

# Se presenta el estudio ‘Turismo religioso en España. Un viaje al interior de un segmento en transformación’

- Esta vertiente especializada vive uno de los mayores momentos de crecimiento de su historia, con subidas anuales cercanas al 10%, y mueve ya a más de 300 millones de viajeros al año en todo el mundo
- España, con cerca de 20 millones de turistas cada año, se consolida como una de las grandes potencias internacionales de este nicho junto a Italia y Tierra Santa, gracias a su patrimonio sacro e infinidad de celebraciones
- El nuevo turista religioso busca experiencias emocionales, culturales y de bienestar, ampliando así los modelos tradicionales vinculados exclusivamente a la devoción
- Andalucía se posiciona como uno de los grandes referentes del segmento con una estrategia específica de internacionalización y más de un centenar de iniciativas vinculadas al turismo de culto
- Los expertos destacan el fuerte impacto económico del sector y su capacidad para combatir la estacionalidad y dinamizar territorios rurales y menos masificados
- El estudio propone 40 líneas de acción para profesionalizar y estructurar el turismo confesional en España, apostando por la digitalización, la medición del fenómeno y la creación de productos más adaptados a las nuevas demandas
- España será en 2026 uno de los centros mundiales de esta modalidad turística, por la visita del Papa y la celebración de destacados eventos jubilares

**Málaga, 27 de mayo de 2026.-** Hoy se ha presentado en la sede de Turismo de Andalucía, en Málaga, el estudio ‘Turismo religioso en España. Un viaje al interior de un segmento en transformación’, un trabajo llevado a cabo por ObservaTUR y las consultoras especializadas en el ámbito turístico ReiniziaT y Task ONE, que ha contado con el patrocinio de la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior de la Junta de Andalucía e IAG7 Viajes, grupo de agencias que cuenta con dos firmas dedicadas a este nicho, como son AXIS Peregrinaciones y Marly Camino.

Han intervenido en el acto de presentación Gemma del Corral, Directora General de Promoción y Fomento del Turismo y la Hostelería de la Junta de Andalucía; Ángel Muñoz, CEO del Grupo IAG7 Viajes; Marcos Franco (ReiniziaT - ObservaTUR) y José María Paredes (Task ONE).

Según este informe, en el que han participado más de una docena de expertos, y para el que se han consultado más de un centenar de fuentes diversas, esta modalidad turística vive uno de los momentos de mayor auge de su historia y ha dejado definitivamente atrás la imagen de nicho asociado únicamente a peregrinaciones o viajes de devoción.

Se calcula que el turismo de fe mueve cada año a más de 300 millones de personas en todo el mundo y se perfila como una de las grandes tendencias de la industria turística internacional, con un crecimiento anual estimado que ronda el 10%.

Las estimaciones más conservadoras, por ejemplo, sitúan el mercado mundial del turismo religioso en más de 15.000 millones de euros en 2026, mientras otros análisis elevan la cifra hasta superar los 400.000 millones de euros en la próxima década.

#### ► España, entre los tres grandes destinos internacionales

En este contexto, España ocupa una posición privilegiada, y se ha consolidado como una de las grandes potencias internacionales de un fenómeno que mezcla espiritualidad, cultura, patrimonio y experiencias personales.

Así, de acuerdo con las fuentes recogidas en el informe, el país se encuentra entre los tres grandes destinos internacionales de turismo religioso junto a Italia y Tierra Santa. El peso histórico del Camino de Santiago, la fuerza internacional de la Semana Santa, grandes santuarios como El Rocío, Montserrat o El Pilar y una enorme riqueza patrimonial convierten al país en uno de los referentes mundiales del segmento.

Las estimaciones apuntan además a que entre 17 y 20 millones de españoles realizan viajes relacionados, total o parcialmente, con motivaciones religiosas o patrimoniales, una cifra conservadora, en principio, que pondera hechos tales como las visitas a los principales templos y santuarios, los participantes en eventos efímeros y la asistencia a las principales manifestaciones religiosas.

#### ► El nuevo perfil de turista religioso, clave del auge del segmento

Entre las razones que explican este apogeo figuran la creciente demanda de viajes con contenido emocional y cultural, la mejora de las infraestructuras, el auge de las experiencias personalizadas y la digitalización.

La aparición de un nuevo perfil de turista religioso está contribuyendo igualmente a este auge, con el surgimiento de un visitante mucho más diverso y transversal, alejado de estereotipos tradicionales.

El fenómeno —acentuado a raíz de la pandemia— combina cada vez más elementos culturales, emocionales y experienciales. El nuevo viajero ya no busca solo visitar un santuario o asistir a una celebración religiosa: quiere vivir experiencias con significado, conectar con la historia, el patrimonio y las tradiciones locales y encontrar espacios de bienestar y reflexión personal.

El informe pone la atención en el crecimiento de viajeros jóvenes y grupos intergeneracionales atraídos por propuestas que mezclan espiritualidad, cultura, gastronomía, naturaleza y bienestar. Muchos de ellos ni siquiera mantienen una relación estrecha con instituciones religiosas, pero sí muestran interés por experiencias auténticas y emocionalmente significativas. Todo ello se asocia también con el fenómeno conocido como 'catolicismo cool'.

Según el trabajo 'Turismo religioso en España. Un viaje al interior de un segmento en transformación', también está cambiando la manera de viajar. Así, las rutas espirituales, las experiencias inmersivas, las visitas tematizadas o los itinerarios culturales están comenzando a ganar protagonismo frente al modelo tradicional basado únicamente en la contemplación del patrimonio.

A través de una veintena de apartados, el estudio efectúa un repaso minucioso por este fenómeno devocional, analizando, entre otros contenidos, su impacto global, los productos turísticos más destacados, los retos y oportunidades identificados, las tendencias de futuro, el impacto de la digitalización o algunos casos de éxito del mercado nacional e internacional.

### ► Andalucía, referente en turismo religioso

El estudio destaca el caso de Andalucía, uno de los territorios que más ha apostado por esta vertiente turística, y que se ha convertido en uno de los grandes referentes del sector, con centenares de propuestas, entre las que se incluyen las recogidas en su estrategia de internacionalización, que comprende un centenar de iniciativas, entre rutas, itinerarios, museos de arte sacro, celebraciones, eventos y construcciones religiosas.

El viaje al interior que propone esta investigación realiza también un recorrido por España para señalar el vastísimo patrimonio cultural del que goza nuestro país. Un ejemplo: España cuenta actualmente con 78 catedrales y más de 3.100 Bienes de Interés Cultural vinculados a la Iglesia, incluidos 18 Patrimonios de la Humanidad.

Pero el alcance del sector va mucho más allá de la fe y genera, según refleja el informe, un importante efecto económico en los destinos. Diversos estudios citados en la investigación muestran que cada euro invertido en actividades relacionadas con los viajes confesionales multiplica su impacto en sectores como la hostelería, el comercio, el transporte o la restauración.

Los expertos consideran además que el segmento tiene una gran capacidad para combatir la estacionalidad turística y dinamizar territorios rurales o menos masificados.

Pese al crecimiento, el sector afronta todavía importantes desafíos. Entre ellos, la necesidad de profesionalizar la oferta, mejorar la coordinación entre administraciones y entidades religiosas, avanzar en la digitalización y transformar el patrimonio en productos turísticos más estructurados y adaptados a las nuevas demandas.

El gran reto, coinciden los especialistas, será encontrar el equilibrio entre autenticidad y comercialización para preservar el valor espiritual y cultural de los destinos sin renunciar al enorme potencial económico y turístico que representa este fenómeno global.

En esta línea, para avanzar, el estudio propone asimismo una decena de objetivos para mejorar y un total de 40 líneas de acción para consolidar este auge. Entre las medidas, se plantea incluso un sistema de medición para este fenómeno a partir de 16 indicadores, dada la dispersión de fuentes que se han identificado.

### ► 2026, el año del turismo religioso en España, marcado por la visita del Papa

Además de contenido propio del informe, el estudio 'Turismo religioso en España. Un viaje al interior de un segmento en transformación' dedica un apartado concreto a reseñar todos los eventos jubilares previstos para 2026 en España, entre los que destacan el Año Jubilar del Santo Cáliz, el de San Juan de la Cruz, el VIII Centenario de la Catedral de Toledo y el Año Jubilar de la Virgen de la Cabeza, que arrancará el 4 de octubre. Asimismo menciona algunos de los nuevos itinerarios jacobeos que se proponen para 2026, entre los que sobresalen las rutas costeras para hacer el Camino de Santiago.

Como parte del estudio, incluso, la investigación llevada a cabo por ObservaTUR, ReiniziaT y Task ONE recoge una aproximación al impacto económico que podría generar la visita del Papa León XIV, que los autores de la obra cifran entre los 90 y los 125 millones de euros, aunque lo más importante, señalan en el informe, es el 'efecto escaparate' que puede activar, acelerando el interés por nuestro territorio como país de peregrinación, patrimonio sacro y experiencias espirituales.

### ► El turismo religioso, a debate

Tras la presentación del estudio ha tenido lugar una mesa de debate en torno al fenómeno del turismo religioso. En esta charla han participado Diego García, Gerente de Axis Peregrinaciones by IAG7 Viajes; Juan Jaramillo Patiño, sacerdote de la Diócesis de Santander y experto en turismo religioso; Pilar Gómez Bahamonde; Directora de la Fundación Camino Lebaniego; M<sup>a</sup> Dolores López, Delegada de Turismo de la Diócesis de Guadix y Directora de Viajes San Cecilio; y Encarnación Giráldez, coordinadora técnica de la Ruta Cultural Caminos de Pasión. Ha moderado la mesa Marcos Franco, socio fundador de ReiniziaT y de ObservaTUR.

Entre otros temas, los ponentes han ofrecido una visión del segmento en el momento actual, han hablado de producto religioso y comercialización, del papel de los destinos, las instituciones religiosas y el sector privado en este segmento y de tendencias de futuro.

**NOTA DE EDICIÓN**

El Observatorio Nacional del Turismo Emisor, ObservaTUR, es el primer instrumento de seguimiento y monitorización especializado en turismo emisor, que indaga en profundidad cómo se comporta hoy en día el turista español en sus vacaciones dentro y fuera de España, cómo se inspira, cómo reserva, qué destinos y servicios demanda en mayor medida y cuáles son sus hábitos de compra. ObservaTUR es una iniciativa promovida por Amadeus, AON, Beroni, Carrefour Viajes, Exoticca, IAG7/Airmet, Iberia, Ilunion Hotels, Mundiplan, ReiniziaT y la Asociación Nacional de Agencias de Viaje (UNAV).

**DATOS DE CONTACTO**

MARKETING &amp; COMUNICACIÓN

Marcos Franco | José María Paredes

646 11 65 74 | 636 641 691

[marcos.franco@reiniziat.es](mailto:marcos.franco@reiniziat.es) · [jm.paredes@task-one.com](mailto:jm.paredes@task-one.com)