismo internacional, con base a la jerarquización del inventario de patrimonio turístico, para el adecuado desarrollo turístico de interés nacional e internacional.			x	x	x	x	x	x
Realizar visitas de identificación de principales corredores culturales de turismo religioso, para promover la conservación del patrimonio cultural tangible e intangible		x	x					
Elaborar una guía de interpretación de la religiosidad y su integración cultural para uso de los prestadores de servicio locales, que incluya recopilación fotográfica.			x	x				
Desarrollar las guías de manejo de los destinos de turismo religioso para las áreas priorizadas de la estrategia de turismo religioso.			x	x	x	x		
Desarrollar un instrumento digital interpretativo del calendario litúrgico: Devociones y tradiciones populares de Guatemala			x		x		x	
Desarrollar guías interpretativas de los principales monumentos arquitectónicos ligados al patrimonio cultural religioso.		x	x	x	x	x	x	x
Desarrollar investigaciones de la indumentaria y parafernalia relacionada a la religiosidad.			x	x	x	x		
Instituciones participantes		Seguimiento INGUAT						
CECEG/ADESCA/MCD-IDAEH/Asociaciones Patrimoniales y Culturales y Grupos Religiosos		Dirección de Desarrollo del Producto Turístico						

## Proyecto 2

Desarrollo de nuevos productos		Proyecto 2						
Eje	Aprovechamiento del potencial turístico							
1								
Promover la conservación y protección del patrimonio cultural religioso de Guatemala.		1.1						
Acciones		Período de implementación						
Desarrollar un instrumento digital interpretativo de Esquipulas: Capital Centroamericana de la Fe, integrando diferentes Santuarios consagrados al Señor de Esquipulas en Guatemala.		x	x	x				
Desarrollar el festival cultural del Señor de Esquipulas, en diferentes regiones del país.			x		x		x	
Desarrollar el festival cultural de Cuaresma y Semana Santa en las áreas de influencia de la Guía Digital de Cuaresma y Semana Santa El Pregón.			x	x	x	x	x	
Desarrollar productos turísticos religiosos permanentes, priorizando las siguientes áreas, <b>Ciudad Guatemala:</b> Cerrito del Carmen, Barrio de Santo Domingo, Barrio de La Merced, Barrio San José, <b>Sacatepéquez:</b> Barrio de La Concepción, La Antigua Guatemala, <b>Totonicapán:</b> San Cristóbal, <b>Quetzaltenang:</b> Barrio de la Catedral del Espíritu Santo, <b>Alta Verapaz:</b> Barrio El Calvario, Cobán, <b>Quiche:</b> el Calvario de Chichicastenango, <b>Sololá:</b> San Antonio Palopó		x	x	x	x	x	x	x
Implementar un programa de exposiciones itinerantes de arte sacro para fortalecimiento de la oferta cultural y religiosa del país.			x	x	x	x	x	x
Desarrollar rutas en las regiones turísticas, priorizando las siguientes: <b>Guatemala moderna y colonial,</b> <b>Altiplano Cultura Maya Viva y</b> <b>Oriente místico y natural</b>		x	x	x	x	x	x	x
Instituciones participantes		Seguimiento INGUAT						
INGUAT, Municipalidades, Iglesia Católica, Agrupaciones de Piedad Popular, Artesanos, Artistas Sacros, Asociaciones Culturales y Patrimoniales		Dirección de Desarrollo del Producto Turístico						

## Proyecto 3

Fortalecimiento del mercadeo				Proyecto 3						
Eje	Aprovechamiento del potencial turístico									
1	Posicionar los destinos y productos turísticos religiosos.						1.2			
Acciones				Período de implementación						
Integrar el segmento de turismo religioso al plan de Mercadeo anual.				x	x	x	x	x	x	x
Realizar presentaciones de Guatemala como destino de Turismo Religioso en ferias y actividades internacionales generales y especializadas.				x	x	x	x	x	x	x
Presentación del producto turístico religioso El Pregón en las principales ferias internacionales.				x	x	x	x	x	x	x
Comercializar los diferentes productos de turismo religioso en los mercados clave.				x	x	x	x	x	x	x
Gestionar el Segmento de Turismo Religioso en el Plan de Medios.				x	x	x	x	x	x	x
Implementar herramientas de promoción para turismo religioso: Páginas web, folletos, Redes sociales (RR SS).				x	x	x	x	x	x	x
Evaluar la efectividad de las acciones de publicidad del segmento de turismo religioso, mediante el monitoreo y análisis de medios contratados.				x	x	x	x	x	x	x
Instituciones participantes				Seguimiento INGUAT						
INGUAT				Dirección de Mercadeo						

## Proyecto 4

Divulgación del patrimonio cultural		Proyecto 4						
Eje	Aprovechamiento del potencial turístico							
1								
Posicionar los destinos y productos turísticos religiosos.		1.2						
Acciones		Período de implementación						
Implementar un programa de reconocimientos a sitios de interés turístico religioso e íconos de fe Implementar un programa de reconocimientos a sitios de interés turístico religioso e iconos de fe.			x	x	x	x	x	x
Generación de material audiovisual de manifestaciones de fe, procesos artesanales y prácticas tradicionales ligadas a la religiosidad.		x	x	x	x	x	x	x
Analizar medios nacionales e internacionales especializados en turismo religioso para generación de pautas publicitarias.		x	x	x	x	x	x	x
Planificación de los viajes de familiarización y prensa para medios especializados y líderes de opinión.		x	x	x	x	x	x	x
Gestionar con congregaciones religiosas nacionales e internacionales la uniformidad de material de promoción.		x	x	x	x	x	x	x
Implementar talleres de socialización del material publicitario para la cadena de valor de turismo religioso, para su adecuada aplicación.			x	x	x	x	x	x
"Proveer a las plazas principales de afluencia turística de kioscos temporales de información y asistencia al turista, con prioridad en las siguientes festividades: Cuaresma y Semana Santa, Festividades del Cristo Negro de Esquipulas, Mes del Rosario Barrio de Santo Domingo, Baile de los 24 diablos, Ciudad Vieja, Sacatepéquez"		x	x	x	x	x	x	x
Instituciones participantes		Seguimiento INGUAT						
INGUAT / MCD		Dirección de Mercadeo						

## Proyecto 5

Divulgación del patrimonio cultural		Proyecto 5								
Eje	Crecimiento económico de la industria turística									
2										
Impulsar la competitividad e innovación de los servicios turísticos, con calidad y capital humano capacitado.						2.1				
Acciones				Período de implementación						
Desarrollar el programa de capacitación gerencial de puesta en valor del Patrimonio Cultural y Espiritual de Guatemala.				x	x	x	x	x	x	x
Implementar talleres de procesos artesanales ligados al patrimonio cultural religioso						x	x	x	x	x
Desarrollar el programa de capacitación sobre patrimonio cultural y religioso, historia del arte, gastronomía de la época, para guías locales de los destinos turísticos religiosos priorizados.					x	x	x	x	x	x
Instituciones participantes				Seguimiento INGUAT						
INGUAT / COMATUR				Dirección de Desarrollo del Producto Turístico						

## Proyecto 6

73

Apoyo a emprendimientos		Proyecto 6								
Eje	Crecimiento económico de la industria turística									
2										
Impulsar la competitividad e innovación de los servicios turísticos, con calidad y capital humano capacitado.						2.1				
Acciones				Período de implementación						
Análisis e identificación de los artesanos vinculados a turismo religioso para integración a programas de emprendimiento.				x	x					
Gestionar espacios en las plazas principales de afluencia turística para la venta de productos de la época: gastronomía, arte sacro, productos religiosos, con prioridad en las siguientes festividades: <b>Cuaresma y Semana Santa,</b> <b>Festividades del Cristo Negro de Esquipulas,</b> <b>Mes del Rosario Barrio de Santo Domingo,</b> <b>Baile de los 24 diablos, Ciudad Vieja, Sacatepéquez</b>					x	x	x	x	x	x
Instituciones participantes				Seguimiento INGUAT						
INGUAT, Municipalidades, MINECO				Dirección de Desarrollo del Producto Turístico						

## Proyecto 7

Investigación y estudios		Proyecto 7						
Eje	Crecimiento económico de la industria turística							
2								
Impulsar la competitividad e innovación de los servicios turísticos, con calidad y capital humano capacitado.						2.1		
Acciones			Período de implementación					
Desarrollar un programa que fomente la innovación de productos de turismo religioso.			x	x		x	x	
Promover que instituciones públicas, la academia y centros de investigación realicen estudios técnicos y análisis de mercados para generar proyectos para el desarrollo del turismo religioso.			x	x	x	x	x	x
Implementar el Congreso nacional de turismo religioso.			x		x		x	
Instituciones participantes			Seguimiento INGUAT					
INGUAT/COMATUR/ADESCA / CECEG / MCD			Dirección de Desarrollo del Producto Turístico - Dirección de Mercadeo					

## Proyecto 8

Infraestructura, arquitectura histórica y facilidades		Proyecto 8						
Eje	Crecimiento económico de la industria turística							
2								
Impulsar el desarrollo de infraestructura y facilidades turísticas en destinos religiosos.						2.2		
Acciones			Período de implementación					
Desarrollar proyectos de señalización vial, turística e interpretativa en los destinos turísticos religiosos.			x	x	x	x	x	x
Dotar a las plazas principales de afluencia turística de señalización turística interpretativa temporal del patrimonio religioso y cultural, con prioridad en las siguientes festividades: <b>Cuaresma y Semana Santa,</b> <b>Festividades del Cristo Negro de Esquipulas,</b> <b>Mes del Rosario Barrio de Santo Domingo,</b> <b>Baile de los 24 diablos, Ciudad Vieja, Sacatepéquez</b>			x	x	x	x	x	x
Realizar acciones de conservación, restauración y facilidades turísticas en la infraestructura religiosa.				x	x	x	x	x
Instituciones participantes			Seguimiento INGUAT					
Iglesia/MCD/CNPAG/ADESCA/Municipalidades/INGUAT/Asociaciones culturales y patrimoniales.			Dirección de Desarrollo del Producto Turístico					

## Proyecto 9

Gestión de riesgos		Proyecto 9						
<b>Eje</b>	Gestión de riesgo de desastres para el desarrollo turístico resiliente							
<b>3</b>								
Contribuir al fortalecimiento de sector turístico religioso en temas de gestión de riesgo a desastres para el desarrollo turístico resiliente.						<b>3.1</b>		
Acciones			Período de implementación					
Gestionar proyectos de señalización y su interpretación para los eventos de movilización masiva.			X	X	X	X	X	X
Fomentar la sensibilización y capacitación de gestión de riesgos a entidades organizadoras de eventos religiosos				X	X	X	X	X
Proveer de equipo e implementos para la prevención y reducción de riesgos en eventos de movilización masiva.				X	X	X	X	X
Instituciones participantes			Seguimiento INGUAT					
CONRED/Municipalidades/INGUAT			Dirección de Desarrollo del Producto Turístico					

75

## Proyecto 10

Gestión de riesgos		Proyecto 10						
<b>Eje</b>	Gobernanza para el turismo sostenible							
<b>4</b>								
Gestionar la planificación, información y coordinación del segmento de turismo religioso.						<b>4.1</b>		
Acciones			Período de implementación					
Conformar la mesa del segmento de turismo religioso.			x	x				
Socializar el plan estratégico de turismo religioso con las entidades corresponsables del sector público, privado y actores de turismo religioso.			x					
Integrar actores de turismo religioso a las Mesas Departamentales de Turismo			x	x	x			
Instituciones participantes			Seguimiento INGUAT					
INGUAT/Mesa de Turismo Religioso			Dirección de Desarrollo del Producto Turístico					

## Proyecto 11

Sistema de información		Proyecto 11						
Eje	Gobernanza para el turismo sostenible							
4								
Gestionar la planificación, información y coordinación del segmento de turismo religioso.		4.1						
Acciones		Período de implementación						
Definir un mecanismo de recopilación de los datos de turismo religioso (visitante) en coordinación con las congregaciones religiosas nacionales.		x	x					
Definir criterios para identificar los servicios específicos y/o vinculados a turismo religioso.		x	x					
Promover la articulación de los centros de investigación cultural para fortalecimiento de los actores de turismo religioso		x	x	x	x	x	x	x
Implementar un programa con los destinos turísticos religioso para registro, acreditación del paso y la visita de los peregrinos		x	x	x	x			
Instituciones participantes		Seguimiento INGUAT						
INGUAT/CECEG/MCD/COMATUR/Iglesia Católica/ Congregaciones religiosas		Dirección de Desarrollo del Producto Turístico - Dirección de Mercadeo						

## Proyecto 12

Alianzas internacionales				Proyecto 12				
Eje	Gobernanza para el turismo sostenible							
4								
Gestionar las alianzas estratégicas para obtener cooperación proveniente de organismos internacionales.						4.2		
Acciones			Período de implementación					
Gestionar alianzas con las entidades regionales e internacionales especializadas en turismo religioso.			x	x	x	x	x	x
Promover a Guatemala como Sede del Congreso internacional de Turismo Religioso.				x				x
Generar un portafolio de proyectos para gestionar cooperación técnica y/o financiera para desarrollo del turismo religioso.			x	x	x			
Gestionar cooperación con México para generar el camino Esquipulas - Guadalupe.			x	x	x	x		
Desarrollar un programa de acompañamiento a las diferentes manifestaciones religiosas en función de turismo religioso.			x	x	x	x	x	x
Instituciones participantes			Seguimiento INGUAT					
INGUAT/MINEX/SEGEPLAN			Dirección de Desarrollo del Producto Turístico - Dirección de Mercadeo					

## SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

El seguimiento y evaluación del Plan Estratégico de Turismo Religioso desempeña un papel crucial en la gestión eficaz y adaptabilidad continua de las iniciativas propuestas. Este componente se concibe de manera integral para medir el progreso y asegurar que los objetivos estratégicos se alcancen de manera efectiva.

Por ello, para dar seguimiento al plan, en el despliegue estratégico se definen responsabilidades por cada acción comprendida en los proyectos, entre las que aparecen actores públicos y privados del sector turístico. En cualquier caso, para dar seguimiento se han establecido las áreas que en el Instituto Guatemalteco de Turismo son las responsables.

Para dar seguimiento es necesario revisar:

- La incorporación de los proyectos y acciones en la planificación anual de las instancias responsables.
- Revisar el avance en las actividades y el cumplimiento de cada acción.

Para la evaluación se requiere verificar el cumplimiento del objetivo de cada proyecto y, en consecuencia, el logro de los objetivos estratégicos, los que se asocian al logro de las metas definidas por cada eje y trazadas para los indicadores.

EJE I		Productos de turismo religioso con relación al año base.
	Año base:	2023
	Línea base:	3 (Guía digital el pregón, Ruta del peregrino Santo Hermano Pedro y Esquipulas, ruta santa del peregrino)
	Meta:	7 productos más para 2030.

EJE I		Turistas que visitan Guatemala para realizar alguna actividad relacionada con el turismo religioso con relación al total de llegadas internacionales.
	Año base:	2022
	Línea base:	3% (fuente: informe de investigación y análisis de mercados)
	Meta:	7% al 2030

<b>Crecimiento en el número de personas capacitadas en temas de turismo religioso</b>		
EJE 2	Año base:	2023
	Línea base:	0
	Meta:	100 personas por año

<b>Espacios de turismo religioso jerarquía 3, 4 y 5 dotados de facilidades turísticas.</b>		
EJE 2	Año base:	2023
	Línea base:	58 % (7 de 12 cuentan con las facilidades turísticas: (12 sitios jerarquía 3, 4 y 5. Jerarquía 5: Semana Santa. Jerarquía 4: Basílica de Esquipulas, Jerarquía 3: Catedral Metropolitana, Ermita del Cerrito del Carmen, Catedral de San José, Iglesia la Merced, Iglesia San Francisco El Grande, Iglesia de San Andrés Xecul, Catedral del Espíritu Santo, Ermita de la Concepción, Parroquia Santo Tomás Apóstol. )
	Meta:	90 % al 2030.

<b>Personas de la cadena de valor de turismo religioso, capacitadas en temas de gestión de riesgos.</b>		
EJE 3	Año base:	2023
	Línea base:	58 % (7 de 12 cuentan con las facilidades turísticas: (12 sitios jerarquía 3, 4 y 5. Jerarquía 5: Semana Santa. Jerarquía 4: Basílica de Esquipulas, Jerarquía 3: Catedral Metropolitana, Ermita del Cerrito del Carmen, Catedral de San José, Iglesia la Merced, Iglesia San Francisco El Grande, Iglesia de San Andrés Xecul, Catedral del Espíritu Santo, Ermita de la Concepción, Parroquia Santo Tomás Apóstol.)
	Meta:	90 % al 2030.

<b>Participación de las instancias del sector en la mesa de turismo religioso del total de instancias que conforman la mesa.</b>		
EJE 4	Año base:	2024
	Línea base:	Datos de 2024
	Meta:	90 % anual a partir de 2025

<b>EJE 4</b>		<b>Informes/boletines de las temporadas de turismo religioso.</b>
Año base:	2023	
Línea base:	2 (Festival del Señor de Esquipulas y Semana Santa)	
Meta:	3 más (Cuaresma, fiestas agostinas, mes del Rosario)	

El indicador de impacto para evaluar el plan estratégico se asocia al cumplimiento de la Visión 2030, el cual se plantea así:

<b>VISION</b>		<b>Turistas que visitan Guatemala para realizar alguna actividad relacionada con el turismo religioso con relación a los países de la región.</b>
Año base:	2024	
Línea base:	Por definir	
Meta:	Superar la cantidad de llegadas internacionales a los países de la región.	

## Anexos

### Anexo 1 – Grupos de interés

Matriz de influencia-interés Grupos de Interés		
	Nivel de influencia	
Nivel de interés	Alto influencia	Bajo influencia
	Cuadrante 1	Cuadrante 2
Alto interés	Iglesia Católica	Cámara de Turismo de Guatemala, CAMTUR
	Agrupaciones de Piedad Popular	Buró de Convenciones
	Consejo Nacional para la protección de La Antigua Guatemala CNPAG	Comisión de Turismo Sostenible de AGEXPORT
	Ministerio de Cultura y Deportes, MICUDE (IDAEH, PATRIMINIO INTANGIBLE)	Asociación de Pequeños Hoteles de Guatemala, APEHGUA
	Aporte para la Descentralización Cultural -ADESCA-	Asociaciones de Guías de Turistas
	Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT	Instituciones Académicas, de Capacitación y Formación y Centros de Investigación
	División de Seguridad Turística, DISETUR (PNC/MINGOB)	Asociación de Museos de Guatemala y Comité Nacional ICOM Guatemala
	Municipalidades	
Bajo interés	Cuadrante 3	Cuadrante 4
	Asociaciones Culturales y Patrimoniales	Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres, CONRED
	Iglesia Evangélica	Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda, MICIVI
	Medios de Comunicación	Otras denominaciones religiosas
	Gremio de artistas, artesanos y conocedores de técnicas tradicionales	Otras denominaciones religiosas
Observaciones	La integración de los grupos de interés es dinámica, la revisión de la matriz se debe realizar periódicamente, como recomendación una vez al año para validar los cambios que han tenido los grupos de interés, en función de la ejecución de la estrategia.	

Fuente: Reuniones técnica de diagnóstico turismo religioso  
Elaboración: Inguat (2023)

## Anexo 2 – PESTAL

Análisis de factores PESTAL			
	Factores	Oportunidad	Amenaza
Políticos	Pandemias y guerras		x
	Tensión geopolítica		x
	Crisis política nacional		x
	Coordinación interinstitucional (entidades públicas y privadas)	x	
Económicos	Incremento de turismo local e internacional		
	Desarrollo local		
	Alta derrama económica		
	Sostenibilidad económica		
	Desarrollo económico en la cadena de valor		
	Estabilidad económica imparcial		
Sociales-culturales	Comprensión entre culturas, religiones y creencias	x	
	Patrimonio cultural	x	
	Percepción de inseguridad	x	x
	Aculturación (adopción de malos hábitos de culturas)		x
	Comercializar la espiritualidad		x
Tecnológicos	Medios de comunicación	x	
	Herramientas tecnológicas para comercialización y promoción	x	
	Incremento de eventos en formato virtual		x
Ambientales o Ecológicos	País megadiverso	x	
	Cambio climático		x
	Desastres naturales		x
	Normativas ambientales	x	
Legales	Libertad de Religión	x	
	Marco legal del sector turismo	x	
	Regulaciones turísticas desactualizadas		x
	Leyes de protección patrimonial	x	

Fuente: Taller de diagnóstico de turismo religioso  
Elaboración: Inguat (2023)

## Anexo 2 – Análisis FODA

Matriz de influencia-interés Grupos de Interés			
No.	Fortalezas	No.	Oportunidades
1	Auténtica	1	Desarrollo local
2	Arquitectura/Historia	2	Instancias de apoyo al patrimonio religioso
3	Infraestructura	3	Ley para la protección del patrimonio cultural de la nación
4	Arte religioso	4	Diálogo interreligioso
5	Museos	5	Servicios y comercio locales complementarios
6	Recursos naturales y arqueológicos	6	Sector turístico organizado
7	Aspectos intangibles	7	Incremento del turismo local e internacional
8	Religiosidad	8	Tecnología
9	Cristo Negro de Esquipulas	9	País megadiverso
10	Santo Hermano Pedro de San Jose de Bethancourt	10	Normativas ambientales
11	El Pregón	11	Mayor afluencia de turismo local e internacional
12	Tradición oral	12	Mayores fuentes de empleo formal e informal
		13	Desarrollo económico en la cadena de valor
		14	Incremento de la ocupación hotelera
		15	Medios de comunicación aliados y bien informados
		16	Mejor comprensión entre culturas y religiones
		17	Posicionamiento del país
		18	Alta derrama económica
		19	Oportunidad de negocios para tour operadores, hoteles, empresas de transporte y alimentación
		20	Generación de empleo digno y calificado

## Anexo 3 – FODA

Matriz de influencia-interés Grupos de Interés			
No.	Debilidades	No.	Amenazas
1	Desconocimiento del concepto de turismo religioso	1	Percepción de inseguridad en el país
2	Desarticulación de la cadena de valor	2	Conflictos sociales
3	Carencia de inventarios, actividades, lugares y representaciones no identificadas como turismo religioso	3	Falta de inversión de pública que garantice infraestructura vía adecuada
4	Débil promoción de productos y oportunidades	4	Débil apoyo de otras instituciones (públicas y privadas)
5	Trabajo empírico	5	Inestabilidad política nacional y mundial
6	No hay coordinación entre los actores de turismo religioso	6	Pandemias, guerras y desastres
7	No hay sostenibilidad en las comunidades anfitrionas que organizan los eventos	7	Competencia
8	Comunicación	8	La aculturación
9	Desconocimiento de productos y oportunidades	9	Comercializar la espiritualidad
10	No existen un inventario de recursos para este segmento	10	Carencia de recursos en comunidades religiosas
11	Hay eventos en todo el país pero no se conocen sus actividades e impacto	11	Gentrificación en zonas turísticas
12	No hay sostenibilidad en las comunidades anfitrionas que organizan los eventos	12	Incremento de eventos en formato virtual
13	Falta inventario y base de datos de eventos	13	Cambio climático y desastres naturales
14	No somos referente en el extranjero para este segmento	14	Desastres provocados
15	Información en temas culturales y de historia no se aprovecha para fortalecer a los actores	15	Inestabilidad económica
		16	Países competidores con alto grado de promoción del segmento

Fuente: Taller de diagnóstico de turismo religioso  
Elaboración: Inguat (2023)

## Anexo 4 – Atractivos turísticos

Regiones Turísticas y Recursos					
Región Turística Departamento - Recurso	Jerarquía 1	Jerarquía 2	Jerarquía 3	Jerarquía 4	Jerarquía 5
<b>ALTIPLANO CULTURA MAYA VIVA</b>					
<b>Chimaltenango</b>					
Basílica de San Juan Bautista		x			
Calvario de San Juan Comalapa	x				
Catedral Santa Ana	x				
Parroquia Nuestra Señora del Pilar	x				
Parroquia Sagrado Corazón de Jesús	x				
Parroquia San Bernardino de Siena	x				
Parroquia San Francisco de Asís	x				
Parroquia San Martín de Tours		x			
Parroquia Santa Apolonia	x				
Templo de San Simón	x				
<b>Huehuetenango</b>					
Catedral La Inmaculada Concepción		x			
Parroquia de Santa Eulalia	x				
Parroquia Nuestra Señora de Candelaria	x	x			
Parroquia Nuestra Señora de la Encarnación	x				
Parroquia San Juan Bautista	x				
Parroquia Todos Santos	x				
<b>Quetzaltenango</b>					
Catedral del Espíritu Santo			x		
El Calvario, Quetzaltenango		x			
Ermita de la Concepción			x		
Iglesia de La Transfiguración		x			
Iglesia San Juan de Dios	x				
Parroquia Nuestra Señora de La Merced	x				
Parroquia San Luis	x				
Parroquia San Nicolás	x				
Parroquia San Pedro Apóstol	x				
Parroquia Santa Catalina de Alejandría	x				
<b>Quiché</b>					
Catedral de Santa Cruz del Quiche		x			
El Calvario, Chiché	x				
El Calvario, Chichicastenango		x			
Iglesia de San Gaspar	x				

### Regiones Turísticas y Recursos

Región Turística Departamento - Recurso	Jerarquía 1	Jerarquía 2	Jerarquía 3	Jerarquía 4	Jerarquía 5
Iglesia San Juan Bautista	x				
Iglesia San Juan Bautista Trigales	x				
Iglesia Santa María Joyabaj	x				
Parroquia del Cristo Negro	x				
Parroquia del Espíritu Santo	x				
Parroquia San Andrés Apóstol	x				
Parroquia San Antonio Abad	x				
Parroquia San Bartolo	x				
Parroquia San Miguel Arcángel	x				
Parroquia San Pedro Apóstol	x				
Parroquia Santa María Nebaj	x				
Parroquia Santo Domingo de Guzmán	x				
Parroquia Santo Tomas Apóstol			x		
Sitio Ceremonial Pascual Abaj		x			
Sitio Ceremonial San Andrés	x				
Sitio Sagrado Ju'it	x				
<b>San Marcos</b>					
Ceremonia de La Paach		x			
Parroquia San Pedro Apóstol		x			
<b>Sololá</b>					
Catedral Nuestra Señora de la Asunción		x			
Cofradía de la Santa Cruz (Maximón)		x			
Cofradía de San Antonio Palopó	x				
Cofradía de San Nicolás	x				
Cofradía de San Simón	x				
Cofradía San Simón	x				
Cofradías de Santa Catarina Palopó	x				
El Calvario, San Andrés Semetabaj	x				
Iglesia de Concepción	x				
Iglesia San Antonio	x				
Iglesia Santa Catarina	x				
Parroquia San Francisco de Asís	x				
Parroquia San Juan Bautista	x				
Parroquia San Lucas Evangelista	x				
Parroquia San Pedro Apóstol	x				
Parroquia Santa Catalina de Alejandría	x				
Parroquia Santa Clara de Asís	x				
Parroquia Santa Elena de La Cruz	x				
Parroquia Santiago Apóstol	x				

### Regiones Turísticas y Recursos

Región Turística Departamento - Recurso	Jerarquía 1	Jerarquía 2	Jerarquía 3	Jerarquía 4	Jerarquía 5
Sitio Ceremonial Cerro Tzankujil	x				
Templo de San Andrés	x				
<b>Totonicapán</b>					
Cocatedral San Miguel Arcangel		x			
Iglesia de San Andrés Xecul			x		
Parroquia de San Cristóbal		x			
Parroquia La Natividad de la Virgen María	x				
<b>GUATEMALA MODERNA Y COLONIAL</b>					
<b>Guatemala</b>					
Basílica de Santo Domingo		x			
Catedral Metropolitana de Santiago de Guatemala			x		
Ermита del Cerrito del Carmen			x		
Iglesia Beatas de Belén		x			
Iglesia de Santa Clara	x				
Iglesia San Miguel de Capuchinas	x				
Iglesia Santa Rosa de Lima	x				
La Semana Santa en Guatemala					x
Nuestra Señora de las Angustias Yurrita	x				
Nuestra Señora del Carmen	x				
Parroquia del Santísimo Nombre de Jesús	x				
Parroquia Nuestra Señora de Candelaria	x				
Parroquia Nuestra Señora de Los Remedios	x				
Parroquia Rectoral San Sebastián	x				
Procesión Acuática Niño Dios El Zarquito		x			
Santuario de Nuestra Señora de Guadalupe		x			
Templo de La Merced, Guatemala		x			
Templo de San José	x				
Templo Histórico de San Francisco		x			
<b>Sacatepéquez</b>					
Baile Folklórico La Legión de los 24 Diablos		x			
Capillas de Los Pasos	x				
Catedral de San José			x		
Ermита de San Cristóbal El Bajo	x				
Ermита de Santa Ana	x				

Regiones Turísticas y Recursos					
Región Turística Departamento - Recurso	Jerarquía 1	Jerarquía 2	Jerarquía 3	Jerarquía 4	Jerarquía 5
Ermita de Santa Lucía	x				
Ermita del Santo Calvario		x			
Ermita Santa Isabel de Hungría	x				
Hospital y Convento Nuestra Señora de Belén		x			
Iglesia de Santiago	x				
Iglesia Dulce Nombre de Jesús	x				
Iglesia El Calvario, Santa María de Jesús	x				
Iglesia Escuela de Cristo		x			
Iglesia La Merced, Antigua Guatemala			x		
Iglesia San Dionisio Pastores	x				
Iglesia San Francisco El Grande			x		
Iglesia San Miguel Escobar	x				
Iglesia San Pedro Apóstol		x			
Iglesia Santa Catarina Barahona	x				
Iglesia Santa Lucía	x				
Iglesia Santiago Apóstol	x				
Obras Sociales del Hermano Pedro		x			
Parroquia de La Purísima Concepción	x				
Parroquia de San Agustín	x				
Parroquia de San Antonio de Padua	x				
Parroquia de San Pedro Las Huertas	x				
Parroquia de Santo Tomás	x				
Parroquia Nuestra Señora de La Asunción	x				
Parroquia San Bartolomé Apóstol	x				
Parroquia San Juan Bautista	x				
Parroquia San Juan del Obispo		x			
Parroquia San Miguel Arcángel	x				
Parroquia Santo Domingo de Guzmán	x				
Santuario de Guadalupe		x			
Santuario de San Felipe		x			
Templo de San Bartolomé Becerra	x				
Templo de San Lázaro	x				
Templo de Santa Catarina Bobadilla	x				
Templo Santa Inés del Monte Pulciano	x				
<b>IZABAL CARIBE VERDE</b>					
<b>Izabal</b>					
Parroquia del Espíritu Santo	x				

### Regiones Turísticas y Recursos

Región Turística Departamento - Recurso	Jerarquía 1	Jerarquía 2	Jerarquía 3	Jerarquía 4	Jerarquía 5
<b>ORIENTE MISTICO Y NATURAL</b>					
<b>Chiquimula</b>					
Basílica del Señor de Esquipulas				x	
Capilla Virgen de Lourdes	x				
Convento San Francisco Belén	x				
Cueva de los Milagros	x				
El Calvario, Chiquimula	x				
La Ermita de Santa Elena	x				
La Santísima Trinidad		x			
Nuestra Señora del Transito	x				
Parroquia de San Francisco	x				
Parroquia de San Jacinto	x				
Parroquia de Santiago	x				
Parroquia Inmaculada Concepción de María	x				
Parroquia San Ildefonso	x				
Parroquia San José	x				
Parroquia San Juan Bautista	x				
Parroquia Santa María Olopa	x				
Parroquia Santiago Apóstol	x				
Piedras de Los Compadres			x		
<b>El Progreso</b>					
Iglesia de San Agustín		x			
Templo de San Cristóbal		x			
<b>Jalapa</b>					
Catedral Nuestra Señora de La Expectación		x			
Iglesia San Luis Rey de Francia	x				
Iglesia Santo Domingo de Guzman	x				
Parroquia San Pedro Apóstol		x			
Parroquia Santiago Apóstol	x				
<b>Jutiapa</b>					
Parroquia de Santa Catarina Mártir	x				
Parroquia Nuestra Señora de La Asunción	x				
Parroquia San Cristóbal		x			
Parroquia San Juan Bautista		x			

### Regiones Turísticas y Recursos

Región Turística Departamento - Recurso	Jerarquía 1	Jerarquía 2	Jerarquía 3	Jerarquía 4	Jerarquía 5
<b>Zacapa</b>					
El Calvario, Zacapa	x				
Parroquia de San Diego	x				
Parroquia de San Pedro		x			
Parroquia Nuestra Señora de Candelaria	x				
Parroquia Santa Cecilia	x				
PACIFICO MÁGICO Y DIVERSO					
<b>Retalhuleu</b>					
Parroquia San Antonio de Padua		x			
<b>Suchitepéquez</b>					
Catedral de San Bartolomé	x				
<b>PETEN AVENTURA EN EL MUNDO MAYA</b>					
<b>Petén</b>					
Iglesia La Ermita	x				
Nuestra Señora de Los Remedios y San Pablo del Itza	x				
<b>VERAPACES PARAISO NATURAL</b>					
<b>Alta Verapaz</b>					
Centro Ceremonial Chiixim	x				
El Calvario Chiixim		x			
El Calvario, Cobán		x			
El Calvario, San Cristóbal Verapaz	x				
Ermita Santo Domingo de Guzmán		x			
Ermita Siguanhá		x			
Iglesia de San Miguel Arcángel	x				
Parroquia de San Cristóbal	x				
Parroquia de San Juan Bautista	x				
Parroquia de San Pablo	x				
Parroquia Santa María de la Asunción		x			
Parroquia Santo Domingo de Guzmán	x				
Sitio Ceremonial Chajxucub La Peña	x				
<b>Baja Verapaz</b>					
Capilla de La Virgen de Guadalupe	x				
Iglesia San Gabriel Pasuj	x				
La Parroquia San Pablo Apóstol	x				

Regiones Turísticas y Recursos					
Región Turística Departamento - Recurso	Jerarquía 1	Jerarquía 2	Jerarquía 3	Jerarquía 4	Jerarquía 5
Parroquia San Mateo Apóstol		x			
Parroquia San Miguel Arcángel	x				
Parroquia Santiago Apóstol	x				
Templo El Calvario de Salamá	x				
Templo Inmaculada Concepción de María	x				

## SIGLAS Y ACRÓNIMOS

ADESCA: Aporte para la Descentralización Cultural

CAMTUR: Cámara de Turismo de Guatemala

CATA: Agencia de Promoción Turística de Centroamérica

CGTS: Criterios Globales de Turismo Sostenible

CONRED: Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres

DISETUR: División de Seguridad Turística

FEDECATUR: Federación de Cámaras de Turismo

GSTC: *Global Sustainable Tourism Council*: Consejo Mundial de Turismo Sostenible

INGUAT: Instituto Guatemalteco de Turismo

INTECAP: Instituto Técnico de Capacitación y Productividad

MCD: Ministerio de Cultura y Deportes

OMT: Organización Mundial del Turismo

ONG: Organización no Gubernamental

PMTS: Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala

PNC: Policía Nacional Civil, Guatemala

PNDTS: Política Nacional para el Desarrollo Turístico Sostenible de Guatemala

REDITUR: Red Internacional de Agencias Especializadas en Turismo Religioso

SICA: Secretaría de Integración Centroamericana

SITCA: Secretaría de Integración Turística Centroamericana

TSTT: *Tourism and society think tank*: Red mundial de destinos de turismo Religioso por sus siglas en inglés

UG: Universidad Galileo

UMG: Universidad Mariano Gálvez

UNESCO: *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

UNIS: Universidad del Istmo

UVG: Universidad del Valle de Guatemala

WEF: *World Economic Forum*: Foro Económico Mundial

WTTC: *World Travel & Tourism Council*: Consejo Mundial de Viajes y Turismo

## GLOSARIO

**Atractivos turísticos:** es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Los principales son los que poseen atributos convocantes con aptitud de generar visitantes, por sí. Los complementarios son los que en suma o adicionados a los principales hacen un lugar o zona turística.

**Cortejo procesional/Procesión:** Acto de ir ordenadamente de un lugar a otro, con un fin público y solemne. Frecuentemente religioso. Es la manifestación pública por excelencia de la Semana Santa en Guatemala, que conlleva una larga preparación espiritual y de coordinación para ser llevada a cabo.

**Corredor turístico:** Línea de unión entre áreas, polos, zonas, complejos, núcleos, atractivos o puertos de destino, que sirven para el traslado de unos a otros por rutas seleccionadas entre aquellas que cuentan con una mayor distribución lineal de atractivos ubicados sobre las mismas o fácilmente conectados a ellas y que pueden ser visitados a lo largo del trayecto. Trayecto dentro de una ruta turística o que parte de ella, hasta un centro receptor y que contiene atractivos y facilidades turísticas.

**Descentralización:** Es el proceso mediante el cual, el Gobierno Central transfiere a personas y grupos sociales funciones para la prestación de servicios, capacidad para la toma de decisiones y para el manejo de recursos financieros; así como la responsabilidad para normar, regular y financiar subsidiariamente proyectos y programas de carácter cultural.

**Destinos Sagrados:** Los lugares de importancia religiosa, como templos, santuarios y sitios históricos, se convierten en destinos sagrados que atraen a peregrinos y creyentes de todo el mundo.

**Diálogo interreligioso:** Intercambio abierto de puntos de vista, entre diferentes grupos religiosos y de herencias culturales, basado en la comprensión y el respeto.

**Diversidad Cultural:** Consiste en propiciar el respeto y reconocimiento de las diversas culturas existentes en la sociedad guatemalteca, respetando, reconociendo y garantizando el ejercicio y desarrollo de sus valores materiales, sociales, espirituales y sus formas de organización.

**Facilidades turísticas:** (alojamiento, gastronomía, amenidades turísticas, infraestructura y servicios necesarios para el turista, accesibilidad y transporte) son aquellas que colaboran en la generación y constitución del producto turístico, al posibilitar la permanencia del turista en el centro receptor. Sin ellas, el recurso turístico rara vez consti-

tuye un producto turístico y la calidad es el instrumento de integración de los diferentes componentes de este.

**Feligres:** Persona que pertenece a determinada parroquia, miembro activo de la comunidad religiosa y con sentido de pertenencia.

**FODA:** Este análisis permite construir la planeación estratégica con base en el análisis interno del sector frente al contexto del mercado. Consiste en un cuadrante que identifica y enumera las fortalezas y debilidades y las entrelaza con las oportunidades y amenazas del mercado. Su función es aportar la información de base para las estrategias o líneas de acción.

**Marcha fúnebre:** Composición en tono menor, de ritmo solemne. Especialmente utilizada en los sacros cortejos procesionales.

**Mística:** Razón oculta de lo espiritual o religioso, se atribuye a espacios contemplativos. Monumentos: Bienes inmuebles de calidad arquitectónica, arqueológica, histórica, artística u obras de ingeniería y su entorno. El valor monumental lo constituyen los grandes conjuntos arquitectónicos o las obras modestas que han adquirido con el tiempo interés arqueológico, histórico, artístico, científico y/o social.

**Monumentos de carácter escultórico:** Estructura o figura erigida en memoria de un hecho o personaje histórico o con propósito estético.

**Patrimonio Cultural:** Forman el patrimonio cultural de la nación los bienes e instituciones que por ministerio de ley o por declaratoria de autoridad lo integren y constituyan bienes muebles o inmuebles, públicos y privados, relativos a la paleontología, arqueología, historia, antropología, arte, ciencia y tecnología, y la cultura en general, incluido el patrimonio intangible, que coadyuven al fortalecimiento de la identidad nacional.

**Patrimonio Cultural Intangible:** Es el constituido por instituciones, tradiciones y costumbres tales como: la tradición oral, musical, medicinal, culinaria, artesanal, religiosa, de danza y teatro.

**Peregrino:** Persona que visitan el territorio únicamente por motivos religiosos, para hacer súplicas y penitencias.

**Peregrinos-turistas:** Conocidos como visitantes religiosos. Sus viajes son motivados por la religión, pero lo combinan con otras visitas y actividades que no necesariamente están asociadas a la religión.

**Peregrinaciones:** Las peregrinaciones son un elemento religioso, donde los viajeros recorren distancias significativas para visitar lugares de importancia religiosa. Estos viajes pueden ser una expresión de devoción, sacrificio o búsqueda espiritual.

**PESTAL:** Modelo de análisis estratégico que se basa en elementos que conforman el entorno en el que se desarrollan las organizaciones. Analiza factores que no dependen de la directamente de la empresa, sino del contexto al que pertenece ésta, adaptado al análisis para planificación estratégica de segmentos turísticos. Los aspectos que se estudian en el PESTAL son: políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales.

**Piedad Popular:** Se refiere a las diversas manifestaciones culturales, de carácter privado o comunitario, que en el ámbito de la fe cristiana se expresan, no con los modos de la sagrada Liturgia, si no con las formas particulares derivadas del genio creativo humano, siendo estas auténticas expresiones culturales.

**Puesta en valor del patrimonio:** Intervención sobre bienes patrimoniales declarados o en camino de serlo, para generar flujos sostenidos de beneficios culturales, sociales y económicos en una comunidad.

**Retiros espirituales:** Eventos donde las personas pueden desconectarse del mundo cotidiano y sumergirse en una experiencia de reflexión, meditación y autoconocimiento.

**Romerías:** Viajes organizados por devotos que especialmente se dirigen a un santuario, ermita o lugar religioso. Se desarrollan especialmente en torno de alguna festividad religiosa.

**Santuario:** Templo, ermita o capilla en la que se venera la imagen o reliquia de especial devoción, puede contener también algo relacionado a un santo.

**Sacro:** De lo santo o sagrado, suele acompañar a la definición de música o arte para referirse que estas artes son ligadas a lo sagrado.

**Sincretismo Religioso:** Es la combinación de dos o más sistemas de creencias religiosas, que dan paso a un nuevo sistema o bien, es la incorporación de creencias provenientes de tradiciones populares.

**Turista:** personas que se trasladan de su domicilio habitual a otro punto geográfico, estando ausente de su lugar de residencia habitual más de 24 horas y realizando pernoctación en el otro punto geográfico.

**Turismo receptivo:** Son los visitantes de otras naciones que se desplazan a un país en su calidad de no residentes, por un período menor a un año por cualquier motivo, excepto para obtener una remuneración en el lugar visitado, cambiar de residencia, buscar trabajo, inmigrantes, entre otros.

**Turista con interés en arte y cultura:** Van en grupos a conocer lugares sagrados, pero no tienen ningún interés religioso como tal.

**Velaciones:** Es el acto de velar, permanecer en oración acompañados de música religiosa y luz de vela. En la tradición católica existen rezos para este propósito. En Guatemala este término se refiere a la preparación de un cortejo procesional, se busca realizarla en los días previos a la procesión, se realiza en el interior de los templos, integrando ofrendas florales, artísticas y demás expresiones de la piedad popular.

**Viajes de estudio religioso:** Se realizan para participar en programas de estudio que les permiten profundizar en su comprensión de una religión específica, explorando textos sagrados, teología y filosofía.

**Vigilia Religiosa:** Reunión de una comunidad o de un grupo religioso, que se coordinan para realizar durante toda la noche oraciones, estudios, predicas y alabanzas. Con el fin de estar más en comunión con Dios.

## REFERENCIAS

- Constitución Política de la República de Guatemala, 31 de mayo de 1985. Guatemala.
- Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres Naturales o Provocados (2021) Actualización 2021 de países con mayor riesgo a desastres. <https://conred.gob.gt/actualizacion-2021-de-paises-con-mayor-riesgo-a-desastres/>
- Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres Naturales o Provocados (2022) Revisión de Medio Término sobre la implementación del marco de CEN-DAI para la reducción del riesgo de desastres en Guatemala 2015-2023. <https://conred.gob.gt/revision-de-medio-termino-sobre-la-implementacion-del-marco-de-sendai-para-la-reduccion-del-riesgo-de-desastres-en-guatemala-2015-2030/>
- Global Sustainable Tourism Council (2023) Descripción general de los criterios GSTC <https://www.gstcouncil.org/criterios-gstc/?lang=es>
- Instituto Guatemalteco de Turismo (2017) Directorio de fiestas, <https://inguat.gob.gt/documentos/directorio-de-fiestas-y-dias-de-mercado.html>
- Instituto Guatemalteco de Turismo (2019) Estrategia nacional de turismo gastronómico de Guatemala 2019-2025, INGUAT. Guatemala.
- Instituto Guatemalteco de Turismo (2023) Estudio Bibliográfico Departamento de Investigación y Análisis de Mercados, INGUAT. Guatemala.
- Instituto Guatemalteco de Turismo (2023) El Pregón guía de actividades de Semana Santa Ciudad de Guatemala. INGUAT. Guatemala.
- Instituto Guatemalteco de Turismo (2023) El Pregón guía de actividades de Semana Santa Quetzaltenango. INGUAT. Guatemala.
- Instituto Guatemalteco de Turismo (2023) El Pregón guía de actividades de Semana Santa Alta Verapaz. INGUAT. Guatemala.
- Instituto Guatemalteco de Turismo (2023) El Pregón guía de actividades de Semana Santa Totonicapán. INGUAT. Guatemala.
- Instituto Guatemalteco de Turismo (2023) El Pregón guía de actividades de Semana Santa Antigua Guatemala. INGUAT. Guatemala.
- Instituto Guatemalteco de Turismo (2014) Plan Maestro de Turismo Sostenible de Guatemala 2015-2025. INGUAT. Guatemala.

Instituto Guatemalteco de Turismo (2018) Plan Estratégico para el segmento Bodas de destino 2019-2025, INGUAT. Guatemala.

Instituto Guatemalteco de Turismo (2018) Plan Estratégico para el segmento Bodas de destino 2019-2025, INGUAT. Guatemala.

Instituto Guatemalteco de Turismo (2018) Plan Estratégico para el segmento Aventura 2019-2025, INGUAT. Guatemala.

Instituto Guatemalteco de Turismo (2018) Plan Estratégico para el segmento Idiomático 2019-2025, INGUAT. Guatemala.

Instituto Guatemalteco de Turismo (2018) Plan Estratégico para el segmento de la Industria de reuniones 2019-2025, INGUAT. Guatemala.

Instituto Guatemalteco de Turismo (2018) Plan Estratégico para el segmento de Naturaleza 2019-2025, INGUAT. Guatemala.

Instituto Guatemalteco de Turismo (2018) Plan Estratégico para el segmento de Salud y Bienestar 2019-2025, INGUAT. Guatemala.

Instituto Guatemalteco de Turismo (2018) Plan Estratégico para el segmento de Voluntariado 2019-2025, INGUAT. Guatemala.

Instituto Guatemalteco de Turismo (s.f.) Ruta del peregrino Santo Hermano Pedro. <https://visitguatemala.gt/turismo-religioso/>

Instituto Guatemalteco de Turismo (s.f.) Esquipulas, ruta santa del peregrino. <https://visitguatemala.gt/turismo-religioso/>

Instituto Guatemalteco de Turismo (2023) El turismo alcanza el 90% de recuperación a niveles prepandemia durante la Semana Santa 2023, <https://inguat.gob.gt/prensa/noticias-recientes.html?view=article&id=1656&catid=57>

Lara Figueroa, C. (2023) Historia y tradiciones populares de Cuaresma y Semana Santa en Guatemala. Artemis Edinter. Guatemala.

Ley de Creación del aporte para la Descentralización Cultural (ADESCA). Decreto 95-96. Fecha. Guatemala.

Ley para la protección del patrimonio cultural de la nación. Decreto Número 26-97 y sus reformas "Ley para la Protección del Patrimonio Cultural de la Nación año de 1997 Guatemala

Ley protectora de la Ciudad de la Antigua Guatemala, Decreto No. 60-69, 28 de noviembre de 1969. Guatemala.

Ley orgánica del INGUAT, Decreto No. 1701 año de 1967 Guatemala

Ministerio de Cultura y Deportes (2023) Sistema de Información Cultural <https://mcd.gob.gt/sistema-de-informacion-cultural-sic/>

Ministerio de Cultura y Deportes (2021) Inventario Nacional del Patrimonio Cultural Inmaterial La Semana Santa en Guatemala <https://mcd.gob.gt/patrimonio-semana-santa-2021/>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2016) Plan Estratégico Nacional de Turismo del Perú-PENTUR. <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/22123-plan-estrategico-nacional-de-turismo-del-peru-pentur>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2018) Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013>

Ministerio de Turismo (2020) Plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador “PLANDETUR 2020” <https://guachapala.gob.ec/wp-content/uploads/2014/09/Plan-Estrategico-de-desarrollo.pdf>

Organización Mundial del Turismo OMT (2023) <https://www.unwto.org/our-focus>

Organización Mundial del Turismo OMT (2015) I Congreso Internacional Patrimonio religioso y turismo: tipos, tendencias y desafíos. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284416684>

Rosas Paz, L. D. (2016) Alcance regional del turismo religioso católico en el Santuario de Nuestro Señor de Esquipulas, Guatemala. [https://www.academia.edu/27017022/Alcance\\_regional\\_del\\_turismo\\_religioso\\_cat%C3%B3lico\\_en\\_el\\_Santuario\\_de\\_Nuestro\\_Se%C3%B1or\\_de\\_Esquipulas\\_Guatemala](https://www.academia.edu/27017022/Alcance_regional_del_turismo_religioso_cat%C3%B3lico_en_el_Santuario_de_Nuestro_Se%C3%B1or_de_Esquipulas_Guatemala)

Secretaría de Turismo (2020) Programa Sectorial de Turismo 2020-2024 <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/mensaje-del-secretario-programa-sectorial-de-turismo-2020-2024>

UNESCO (2006) Compendio de Leyes sobre la protección del patrimonio cultural guatemalteco. <https://mcd.gob.gt/wp-content/uploads/2013/07/Recopilacion-compendio-de-leyes.pdf>

World Travel & Tourism Council WTTC (2023) <https://wttc.org/search-results?Search=guatemala>

Secretaría de Integración Turística Centroamericana SITCA (2023) <https://sitca.info/>

## CRÉDITOS

### Autoridades del INGUAT

Anayansy Carolina Rodríguez Castillo  
*Directora General*

Breitner Roely Gonzáles Maldonado  
*Subdirector General*

Erzi Marleni Espinoza Flores  
*Directora de Desarrollo del Producto*

Henry Barascout Castejón  
*Jefe de Planeamiento Turístico*

### Equipo técnico

Mirian Velásquez, *Consultora de planificación*

Edgar Prado, *Sección de Patrimonio Cultural*

Guisela Ramírez, *Unidad de Innovación*

Francisco Rosado, *Departamento de Investigación y Análisis de Mercados*

### Colaboración especial

Magister Cristhyna Castillo - Universidad Galileo

Magister Julia Castillo - Universidad Galileo

Licenciada Adira Castillo - Universidad del Istmo

### Instituciones participantes

División de Seguridad Turística/Policía Nacional Civil

Instituto Guatemalteco de Turismo

Ministerio de Cultura y Deportes/ IDAEH

Municipalidad de Guatemala

Universidad Galileo

Universidad del Istmo

Asociación Nacional de Museos de Guatemala

Buró de Convenciones

Museo de la Merced

