

Plan Director de los Caminos de Santiago en Galicia 2022-2027



XUNTA
DE GALICIA



Xacobeo 21-22

galicia
o bo camiño

ÍNDICE

| | |
|--|------------|
| 1. RESUMEN EJECUTIVO DEL PLAN DIRECTOR DE LOS CAMINOS DE SANTIAGO EN GALICIA 2022 - 2027 | 3 |
| 2. ANÁLISIS DE LOS CAMINOS DE SANTIAGO..... | 9 |
| 2.1. Balance del período 2015 - 2021 | 10 |
| 2.2. Análisis legislativo..... | 14 |
| 2.3 Análisis sociodemográfico y económico..... | 20 |
| 2.4. Delimitación de las rutas..... | 29 |
| 2.5. Atención y alojamiento al peregrino/a | 31 |
| 2.7. Análisis medio y entorno de los Caminos | 50 |
| 2.8 Análisis de la experiencia del peregrino..... | 58 |
| 2.9. Análisis patrimonio público de los Caminos | 61 |
| 2.10. Patrimonio cultural material e inmaterial ligado a los Caminos..... | 65 |
| 2.11. Identificación de agentes implicados | 80 |
| 2.12. Características y perfil del peregrino/a..... | 85 |
| 2.13. Análisis de la competencia..... | 102 |
| 2.14. Análisis del futuro del sector turístico..... | 108 |
| 2.15. Análisis respecto al Plan España Puede y el Plan de Modernización y Competitividad del Sector Turístico..... | 115 |
| 2.16. Análisis del alineamiento del Camino con los ODS de la Agenda 2030..... | 119 |
| 3. PROCESO PARTICIPATIVO | 121 |
| 3.1. Grupos de discusión..... | 122 |
| 3.2. Mesas de trabajo | 127 |
| 3.3. Encuesta online | 134 |
| 3.4. Entrevistas en profundidad..... | 138 |
| 4. DIAGNOSIS DE LOS CAMINOS DE SANTIAGO | 143 |
| 4.1. Informe de análisis..... | 144 |
| 5. PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO 2022 - 2027 | 162 |
| 5.1. Retos, Objetivos y Estrategias..... | 163 |
| 5.2 Esquema de actuaciones estratégicas para el periodo 2022 - 2027 | 165 |

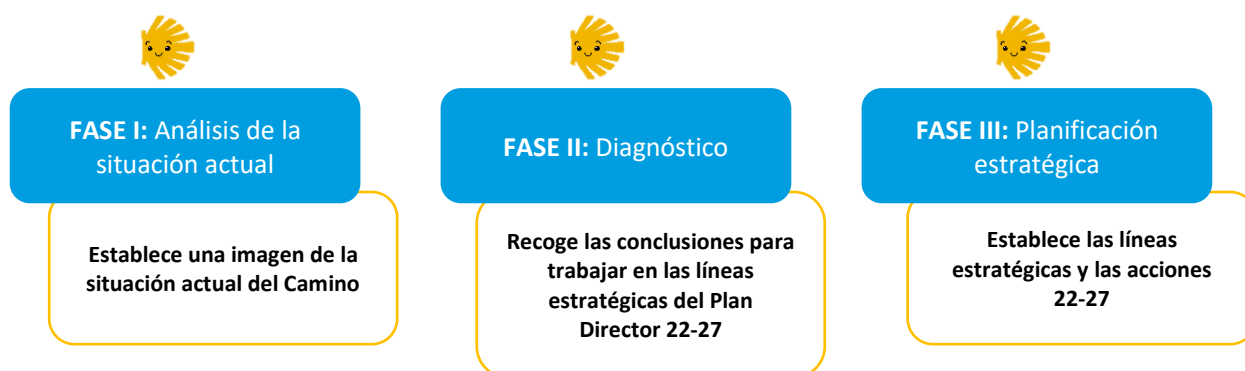


1. RESUMEN EJECUTIVO DEL PLAN DIRECTOR DE LOS CAMINOS DE SANTIAGO EN GALICIA 2022 - 2027

1.1. Resumen ejecutivo del Plan Director de los Caminos de Santiago en Galicia 2022-2027

Introducción

El actual *Plan Director de los Caminos de Santiago en Galicia 2022-2027* se crea con el objetivo de analizar la situación actual de los Caminos de Santiago y definir las líneas estratégicas y acciones a aplicar en el desarrollo de los Caminos durante el período 2022-2027, una vez finalizado el anterior Plan y el periodo que abarca 2015-2021, en el que **se han invertido aproximadamente 67 millones de euros, lo que implica una inversión un 19% superior sobre el presupuesto estimado en 2015, que se estableció en 56.119.805 millones**. Estas acciones de análisis y desarrollo se estructuran siguiendo 3 fases fundamentales:



Los esfuerzos y actuaciones realizadas en los Caminos deben estar alineados con la planificación y el desarrollo autonómico y estatal, generando así un producto coherente, cohesionado y consolidado. Teniendo en cuenta esta alineación, se detallan las líneas de actuación a través de las cuales se relaciona el *Plan Director de los Caminos de Santiago en la Comunidad Autónoma de Galicia 2022-2027* con los siguientes planes:

- El **Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR)** a través del mantenimiento y rehabilitación del patrimonio histórico en uso turístico.
- El **Plan Anual extraordinario de Sostenibilidad Turística en destinos Xacobeo**: Subvenciones complementarias a ACD o PSTD.
- Los **Objetivos de Desarrollo Sostenible** (Agenda Urbana 2030): Objetivo 2 (Hambre y seguridad alimentaria), Objetivo 4 (Educación de calidad), Objetivo 10 (Reducción de la desigualdad),

Objetivo 11 (Ciudades y comunidades sostenibles), Objetivo 15 (Bosques, desertificación y diversidad biológica) y Objetivo 16 (Paz, justicia e instituciones sólidas).

FASE I. Análisis de la situación actual

Se ha realizado una detallada imagen de la situación actual de las distintas rutas del Camino de Santiago, a través del análisis de todos los ámbitos, generales, internos y externos, relacionados con el desarrollo cultural y turístico. En concreto se ha analizado el período estratégico anterior, la legislación de referencia, la realidad socioeconómica, la delimitación de las rutas, los servicios de alojamiento y atención al peregrino, el medio y entorno de los Caminos, el patrimonio público que lo rodea, los agentes implicados en su desarrollo, las características y el perfil de los peregrinos, la competencia del Camino como producto turístico, las tendencias turísticas y además, se ha realizado un análisis de futuro y sobre el alineamiento con otros planes y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

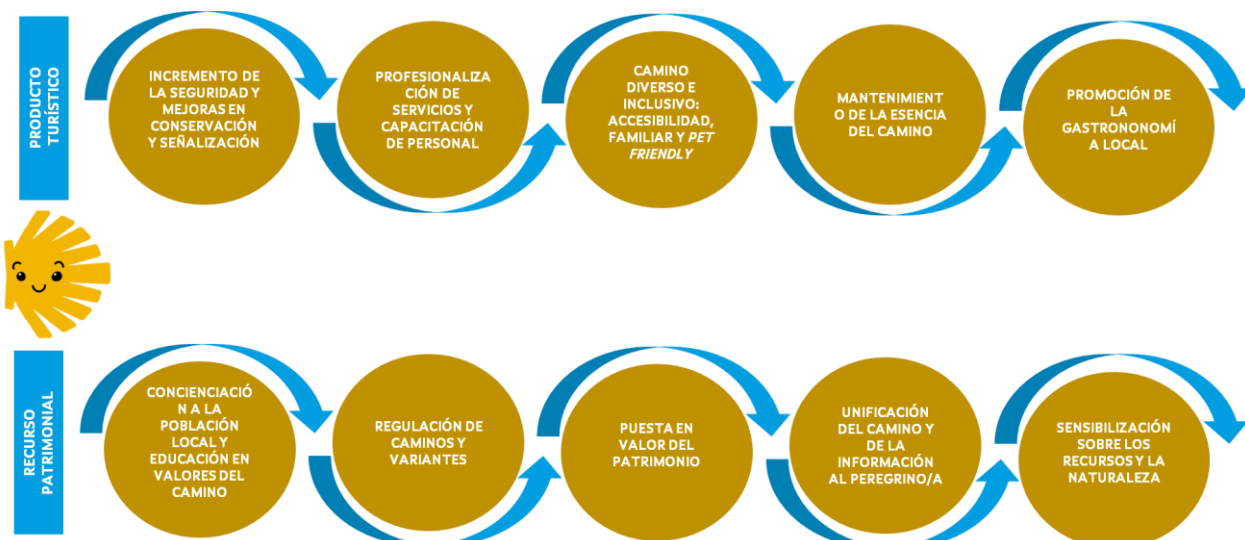
Teniendo en cuenta la posición central que ocupan los agentes del Camino de Santiago, a la hora de realizar el análisis de la situación actual y de definir las acciones futuras a llevar a cabo, se realiza un amplio **Proceso Participativo** que recoge las reflexiones y opiniones de estos. En total, se han desarrollado:

- 10 **grupos de discusión**
- 3 **mesas multisectoriales**
- 50 **entrevistas personalizadas**
- 1 **encuesta online** a peregrinos

A través de las técnicas de investigación de Grupos de Discusión y Mesas de trabajo, se han presentado a los agentes 5 temáticas principales para el Plan Director:

- El **valor patrimonial de los Caminos**: digitalización y sostenibilidad
- Los Caminos: **promoción de itinerarios y variantes y su conexión internacional**
- **La experiencia del/a usuario/a**: nuevas fórmulas innovadoras
- Mejoras en los servicios de los Caminos de Santiago: **igualdad, inclusión y diversidad**
- **Apuesta por los productos locales** e **implicación de la vecindad**

De la aplicación de métodos de análisis cuantitativos y cualitativos a los resultados y las opiniones recogidas durante el proceso participativo, se han establecido las siguientes prioridades de actuación:



FASE II: Diagnóstico

En la fase de diagnóstico se han recopilado las conclusiones obtenidas a partir del análisis de la situación actual y las aportaciones realizadas por los agentes de los Caminos durante el proceso participativo, con el objetivo de establecer la estrategia general a seguir durante el período 2022-2027. En el proceso de diagnóstico se han aplicado tres técnicas de análisis: análisis DAFO, análisis CAME y entornos VUCA, los cuales han dado como resultado el desarrollo de la nueva Estrategia del Plan Director 22-27.

La estrategia se centra en la corrección de las debilidades identificadas y la explotación de las oportunidades de los Caminos de Santiago:



FASE III: Planificación estratégica

En esta fase se han establecido los **seis retos** (R) de los Caminos de Santiago, definidos a partir de las conclusiones obtenidas del diagnóstico y el proceso participativo, y alineados con los objetivos (O) del Plan Director de los Caminos. Para el desarrollo de la estrategia, se han planteado acciones, englobadas en **20 líneas de actuación** (LA), que se conectan a su vez con los objetivos a alcanzar, y que cuentan con un presupuesto total de inversión de **47.821.827 €**.

| | | | |
|---|--|---|--|
| <p>L.E.1. Los valores del Camino de Santiago: espiritualidad, tradición, hospitalidad, respeto a la historia y a la cultura jacobea</p> | <p>R1. El valor patrimonial de los Caminos: digitalización y sostenibilidad</p> | <p>O1. Transformar los Caminos de Santiago mediante la digitalización y el fomento de la sostenibilidad en su desarrollo</p> | <p>L.A.1. Desarrollo tecnológico</p> <p>L.A.2. Gestión integral ambiental</p> <p>L.A.3. Seguimiento del impacto socioeconómico del Camino en Galicia</p> |
| <p>L.E.2. Conservación y promoción del Patrimonio material e inmaterial de los Caminos de Santiago: histórico-artístico, etnográfico, tradicional, musical, natural, etc.</p> | <p>R2. Los Caminos: promoción de itinerarios y variantes y su conexión internacional</p> | <p>O2. Ampliar el alcance de los Caminos de Santiago internacionalizando la conexión de itinerarios y variantes</p> | <p>L.A.4. Nuevas experiencias para el peregrino</p> <p>L.A.5. Impulso de las Relaciones Internacionales</p> |
| <p>L.E.3. Excelencia en la experiencia de la peregrinación a Compostela</p> | <p>R3. La experiencia de usuario del/ peregrino/a: nuevas fórmulas innovadoras</p> | <p>O3. Procurar la excelencia en la experiencia del peregrino/a innovando en la oferta de peregrinación</p> | <p>L.A.6. Innovación de la oferta</p> <p>L.A.7. Conservación y mantenimiento del Camino de Santiago</p> |
| | | <p>O4. Desarrollar la colaboración</p> | <p>L.A.9. Fomento de la cooperación interadministrativa</p> |

| | | | |
|--|--|---|---|
| | R4. Mejora de la gobernanza | entre las entidades vinculadas al Camino | L.A.10. Colaboración público-privada |
| L.E.4. El Camino como espacio de desarrollo socioeconómico sostenible y responsable | R.5. Mejoras en los Caminos de Santiago: igualdad, inclusión y diversidad | O.5. Reforzar los Caminos de Santiago mediante servicios más respetuosos e inclusivos | L.A.11. Mejora de los servicios L.A.12. Camino de Santiago Accesible |
| L.E.5. El Camino como fortalecedor de la identidad y la cultura gallegas | R.6. Apuesta por productos locales e implicación de la vecindad | O.6. Implicar población, territorio y productos de proximidad en la promoción de la singularidad local | L.A.13. Impulso al emprendimiento L.A.15. El Camino de Santiago en el sistema educativo gallego |
| | R.7. Potenciación de todas las rutas de peregrinación reconocidos | O.7. Preservar y potenciar los valores de los Caminos de Santiago | L.A.17. Dinamización de los Caminos a Santiago L.A.18. Posicionamiento de Galicia a través del Camino de Santiago L.A.19. Difusión de los valores y de las singularidades de cada uno de los Caminos de Peregrinación a Santiago L.A.20. Fomento de la investigación y divulgación del Camino de Santiago y la Cultura jacobea |



2. ANÁLISIS DE LOS CAMINOS DE SANTIAGO

2.1. Balance del período 2015 - 2021

Introducción

El *Plan Director de los Caminos de Santiago en la Comunidad Autónoma de Galicia 2022-2027* se crea para dar continuidad al *Plan Director de los Caminos de Santiago en Galicia 2015-2021*, abordar los nuevos retos en el escenario 22-27, y con el objetivo de convertirse en una herramienta de mejora y desarrollo complementaria a las bases asentadas en el anterior.

Finalizado el período de ejecución del plan, y con el propósito de conocer el nivel de implementación conseguido de las diferentes líneas estratégicas, se ha realizado un análisis sobre el grado de ejecución de las diferentes acciones que se habían incluido en él. Este análisis será la base de partida para la creación de las propuestas de **acciones a implementar** en este nuevo Plan Director.

Análisis del nivel de implementación de la estrategia del Plan Director de los Caminos de Santiago en Galicia 2015-2021

La estrategia del Plan Director de los Caminos de Santiago en Galicia 2015-2021 se basó en las siguientes líneas estratégicas:

- L.1 Coordinación y organización administrativa
- L.2 Preservación y potenciación de los valores patrimoniales de los Caminos de Santiago
- L.3 Conservación y mantenimiento de los Caminos de Santiago
- L.4 Caminos de Santiago medioambientalmente sostenibles
- L.5 Fortalecimiento de la ciudad de Santiago de Compostela como meta de la Ruta Jacobea
- L.6 Potenciación de todas las rutas de peregrinación a Santiago de Compostela
- L.7 Especialización y calidad en el servicio de atención al peregrino
- L.8 Investigación, Comunicación y divulgación de los Caminos y de la Cultura Jacobea

En términos generales, la **implementación de la estrategia del Plan Director de los Caminos de Santiago en Galicia 2015-2021 se encuentra en fase muy avanzada de ejecución**. El nivel de implementación varía ligeramente entre las distintas líneas estratégicas, destacando en nivel de inversión e implementación: la sostenibilidad, la accesibilidad, la conservación y la mejora de la infraestructura alojativa en los distintos trazados de los Caminos de Santiago.

Cabe destacar las desviaciones sufridas en el nivel de implementación e inversión de las acciones del Plan Director 2015-2021, provocadas por el intenso impacto de la crisis sanitaria sobre el sector turístico nacional, la cual ha obligado a desarrollar nuevas medidas complementarias no previstas dirigidas a constituir el “Camino Seguro”. En su totalidad **se han invertido aproximadamente 67 millones de euros, lo que implica una inversión superior en un 19% sobre el presupuesto estimado en 2015, que se estableció en 56.119.805 millones**. A continuación, se realiza un análisis por cada línea estratégica de su nivel de implementación y aspectos destacados de las mismas:

✓ L.1. Coordinación y organización administrativa

Dentro de las acciones a destacar en la primera línea estratégica se sitúan, entre otras: la creación de la Comisión interdepartamental del Camino de Santiago en 2016. Así mismo dentro de esta línea se continúa trabajando en las publicaciones relacionadas con el Camino como la revista “Ad Limina” que cuenta con publicaciones anuales entre 2010 y 2022 y en la colaboración con las Asociaciones de Amigos del Camino.

En relación a esta última acción, se celebró en diciembre de 2021 el Foro Xacobeo, donde se pone en valor la dedicación de las entidades y las asociaciones de amigos del camino en la protección de los trazados y patrimonio de las distintas rutas, así como en la acogida de peregrinos.

✓ L.2. Preservación y potenciación de los valores patrimoniales de los Caminos de Santiago

Las acciones más destacadas dentro la preservación en los valores patrimoniales del Camino son la publicación de la “Guía para la Protección del Camino de Santiago” y la “Guía de Buenas Prácticas para las actuaciones en los Caminos”. Ambas acciones se complementan con las actuaciones de rehabilitación del patrimonio público y privado realizadas sobre las zonas ARI de los municipios dentro de los Caminos, las cuales se subvencionan a lo largo del período 2015-2020 en sucesivas convocatorias.

✓ L.3. Conservación y mantenimiento de los Caminos de Santiago

A través de las actuaciones dentro de la línea estratégica 3 se han invertido 33,2 millones de euros en obras de conservación y mejora del trazado en las rutas, en la mejora de la señalización y en la creación de áreas de descanso y pasos peatonales seguros adaptados a criterios de accesibilidad. Además, a lo largo de 2021 se han realizado trabajos de mejora y conservación en Caminos y carreteras de 139 ayuntamientos pertenecientes a ocho de los Caminos.

✓ L.4. Camino de Santiago medioambientalmente sostenible

Posicionada como una de las líneas clave del Plan director de los Caminos 2015-2021, las actuaciones dentro de esta línea se encuentran implementadas en un 91%, con una inversión aproximada de 250.000 euros. Las acciones implementadas se han centrado en la adaptación de las infraestructuras de acogida a

los caminantes y los puntos de atención al peregrino. Esta mejora de las infraestructuras viene acompañada de la puesta en marcha de un plan de gestión de residuos, la mejora de la eficiencia energética y del consumo de agua en la red de albergues, así como la puesta en marcha de planes de sensibilización de los peregrinos para la lucha contra los residuos en los Caminos.

✓ L.5. Fortalecimiento de la ciudad de Santiago de Compostela como meta de la Ruta Jacobea

Esta línea estratégica centra su actuación sobre la creación y actualización de la infraestructura de acogida y servicios al peregrino, situándose como una de las líneas más desarrolladas dentro de la estrategia. Dentro de estas actuaciones se han invertido 33,6 millones de euros en la construcción de 9 establecimientos de alojamiento y la realización de mejoras en otros 18 establecimientos. Además, esta inversión se completa con 3,2 millones adicionales destinados a la creación de otros tres albergues, proyectados en Ferrol, Piñor y Sobrado dos Monxes, así como para la rehabilitación de otros cuatro centros de atención al peregrino.

✓ L.6: Potenciación de todas las rutas de peregrinación a Santiago de Compostela

Entre las acciones de promoción y potenciación de las rutas del Camino de Santiago implementadas se encuentran la realización de exposiciones itinerantes sobre las diferentes rutas del Camino. Además, se presenta información completa sobre todas las rutas jacobeanas en la página de Caminosdesantiago.gal.

De cara a la dinamización cultural de las diferentes rutas, se realiza una planificación y promoción anual de actividades culturales relacionadas con los Caminos (espectáculos musicales y artísticos, danzas, etc.).

✓ L.7: Especialización y calidad en el servicio de atención al peregrino

Las actuaciones para la mejora de la calidad en los servicios de atención al peregrino, a través de la inversión en la formación de los profesionales y el aumento del número de centros de interpretación del Camino de Santiago.

Un ejemplo de esta mejora de la calidad se refleja en la creación de las Rutas Q, creadas en el Camino Portugués y la Ruta del Mar de Arousa y Río Ulla como proyecto piloto en 2019. Esta distinción permite aplicar los criterios e identificación de la Q de calidad a distintas infraestructuras singulares y a los albergues de las rutas jacobeanas.

En relación a la seguridad en los Caminos, se implementan acciones específicas para la como la creación de la aplicación AlertCops, que dispone de servicios de alertas y avisos de emergencia para peregrinos en los Caminos.

✓ **L.8: Investigación, comunicación y divulgación de los Caminos y de la cultura jacobea**

Se pone en marcha en 2016, en colaboración con la AMTEGA, la plataforma digital Smart Camiño, disponible a través del portal Caminodesantiago.gal. Posteriormente dicha plataforma se traslada al ámbito móvil creado la aplicación "Camino".

Las actuaciones en el ámbito digital se refuerzan con la implementación de la herramienta Camino 360º, que permite a los usuarios realizar el Camino de Santiago de forma virtual.

2.2. Análisis legislativo

Objeto de análisis

En los Caminos de Santiago intervienen diversos agentes que componen una compleja red de gestión. La dimensión multidisciplinar adquirida por las rutas de peregrinaje ha ido involucrando progresivamente a más administraciones, y consecuentemente, ha afectado al marco normativo que las alcanza.

Metodología y fuentes

Existe bibliografía que trata los aspectos jurídicos de las rutas jacobeanas y la incidencia legislativa en la gestión y la protección. Se han consultado directamente los siguientes textos legislativos:

- I. **Ley 5/2016 del Patrimonio cultural de Galicia**
- II. **Decretos de Delimitación**
- III. **Ley 5/1997 de Administración Local de Galicia**
- IV. **Ley 7/2008 de Protección da Paisaxe de Galicia**
- V. **Ley 7/2011 de Turismo de Galicia**
- VI. **Directrices de Ordenación de Territorio de Galicia (Decreto 19/2011, de 10 de febrero)**

Con el objetivo de identificar los agentes que regulan la gestión de los Caminos, se han analizado las normativas que dictaminan las políticas y los programas con incidencia en el mismo. Una vez examinados los documentos normativos que forman el marco legislativo, los retos, las competencias y las líneas de acción, se identifican a los principales organismos administrativos que directa o indirectamente se involucran en su gestión y desarrollo.

Diagnóstico

I. Ley 5/2016 del Patrimonio cultural de Galicia

Hasta agosto de 2016, el principal texto que reunía las pautas para la protección de los Caminos de Santiago era la Ley 3/1996 de Protección de los Caminos de Santiago, que tenía por objeto delimitar, regular la conservación, el uso y la protección del Camino de Santiago en el territorio gallego. El 16 de agosto de 2016 esta ley fue derogada para ser sustituida por ley 5/2016, del Patrimonio Cultural de Galicia, la cual establece un régimen específico para la identificación y la protección de los Caminos de Santiago. La nueva ley deroga y refunde lo dispuesto en: la Ley 8/1995, de Patrimonio Cultural de Galicia, la Ley 3/1996, de Protección de los Caminos de Santiago y la Ley 12/1991, de trabajos de dotación artística en las obras públicas y en los Caminos de Santiago de Galicia.

La Ley 5/2016 se refiere a la protección, conservación, acrecentamiento, difusión y fomento del patrimonio cultural de Galicia de forma que sirva a la ciudadanía como una herramienta de cohesión social, desarrollo sostenible y fundamento de la identidad cultural del pueblo gallego. El título VI integra en esta ley la regulación específica del régimen de protección de los Caminos de Santiago. Corresponde a la Comunidad Autónoma de Galicia la competencia exclusiva sobre su patrimonio cultural. Las distintas administraciones públicas cooperarán para que las competencias respectivas se ejerzan conforme a lo establecido en esta Ley.

II. Decretos de Delimitación

Los Decretos de Delimitación establecen el territorio histórico de las rutas reconocidas documentalmente como Camino de Santiago. La aprobación de los decretos supone la incorporación al Catálogo del Patrimonio Cultural de Galicia en la categoría de territorio histórico. La información contenida en estos documentos es fundamental para establecer el ámbito y elementos de protección de los Caminos.

- Decreto 227/2011, de 2 de diciembre, por el que se aprueba la delimitación de la ruta principal del Camino de Santiago, Camino Francés, desde la entrada en el municipio de Pedrafita do Cebreiro hasta el límite del término municipal de O Pino, con la excepción del tramo entre el lugar de Amenal y el límite del aeropuerto de Lavacolla, en el ayuntamiento de O Pino.
- Decreto 144/2012, de 29 de junio, por el que se aprueba la delimitación del Camino de Santiago, Camino Francés, entre el lugar del Amenal y el límite del aeropuerto de Lavacolla, en el ayuntamiento de O Pino.
- Decreto 247/2012, de 22 de noviembre, por el que se aprueba la delimitación del Camino de Santiago, Camino Francés, en el ayuntamiento de Santiago de Compostela.
- Decreto 158/2014, de 27 de noviembre, por el que se aprueba la delimitación del Camino de Santiago del Norte, Ruta de la Costa.
- Decreto 267/2012, de 5 de diciembre, por el que se aprueba la delimitación del Camino de Santiago del Norte, ruta del interior, también conocido como Camino Primitivo o de Oviedo.
- Decreto 110/2014, de 4 de septiembre, por el que se aprueba la delimitación del Camino de Santiago Inglés.
- Decreto 154/2013, de 5 de septiembre, por el que se aprueba la delimitación de los tramos del Camino de Santiago del Norte, Camino Portugués, Ruta de la Plata y Camino de Fisterra a su paso por el término municipal de Santiago de Compostela.

III. Ley 5/1997 de Administración Local de Galicia

La Ley 5/1997 de Administración Local de Galicia (en adelante LALG) establece la estructura de relación entre las Administraciones de la comunidad autónoma de Galicia. La LALG regula competencias entre los diferentes niveles administrativos por lo que repercute directamente en la gestión de muchos de los

elementos que constituyen el Camino de Santiago: la conservación del propio Camino físico, de las infraestructuras y elementos patrimoniales que lo complementan, etc.

Desde las entidades locales menores al gobierno autonómico se diseminan funciones y deberes compartidos con importante repercusión en la gestión del territorial, y del Camino de Santiago. Estableciendo una orden de mayor a menor nivel administrativo: Xunta de Galicia, Diputaciones, Mancomunidades, Municipios y entidades locales menores.

IV. Ley 7/2008 de Protección da Paisaxe de Galicia

La Ley 7/2008 de Protección da Paisaxe de Galicia procura la protección, gestión y ordenación del paisaje de Galicia, así como su reconocimiento jurídico (LPPG art. 1). La protección del Camino es, en buena medida, la protección de los paisajes que la componen. En este sentido, la incidencia de la LPPG en la gestión del territorio establece un fuerte nexo para la coherente administración del Camino de Santiago.

V. Ley 7/2011 de Turismo de Galicia

Esta ley reúne la normativa para planificar, ordenar, promocionar y fomentar el turismo en Galicia, centralizando en la Agencia de Turismo de Galicia la organización y gestión de las competencias en materia de turismo. La dimensión social y económica adquirida por el Camino de Santiago significó el desarrollo de muchas actividades a su abrigo. La Ley de Turismo de Galicia supone la guía básica y necesaria para la planificación coherente y responsable del Camino como núcleo y motor de acción de dinamización turística en Galicia.

VI. Directrices de Ordenación de Territorio de Galicia (Decreto 19/2011, de 10 de febrero)

La principal línea estratégica de las Directrices de Ordenación del Territorio de Galicia es el desarrollo sostenible del territorio mediante el desarrollo de un sistema equilibrado de asentamientos (campo/ciudad), con el objetivo de garantizar a la población el acceso igualitario a las infraestructuras y al conocimiento, sin menoscabo de la protección de la naturaleza y del patrimonio cultural. El Camino de Santiago constituye por lo tanto un eje vertebrador de la política territorial, como elemento patrimonial y como motor para el desarrollo de la sociedad gallega.

Marco competencial

Una vez sintetizadas las principales leyes con influjo en las políticas de gestión de los Caminos, se puede ahondar con mayor claridad en los organismos administrativos con competencias en su desarrollo.

Metodología y fuentes

Se observa la necesidad de estudiar los actores implicados, dentro de la Administración pública, para establecer un cuadro de competencias que clarifique la gestión coherente y compartida de los Caminos. Las fuentes fundamentales, para realizar el análisis de las competencias de la Administración pública en la gestión de los Caminos, serán los decretos que establecen el funcionamiento de las Consejerías.

Diagnóstico

Los principales organismos de la Administración pública de Galicia con funciones directas sobre la gestión y administración de los Caminos de Santiago, objeto de este diagnóstico, son:

- Agencia de Turismo de Galicia

Es, desde su constitución en 2012 (DOG. Decreto 196/2012 de 27 de septiembre) el organismo de la Administración pública que asume el mantenimiento y conservación de los Caminos, la red de albergues públicos y la divulgación de la cultura jacobea. Estas funciones se canalizan a través de la S. A. de Gestión del Plan Xacobeo que, manteniendo su personalidad jurídica, traslada su órgano gestor desde la Consejería de Cultura a Turismo de Galicia.

Dentro de ella se encuentra la Comisión Interdepartamental del Camino de Santiago que tiene como función coordinar, fomentar e impulsar las actuaciones de los departamentos de la Administración general de la Comunidad Autónoma de Galicia con repercusión sobre los Caminos de Santiago.

- Consejería de Cultura, Educación y Ordenación Universitaria

El ámbito competencial de la Consellería determina como parte de sus funciones la promoción y difusión de la cultura, del patrimonio cultural, y de los aspectos vinculados con la protección y promoción del patrimonio cultural de Galicia y del Camino de Santiago (DOG. Decreto 4/2013, art. 1).

Dentro de la Dirección General de Patrimonio Cultural, se encuentra el Consejo Asesor de los Caminos de Santiago, que emitirá dictamen en materia de Patrimonio cultural. Dentro de la Subdirección General de Protección del Patrimonio cultural, se encuentra el servicio de planeamiento e inventario, que tramitará los expedientes de delimitación y velará por la protección del Camino y el Servicio de Protección y Fomento.

- Consejería de Medio Ambiente, Territorio y Vivienda

Corresponden a la Consejería de Medio Ambiente, Territorio y Vivienda (DOG. Decreto 26/2019 de 7 de marzo), la gestión de diferentes órganos integrados en la Consejería que recogen funciones específicas que inciden en el desarrollo presente y futuro del Camino: Instituto de Estudios del Territorio y la Agencia de protección de legalidad urbanística.

- Consejería de Infraestructuras y Movilidad

Segundo lo dispuesto en el Art. 1 del decreto 26/2019, de 7 de marzo, la Consejería de Infraestructuras y Movilidad es el departamento de la Xunta de Galicia a lo que le corresponden las competencias y funciones en materia de infraestructuras, movilidad y agua. Dentro de sus entidades adscritas, se encuentra la Agencia gallega de infraestructuras (DOG Decreto 16/2010, de 17 de diciembre).

De forma complementaria, a escala nacional e internacional, se incluye:

- Consejo Jacobeo (Ministerio de Cultura) como órgano consultivo de bien patrimonial que constituye la red de Caminos de Santiago

El Real decreto 1431/2009, de 11 de septiembre reorganiza la estructura del Consejo Jacobeo como órgano de colaboración entre la Administración General del Estado y las comunidades autónomas, canalizando todas las actuaciones que se desarrollan en su ámbito. Sus funciones consultivas y de asesoramiento abarcan todos los aspectos relativos a la conservación, ordenación y gestión de los Caminos.



Emerge como actor coordinador entre las distintas instituciones y las administraciones de todas las Comunidades Autónomas por las que transcurren los Caminos, reforzando la imagen y difusión de la cultura jacobea en el ámbito nacional e internacional. El Consejo Jacobeo se organiza en Pleno, Comisión Ejecutiva y en Comité de cooperación en la gestión del bien Patrimonio Mundial.

- Comité Internacional de Expertos del Camino de Santiago

En el seno de la Consejería de Cultura nace, en el año 1992, el Comité Internacional de Expertos del Camino de Santiago, ante el impulso organizativo del Año Santo Jacobeo 1993, y con la función de asesorar a la Xunta de Galicia en el campo científico y cultural, en la gestión de los itinerarios, las publicaciones, los estudios, congresos y exposición relacionados con el peregrinaje. Actualmente depende de la presidencia de la Xunta de Galicia y lo integran reconocidos investigadores internacionales estrechamente vinculados a la cultura jacobea y compostelana. Entre las acciones más destacables de los últimos años, en la parte de su labor de asesoramiento a la Administración, destacan:

- La edición de publicaciones científicas en la Colección Científica de la Xunta de Galicia
- La dirección y organización de 12 Congresos Internacionales del Comité Internacional de Expertos
- La creación de proyectos y líneas de investigación vinculadas a las nuevas tecnologías y a internet.
- La edición de la revista de investigación xacobea *Ad Limina*, publicación de carácter multidisciplinar y multilingüe, editada desde 2012 por la S. A. Xacobeo
- La producción y difusión del conocimiento a través de la promoción cultural en diversos países, la publicación científica, la dirección de revistas, tesis e investigaciones del hecho jacobeo.

CUADRO 01. CUADRO DE COMPETENCIAS DE ÁMBITOS DE ACTUACIÓN DE LOS DIVERSOS ACTORES DEL CAMINO DE SANTIAGO

| | ÁMBITOS DE ACTUACIÓN Y/O COMPETENCIAS | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---------------------------------------|------------|---------|-----------------------|--------------|-----------------------|--------------------|-------------------|------------------|-----------|--------------------|---------------------|-------------------------|-----------|---------------|----------|
| | Protección del Camino | | | | | Atención al peregrino | | | Desarrollo local | | Cultura Jacobea | | Reconocimiento/Evaluac. | | | |
| | Delimitación | Patrimonio | Paisaje | Mantenimiento trazado | Señalización | Información | Movilidad/Accesib. | Alojamiento/Resta | Salud | Seguridad | Comercio/Artesanía | Empleo/Voluntariado | | Formación | Investigación | Difusión |
| ADMINISTRACIONES GESTIONADAS POR LA CCAA DE GALICIA | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <i>Turismo de Galicia / S. A. de Xestión del Plan Xacobeo</i> | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <i>Consejería de Cultura, Educación y Ordenación Universitaria de la Xunta de Galicia</i> | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <i>Consejería de Medio Ambiente, Territorio y Vivienda de la Xunta de Galicia</i> | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <i>Consejería de Infraestructuras y Movilidad de la Xunta de Galicia</i> | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <i>Consejería de Salud de la Xunta de Galicia</i> | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <i>Consejería de Trabajo e Igualdad de la Xunta de Galicia</i> | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <i>Consejería de Medio Rural y del Mar de la Xunta de Galicia</i> | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <i>Consellería de Economía e Industria de la Xunta de Galicia</i> | | | | | | | | | | | | | | | | |
| OTRAS ADMINISTRACIONES DE GALICIA | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Diputaciones | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Otras entidades supramunicipales | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Municipios | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ADMINISTRACIONES FUERA DE LA CCAA DE GALICIA | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <i>Consejo Xacobeo. Mº de Educación, Cultura e Deporte.</i> | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ministerio de Fomento | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <i>Turespaña. Mº de Industria, Comercio e Turismo.</i> | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Otras administraciones autonómicas | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Otras administraciones locales y provinciales | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <i>Delegación de Gobierno / Policía Autónoma de Galicia</i> | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ÓRGANOS CONSULTIVOS INTERNACIONLES | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <i>UNESCO / ICOMOS</i> | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <i>Comité Internacional de Expertos del Camino de Santiago</i> | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <i>Consejo de Europa. Instituto Europeo de Itinerarios Culturales.</i> | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <i>Organización Mundial del Turismo</i> | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <i>European Travel Commission</i> | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Iglesia Católica | | | | | | | | | | | | | | | | |
| TEJIDO ASOCIATIVO | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Otras asociaciones empresariales | | | | | | | | | | | | | | | | |
| SECTOR PRIVADO | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Empresas de hostelería | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Empresas turísticas | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Referencias: | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Competencias.  | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ámbito de actuación  | | | | | | | | | | | | | | | | |

Fuente: Elaboración propia.

2.3 Análisis sociodemográfico y económico

Objeto y metodología

Con el fin de conocer la realidad socioeconómica de los ayuntamientos por los que transcurren los Caminos de Santiago y estudiar la evolución de algunas variables relevantes, se realizó una consulta de datos secundarios de fuentes de información estadística oficiales. En concreto, se utilizaron como fuentes los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) y del Instituto Gallego de Estadística (IGE).

Para cada municipio por el que transcurre algún Camino dentro de Galicia se han calculado indicadores de carácter demográfico y económico. Una vez calculados los diferentes índices para cada municipio, se trataron conjuntamente los datos. Así, se obtuvo información en cuanto al total de los territorios por los que transcurren los Caminos de Santiago. Los Caminos analizados, con su consiguiente codificación son:

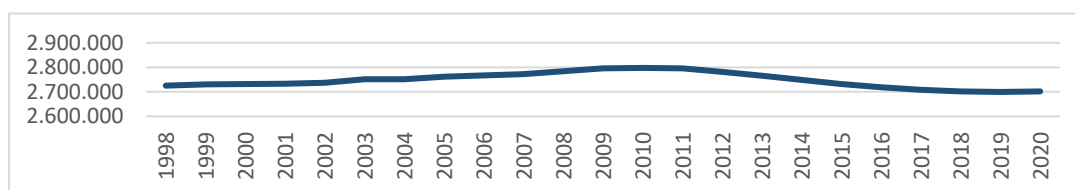
- Camino Francés (CFR)
- Camino de Fisterra y Muxía (CFM)
- Vía de la Plata (CVP)
- Camino Inglés (CIN)
- Camino Primitivo (CPR)
- Camino del Norte (CNO)
- Ruta del Mar de Arousa y Río Ulla (RMA)
- Camino de Invierno (CIV)
- Camino Portugués (CPO)
- Camino Portugués de la Costa (CPC)

Diagnóstico

Demografía

En el territorio por lo que transcurren los Caminos de Santiago no existe una plena homogeneidad demográfica, sino que dependiendo el Camino y el territorio por lo que transcurra, se encontrarán diferencias en las dinámicas demográficas. La población gallega ha descendido desde el año 1998. En el siguiente gráfico se puede observar cómo experimentó una subida entorno a los años 2008 y 2012, coincidiendo con el comienzo de la crisis económica y social. Desde el año 1998 la pérdida de población ha sido de 22.725 habitantes. En el mismo periodo, la población española creció en 7.183.238 habitantes.

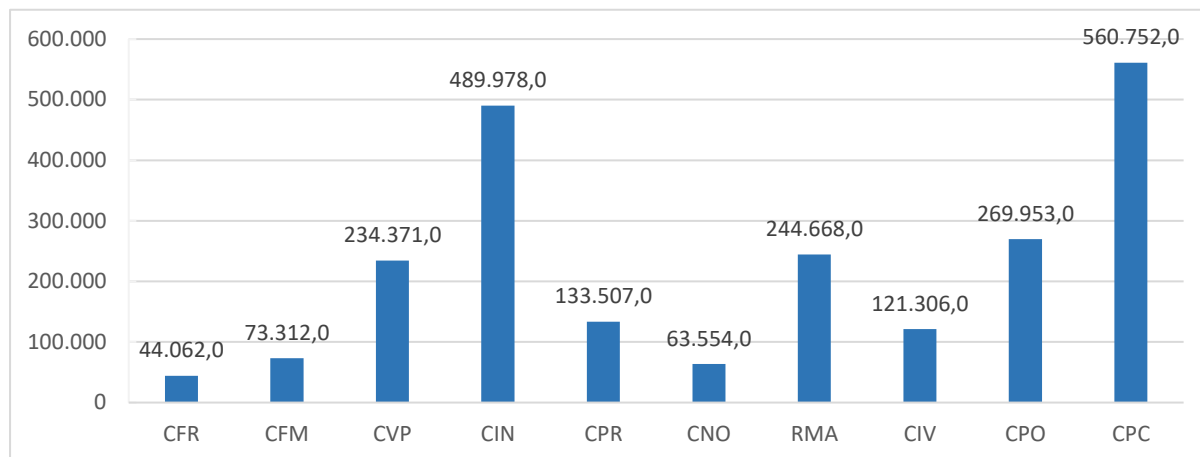
GRÁFICO 01. EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN EN GALICIA (N)



Fuente: IGE (2021). Elaboración propia

El Camino que recoge el área de mayor número de población es el Camino Portugués por la Costa (CPC). Este atraviesa la ciudad más poblada de Galicia, Vigo, y la capital de provincia, Pontevedra. A continuación, el Camino Inglés (CIN), que también atraviesa áreas densamente pobladas entre las que se encuentra la ciudad de A Coruña.

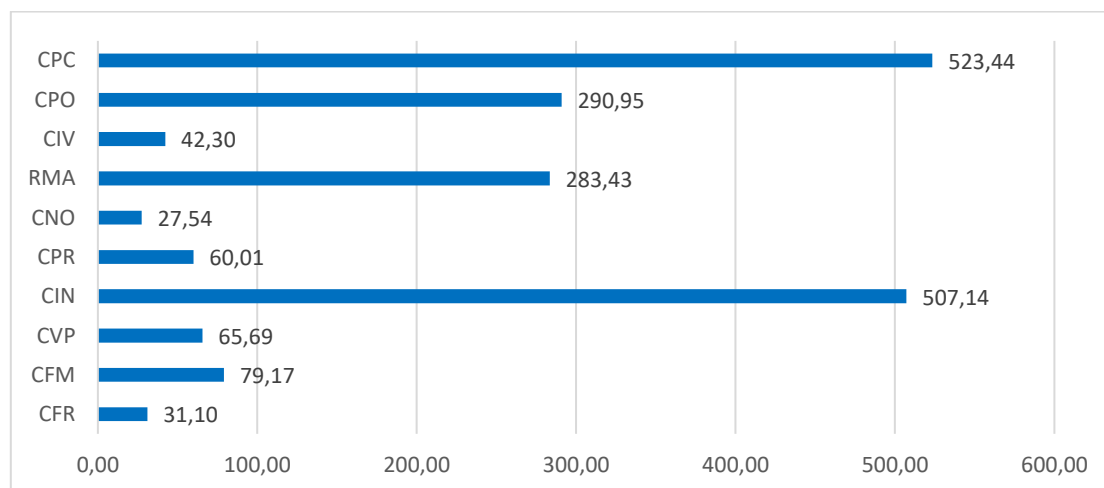
GRÁFICO 02. POBLACIÓN TOTAL SEGÚN CAMINO (N)



Fuente: IGE (2021). Elaboración propia

En Galicia en el año 2020 la densidad de población media es de 91,4 hab/km². La densidad de población en España es ligeramente más alta, con 94,8 hab/km². Cuenta con una mayor densidad que la media gallega el Camino Portugués por la Costa, el Camino Portugués, la Ruta do Mar de Arousa e Río Ulla y el Camino Inglés.

GRÁFICO 03. DENSIDAD DE POBLACIÓN SEGÚN CAMINO (N)

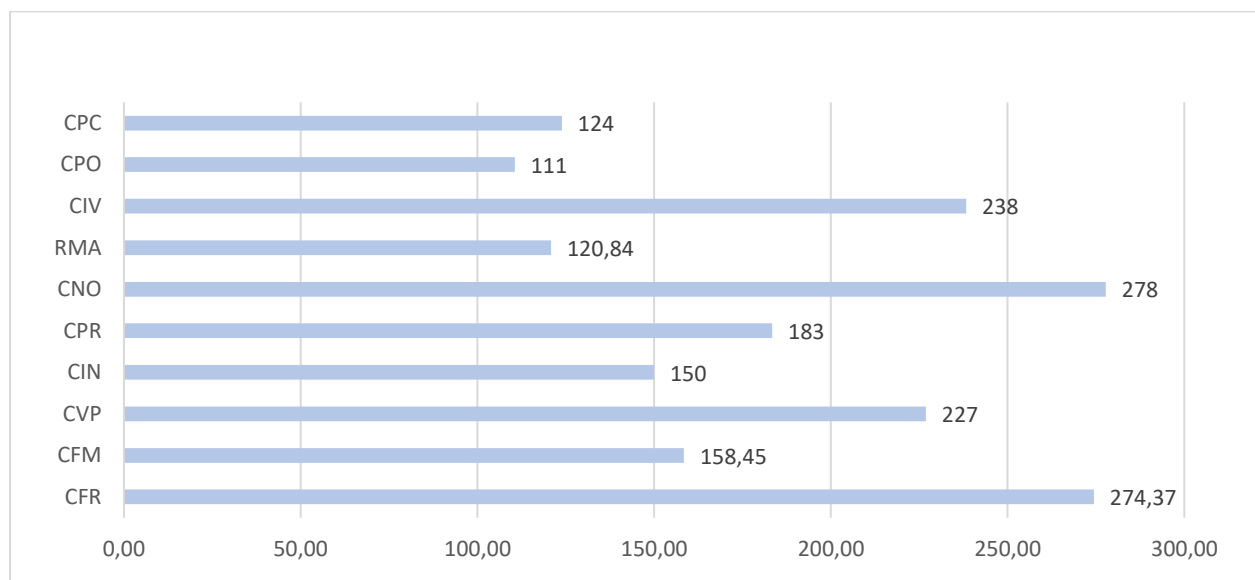


Fuente: IGE (2021). Elaboración propia

Desde 2005 se experimentó un incremento del índice de envejecimiento en toda la comunidad gallega, con independencia de su grado de urbanización: de un 137,3% a un 160,4% en 2020 (IGE, 2021). Este dato es superior al índice de envejecimiento nacional, que en 2020 supuso un 125,75%.

En cuanto al territorio de los Caminos, los índices más altos se encuentran en el Camino Francés, el Camino del Norte y el Camino de Invierno, que coinciden a su vez con zonas de baja densidad de población.

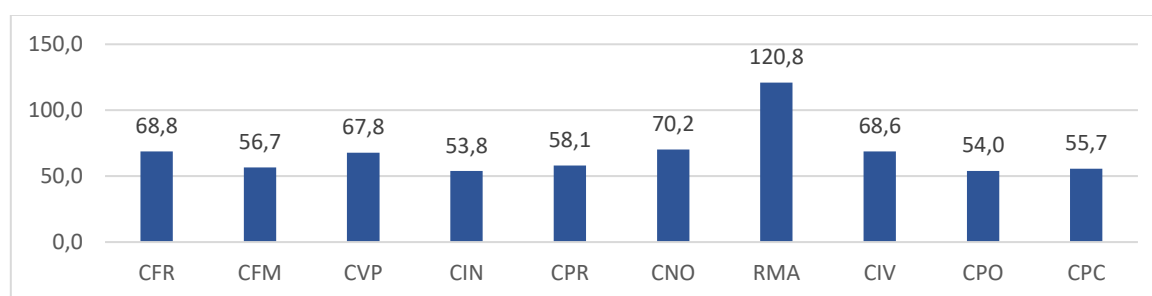
GRÁFICO 04. ÍNDICE DE ENVEJECIMIENTO SEGÚN CAMINO (N)



Fuente: IGE (2021). Elaboración propia

La tasa de dependencia se sitúa entre 53,8 (Camino Inglés) y 120,8 (Ruta do Mar de Arousa e Río Ulla).

GRÁFICO 05. TASA DE DEPENDENCIA SEGÚN CAMINO (%)



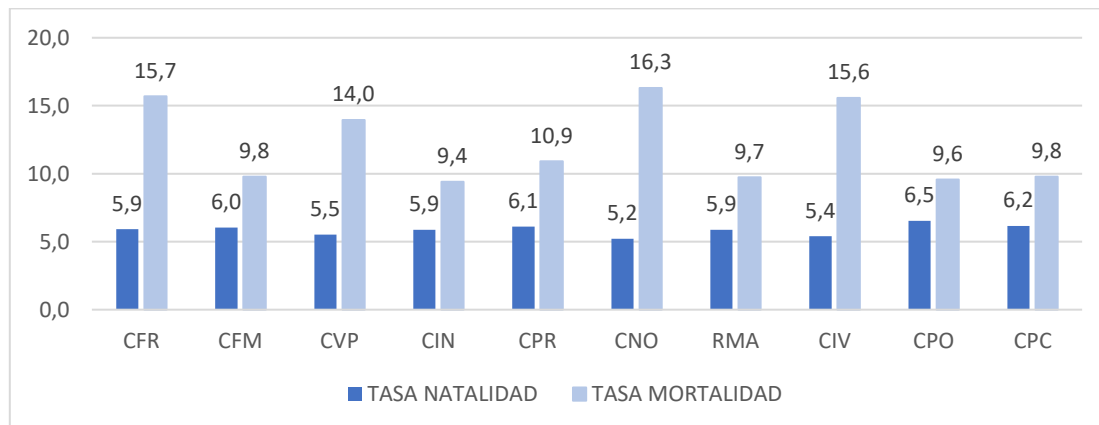
Fuente: IGE (2021). Elaboración propia

Las tasas de natalidad son bajas en todo el territorio, con una media autonómica de 5,82. En el análisis en relación a los Caminos, destaca el Camino del Norte.

La tasa de mortalidad presenta valores más altos en el Camino del Norte y en el Camino Francés. Los resultados más bajos se encuentran en la Ruta del Mar de Arousa y Río Ulla, en el Camino Portugués y en el Camino Vía de la Plata.

La tasa bruta de natalidad española es más alta que la gallega, y la tasa bruta de mortalidad más baja.

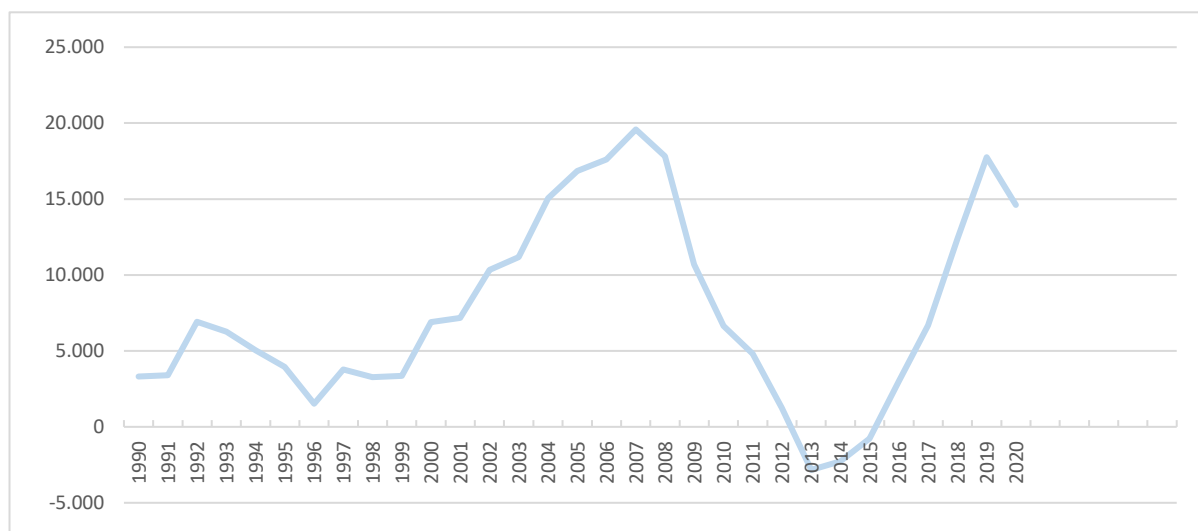
GRÁFICO 06. TASA DE NATALIDAD Y MORTALIDAD SEGÚN CAMINO (%)



Fuente: IGE (2021). Elaboración propia

Actualmente el saldo migratorio en Galicia está experimentando una leve caída desde unos valores muy positivos. Desde 1990 se encuentran grandes variaciones, destacando la subida de la positividad del saldo migratorio en los primeros años del milenio, que alcanzó su cifra máxima en el año 2007. A partir de 2008, la llegada de inmigrantes a la comunidad cae drásticamente, así como incrementa la salida de ciudadanos. Desde el año 2015 el saldo migratorio volvió a experimentar otra subida, pero parece que llegó a su tope en el año 2019.

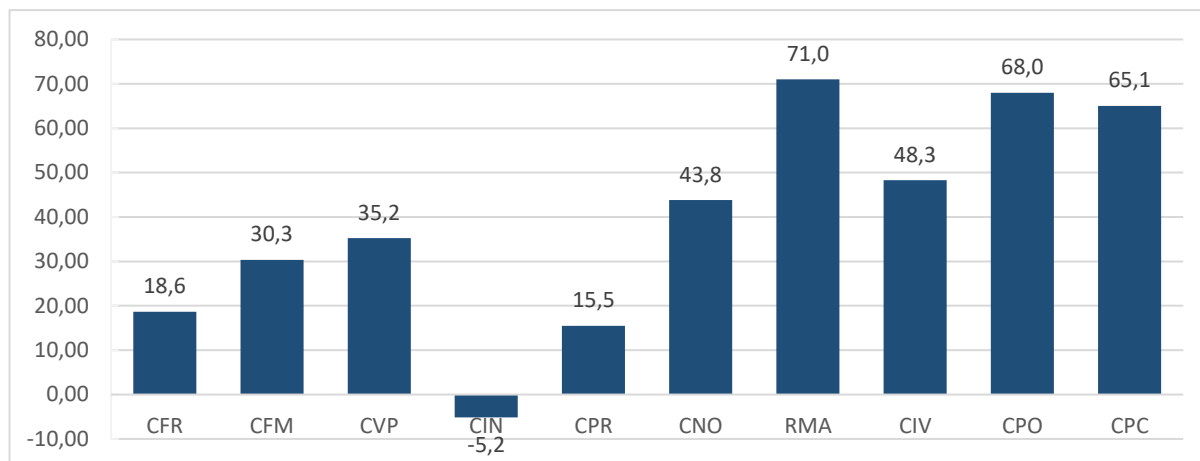
GRÁFICO 07. EVOLUCIÓN DE SALDO MIGRATORIO EN GALICIA DESDE 1990 (N)



Fuente: IGE (2021). Elaboración propia

El saldo migratorio en general es positivo, a excepción del territorio del Camino de Invierno. En España, el saldo migratorio ha experimentado movimientos similares a los gallegos, con negatividad entre los años 2012 y 2015. En 2020 resultó positivo en 216.244 personas.

GRÁFICO 08. SALDO MIGRATORIO SEGÚN CAMINO (N)



Fuente: IGE (2021). Elaboración propia

En cuanto al nivel de formación de la población, los datos gallegos indican que el 33,15% de los mayores de 16 años han completado la primera etapa de educación secundaria o similar. El 29,71% han completado estudios de educación superior y un 17,24% no ha superado cursos superiores a la educación primaria, no ha completado estos o, en un porcentaje muy inferior (0,95%) experimenta analfabetismo.

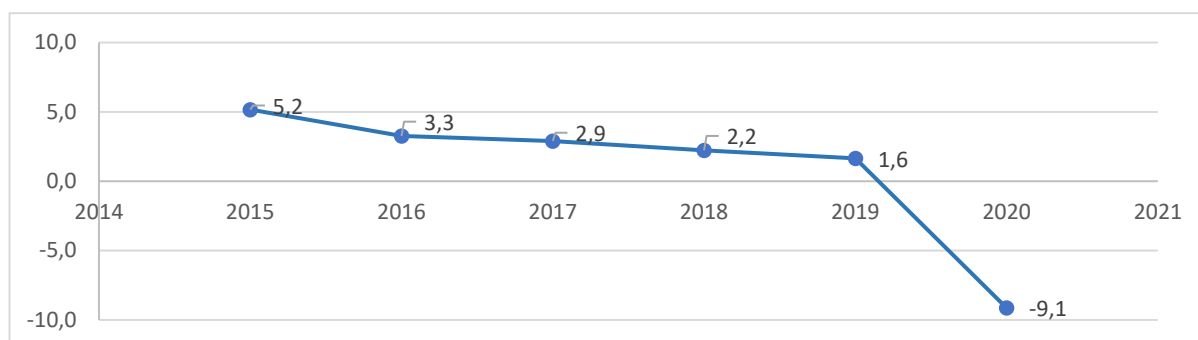
Otra realidad asociada al Camino es la consideración del impacto demográfico que este tiene sobre los territorios, según el Estudio del impacto socioeconómico del Camino de Santiago, del Año 2017, realizado por parte del Observatorio del Camino de Santiago. A pesar de que los datos reales reflejan una dinámica poblacional negativa en la mayor parte de la Galicia interior y de las grandes áreas del litoral, los residentes, desde una percepción subjetiva, tienen claro que el Camino contribuye significativamente a mantener la población del municipio. Tal vez en esta discordancia no se tuviese en cuenta que, aunque se observe una dinámica poblacional negativa, la influencia del Camino puede contribuir a ralentizar e incluso frenar esta tendencia.

Economía

En relación al desarrollo económico del territorio sobre el que transcurren los diferentes Caminos, se han identificado diferentes valores de interés. El PIB per cápita de Galicia en el año 2020 fue de 21.903 €, superior al dato de España (25.500€) e inferior al dato nacional de 2019 (26.420€).

La evolución de la tasa de crecimiento anual del PIB real per cápita refleja el golpe económico que supuso el año 2020, desde lo comienzo de la pandemia del COVID-19 que paralizó durante meses la actividad económica de muchos sectores.

GRÁFICO 09. EVOLUCIÓN DE LA TASA DE CRECIMIENTO ANUAL DEL PIB REAL PER CÁPITA DE GALICIA (%)

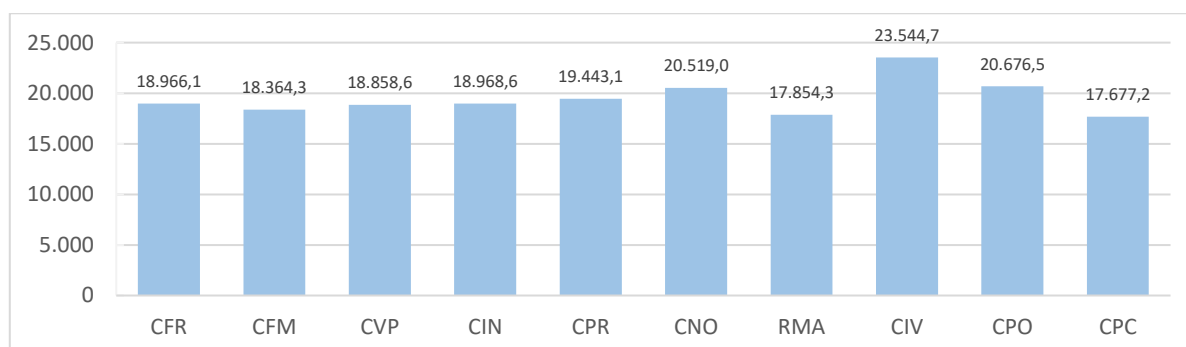


Fuente: INE (2021). Elaboración propia

En cuanto al PIB per cápita de cada Camino, encontramos un rango desde 17.677,20€ en el Camino Portugués por la Costa a 23.544,72€ en el Camino de Invierno.

Estudios previos han considerado que el Camino Francés impacta intensamente en el desarrollo local, en cuanto a empleo y demografía. Los propios residentes consideran que el impacto económico es positivo.

GRÁFICO 10. PIB PER CÁPITA SEGÚN CAMINO (N)

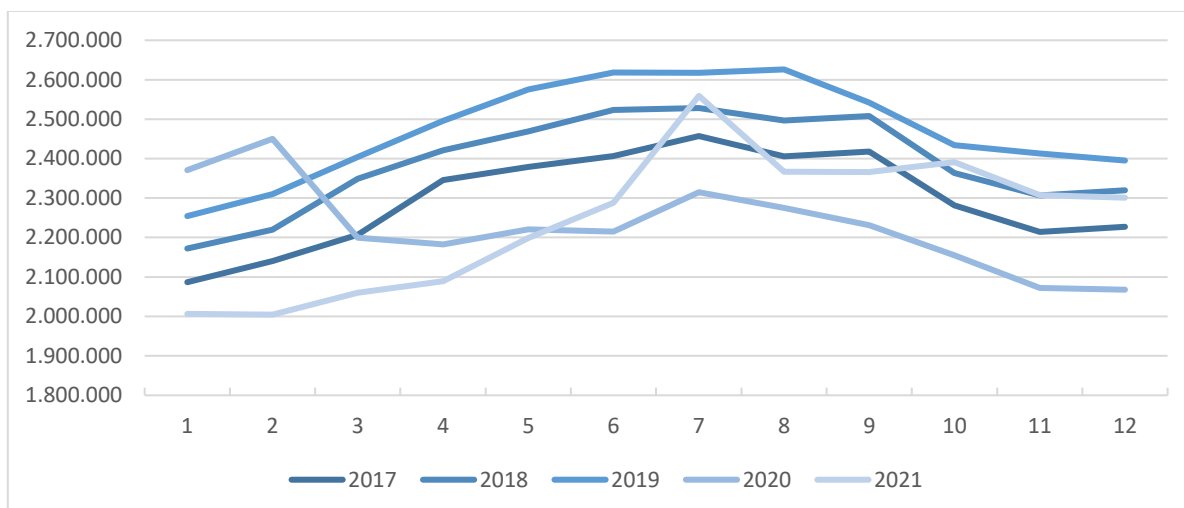


Fuente: IGE (2021). Elaboración propia

El año más favorable para el turismo fue 2019. En general, se experimentó una subida en las afiliaciones a las actividades relacionadas con el turismo hasta marzo de 2020, cuando comenzó la pandemia del COVID-19.

El año 2020 consiguió una pequeña recuperación en los meses de verano, pero aún muy lejos de los números de años anteriores. El año 2021, aun a expensas de la situación desfavorable de la pandemia, logró una recuperación del empleo turístico en los meses de verano solo por debajo del año 2019.

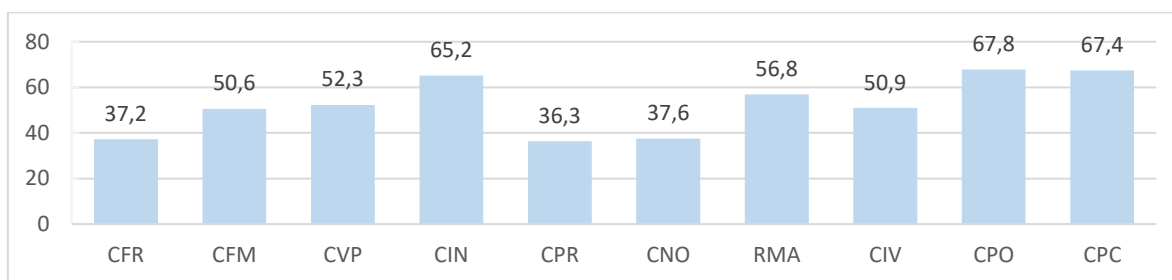
GRÁFICO 11. AFILIACIONES A LA SEGURIDAD SOCIAL EN ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN ESPAÑA (N)



Fuente: Dataestur (2021). Elaboración propia

Además, consiguió mantener las afiliaciones en números muy positivos en relación a los años prepandemia. Dentro de Galicia, los datos disponibles solo se desgranar hasta cuatro sectores. En el territorio del Camino Portugués y el Camino Portugués por la Costa a importancia del sector servicios en el empleo total supera el 67%.

GRÁFICO 12. PORCENTAJE DE AFILIADOS/AS A LA SEGURIDAD SOCIAL EN EL SECTOR SERVICIOS (%)



Fuente: IGE (2021). Elaboración propia

La situación del mercado laboral muestra una mayor dinamización económica en el Camino Inglés, el Camino Portugués por la Costa y el Camino Portugués, donde son más numerosas las afiliaciones a la seguridad social, en total, y en el sector servicios. En esta línea, también son los territorios que más paro registran.

Los municipios del Camino Francés han especializado su actividad empresarial en la industria de la hostelería y la restauración. La participación del empleo en la hostelería resulta en cinco veces la media gallega en los municipios de Triacastela, Portomarín y Pedrafita do Cebreiro.

Para finalizar, cabe destacar la potencial capacidad desestacionalizadora del Camino, pues en el Camino la temporada alta se puede alargar hasta 5 meses mientras que en las zonas turísticas suele ser dos/tres meses. Siguiendo el último Estudio del Impacto socioeconómico del Camino, el impacto de los mismos en los territorios por los que pasan, a escala local, se ve reflejada tanto a nivel económico como cultural, social, demográfico y medioambiental.

Se puede decir que, el principal impacto directo a escala local es el gasto asociado a los peregrinos durante su recorrido. Los peregrinos suponen directamente el 2,3% del gasto turístico en Galicia siendo que además cada uno de ellos supone el mismo impacto económico que 2,3 turistas nacionales. Además, cada euro de gasto del peregrino genera hasta un 18% más de empleo, concentrándose mayoritariamente en la hostelería y la restauración.

2.4. Delimitación de las rutas

Fuentes

Se verificaron los *tracks* que actualmente se ofertan a través de la web www.Caminodesantiago.gal, y la generación de archivos en formato de intercambio gpx ajustados a la realidad del Camino.

GRÁFICO 13. FUENTES EMPLEADAS EN LA DELIMITACIÓN DE LAS RUTAS

| Fuente | Formato | Desagregación | Origen |
|--|---------|---------------|---|
| Track del Camino | kml | Ruta | https://www.Caminodesantiago.gal/es/planifica/las-rutas |
| Track del Camino | shp | Municipio | http://mapas.xunta.gal/visores/descargas/ |
| Capas Trazado (cada Camino) en el Plan Básico Autonómico | kml | Etapas | https://www.Caminosantiago.org/cpperegrino/Caminos/Caminos.asp |
| Observación | shp | Municipio | http://mapas.xunta.gal/visores/descargas-pba/ |
| Track del Camino | - | Puntual | Trabajo de campo |

Fuente: Elaboración propia

Metodología

Se realizó, en primer lugar, la verificación de los itinerarios declarados BIC y delimitados (cuadro 01):

- Se verificó, sobre la cartografía de la BTG, que los trazados en formato shp procedentes del Plan Básico Autonómico se ajustaban al ámbito BIC delimitado. Allí donde esta condición no se cumpliera, se alteró el trazado para que discorra por el espacio público delimitado como Camino
- Se exportaron los *tracks* resultantes desde el formato shp al formato de intercambio gpx
- Para los Caminos no declarados BIC y, por lo tanto, no delimitados (cuadro 02)
- Se superpusieron trazados kml procedentes de <https://www.Caminodesantiago.gal> sobre la capa del trazado principal del Camino procedente del PBA, identificando discrepancias entre ambos
- Se verificó, por medio de trabajo de campo, para cada una de las discrepancias detectadas, cuál era el trazado correcto en cada punto, siguiendo criterios de continuidad y señalización

Tanto para los itinerarios principales y sus variantes se ha generado un *track* que abarca la totalidad del itinerario desde su origen dentro de la Comunidad Autónoma hasta Santiago de Compostela o Fisterra.

La denominación de los archivos generados responde al siguiente criterio:

- Código de 3 letras mayúsculas para cada uno de los itinerarios principales del Camino
- En el caso de variantes del Camino principal, a este código se añade V y un número (V1, V2...)
- Las alternativas puntuales a los itinerarios principales y sus variantes, se denominan con el código de 3 letras del itinerario y una letra minúscula (a, b...)

CUADRO 02: CAMINOS DECLARADOS BIC

| Denominación | Código | Observaciones | |
|------------------|--------|------------------------------------|--|
| Camino Francés | CFR | A Santiago por San Xil (principal) | |
| | CFRV1 | A Santiago por Samos | |
| Camino Primitivo | CPR | - | |
| Camino del Norte | CNO | A Santiago por Ribadeo (principal) | Baamonde - Sobrado por Miraz (tradicional) |
| | CNOV1 | A Santiago por Vegadeo (histórico) | |
| | CNOV2 | A Santiago por Ribadeo (principal) | Baamonde - Sobrado por As Cruces |
| Camino Inglés | CINV1 | A Santiago desde A Coruña | |
| | CINV2 | A Santiago desde Ferrol | |

Fuente: Decretos de delimitación de los Caminos. Elaboración propia

CUADRO 03: CAMINOS NO DECLARADOS BIC

| Denominación | Código | Observaciones | |
|--|--------|---|---|
| Camino Vía de la Plata Camino del Norte | CVP | Itinerario a Santiago, desde Lubián, por Laza (principal) | Ourense - Cea por Canedo + Cea-O Castro (Dozón) por Piñor |
| | CVPV1 | Itinerario a Santiago desde Lubián, por Verín | |
| | CVPV2 | Itinerario Portugués Interior (a Santiago por Laza) | |
| | CVPa | Alternativa Ourense-Cea por Tamallancos | |
| | CVPb | Alternativa Cea-O Castro (Dozón) por Oseira | |
| Camino a Fisterra y Muxía | CMF | Itinerario de Santiago a Fisterra | |
| | CMFV1 | Itinerario de Santiago a Muxía y Fisterra | |
| Camino de Invierno | CIV | A Santiago desde A Coruña | |
| Camino Portugués | CPO | Itinerario a Santiago por Tui | |
| Camino Portugués por la Costa | CPC | Itinerario a Santiago por a Guarda | |

Fuente: www.Caminodesantiago.gal. Elaboración propia

2.5. Atención y alojamiento al peregrino/a

Uno de los factores principales que afectan a la experiencia de los peregrinos y otros viajeros en el Camino son las infraestructuras turísticas de los productos y servicios su disposición. Se entienden como infraestructuras turísticas todas aquellas empresas y servicios que satisfacen las necesidades de los viajeros. Teniendo en cuenta esta definición, a continuación, se describe la imagen actual de las infraestructuras que prestan atención y alojamiento al peregrino a lo largo de los distintos Caminos.

Análisis del estado actual de los alojamientos turísticos

A través de este análisis se presenta una radiografía del estado actual de los alojamientos que se encuentran a lo largo de los distintos Caminos.

Metodología

El análisis se basa en los datos recopilados a través del REAT (Registro de Empresas Actividades Turísticas), definiendo las empresas de alojamiento segundo su tipología, localización y número de plazas basadas en el Artículo 50 de la Ley 7/2011, de 27 de octubre, del Turismo de Galicia.

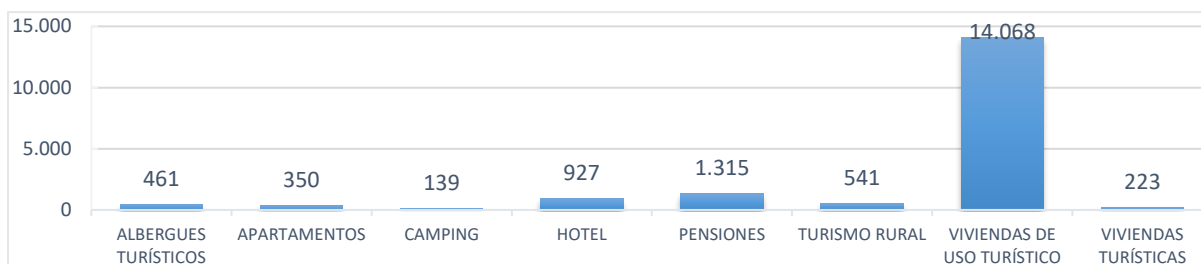
A estos datos se añade información recopilada de las fuentes oficiales de calidad, en concreto datos de la Q de Calidad y del sello SICTED de calidad. Además, para realizar un análisis del nivel de calidad de los alojamientos en base a opinión de los usuarios, se escoge una muestra representativa de los alojamientos que, debido su localización, cuentan con una afluencia mayoritaria de peregrinos. Esta muestra se escoge siguiendo estos criterios:

- Localización del establecimiento: Dentro de las delimitaciones de los municipios que comprenden los Caminos
- Tipología de establecimiento: Se incluyen todos los establecimientos que se encuentren dentro de la tipología de albergues, hoteles, hostales y pensiones, casas rurales y apartamentos turísticos

Radiografía del reparto actual de los alojamientos según su tipología

En la actualidad, la comunidad de Galicia cuenta con un total de 18.024 establecimientos de alojamientos inscritos, alcanzando 224.081 plazas totales.

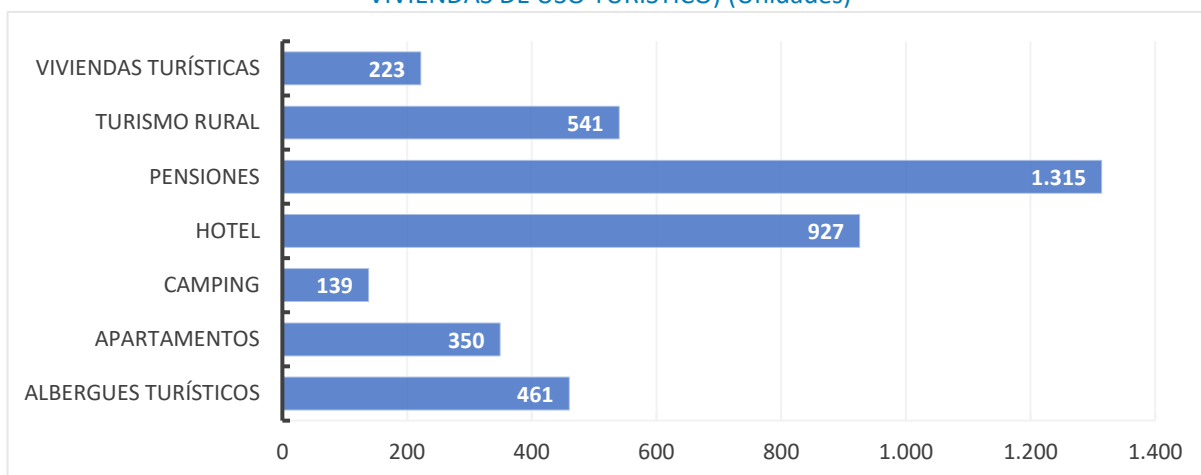
GRÁFICO 14. DISTRIBUCIÓN GENERAL DE LOS ALOJAMIENTOS SEGÚN SU TIPOLOGÍA (Unidades)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del REAT

Como se representa en el gráfico anterior, la tipología de establecimiento más extendida en la comunidad gallega son las Viviendas de Uso Turístico, alcanzando un total de 14.068 alojamientos. Para facilitar el análisis de la representatividad del resto de tipologías, se eliminan los datos relativos a las viviendas de uso turístico:

GRÁFICO 15. DISTRIBUCIÓN GENERAL DE LOS ALOJAMIENTOS SEGÚN SU TIPOLOGÍA (SIN DATOS DE VIVIENDAS DE USO TURÍSTICO) (Unidades)



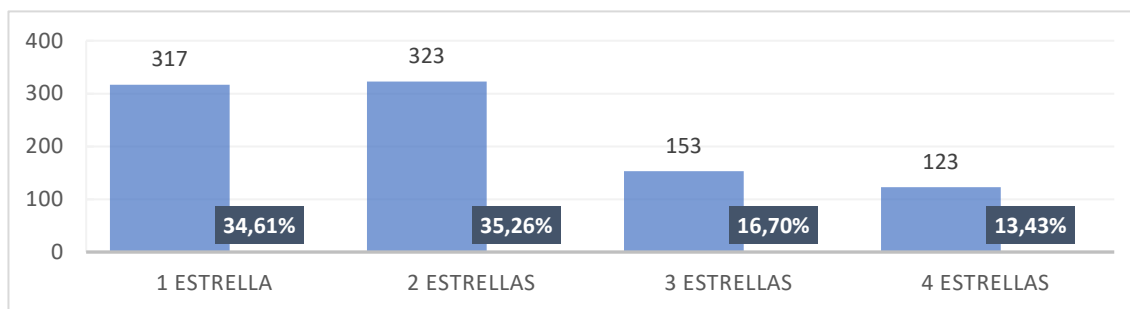
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del REAT

Según este análisis podemos afirmar que los establecimientos más representativos son las pensiones (1.315), seguido de los hoteles (927) y los establecimientos de turismo rural (541).

Tomando como referencia estas tres categorías, se evalúa a continuación su distribución según el número de estrellas:

- Hoteles: Su categoría se mide entre 1 y 5 estrellas
- Pensiones: Su categoría se mide entre 1 y 3 estrellas
- Casas de turismo rural: Su categoría se mide ente 1 y 4 estrellas verdes

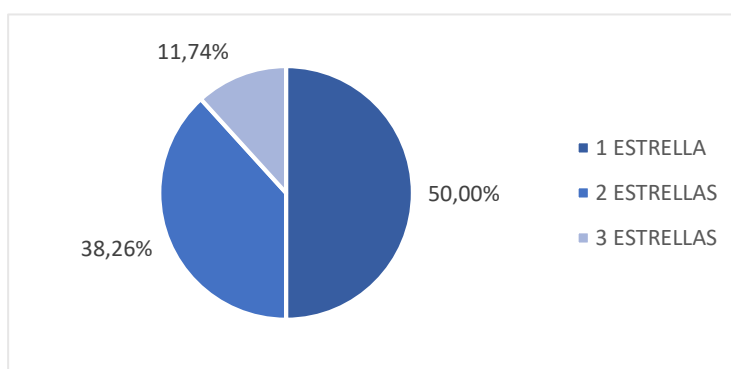
GRÁFICO 16. DISTRIBUCIÓN GENERAL DE LOS HOTELES SEGÚN SU CATEGORÍA (Unidades)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del REAT

Dentro de la categoría de los hoteles, los establecimientos más representativos son aquellos de menor categoría, especialmente los de 3 y 2 estrellas, alcanzando apenas un 1% aquellos de categoría superior. Este reparto se reproduce en el resto de tipologías, como se puede apreciar en las pensiones:

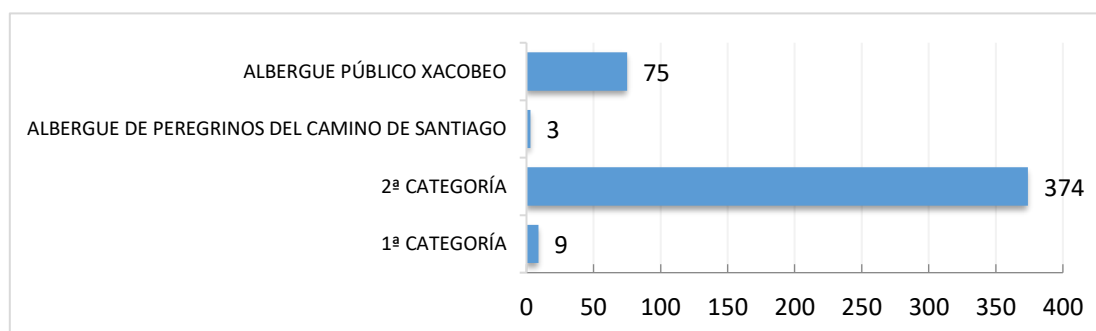
GRÁFICA 17. DISTRIBUCIÓN GENERAL DE LAS PENSIONES SEGÚN SU CATEGORÍA (%)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del REAT

Debido a la especial importancia de la modalidad de albergues turístico dentro del Plan Director, se analiza un apartado específico de esta categoría:

GRÁFICO 18. DISTRIBUCIÓN GENERAL DE LOS ALBERGUES TURÍSTICOS SEGÚN SU CATEGORÍA (Unidades)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del REAT

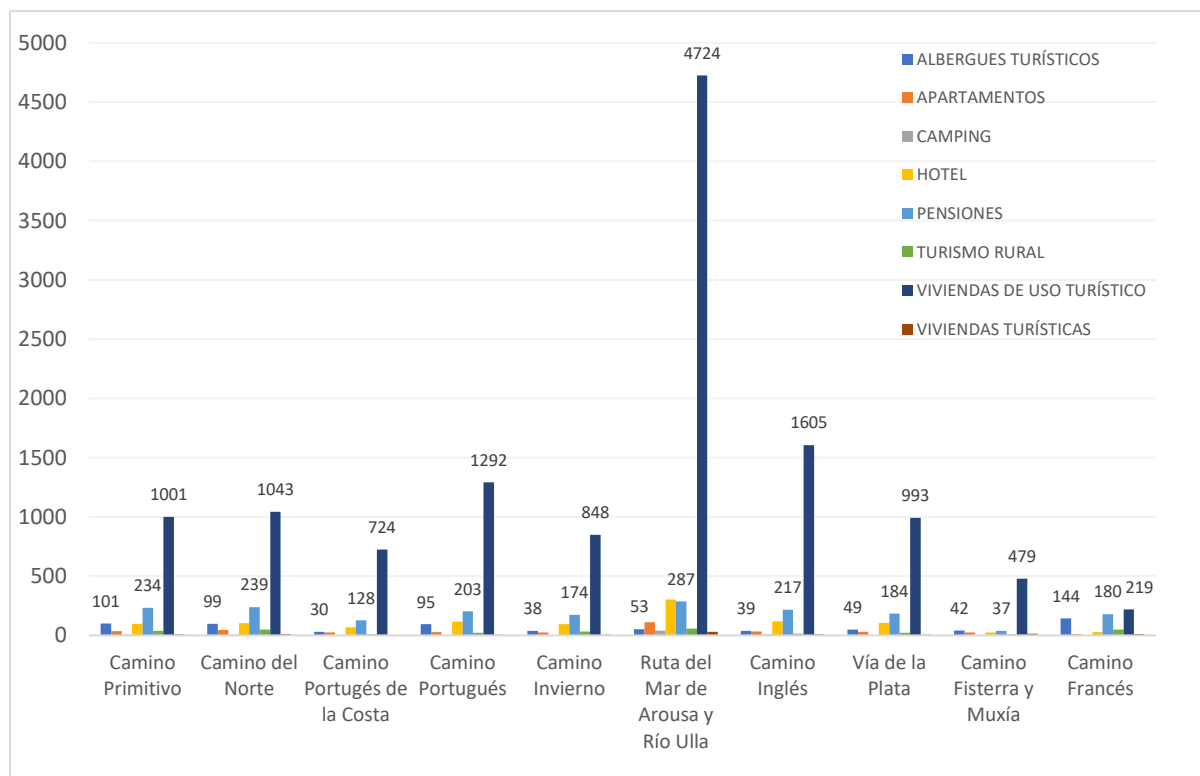
Existe un reparto desigual en lo relativo a la tipología de albergues turísticos. Se realiza una distinción entre los albergues privados (1ª y 2ª categoría) y los albergues públicos (Albergues públicos xacobeos y Albergues de peregrinos del Camino de Santiago).

Los albergues privados tienen un volumen muy superior a los albergues públicos debido a la gran oferta de albergues de 2ª categoría. La clasificación de los albergues turísticos en dos categorías, albergue turístico de primera categoría y albergue turístico de segunda categoría, sustituye la clasificación por estrellas de una, dos y tres estrellas del Decreto 267/1999, de 30 de septiembre, que se correspondía con la de las pensiones. Los criterios de las categorías se encuentran a partir del Artículo 23 “Criterios de clasificación para los albergues turísticos de primera y segunda categoría” del DECRETO 48/2016, de 21 de abril. El número de plazas de los albergues turísticos es de 15.706 conforme los datos facilitados por el REAT, lo que significa que los albergues representan el 7% de las plazas totales en Galicia. El reparto de las plazas sigue la misma distribución del número de albergues según su tipología.

Radiografía del reparto actual de los alojamientos según Camino

A continuación, se realizará un análisis más exhaustivo de la situación actual de la oferta de alojamientos por cada uno de los Caminos de Santiago.

GRÁFICO 19. DISTRIBUCIÓN GENERAL DE ALOJAMIENTOS EN DISTINTOS CAMINOS SEGÚN TIPOLOGÍA
(Unidades)

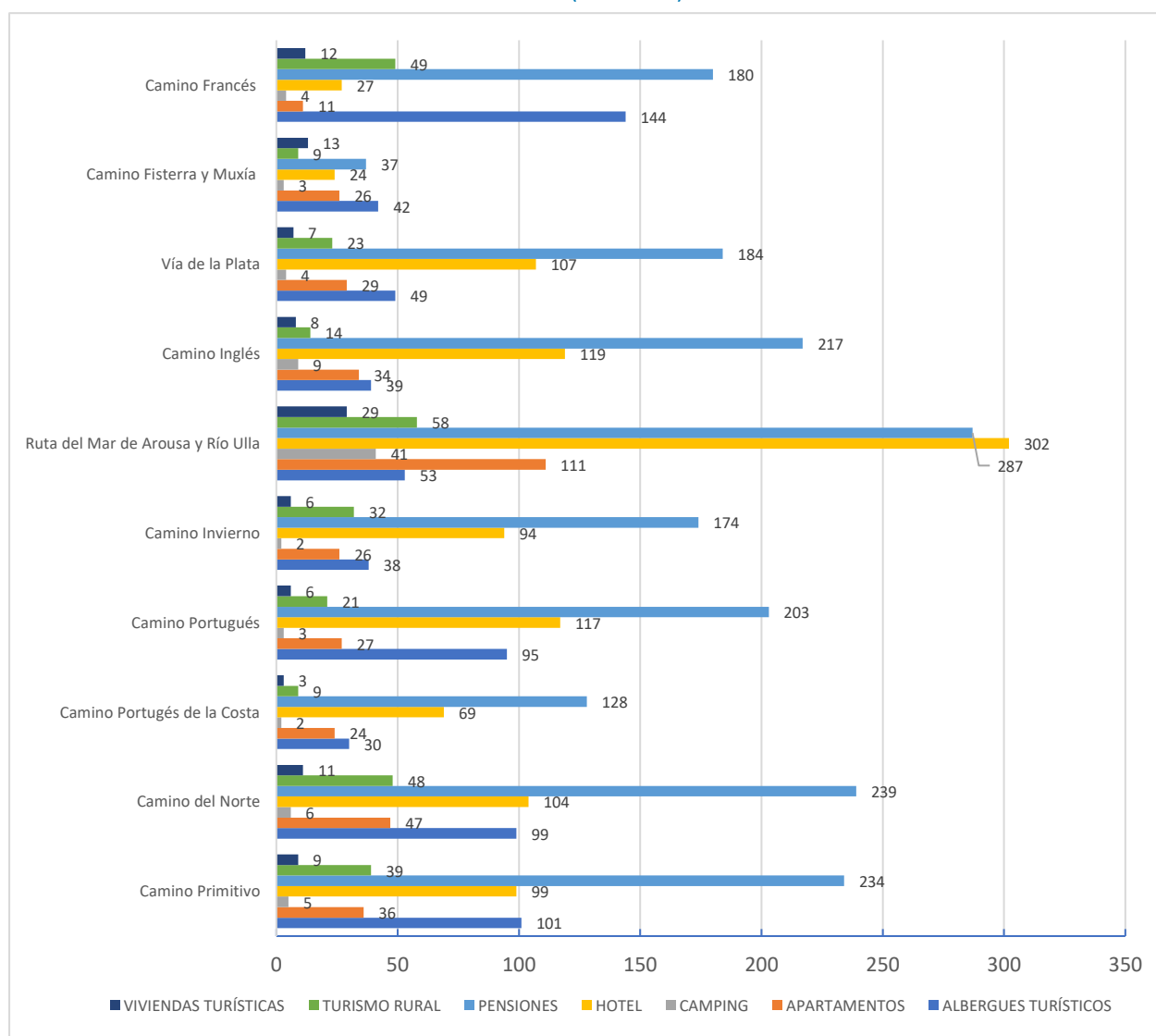


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del REAT

Analizando la distribución de los alojamientos por tipología en los distintos Caminos se aprecia un reparto desigual entre los mismos. Uno de los elementos más destacados es la alta representatividad de las viviendas de uso turístico en todos los Caminos a excepción del Camino Francés, donde su relevancia es mucho menor. Esto se debe a que los distintos Caminos cruzan ayuntamientos históricamente turísticos, como es el caso de Ribeira Sacra o las Rías Baixas.

A partir de estos resultados podemos señalar que la oferta de alojamientos del Camino Francés está más orientada al producto específico del Camino, mientras que el resto de los Caminos conforman su oferta de alojamientos a partir de la ya preexistente en estos ayuntamientos turísticos.

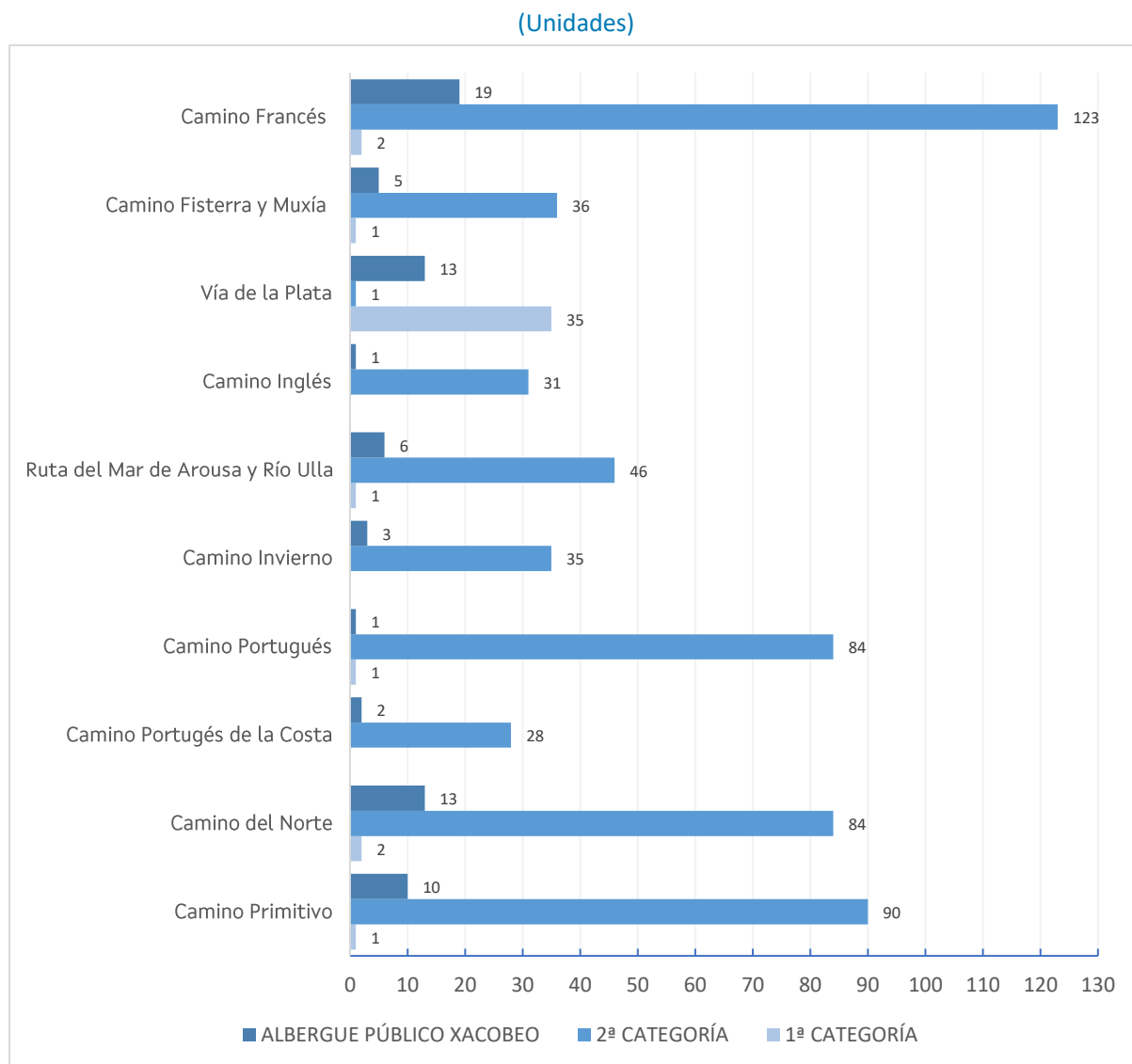
GRÁFICO 20. DISTRIBUCIÓN GENERAL DE LOS ALOJAMIENTOS EN LOS DISTINTOS CAMINOS SEGÚN TIPOLOGÍA (Unidades)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del REAT

Analizando la oferta turística por Camino, eliminando las viviendas de uso turístico, observamos que la distribución de los alojamientos en los distintos Caminos es similar, excepto en el Camino Francés. En los Caminos predominan las pensiones, excepto en la Ruta del Mar de Arousa y Río Ulla, donde destacan los hoteles, dado que las etapas cruzan en su mayoría ayuntamientos turísticos. En segundo lugar, se encuentran los hoteles seguidos de los albergues.

GRÁFICO 21. DISTRIBUCIÓN DE LOS ALBERGUES EN LOS DISTINTOS CAMINOS SEGÚN SU CATEGORÍA



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del REAT

Analizando la distribución de la tipología de albergues podemos observar una gran inversión privada en el Camino Francés, en los albergues de 2ª categoría y en la Vía de la Plata, en los albergues de 1ª categoría.

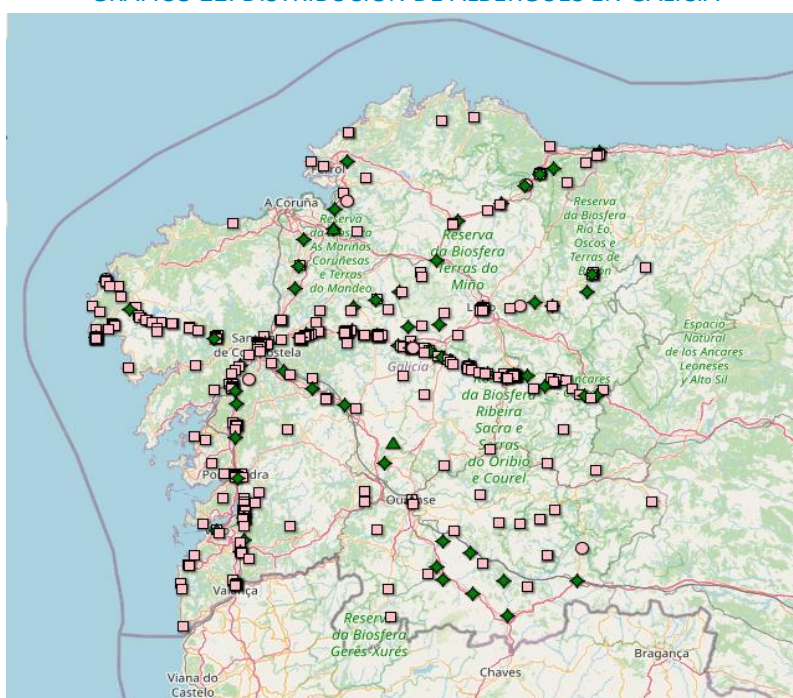
La distribución en el resto de Caminos es bastante homogénea excepto en el Caminos Inglés y Portugués, donde la inversión en este tipo de alojamientos es muy reducida.

En cuanto a inversión pública, destacan los albergues xacobeos del Camino Francés, la Vía de la Plata y el Camino del Norte. En cuanto a la geolocalización de los albergues, se trazó un mapa con la situación de los establecimientos segmentados según su tipología y su naturaleza, pública o privada.

El color verde representa los albergues de naturaleza pública y el rosa representa los albergues de naturaleza privada. La tipología se clasifica de la siguiente manera, según los símbolos indicados:

- 1º categoría ●
- 2º categoría ■
- Albergue de peregrinos del Camino de Santiago ▲
- Albergue público Xacobeo ◆

GRÁFICO 22. DISTRIBUCIÓN DE ALBERGUES EN GALICIA

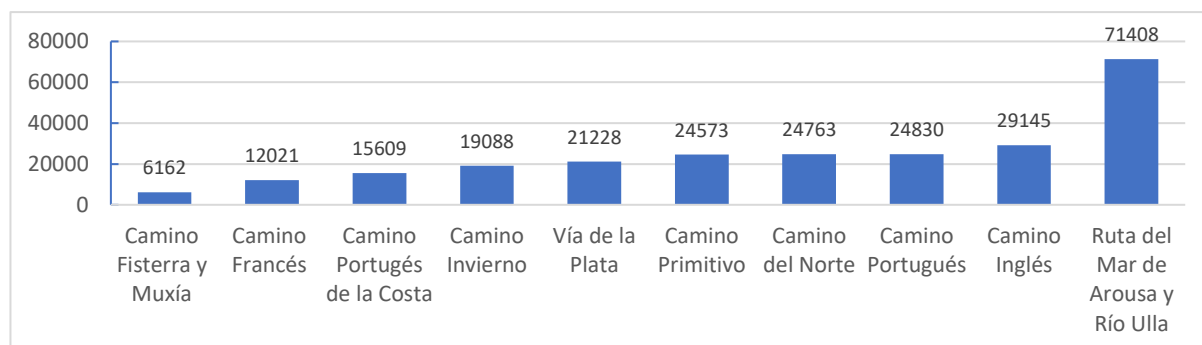


Fuente: Elaboración propia a través de la plataforma GPS Visualizer

Si comparamos la ilustración anterior con las rutas de los Caminos, se puede observar una clara correlación, ya que la gran mayoría de los albergues tiene la finalidad de satisfacer la demanda de los peregrinos. El mayor volumen de albergues sigue la ruta del Camino Francés y se contempla una menor afluencia de estos alojamientos en la Vía de la Plata, donde los albergues se sitúan muy dispersos unos de los otros.

Los albergues públicos tienen una distribución muy homogénea sobre los Caminos en comparación a los albergues privados, los cuales tienen una mayor presencia en las zonas de mayor flujo de peregrinos.

GRÁFICO 23. PLAZAS SEGMENTADAS POR CAMINOS (Unidades)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del REAT

Para realizar este análisis hay que tener en cuenta la oferta de alojamiento de los distintos Caminos. Observando el gráfico anterior se puede observar la fuerte relación que comparten los gráficos, sobre todo en los extremos. La Ruta del Mar de Arousa y Río Ulla tiene una oferta de alojamiento muy elevada, lo que marca su liderazgo en el número de plazas. Por otro lado, el Camino Francés y el Camino Fisterra y Muxía tienen menos de 15.000 plazas, principalmente debido al reducido número de viviendas de uso turístico que engloban.

En el siguiente gráfico se analiza el porcentaje de plazas segundo la tipología del alojamiento:

CUADRO 04. PORCENTAJE DE PLAZAS POR CAMINOS Y TIPOLOGÍA (%)

| | ALBERGUES TURÍSTICOS | APARTAMENTOS | CAMPING | HOTEL | PENSIÓNES | TURISMO RURAL | VIVENDAS TURÍSTICAS | VIVENDAS DE USO TURÍSTICO | TOTAL |
|-----------------------------------|----------------------|--------------|---------|-------|-----------|---------------|---------------------|---------------------------|-------|
| Camino Primitivo | 18,2 | 3,4 | 7,9 | 30,7 | 16,5 | 2,0 | 0,2 | 21,0 | 24573 |
| Camino del Norte | 17,7 | 2,5 | 9,5 | 28,2 | 17,3 | 2,5 | 0,2 | 22,1 | 24763 |
| Camino Portugués de la Costa | 11,5 | 1,5 | 10,5 | 36,3 | 15,7 | 0,7 | 0,1 | 23,6 | 15609 |
| Camino Portugués | 14,5 | 1,3 | 7,2 | 34,8 | 14,5 | 1,0 | 0,1 | 26,6 | 24830 |
| Camino Invierno | 11,8 | 1,4 | 8,6 | 35,7 | 17,2 | 2,2 | 0,2 | 22,9 | 19088 |
| Ruta del Mar de Arousa y Río Ulla | 3,4 | 5,4 | 18,1 | 29,0 | 8,0 | 1,0 | 0,3 | 34,9 | 71408 |
| Camino Inglés | 7,2 | 1,8 | 10,5 | 37,4 | 15,0 | 0,6 | 0,2 | 27,3 | 29145 |
| Vía de la Plata | 11,5 | 1,4 | 8,8 | 36,5 | 16,3 | 1,4 | 0,2 | 23,9 | 21228 |
| Camino Fisterra y Muxía | 18,7 | 6,8 | 7,7 | 14,6 | 8,3 | 1,9 | 1,0 | 41,0 | 6162 |
| Camino Francés | 45,9 | 1,7 | 5,9 | 8,7 | 21,1 | 5,0 | 0,3 | 11,3 | 12021 |

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del REAT

En la mayoría de los Caminos, el volumen de plazas se concentra en los hoteles y en las viviendas de uso turístico, a excepción del Camino Francés en el cuál, como se observa anteriormente, su oferta se centra en los albergues turísticos.

Análisis de la valoración de los alojamientos en los Caminos

En este apartado, se pretende describir la valoración de los alojamientos en el Camino en las plataformas web Booking, Google My Business y Tripadvisor, dado que estas son las más utilizadas en la actualidad para valorar alojamientos turísticos por los clientes.

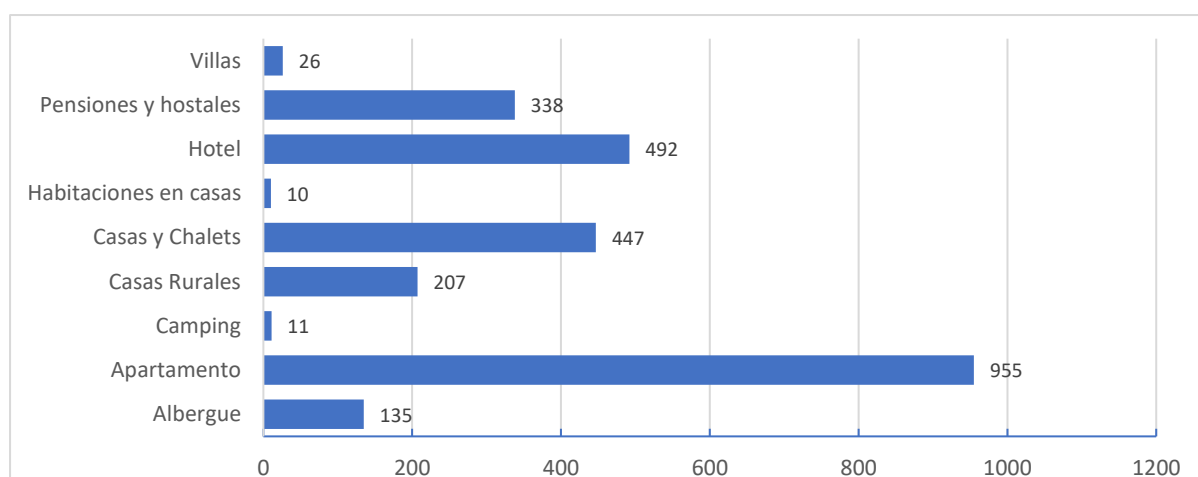
Para la realización de este estudio, se analizó una muestra de más de 3000 establecimientos publicados en las principales plataformas de internet (Booking y Google My Business). Para la extracción de esta muestra, se ha utilizado una herramienta de web *scraping* en las fechas de mayor volumen de oferta hostelera. Durante este proceso, se han eliminado aquellos alojamientos que carecen de valoración, debido a su baja demanda o a su reciente publicación.

Es preciso resaltar que, para crear la muestra, no se han recogido las valoraciones englobadas en el buscador Tripadvisor dado que la naturaleza de su interfaz de valoraciones imposibilita su comparación con el resto de plataformas.

En lo relativo al análisis, se realiza una distribución por las categorías de alojamiento establecidas en cada plataforma. En Booking se establecen las siguientes categorías: hoteles, albergues, pensiones y hostales, campings, apartamentos, casas y chalés, chalés de montaña, villas, casas rurales y habitaciones en casas. En el estudio de Booking se pudo realizar un seguimiento de la localización y su situación en el Camino de Santiago de cada alojamiento.

En el caso de Google My Business, los alojamientos se clasifican en hoteles y alquileres vacacionales. Los alquileres vacacionales se clasifican a su vez en apartamentos, casas rurales y viviendas turísticas.

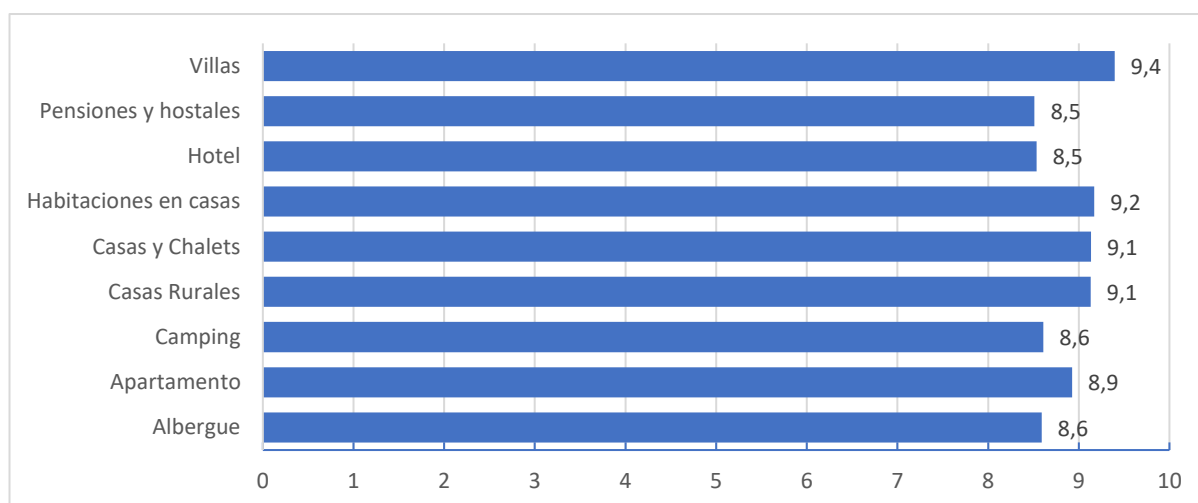
GRÁFICO 24. NÚMERO DE ALOJAMIENTOS EN BOOKING SEGÚN SU CATEGORÍA (Unidades)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos recabados en la plataforma web www.booking.com

La oferta principal de la plataforma Booking se centra en los apartamentos turísticos, con casi más del doble de oferta que el resto de las tipologías, seguido por los hoteles, casas y chalés y pensiones.

GRÁFICO 25. VALORACIONES PROMEDIO DE LOS ALOJAMIENTOS SEGÚN TIPOLOGÍA (BOOKING) (N)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos en la plataforma Booking.com

Analizando las valoraciones, observamos que la tipología de alojamiento mejor valorada en la plataforma son las villas. Cabe destacar que existe una oferta limitada de esta tipología de alojamiento, sin embargo, cuentan con una valoración media (9,4) muy elevada. Le siguen las categorías de "habitaciones en casas" y "casas y chalés". En este caso, el dato más significativo se encuentra en la categoría de casas y chalets, que cuentan con un elevado número de establecimientos dentro de la muestra y una valoración media superior al 9, indicando el alto grado de satisfacción de los clientes en este tipo de alojamientos. En lo relativo al resto de categorías, los apartamentos tienen una muy buena valoración teniendo en cuenta el volumen de publicaciones en esta plataforma en la tipología "apartamento".

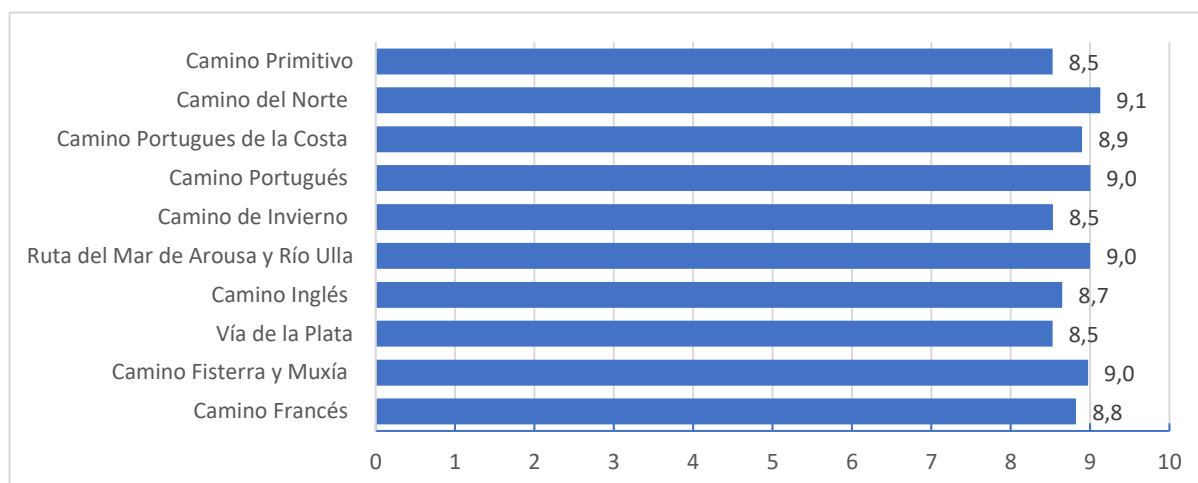
Se resaltan los alojamientos en la categoría "albergue", los cuales obtienen una valoración media de 8,5 situándose en la media de las valoraciones, por debajo de las viviendas turísticas y por encima de los hoteles y pensiones. Este tipo de hospedaje tiene una gran importancia en relación a los Caminos de Santiago, por lo que se establece como de vital importancia conseguir, obtener y mantener unas valoraciones óptimas para mantener y mejorar su imagen frente al peregrino.

Realizando una comparativa de las categorías predominantes en la plataforma Booking, se puede observar que las valoraciones de los "hoteles" son inferiores a las valoraciones medias de las otras tres tipologías ("apartamentos", "casas y chalés" y "albergue").

A partir del análisis de las reseñas de los usuarios, se establece como clave del éxito el trato individualizado que ofrecen los apartamentos y las casas y chalés, que se les permiten diferenciarse de establecimientos

que pueden acoger a una gran demanda de visitantes como hoteles y pensiones, categorías que obtuvieron las valoraciones medias más bajas de esta comparativa.

GRÁFICO 26. VALORACIONES MEDIAS DE LOS ALOJAMIENTOS POR CAMINO (N)



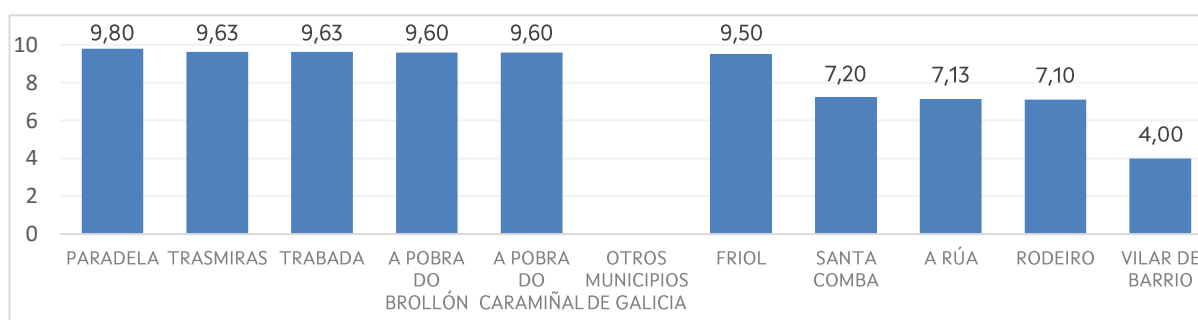
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos en la plataforma Booking.com

En términos generales, se puede afirmar que los establecimientos en el Camino cuentan con buenas valoraciones. Realizando una comparativa entre los distintos Caminos, la Vía de la Plata se sitúa como el Camino con una menor valoración media de sus alojamientos. Esto se debe principalmente a la gran variedad de establecimientos y municipios que engloba, entre los que se incluyen localidades con escasa oferta hostelera y bajas valoraciones, como es el caso del municipio de Vilar de Barrio, en la provincia de Ourense. Dentro de esta media también se encuentran el Camino de Invierno y el Camino Primitivo. Estos dos Caminos, si bien ambos Caminos engloban un menor número de municipios, estos tienen valoraciones medias bajas, por debajo de 8, como es el caso de A Rúa, Rodeiro, Quiroga y Pedrafita do Cebreiro.

En el extremo superior destacan la alta valoración de los alojamientos incluidos en el Camino del Norte y la Ruta del Mar de Arousa.

Las valoraciones medias de los Caminos se ven afectadas, en gran medida debido a las valoraciones medias de los establecimientos.

GRÁFICO 27. VALORACIÓN MEDIA DE LOS ESTABLECIMIENTOS SEGÚN MUNICIPIO (BOOKING)



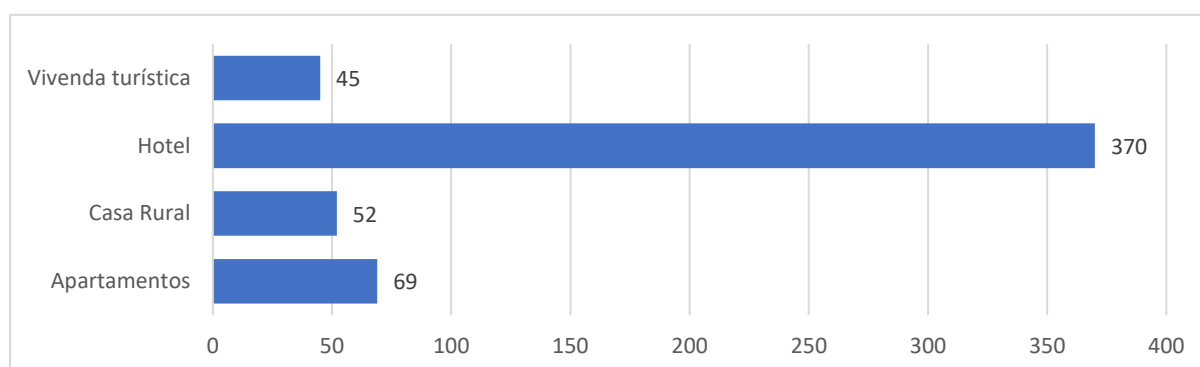
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos en la plataforma Booking.com

Se realiza un análisis de las valoraciones medias de los establecimientos agrupadas por los municipios que integran los diferentes Caminos, con el objetivo de identificar aquellos municipios que sobre los que realizar actuaciones prioritarias. En términos generales, los municipios cuentan con buenas valoraciones medias, situándose por encima del 8. En el extremo superior se destacan los municipios de Paradela, en el Camino Francés, Trasmirás, en la Vía de Plata y Trabada, en el Camino del Norte y en el extremo inferior destacan los municipios de Vilar de Barrio, en la Vía de la Plata, Rodeiro y A Rúa, en el Camino de Invierno.

Análisis Google My Business

En esta muestra se han utilizado más de 3000 anuncios de distintos alojamientos en Galicia de la plataforma de reseñas de Google, pero la mayoría de estos anuncios no contaban con la valoración en su página principal o estaban repetidos múltiples veces. Las reseñas recogidas se dividen según las categorías de alojamiento al que representan: alquileres vacacionales (para una mayor especificación se dividen en viviendas turísticas, casas rurales y apartamentos) y hoteles. Existiendo un mayor número de reseñas disponibles en esta última categoría. En el resto de categoría las valoraciones disponibles se reparten de forma homogénea.

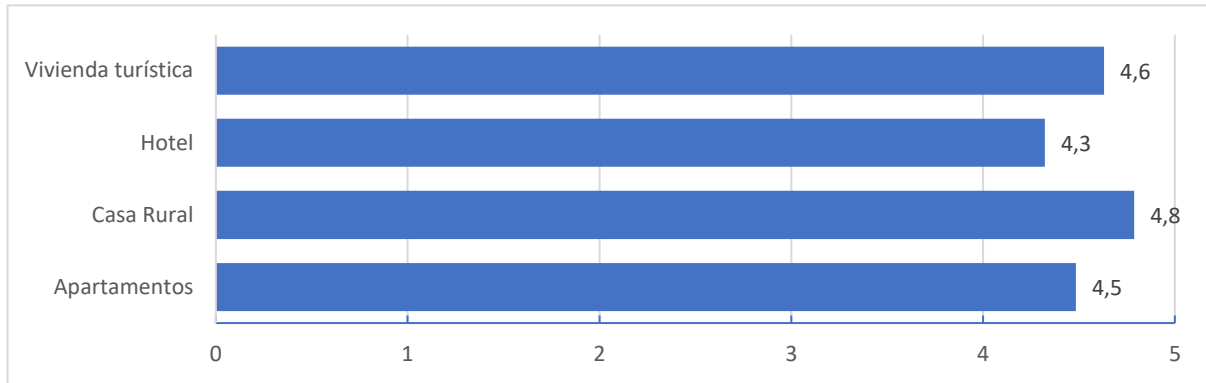
GRÁFICO 28. NÚMERO DE ALOJAMIENTOS POR TIPOLOGÍA (GOOGLE) (N)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la plataforma Google Travel

En cuanto a las valoraciones, similarmente a los resultados obtenidos en el análisis de la plataforma Booking.com, los establecimientos que ofrecen una atención más personalizada dirigida hacia una demanda más concreta cuentan con valoraciones medias superiores a los establecimientos con mayor capacidad, como los hoteles. Dentro de la categoría de alquileres vacacionales, las casas rurales obtienen las mejores valoraciones, seguidas de las viviendas turísticas y los apartamentos.

GRÁFICO 29. VALORACIONES MEDIA SEGÚN TIPOLOGÍA (GOOGLE)



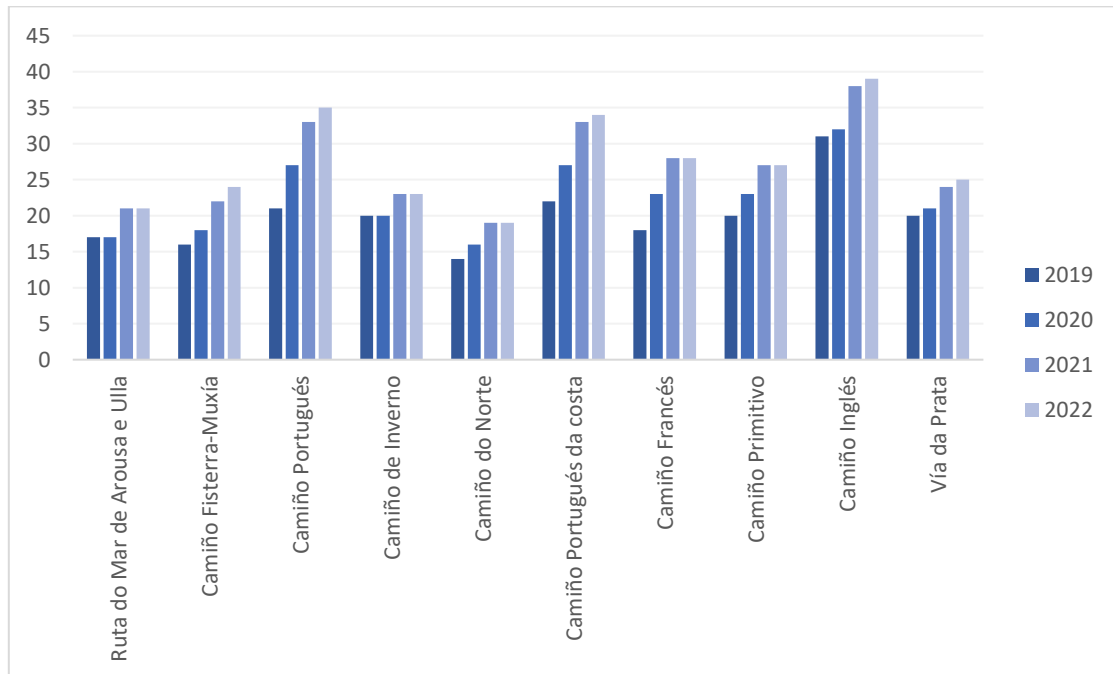
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la plataforma Google Travel

El estudio de la localización de los alojamientos en las reseñas de Google se ve imposibilitado por la configuración de la plataforma, ya que la localización se visualiza en forma de mapa y no permite el almacenamiento de información por *Web scrapping* para su análisis como base de datos. El Web scraping o raspado web, es una técnica utilizada mediante programas de software para extraer información de sitios web.

Análisis de la calidad de los alojamientos y servicios al peregrino en los Caminos

Estudiando la distribución de la calidad de los establecimientos en los distintos Caminos, estructuramos el siguiente gráfico y cuadro, donde se detallan los certificados de calidad reconocidos como la Q Calidad.

GRÁFICO 30. VARIACIÓN DEL NÚMERO DE CERTIFICACIONES DE Q DE CALIDAD POR CAMINO 2019-2022



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recabados en la web Q de Calidad y SICTED

La Q de calidad es la marca que garantiza la calidad de los productos y servicios ofrecidos por los diferentes establecimientos del sector turístico. Es reconocido en el ámbito nacional e internacional y certifica que el establecimiento que la ostenta superó unas pruebas rigurosas y objetivas en su compromiso con la calidad. Está destinada al sector turístico, promocionada por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, y es expedida por el Instituto para la Calidad Turística Española- ICTE. Analizando la distribución de estos certificados, vemos que, en términos absolutos, el mayor número de establecimientos que ostentan estas certificaciones se encuentran en el Camino Portugués y Portugués de la Costa, así como el Camino Inglés. Cabe destacar que los primeros cruzan municipios tradicionalmente turísticos, por lo que no se puede afirmar ni atribuir dicha calidad como una derivada exclusivamente del camino,

Analizando la distribución de los certificados de la Q de calidad por sectores que prestan servicio al peregrino se puede observar:

GRÁFICO 31. VARIACIÓN DEL NÚMERO DE CERTIFICACIONES DE Q DE CALIDAD POR CAMINO EN ALBERGUES 2019-2022 (N)

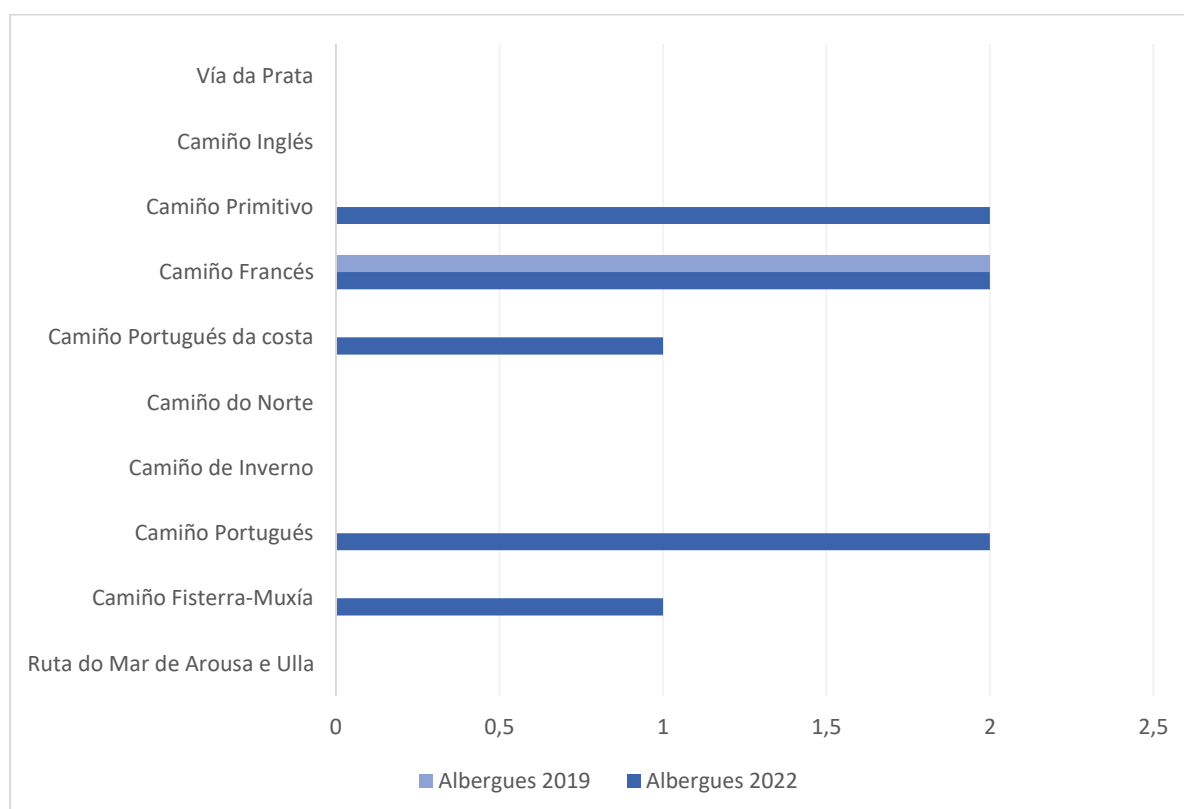


GRÁFICO 32. VARIACIÓN DEL NÚMERO DE CERTIFICACIONES DE Q DE CALIDAD POR CAMINO EN HOTELES 2019-2022 (N)

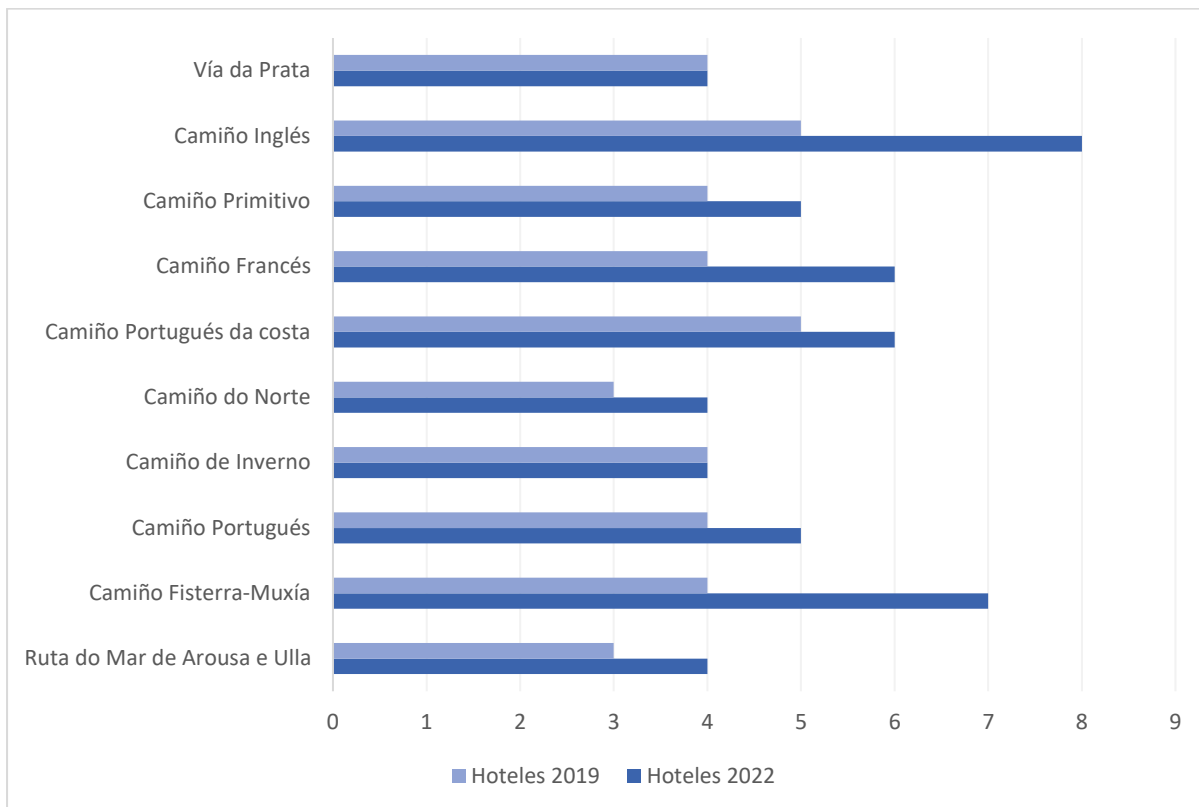
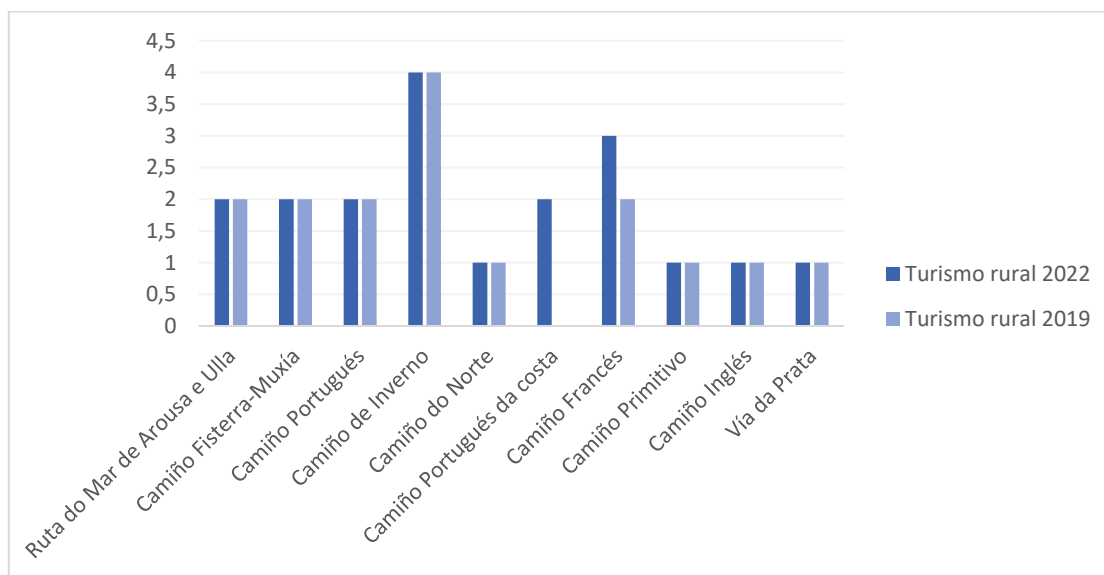
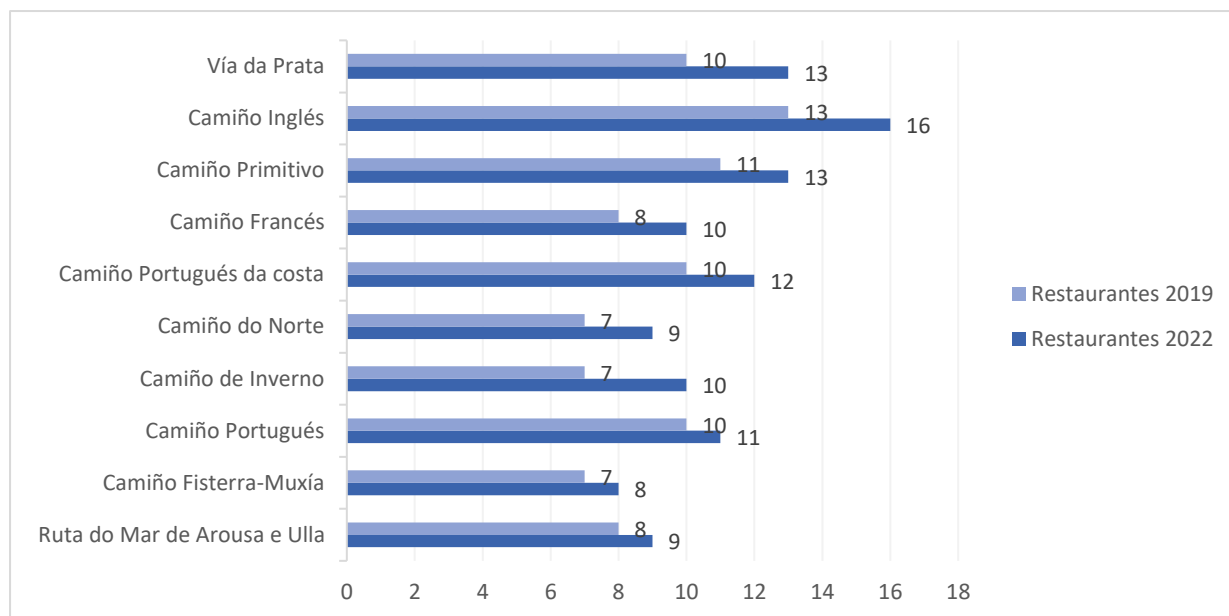


GRÁFICO 33. VARIACIÓN DEL NÚMERO DE CERTIFICACIONES DE Q DE CALIDAD POR CAMINO EN TURISMO RURAL 2019-2022 (N)



Cabe destacar la aplicación de estas certificaciones de calidad a otros establecimientos que proveen servicios al peregrino como es el caso de la restauración (cafeterías, café-bar y restaurantes), las agencias de viaje y otros (puertos deportivos, etc).

GRÁFICO 34. VARIACIÓN DEL NÚMERO DE CERTIFICACIONES DE Q DE CALIDAD POR CAMINO y TIPOLOGÍA DE ESTABLECIMIENTO EN RESTAURACIÓN 2019-2022 (N)

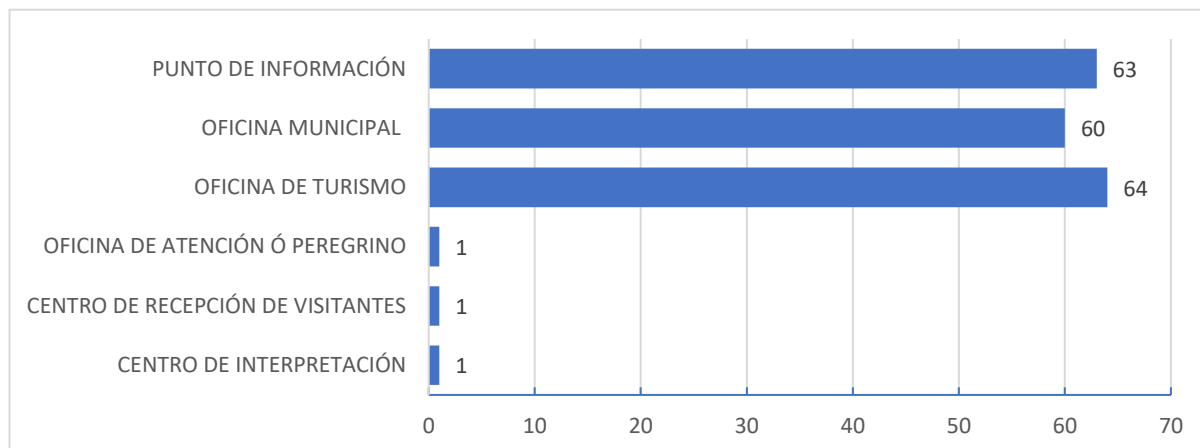


Las variaciones en restauración se concentran principalmente en el ámbito de los restaurantes, representando una ligera mejoría con respecto a 2019 en el número de establecimientos que cuentan con esta certificación.

Análisis de los establecimientos de atención al peregrino

Para realizar el siguiente análisis, se ha utilizado una muestra de 191 establecimientos de atención al peregrino, dedicados principalmente a proporcionar información turística de Galicia y del Camino de Santiago. La muestra se clasifica en seis grupos siguiendo la presente distribución:

GRÁFICO 35. NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS DE INFORMACIÓN EN GALICIA (Unidades)

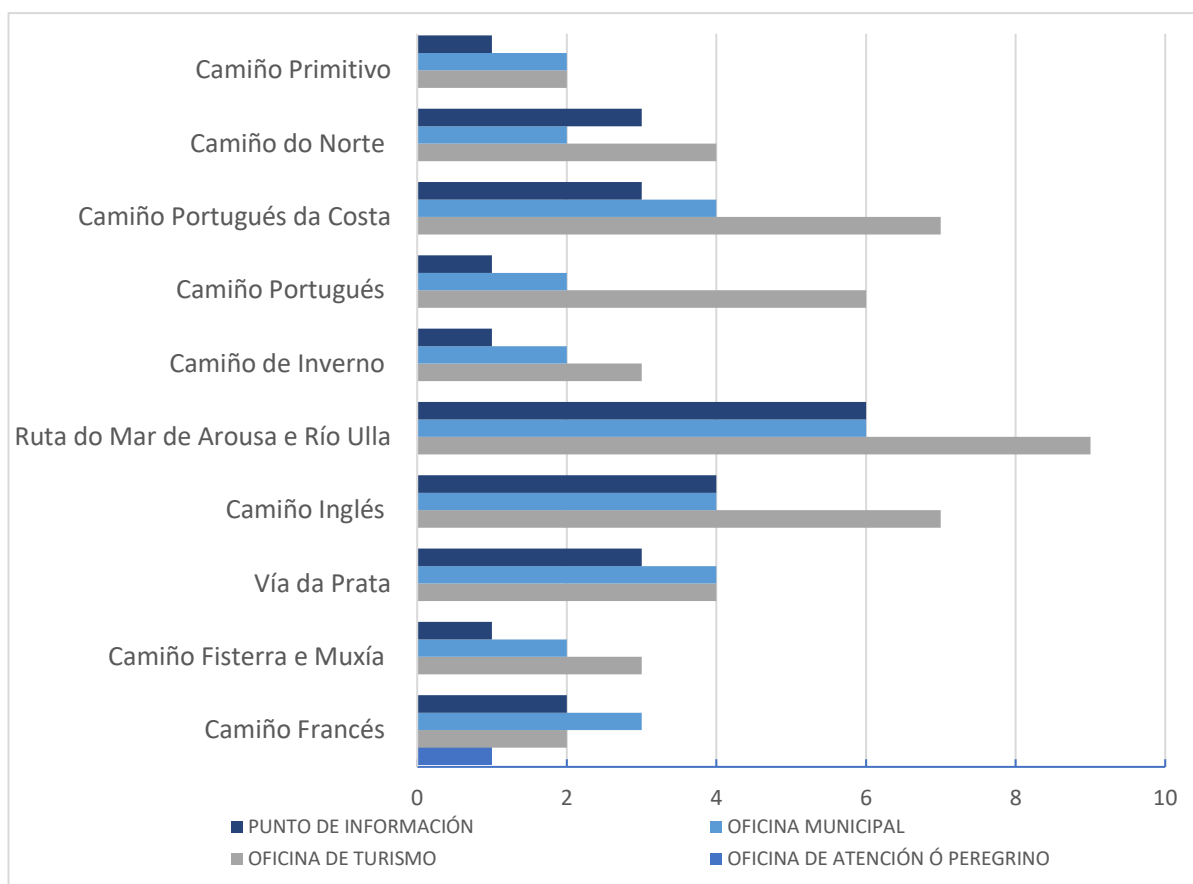


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recabados en www.turismo.gal

El mayor volumen de establecimientos de información se incluye en las categorías de las oficinas de turismo, oficinas municipales y los puntos de información. Estos puntos de atención al visitante reciben tanto a los visitantes con inquietudes ligadas al Camino como a turistas con interés por otros recursos de la comunidad gallega.

A Coruña cuenta con el número más elevado de entidades de información, seguido de Pontevedra, Ourense y Lugo. Entre los ayuntamientos con mayor presencia de estos establecimientos destacan las principales ciudades de Galicia como A Coruña, Santiago, Vigo, Pontevedra o Ferrol y algunas localizaciones como Cangas, Muros, Nigrán, Ponteceso o Ribeira.

GRÁFICO 36. NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS DE INFORMACIÓN EN LOS CAMINOS (Unidades)

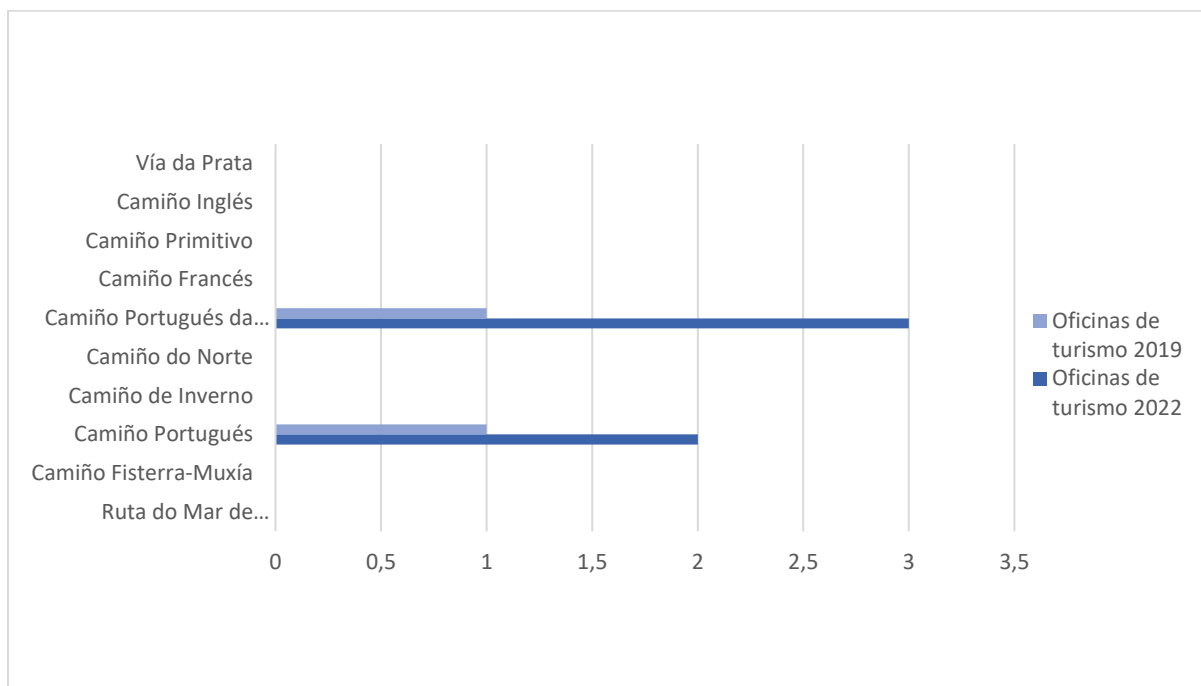


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recabados en www.turismo.gal

Analizando los establecimientos de información respecto a los diferentes Caminos, podemos concluir que la mayor cantidad de puntos se sitúa alrededor del Camino Ruta del Mar de Arousa y Río Ulla, debido a que su recorrido incluye municipios urbanos y de carácter marcadamente turístico. Esta distribución coincide con la tendencia en el número de alojamientos, analizada anteriormente, y se centra principalmente en la relevancia de los municipios por los que transcurre y su turismo preexistente e independiente del turismo relacionado con el Camino.

Para definir la calidad de los establecimientos de información al peregrino se realiza un estudio de su calidad, basado en el número de establecimientos de información al peregrino que cuentan con una certificación en la Q de Calidad.

GRÁFICO 37. NÚMERO DE OFICINAS DE TURISMO CERTIFICADAS CON LA Q DE CALIDAD POR CAMINO 2019-2022 (N)



La certificación en Q de calidad se concentra exclusivamente en las Oficinas de Turismo, contando con una dispersión desigual, concentrándose principalmente en los Caminos que cruzan la provincia de Pontevedra, zona que cuenta con el mayor número de oficinas certificadas en toda la Comunidad.

2.7. Análisis medio y entorno de los Caminos

Adecuación de los Caminos de Santiago a las Directrices del Paisaje en Galicia

Los itinerarios del Camino de Santiago en Galicia atraviesan 11 de las 12 grandes áreas paisajísticas (todas excepto Galicia Septentrional) definidas en el Catálogo de los Paisajes de Galicia. Entre las diferentes rutas destacan, por la variedad de comarcas paisajísticas que atraviesan, el Camino Francés (9), el Camino de Invierno (8) y el Camino de la Vía de la Plata (8).

Las Directrices del Paisaje de Galicia establecen una serie de Objetivos de Calidad Paisajística (OCP) entre ellos, un OCP propio para el Camino de Santiago. Este se centra en *lograr una matriz paisajística en el entorno de los Caminos de Santiago bien conservada mediante la protección de todos aquellos elementos que constituyen el paisaje cultural que conforma el Camino de Santiago y la minimización de las afecciones a las líneas estructurales del paisaje vinculado al Camino: elementos lineales (cierres tradicionales, setos, arbolado, etc.), sistema viario adyacente, cursos de agua, modelo parcelario y sistema de cultivos, valores medioambientales, fisiografía y relieve, infraestructuras, núcleos de población y patrimonio material e inmaterial.*

Además, fijan 10 OCG generales, de aplicación en el conjunto del territorio de la Comunidad Autónoma, entre las cuales destacan, en relación a los Caminos de Santiago:

- El OG2. Unos paisajes heterogéneos, en los que el mosaico paisajístico sea entendido como un valor en sí mismo, manteniendo una matriz paisajística que aporte variedad textural y perceptiva, evitando la banalización y el abandono.
- El OG10. Unos paisajes vinculados a valores patrimoniales que pongan de manifiesto la relevancia histórica e identitaria de los elementos patrimoniales materiales e inmateriales.

Los Caminos de Santiago y las Áreas de Especial Interés Paisajístico

Las Directrices definen 3 OCG generales, aplicables a las Áreas de Especial Interés paisajístico (AEIP), conducentes a la preservación y mejora de los valores ecológicos, culturales y patrimoniales, y estéticos o panorámicos, definidos en función de los valores específicos de cada área.

Estos OCG son de aplicación a los itinerarios del Camino de Santiago en el ámbito de las 29 AEIP que atraviesan, que se relacionan, etapa a etapa, en el siguiente cuadro.

CUADRO 14: ÁREAS DE ESPECIAL INTERÉS PAISAJÍSTICO

| Itinerario | Tramo/etapa | Código AEIP | Nombre AEIP |
|---|--|------------------|------------------------------------|
| Camino Vía de la Plata | Feces -Verín | AEIP_04_22 | Río Támega |
| | Feces - Verín | AEIP_04_17 | Castelo de Monterrei |
| | Verín - Xinzo | | |
| | Laza - Xunqueira de Ambía | AEIP_04_09 | Val de Laza |
| | Verín - Laza | | |
| | Santa Mariña de Augas Santas - Pereiras | AEIP_05_22 | Augas Santas-Armeá |
| Dozón -Bendoiro | AEIP_07_31 | Pozo Negro | |
| Camino Vía de la Plata / Camino de Invierno | A Bandeira - Outeiro | AEIP_07_24 | Pazo de Santa Cruz de Rivadulla |
| | | AEIP_07_18 | O Pico Sacro |
| | | AEIP_07_25 | Miradoiro de Gundián |
| Camino de Invierno | Chantada - Rodeiro | AEIP_03_13 | Monte Faro |
| | Monforte de Lemos - Chantada | AEIP_05_03 | Canóns do Río Miño |
| | A Rúa - Quiroga | AEIP_05_07 | Paradaseca – Val do Río Soldón |
| | | AEIP_05_14 | Montefurado |
| Camino Francés | O Cebreiro-Triacastela | AEIP_01_17 | O Courel |
| | Triacastela – Sarria (por Samos) | AEIP_01_15 | San Cristovo do Real - Renche |
| | | AEIP_01_14 | Mosteiro de Samos |
| | Ferreiros - Portomarín | AEIP_05_02 | Val do Río Loio |
| Camino a Fisterra y Muxía | Santiago de Compostela - Negreira | AEIP_07_10 | O Monte do Pedroso |
| | | AEIP_07_09 | A Ponte Maceira |
| Camino del Norte | Santiago da Ría de Abres - Mondoñedo | AEIP_12_07 | Ría de Abres |
| | Lourenzá - Abadín | AEIP_03_03 | Valiñadares |
| | Baamonde – Sobrado dos Monxes | AEIP_03_09 | Alto Miño |
| | Baamonde – Sobrado dos Monxes / Guitiriz - Sobrado | AEIP_03_07 | Río Parga - Guitiriz |
| AEIP_07_03 | | Lagoa de Sobrado | |
| Camino Primitivo | Alto deo Acebo – Paradavella (por Póvoa do Burón) | AEIP_01_06 | Val do Burón |
| | Paradavella - Castroverde | AEIP_01_07 | A Marronda, O Ribón e Monte Grande |
| | San Romao da Retorta - Melide | AEIP_07_07 | Serra do Carreón |
| Camino Portugués | AEIP_06_11 | AEIP_06_11 | Monte Aloia |

| Itinerario | Tramo/etapa | Código AEIP | Nombre AEIP |
|------------|-------------|-------------|--------------------|
| | AEIP_06_12 | AEIP_06_12 | Gándaras de Budiño |
| | AEIP_08_07 | AEIP_08_07 | Río Barosa |

Fuente: Directrices del Paisaje de Galicia. Elaboración propia

El Camino de la Vía de la Plata es el que atraviesa un mayor número de Áreas de Especial Interés Paisajístico (10), seguido del Camino de Invierno (6).

Las afecciones al paisaje y los Caminos de Santiago

Las 7 OCPs aplicables a los 7 ámbitos de las Áreas de Especial Atención Paisajística (AEAP), en el conjunto del territorio de la Comunidad Autónoma, prestan atención a paisajes urbanos y rústicos degradados, como son:

- Repoblaciones forestales con especies alóctonas
- Líneas eléctricas de alta tensión en AEIP
- Explotaciones mineras
- Canteras
- Instalaciones industriales mal integradas en el paisaje
- Instalaciones empresariales mal integradas en el paisaje

En la práctica totalidad de las etapas y/o tramos de los itinerarios del Camino de Santiago están presentes estas afecciones paisajísticas. Tan sólo cinco no las sufren.

- En el Camino de la Vía de Plata, los tramos Xunqueira de Ambía-Ourense y Santa Mariña de Augas Santas-Pereiras
- En el Camino Francés, los tramos Sarria-Barbadelo, Barbadelo-Ferreiros y Arzúa-Salceda.

En relación a estos OCP se identifican tramos de los Caminos en los que confluyen varias de estas afecciones.

CUADRO 15: ÁREAS DE ESPECIAL INTERÉS TURÍSTICO

| Itinerario | Tramo/etapa | Explotación | Instalación industrial mal integrada en el paisaje | Infraestructura de producción y transporte de energía | Repoblaciones forestales con | Infraestructura de residuos |
|-------------------------------|-----------------------------------|-------------|--|---|------------------------------|-----------------------------|
| Camino Vía de la Plata | A Gudiña - Verín | | | | | |
| Camino de Invierno | As Médulas-O Barco de Valdeorras | | | | | |
| | A Rúa-Quiroga | | | | | |
| | Chantada-Rodeiro | | | | | |
| | Rodeiro-Bendoiro | | | | | |
| Camino Francés | O Cebreiro - Triacastela | | | | | |
| | Arca - Santiago | | | | | |
| Camino del Norte | Santiago da Ría-Mondoñedo | | | | | |
| | Lourenzá-Abadín | | | | | |
| | Baamonde-Sobrado | | | | | |
| | Guitiríz-Sobrado | | | | | |
| | Sobrado-Boimorto | | | | | |
| | Boimorto - Santiago | | | | | |
| Camino Primitivo | Castroverde – Sta María de Gondar | | | | | |
| | Sta María de Gondar - Lugo | | | | | |
| Camino Inglés | Miño-Bruma | | | | | |
| | Bruma – Sigüeiro | | | | | |
| | Sigüeiro-Santiago | | | | | |
| | A Coruña-Bruma | | | | | |
| Camino Portugués | Tui – Polígono Industrial | | | | | |
| | Polígono Industrial-O Porriño | | | | | |
| | O Porriño - Mos | | | | | |
| | Pontevedra-Caldas de Reis | | | | | |
| | Caldas de Reis - Padrón | | | | | |
| | A Escravitude-Milladoiro | | | | | |
| | Milladoiro-Santiago de Compostela | | | | | |
| Camino Portugués por la Costa | A Guarda – Oia | | | | | |
| | Oia-Baiona | | | | | |
| | Baiona - Vigo | | | | | |

Fuente: SIOSE. Directrices del Paisaje de Galicia. Elaboración propia

El elemento de degradación del paisaje más presente en el Camino son las plantaciones de especies alóctonas, que afectan al 70% de las etapas.

Las cuatro etapas o tramos más degradados paisajísticamente son:

- Baamonde -Sobrado, en el Camino del Norte
- Las Médulas – O Barco y O Barco – A Rúa, en el Camino de Invierno
- Pontevedra – Caldas, en el Camino Portugués

Calidad de los paisajes atravesados por los Caminos

Las Directrices de paisaje de Galicia proponen en su Anexo III Indicadores de calidad paisajística para el control y seguimiento del estado y de la evolución de las unidades de paisaje, propone diversos indicadores basados en la diversidad paisajística.

Atendiendo al objeto de este análisis, que es evaluar el entorno natural de los Caminos en función de su calidad paisajística, siguiendo este criterio, para analizar la calidad de cada uno de los tramos y etapas de los Caminos se ha aplicado un índice basado en la diversidad de los paisajes que atraviesan. Para establecerlo:

- Se ha partido del modelo de datos SIOSE (Sistema de Ocupación del Suelo en España) para el año 2014 (el más actualizado), que, para el territorio atravesado por los itinerarios del Camino de Santiago, expresa la ocupación de 43 tipos de cobertura diferentes (simples y compuestas).
- Se ha generado un índice de calidad paisajística, en función de la diversidad de coberturas atravesadas por el peregrino en cada etapa o tramo de los Caminos, ponderadas, de menor a mayor, en función de su naturalidad, según se indica en el siguiente cuadro.

CUADRO 16: COBERTURAS QUE SUMAN CALIDAD AL PAISAJE

| Tipo de cobertura | Cobertura | Valor |
|-------------------|--|-------|
| Asentamientos | Casco, Asentamiento agrícola y huerta | 2 |
| | Zona verde urbana, | 1 |
| Cultivos | Cultivo herbáceo, Invernadero, Frutal no cítrico, Otros cultivos leñosos | 1 |
| | Combinación de cultivos leñosos, Prado, Viñado | 2 |
| | Combinación de cultivos con vegetación, Combinación de cultivos | 3 |

| | | |
|-------------------------|--|---|
| Bosques | Bosque de frondosas, Bosque mixto | 3 |
| Otros | Pastizal-herbazal, Matorral, Combinación de vegetación | 3 |
| Infraestructuras | Puerto pesquero, | 2 |
| Terrenos sin vegetación | Playa, duna o arenal, Roquedo | 3 |
| Coberturas húmedas | Zona húmeda y pantanosa, Turbera, Marisma, | 3 |
| Coberturas de agua | Curso de agua, Lago o laguna, Mar | 3 |
| | Embalse | 1 |

Fuente: Directrices del Paisaje de Galicia. Elaboración propia

Al mismo tiempo, se han tenido en cuenta, para cada tramo, las coberturas que restan, ponderadas de -1 a -3 en función de la profundidad del impacto negativo que generan en el paisaje.

CUADRO 17: COBERTURAS QUE RESTAN CALIDAD AL PAISAJE

| Tipo de cobertura | Cobertura | Valor |
|-------------------------|--|-------|
| Asentamientos | Ensanche, Discontinuo | -1 |
| Bosques | Bosque de coníferas | -1 |
| Instalaciones | Instalación agrícola o ganadera, Instalación forestal, Servicio dotacional | -1 |
| | Extracción minera, Instalación industrial | -3 |
| Infraestructuras | Red viaria o ferroviaria, | -1 |
| | Puerto comercial, Infraestructura de suministro (de energía) | -2 |
| | Aeropuerto, Infraestructura de residuos | -3 |
| Terrenos sin vegetación | Suelo desnudo | -1 |
| Otros | Temporalmente desarbolado por incendios | -3 |

Fuente: Directrices del Paisaje de Galicia. Elaboración propia

De este análisis se puede extraer que hay una serie de etapas y tramos de los Caminos que presentan una variabilidad y naturalidad muy por encima de la media. Son:

- Los tramos finales del Camino a Fisterra y Muxía (Hospital-Muxía-Lires-Fisterra-Corcubión-Hospital)
- Miño – Bruma, en el Camino Inglés

- A Gudiña – Laza y Ourense – Cea en la Vía de la Plata
- Verín – Laza en el enlace del Camino Portugués por el interior con la Vía de la Plata

Esta calidad paisajística se fundamenta, en los Caminos interiores, en la naturalidad de los tramos, alejados de espacios urbanizados, y la presencia de múltiples elementos del paisaje costero (marismas, playas, mar...) en los litorales.

Además de la valoración de la variabilidad y naturalidad de cada una de las etapas y/o tramos, se halló la media de las valoraciones de las etapas y tramos para cada uno de los itinerarios, obteniéndose cuatro Caminos que se sitúan por encima de la puntuación media (12). El resultado es coherente con el del análisis por etapas y tramos, y responde a los mismos factores.

- Camino a Fisterra y Muxía (20)
- Camino Portugués por la Costa (16)
- Camino Ingles (15)
- Camino Vía de la Plata (15)

El resto de los itinerarios no alcanzan esta puntuación media.

Conclusiones

Teniendo en cuenta el objeto, metodología empleada y resultados de este capítulo del análisis interno, se establecen una serie de propuestas de intervención encaminadas a poner en valor los valores paisajísticos de los diversos itinerarios de los Caminos de Santiago en Galicia.

El **Camino de la Vía de la Plata** es el Camino que atesora mayores valores paisajísticos. Para ponerlos en valor adecuadamente sería preciso corregir las afecciones detectadas, con la integración de instalaciones industriales y, especialmente, la restauración de los restos de explotaciones mineras que se observan desde el itinerario.

El **Camino de Invierno**, aunque comparte valores en buena parte de su itinerario con el Camino de la Vía de la Plata, en dos de los tramos correspondientes a las Áreas de Especial Interés Paisajístico a las que da acceso exclusivamente su itinerario es necesario reducir la incidencia de las afecciones de todo tipo que degradan sus valores, especialmente significativas en el tramo A Rúa – Quiroga.

El **Camino a Fisterra y Muxía**, el de mayor calidad paisajística en términos de naturalidad y diversidad, requiere de una mayor integración de la presencia (puntual) de infraestructuras industriales en el itinerario, y de un tratamiento de la afección al paisaje de las plantaciones de especies alóctonas (presentes en casi todas las etapas).

El **Camino Portugués por la Costa** es uno de los mejor valorados paisajísticamente por la presencia de elementos litorales en buena parte de su recorrido. Aun asumiendo las limitaciones asociadas a su itinerario por espacios fuertemente urbanizados, requiere minimizar la afección que la plantación forestal de especies alóctonas supone en la totalidad de sus etapas.

El **Camino del Norte** se debería abordar, de nuevo, la corrección de la presencia de plantaciones de especies alóctonas en la práctica totalidad de sus etapas y la integración y/o restauración de las explotaciones mineras que hoy en día degradan los valores paisajísticos de las 5 áreas de especial interés por las que transcurre este itinerario.

En el **Camino Primitivo** las plantaciones de coníferas, comunes a la totalidad de sus etapas, generan uniformidad en el paisaje. Este factor, junto a la presencia dispersa de instalaciones industriales poco integradas, merece un tratamiento a la hora de poner en valor las áreas de especial interés paisajístico por las que transcurren sus etapas y, en general, de elevar la calidad del recorrido.

El **Camino Francés** requiere esfuerzos, sobre todo, en la integración de la industria dispersa (naves, almacenes...), que representan una afección negativa a su paisaje, y en el tratamiento de las plantaciones de especies alóctonas, comunes a la totalidad de las etapas desde Portomarín a Santiago de Compostela.

El paisaje del **Camino Portugués** está sometido a multitud de afecciones debido a que transcurre, en su mayor parte, por un territorio sometido a un intenso proceso de urbanización. Esto hace que resulte el peor valorado, paisajísticamente, de los itinerarios que transcurren por la Comunidad Autónoma, y sea el que más requiera una intervención destinada a la mitigación de los múltiples impactos que degradan el paisaje en la práctica totalidad de su recorrido.

El **Camino Inglés** resulta en el análisis ser uno de los de más alta calidad paisajística, por el peso que en el paisaje tienen los elementos litorales en sus primeras etapas desde A Coruña y Ferrol. La presencia constante de infraestructuras de transporte de energía, plantaciones de especies alóctonas, instalaciones industriales dispersas, requeriría, al igual que el Camino Portugués, una intervención específica para mitigar estos impactos, que comprometen la percepción de los valores paisajísticos que, sin duda, atesora.

2.8 Análisis de la experiencia del peregrino

Introducción

Para poder estudiar y comprender la experiencia vivida por el peregrino en los Caminos de Santiago, se realizaron encuestas sobre aspectos relacionados con la experiencia que vive el peregrino.

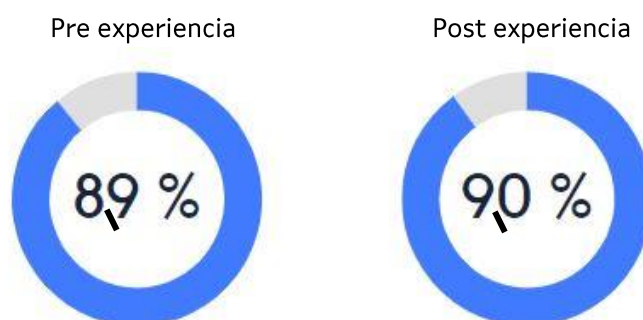
Valoración de la experiencia general de peregrinación

Expectativa previa y posterior a la realización de los Caminos

Del 1 al 10, la mayor parte de los encuestados valoraron la experiencia que esperaban vivir previa a la realización del camino con un 10, quedando una media total del 8,9.

A los peregrinos encuestados se les realizó la misma pregunta de valoración, pero una vez finalizado el camino, subiendo la media una décima hasta el 9.

GRÁFICO 38. Evaluación de las expectativas



Fuente: Elaboración propia

Por lo tanto, aunque las expectativas previas sean bastante elevadas para los peregrinos, la experiencia no ha decepcionado e incluso ha llegado a superar las expectativas de algunos caminantes encuestados. Estos datos nos indican la positiva imagen que tiene el camino y la acogida que obtiene de los usuarios que realizan las rutas.

Aspectos más positivos y más negativos de la experiencia

Sobre los aspectos más positivos que los peregrinos encuestados han mencionado sobre su experiencia, destacan el sentimiento de conexión con uno mismo y con la gente del entorno que realizaba el mismo trayecto. Muchos de los encuestados aluden a los sentimientos de introspección y de paz mental y a las reflexiones que se pueden llegar a tener con uno mismo mientras realizas el trayecto. En definitiva, la gran mayoría de los encuestados experimentan unos aspectos positivos relacionados con los sentimientos personales.

Por otro lado, también se destacan aspectos del entorno y del paisaje, caracterizados por su naturaleza tranquila y su capacidad para generar un entorno de introspección que, unido al carácter solidario y hospitalario de la gente que habita próximo a los Caminos, crean una experiencia muy positiva para los peregrinos.

Por último, sobre todo en las encuestas a peregrinos internacionales, se destaca el descubrimiento de pueblos con encanto que se encontraron por los Caminos y que no conocían con anterioridad.

Sobre los aspectos negativos, lo que más se repite en las encuestas son los peregrinos que comentan la inexistencia de experiencias negativas durante su trayectoria por los Caminos. En segundo lugar, algunos encuestados detallan la alta afluencia de los Caminos en determinadas fechas del año en ciertos tramos. Finalmente, otro de los aspectos que señalan como de especial consideración es la necesidad de contar una capacidad física buena, característica especialmente relevante en etapas de gran longitud.

Valoración de experiencia según la percepción de distintas variables

Se realizaron preguntas a los peregrinos sobre las condiciones y el mantenimiento de los caminos por los que transitaban, además de las accesibilidades básicas con las que se debería contar. Los temas a tratar son los siguientes:

- Estado de conservación del Camino
- Señalización y ayuda para seguir el Camino
- Seguridad para transitar el Camino
- Conservación del patrimonio natural del Camino
- Conservación del patrimonio cultural del Camino
- Cantidad de peregrinos con los que se ha coincidido
- Grado de digitalización de los servicios ofertados
- Accesibilidad para personas con dificultades de movilidad
- Capacidad de inclusión y respeto por la diversidad
- Calidad de las infraestructuras de alojamiento
- Calidad de la oferta gastronómica
- Otros servicios necesarios como atención médica, farmacias, transportes, etc.

Sobre el estado de conservación de los Caminos, la mayor parte de los encuestados valoró con un 8, obteniendo una media de 8,1. La señalización y ayuda a la hora de no tener ningún inconveniente para reconocer las rutas se valoró con un 8,4.

Un punto de gran importancia para los peregrinos encuestados es la seguridad. En este aspecto, los encuestados valoraron con un 8,5 sobre 10 los Caminos de Santiago, debido al entorno agradable y tranquilo de las zonas por las que transita.

La conservación del patrimonio natural presente en los Caminos obtuvo una valoración de 8,1, la valoración que los peregrinos han dado al patrimonio cultural es prácticamente idéntica a la anterior, con un 7,9 sobre 10 puntos.

El grado de digitalización que los usuarios del camino han percibido es de 7,4 sobre 10.

Sobre la accesibilidad la propia naturaleza del Camino hace que la media de puntuación se encuentre en el 6,5, debido a la dificultad de su realización para personas con problemas de movilidad en algunas rutas del mismo.

Sobre los servicios que ofrece el Camino a los peregrinos, se ha realizado una encuesta sobre la valoración de la calidad de la infraestructura de los alojamientos, la oferta gastronómica y otros servicios necesarios, como son las farmacias, atención médica, transporte, etc.

En lo que respecta a la calidad de la infraestructura de alojamientos, se ha valorado con un 7,7 sobre 10. La oferta gastronómica obtiene una puntuación muy favorable, debido a la gran cantidad de oferta de restaurantes y bares por las zonas de los caminos. De esta manera, la mayor parte de los encuestados han valorado con 10 esta pregunta, resultando una media de 8,2.

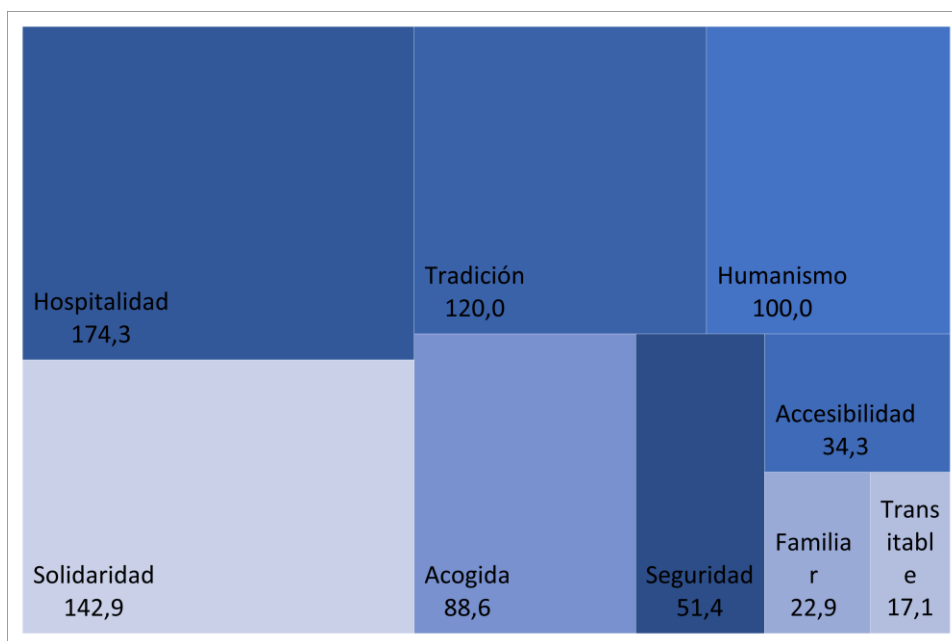
Sobre otros servicios necesarios, se valora con 8,1 sobre 10, constatando la eficiencia de los servicios presentes y su buen funcionamiento en las instancias circundantes a los Caminos.

Aspectos más asociados a los Caminos

Se preguntó a los encuestados sobre los conceptos que en mayor medida asociaba al Camino de Santiago, dando las siguientes opciones como propuesta:

GRÁFICO 39. Conceptos más valorados

- Seguridad
- Hospitalidad
- Tradición
- Accesibilidad
- Humanismo
- Acogida
- Familiar
- Transitable
- Solidaridad
- Otra



Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en el gráfico, el concepto que los peregrinos encuestados han elegido en mayor medida es el de “Hospitalidad”, seguido de “Solidaridad” y “Tradición”. El concepto menos elegido por los encuestados ha sido el de “Transitable”, “Familiar” y “Accesibilidad”.

2.9. Análisis patrimonio público de los Caminos

Se ha analizado el patrimonio público disponible en el entorno de los itinerarios del Camino de Santiago en Galicia, con el fin de elaborar un inventario de bienes patrimoniales y demaniales disponibles para mejorar los servicios de cada una de las rutas.

Para ello se ha partido de la capa vectorial de edificios públicos sin uso procedentes de las encuestas de infraestructuras y equipamientos locales (EIEL) de las cuatro provincias. La distancia crítica a cualquier itinerario del Camino, para considerar un bien en esta relación, ha sido 600 m, al igual que la empleada en el análisis de los BIC.

El resultado, itinerario a itinerario, se muestra en los siguientes cuadros.

CUADRO 18: PATRIMONIO PÚBLICO DISPONIBLE INMEDIATO A LOS CAMINOS EN GALICIA BIENES DE INTERÉS CULTURAL EN LOS CAMINOS

| Itinerario | Denominación | Titular | Superficie parcela (m ²) | Distancia al itinerario (m) |
|-------------------------------|--------------------------------------|--|--------------------------------------|-----------------------------|
| Santiago de Compostela | Antiguo hospital de San Roque | Ayuntamiento de Santiago de Compostela | 1.204 | 85 |
| Camino Portugués | Teatro Principal | Ayuntamiento de Tui | 482 | 230 |
| | Edificio sin uso en Avda. Concordia | | 601 | 590 |
| | Antigua escuela de Biduido de Abaixo | Ayuntamiento de Ames | 3897 | 500 |
| | Antigua escuela de Firminstáns | | 451 | 550 |
| Camino Portugués por la Costa | Vivienda en R/Méndez Núñez | Ayuntamiento de A Guarda | 56 | 0 |
| | Pedornes | Ayuntamiento de Oia | 105 | 540 |
| | Torre del Reloj | Ayuntamiento de Baiona | 53 | 22 |
| | Locales de Volta | Ayuntamiento de Redondela | 197 | 435 |

| Itinerario | Denominación | Titular | Superficie parcela (m2) | Distancia al itinerario (m) |
|-----------------------------------|--|--------------------------------|-------------------------|-----------------------------|
| Camino Vía de la Plata | Vivienda de maestros de Medelo | Ayuntamiento de Lalín | 87 | 70 |
| | Antigua escuela de Alberguería (Laza) | Ayuntamiento de Laza | 114 | 40 |
| | Antigua escuela de Fumaces (Riós) | Ayuntamiento de Riós | 195 | 35 |
| | Antigua escuela de Vila de Rei | Ayuntamiento de Trasmiras | 90 | 0 |
| | Antigua escuela de Santa Ana (Sandiás) | Otros | 81 | 125 |
| Camino Vía de la Plata / Invierno | Viviendas de maestros en Prado | Ayuntamiento de Lalín | 196 | 75 |
| Camino de Invierno | Oficinas (Pol. Industrial Lalín 2000) | | 212 | 10 |
| | Antiguo CEIP Manuel Rivero | | 656 | 205 |
| | Antiguo cuartel de la Guardia Civil Pobra de Brollón | Ministerio del Interior | 100 | 0 |
| | Antigua Cárcel | Ayuntamiento Monforte de Lemos | 50 | 210 |
| | Antiguo centro de salud | | 2.268 | 500 |
| Camino Francés | Antigua escuela unitaria San Martiño do Real | Ayuntamiento de Samos | 59 | 175 |
| | Antigua Casa Cuartel de la Guardia Civil en Samos | Comunidad Autónoma de Galicia | 274 | 75 |
| | Edificio Rúa Maior 73 en Sarria | Ayuntamiento de Sarria | 293 | 65 |
| | Anexo Concello de Sarria | Ayuntamiento de Sarria | 600 | 215 |
| | Casino de Sarria | Otros | 800 | 75 |
| | Antigua escuela de Lestedo (Palas de Rei) | Ayuntamiento de Palas de Rei | 70 | 0 |

| Itinerario | Denominación | Titular | Superficie parcela (m2) | Distancia al itinerario (m) |
|---------------------------|--------------------------------------|------------------------------|-------------------------|-----------------------------|
| Camino del Norte | Antigua escuela Vilamartín Pequeno | Ayuntamiento de Barreiros | 53 | 0 |
| | Local social en Pígara (Begonte) | Ayuntamiento de Guitiriz | 60 | 240 |
| | Antigua escuela de Cabana | Ayuntamiento de Friol | 70 | 200 |
| | Antigua escuela de Pedramaior | | 183 | 400 |
| | Antigua escuela de Pedrido | Ayuntamiento de Mondoñedo | 170 | 400 |
| Camino Primitivo | Antiguo ayuntamiento de A Fonsagrada | Ayuntamiento de A Fonsagrada | 230 | 0 |
| | Antigua escuela de Póboa de Burón | | 152 | 260 |
| | Antigua escuela de San Paio | Ayuntamiento de Castroverde | 400 | 600 |
| | Antigua escuela de Vilar de Cas | | 55 | 360 |
| Camino a Fisterra y Muxía | Antigua casa consistorial de Muxía | Ayuntamiento de Muxía | 277 | 30 |
| | Antigua escuela de Estorde | Ayuntamiento de Cee | 80 | 500 |
| | Antigua escuela de Cee | Ayuntamiento de Cee | 558 | 250 |
| | Antigua escuela de Zas (Negreira) | Ayuntamiento de Negreira | 3.328 | 250 |
| Camino Inglés | Antiguo Infantario de Altamira | Ayuntamiento de Cambre | 200 | 100 |
| | Antigua Aduana del puerto de Ferrol | Ministerio de Hacienda | 336 | 40 |
| | Antigua casa consistorial de Narón | Ayuntamiento de Narón | 277 | 175 |
| | Edificio en el ámbito de la UA-13 | Ayuntamiento de Fene | 275 | 200 |

| Itinerario | Denominación | Titular | Superficie parcela (m ²) | Distancia al itinerario (m) |
|------------|--------------------------------------|-------------------------|--------------------------------------|-----------------------------|
| | Antigua escuela de Laraxe (Cabanas9) | Ayuntamiento de Cabanas | 933 | 160 |

Fuente: Encuesta de Infraestructura y equipamiento local. Elaboración propia

Se identificaron un total de 44 edificios, de los cuales 39 son de titularidad municipal. La tipología más abundante es la de los antiguos equipamientos educativos (escuelas unitarias y viviendas de maestros) hoy en desuso. También son interesantes

Se trata, en la mayor parte de los casos (23), de antiguas escuelas rurales. Otras tipologías que se repiten son las casas cuartel de la Guardia Civil (2) y casas consistoriales (4). Destacan, por su singularidad, la Aduana del puerto de Ferrol, el Hospital de San Roque de Santiago de Compostela, el Teatro Principal de Tui y la antigua cárcel de Monforte de Lemos.

Estas propiedades públicas son oportunidades para la mejora de la actual dotación pública de los Caminos.

2.10. Patrimonio cultural material e inmaterial ligado a los Caminos

Introducción

En este apartado del análisis se aborda la identificación de todos los recursos patrimoniales ligados a los Caminos de Santiago, tanto de tipología tangible como intangible, como base para el diagnóstico de su potencial histórico y patrimonial. Atendiendo del tipo de recurso, el alcance del análisis ha sido diferente.

Así, en cuanto al **patrimonio cultural y natural**, se han identificado tanto la totalidad de los **Bienes de Interés Cultural (BIC), elementos catalogados y árboles y formaciones declaradas singulares** situadas dentro de los términos municipales atravesados por las rutas, como los bienes catalogados incluidos en el ámbito de los Caminos declarados, o bien situados a menos de 30 m de las trazas reconocidas de los Caminos no declarados.

Con respecto a los **eventos**, se identificaron las fiestas de interés turístico internacional, nacional y de Galicia que se celebran en los términos municipales por los que discurren las rutas xacobeas.

Se incluyeron, finalmente, los **recursos gastronómicos** reconocidos con Denominación de Origen Protegida o Indicación Geográfica Protegida referida a ámbitos geográficos que incluyen los términos municipales por los que transcurren las rutas.

Identificación y análisis de los Bienes de Interés Cultural en los Caminos

En la totalidad de los términos municipales por los que discurren las rutas se identificaron 346 bienes declarados BIC. Además de un paisaje cultural (Ribeira Sacra), son 19 los conjuntos históricos atravesados por las rutas, lo que refleja la importancia de los asentamientos en relación a los Caminos de Santiago. Dentro de su ámbito se sitúan una buena parte de los BIC declarados individualmente.

A continuación, se relacionan estos conjuntos declarados, entre los cuales se encuentran 17 conjuntos históricos urbanos 1 zona arqueológica (Portomarín) y 1 conjunto etnográfico.

Cabría añadir a esta relación 3 conjuntos no declarados BIC, pero ordenados con planes especiales de protección y que albergan una extraordinaria riqueza patrimonial. Estos son Pontedeume, en el Camino Inglés, Padrón, en el Camino Portugués y Lourenzá, en el Camino del Norte.

Además de los 19 conjuntos declarados atravesados por las rutas, 121 BICs están situados a menos de 600 m de las trazas de los Caminos de Santiago, lo que supone para el peregrino un desplazamiento caminando

no superior a los 10 minutos para visitarlos, una distancia viable para no retrasar mucho los tiempos de cada etapa de los Caminos y que, al mismo tiempo, no implica muchos km a mayores de la ruta establecida. Una relación de los mismos se puede consultar en el anexo 00 de este documento.

CUADRO 19: BIENES DE INTERÉS CULTURAL EN EL CAMINO

| Denominación | Ruta |
|---|---------------------------|
| Conjunto histórico de Santiago de Compostela | Todas |
| Conjunto etnográfico de las Pallozas del Cebreiro | Camino Francés |
| Conjunto inundado de Portomarín | |
| Paisaje cultural da Ribeira Sacra | Camino de Invierno |
| Conjunto histórico de Monforte de Lemos | |
| Conjunto histórico de Ribadeo | Camino del Norte |
| Conjunto histórico de Mondoñedo | |
| Conjunto histórico de Lugo | Camino Primitivo |
| Conjunto histórico de A Coruña | Camino Inglés |
| Conjunto histórico del Barrio de Ferrol Vello | |
| Conjunto histórico del Barrio de A Madalena | |
| Conjunto histórico de Betanzos | |
| Conjunto histórico de Corcubión | Camino a Fisterra y Muxía |
| Conjunto histórico de Allariz | Camino Vía de la Plata |
| Conjunto histórico de Ourense | |
| Conjunto histórico de Baiona | Camino Portugués |
| Conjunto histórico de Vigo | |
| Conjunto histórico de Tui | |
| Conjunto histórico de Pontevedra | |

Fuente: Plan Básico Autonómico. Elaboración propia

12 de ellos se encuentran en el término municipal de Santiago de Compostela (y casi todos son accesibles desde la totalidad de las rutas). Del resto, 48 se corresponden con los Caminos delimitados oficialmente con un territorio histórico protegido y 61 a los Caminos que cuentan únicamente con una traza reconocida. Teniendo en cuenta la ruta desde la que son accesibles, su distribución sería como se muestra en el siguiente cuadro (6 BICs declarados individualmente son accesibles desde dos rutas).

CUADRO 20: BIENES DE INTERÉS ACCESIBLES DESDE EL CAMINO

| Localización | Nº de BICs accesibles | |
|---------------------------------------|-----------------------|----------------------------|
| | Conjuntos históricos | Declarados individualmente |
| Santiago de Compostela | 1 | 12 |
| Camino Francés y variantes | 2 | 8 |
| Camino del Norte y variantes | 2 | 12 |
| Camino Primitivo | 1 | 11 |
| Camino Inglés | 4 | 17 |
| Total Caminos declarados | 10 | 48 |
| Camino de Invierno | 1 | 9 |
| Vía de la Plata | 3 | 19 |
| Camino a Fisterra y Muxía | 1 | 2 |
| Camino Portugués y Camino de la costa | 4 | 31 |
| Total Caminos no declarados | 9 | 61 |
| TOTAL | 19 | 121 |

Fuente: Plan Básico Autonómico. Elaboración propia

Su tipología es diversa, destacando los edificios de carácter religioso. Así nos encontramos al paso del Camino 10 templos (4 catedrales, 4 colegiadas, 1 basílica y 1 santuario) y 15 conjuntos monacales (6 conventos y 9 monasterios). Entre el resto destacan los 15 elementos defensivos (7 castillos, 2 fortalezas y 6 torres) y las 13 edificaciones residenciales declaradas BIC (5 casas y 8 pazos), que son una muestra de la arquitectura residencial más noble. A mayores existen otros elementos como petroglifos, carballeiras, parques o espacios naturales, etc.

El mayor grado de urbanización y el tipo de poblamiento histórico más disperso del territorio que cruza el Camino Portugués y el Camino por la Costa hace que una cuarta parte de los bienes declarados próximos a los Caminos sean accesibles desde estas dos rutas, y 4 de los 18 conjuntos históricos (sin incluir Padrón)

sean atravesadas por ellas. Muy próximo en interés patrimonial se haya el Camino de la Vía de la Plata y sus variantes.

En la misma línea, la declaración de la Ribeira Sacra como paisaje cultural en el año 2018, y su inclusión como candidatura a Patrimonio Mundial, implicará la integración de estos valores culturales en la ordenación y gestión del Camino de Invierno, que lo atraviesa de este a oeste, entre Monforte de Lemos y Chantada, y discurre paralelo al valle del Sil en buena parte de su recorrido.

Incorporar estos valores patrimoniales a la ordenación y gestión de estas tres rutas es uno de los retos a los que han de enfrentarse los Caminos en los próximos años.

Análisis de los BICs desde el punto de vista funcional: señalización, accesibilidad y uso

CUADRO 21: ASPECTOS, VARIABLES Y CRITERIOS DE VALORACIÓN FUNCIONAL DE LOS BICS

| Aspecto | Nº de BICs accesibles | |
|--|---------------------------------------|---|
| | VARIABLES | Valoración |
| Señalización (indicaciones del bien y relación con el Camino) | Existe | Si=1 / No=0 |
| | Propia en el BIC | Si=1 / No=0 |
| | En el Camino | Si=1 / No=0 |
| | Visión del BIC desde el Camino | Si=1 / No=0 |
| Accesibilidad (posibilidad de visitar y conocer el bien) | Abierto | Si=2 / Parcial=1 / No=0 |
| | Horario | Acceso libre=2 / Horas determinadas=1 / Reserva=0 |
| | Uso (museo, religioso, hospedería...) | Si=2 / Parcial=1 / No=0 |
| | Estado | Bien=2 / Ruina parcial =1 / Ruina=0 |
| | Accesibilidad | Si=2 / Parcial=1 / No=0 |
| Servicios | Mantenimiento | Si=1 / No=0 |
| | Aseos, bebidas | Si=1 / No=0 |

Fuente: Elaboración propia

Se realizó en base a los datos facilitados por las Oficinas de Turismo existentes en cada uno de los municipios o personal de la administración local, así como las referencias que éstas han facilitado sobre

otras fuentes de información (webs). El resultado detallado de este análisis se puede consultar en el anexo 00 del documento del Plan Director.

En conclusión, la valoración de los Bienes de Interés Cultural, desde el punto de vista de la señalización accesibilidad y uso, arroja los siguientes resultados:

- Los 14 elementos que obtienen una valoración más baja (0-5 ptos) se corresponden la mitad de ellos con elementos que o bien están en manos privadas o en estado de abandono o ruina, y la mitad de ellos se trata de elementos vinculados al patrimonio cultural defensivo (torres, castillos, fortaleza...) Tres de los catorce municipios en los que se encuentran carecen de Oficina de Turismo.
- Los 13 elementos con una buena valoración, pero con bastante capacidad de mejora, requieren mayores inversiones para poner en valor estos recursos.

Los elementos de las 7 ciudades no han sido valorados con este método, ya que la mayoría alcanzan valoraciones altas. Se consideró prioritario analizar aquellos recursos situados en los municipios menores que pueden desempeñar un papel dinamizador del territorio.

En general los **Conjuntos Históricos** son los elementos mejor valorados en los tres apartados, reflejo de las actuaciones que se han venido desarrollando en las últimas dos décadas, incentivando la rehabilitación de las edificaciones y la reurbanización del espacio público.

- La arquitectura religiosa se mantiene medianamente accesible en la medida que se mantienen algunos servicios religiosos y párrocos o personal de las congregaciones. Al mismo tiempo se van incorporando otros usos que mantienen parcialmente estos elementos como las hospederías, restaurantes y algún museo. La mayoría obtienen una valoración intermedia, ya que, debido a las grandes dimensiones y falta de inversión y uso, hay un alto grado de abandono y ruina parcial. Lo mismo sucede con los elementos de carácter defensivo.

Los pazos de titularidad privada están en buen estado, pero no accesibles a las visitas, mientras que los que son de titularidad pública sí, aunque sea de forma parcial. Varios de esos inmuebles de titularidad privada están en venta.

Atendiendo al éxito logrado con la ordenación integrada de los bienes comprendidos en los conjuntos históricos, se apunta la oportunidad que los Caminos de Santiago suponen como eje para la ordenación integrada de la amplia diversidad patrimonial de los BICs individuales, elevando y nivelando sus niveles de accesibilidad y servicios.

Análisis de los BICs desde el punto de vista turístico: aspectos generales, oferta y demanda

Se aplicó un segundo análisis, con un enfoque más cualitativo, orientado a determinar aquellas tipologías de bienes que pueden desempeñar un papel más dinamizador de los Caminos. Para ello se aplicó la matriz de valoración que se presenta a continuación:

CUADRO 22: ASPECTOS Y VARIABLES DE VALORACIÓN TURÍSTICA DE LOS BICS

| Ámbito | Variable |
|--------------------|---|
| Aspectos generales | <p>A1. Identificación</p> <p>El recurso se identifica con la imagen general que desea transmitir el destino y/o contribuye a la creación/refuerzo de la misma:</p> |
| | <p>A2. Desestacionalización:</p> <p>El recurso contribuye o tiene potencial para contribuir a la desestacionalización de la actividad turística (apertura durante todo el año, realización de actividades en períodos fuera de la temporada estival).</p> |
| | <p>A3. Gestión turística:</p> <p>La responsabilidad de la gestión turística del recurso depende de un organismo público o existe algún tipo de estructura de gestión público - privada del mismo, y/o los agentes implicados tienen un grado elevado de organización/ involucración /voluntad turística:</p> |
| | <p>A4. Descentralización:</p> <p>El recurso tiene capacidad para garantizar el equilibrio territorial de la actividad turística del Camino de Santiago, bien porque la localización se encuentra en zonas de baja actividad turística, bien porque las actividades asociadas al mismo tienen capacidad para contribuir a la distribución de los visitantes en Galicia.</p> |
| Oferta | <p>O1. Atractivo:</p> <p>Se trata de un recurso tractor destacado o existen factores inherentes al recurso que le otorgan una singularidad, que justifica por sí misma la capacidad de atracción.</p> |
| | <p>O2. Diferenciación/Innovación:</p> <p>Se trata de un recurso singular o innovador con respecto a la mayoría de recursos consolidados del Camino de Santiago:</p> |
| | <p>O3. Puesta en valor:</p> <p>Existe una adecuada puesta en valor del recurso (conservación, señalización, promoción...):</p> |
| | <p>O4. Accesibilidad/Movilidad:</p> <p>Existe una disponibilidad de infraestructura de servicios de transporte suficiente y/o aparcamientos en las cercanías</p> |
| | <p>O5. Capacidad de acogida:</p> <p>El recurso tiene capacidad suficiente para acoger simultáneamente un número razonable de visitantes:</p> |
| | <p>O6. Diversificación:</p> |

| Ámbito | Variable |
|---------|---|
| | El recurso es susceptible de generar por sí mismo, o entrando a formar parte de productos turísticos de nueva creación, nuevos itinerarios y experiencias turísticas singulares. |
| | O7. Competitividad: Los estándares de calidad asociados al recurso por la demanda actual/potencial son adecuados a la estructura de la oferta de servicios turísticos y de ocio actual en la zona donde se localiza |
| Demanda | D1. Orientación: El recurso encaja en las nuevas tendencias de mercado (sostenibilidad, innovación, experiencial, autenticidad, personalización, adaptado a las nuevas tecnologías): |
| | D2. Consolidación El recurso por sí mismo ya atrae en la actualidad, visitantes a nivel nacional e internacional, y/o forma parte de los itinerarios turísticos que estos siguen tradicionalmente: |
| | D3. Potencialidad: El recurso presenta capacidad de atracción de potenciales visitantes a nivel nacional o internacional. |

Fuente: Elaboración propia

A estos aspectos, se aplican los siguientes criterios de priorización:

CUADRO 23: CRITERIOS DE PRIORIZACIÓN TURÍSTICA DE LOS BICS

| Nivel | Valoración | | |
|------------------------|--------------------|---------|---------|
| | Aspectos generales | Oferta | Demanda |
| Recurso estrella | 3, 4 | 5, 6, 7 | 2, 3 |
| Recurso complementario | 2 | 3, 4 | 1 |
| Recurso secundario | 1 | 1, 2 | 0 |

Fuente: Elaboración propia

Del mismo modo que en el apartado anterior, los elementos de las 7 ciudades no han sido valorados con este método, por considerar prioritario analizar los 73 situados en los municipios menores, que pueden desempeñar un papel dinamizador del territorio. El resultado de la priorización arroja los siguientes resultados cuantitativos:

CUADRO 24: RESUMEN DE RESULTADOS DE LA PRIORIZACIÓN TURÍSTICA DE LOS BICS

| Total recursos analizados | Recursos estrella | Recursos complementarios | Recursos secundarios |
|---------------------------|-------------------|--------------------------|----------------------|
| 169 | 6 | 34 | 33 |

Fuente: Elaboración propia

Los 6 recursos estrella resultantes son el Conjunto etnográfico de las Pallozas del Cebreiro, los conjuntos históricos de Allariz, Ribadeo, Tui y Baiona, y el Jardín de la Villa de Padrón.

De nuevo el carácter de conjunto y los resultados de una política de recuperación patrimonial compleja, integrada en otras políticas (vivienda, social, promoción económica), es la que garantiza los mejores resultados.

Identificación y análisis de los elementos naturales

Con el mismo criterio que los demás recursos patrimoniales en relación con los Caminos de Santiago, se seleccionan los árboles y formaciones singulares situados como máximo a 600 m de la traza del Camino. Las formaciones singulares seleccionadas son 6:

CUADRO 25: FORMACIONES SINGULARES ACCESIBLES DESDE EL CAMINO

| Itinerario | Formación |
|---------------------------|---|
| Camino Inglés | Palmeiral canario dos Xardíns Méndez Núñez (A Coruña) |
| | Olmos do Xardín de San Carlos (A Coruña) |
| Camino Portugués | Palmeira do Senegal do Xardín Artístico de Padrón |
| | Plátanos de sombra do Paseo do Espolón (Padrón) |
| | Carballeira de Caldas de Reis |
| Camino a Fisterra y Muxía | Carballeira de San Lorenzo de Trasouto (Santiago) |

Fuente: Catálogo de árboles y formaciones singulares de Galicia. Elaboración propia

Estas formaciones catalogadas se sitúan en su mayoría en espacios también reconocidos con la categoría de BIC.

Se identificaron un total de 30 árboles singulares próximos a las diferentes rutas del Camino de Santiago, distribuidos como se indica a continuación:

CUADRO 26: ÁRBOLES SINGULARES ACCESIBLES DESDE EL CAMINO

| Localización | Número de árboles singulares |
|--------------------------------|---|
| Ciudades | Pontevedra (1), Santiago de Compostela (6) y Vigo (7) |
| Camino Francés | Samos (1) |
| Camino Inglés | Miño (1), Pontedeume (1) y Narón (1) |
| Camino del Norte | Sobrado dos Monxes (1), Vilalba (1) y Begonte (1) |
| Camino Portugués y de la costa | Redondela (3), Padrón (5) y Caldas de Reis (2) |

Fuente: Catálogo de árboles e formacións senlleiras de Galicia. Elaboración propia

Una gran parte se localizan nuevamente en ciudades (Santiago de Compostela y Vigo, fundamentalmente), y en las inmediaciones del Camino Portugués y de la Costa. En el caso de Caldas, los árboles singulares complementan la consideración de su alameda como BIC, y en el caso de Padrón, el Paseo del Espolón, el Jardín de la Villa (declarado BIC) y los 5 árboles singulares que este alberga lo convierten en el más importante ejemplo de la jardinería urbana próximo a los Caminos de Santiago, fuera de las 7 ciudades.

En otros casos, como Pontedeume, Sobrado, Samos, Vilalba y Redondela, los árboles singulares tienen un papel complementario al patrimonio construido reconocido en estas villas.

En la consulta realizada a las oficinas de turismo se constató la escasa presencia que estos elementos vegetales tienen en la oferta turística local, aspecto a resolver e integrar en la ordenación de los Caminos.

Identificación y análisis de los elementos del patrimonio material catalogados

Además de los bienes culturales declarados, se identificaron, fuera de los ámbitos de los conjuntos urbanos declarados y/o ordenados con planes de protección, un total de 3.621 elementos del patrimonio material catalogados en la delimitación de los Caminos declarados o están inmediatos (a menos de 30 m) de la traza reconocida de los no declarados, y se sitúan fuera de los ámbitos de los conjuntos históricos declarados que cuentan con un Plan Especial de Protección. Esta cifra expresa la gran densidad del patrimonio construido vinculado al Camino, inmediato a su traza.

De cada ruta se identificaron aquellos elementos patrimoniales más relacionados la vialidad (cruceiros, puentes, petos de ánimas), que dan un contenido cultural material a la ruta, y aquellos que pueden proporcionar descanso al peregrino (fuentes, lavaderos, elementos de mobiliario, etc.). A continuación, se resume el inventario indicando el número de elementos protegidos de cada tipo identificados en cada ruta.

CUADRO 27: ELEMENTOS DEL PATRIMONIO MATERIAL CATALOGADOS

| Itinerario | Total elementos protegidos | Cruceiros | Petos de ánimas | Puentes | Fuentes | Lavaderos | Mobiliario |
|--------------------------------|----------------------------|-----------|-----------------|---------|---------|-----------|------------|
| Camino Francés y variantes | 578 | 12 | 3 | 11 | 15 | 1 | 1 |
| Camino Primitivo y variantes | 412 | 21 | 0 | 1 | 18 | 4 | 0 |
| Camino del Norte y variantes | 487 | 57 | 0 | 12 | 17 | 5 | 0 |
| Camino Inglés | 480 | 20 | 2 | 14 | 20 | 4 | 0 |
| Camino de Invierno | 231 | 13 | 0 | 14 | 5 | 1 | 0 |
| Vía de la Plata | 600 | 36 | 3 | 14 | 19 | 9 | 0 |
| Camino a Fisterra y Muxía | 389 | 35 | 1 | 0 | 12 | 2 | 1 |
| Camino Portugués y de la costa | 444 | 72 | 5 | 13 | 21 | 9 | 0 |
| TOTAL | 3.565 | 266 | 14 | 79 | 127 | 35 | 2 |

Fuente: Plan Básico Autonómico. Elaboración propia

Identificación y análisis de los eventos de interés turístico

Se identificaron un total de 57 eventos de interés turístico que se celebran en las localidades por las que transcurren las rutas jacobeanas en Galicia. De todos ellos, 6 están declaradas Fiestas de Interés Turístico Internacional, 5 de Interés Turístico Nacional y 46 son Fiestas de Galicia de Interés Turístico:

CUADRO 28: FIESTAS DE INTERÉS TURÍSTICO INTERNACIONAL

| Localización | Denominación | Municipio |
|------------------------|---------------------------|------------------------|
| Santiago de Compostela | Festival Santiago Apóstol | Santiago de Compostela |
| Camino Inglés | Semana Santa | Ferrol |

| Localización | Denominación | Municipio |
|--------------------------------|----------------------------------|----------------|
| | Hogueras de San Juan | A Coruña |
| Vía de la Plata | Entroido | Xinzo de Limia |
| | Festa do Cocido | Lalín |
| Camino Portugués y de la Costa | La Arribada de la Carabela Pinta | Baiona |

Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Elaboración propia

CUADRO 29: FIESTAS DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL

| Localización | Denominación | Municipio |
|--------------------------------|---------------------------------------|-----------|
| Camino Primitivo y variantes | Fiestas de San Froilán | Lugo |
| | Arde Lucus | Lugo |
| Camino Vía de la Plata | Entroido de Verín | Verín |
| Camino a Fisterra y Muxía | Romería de Nuestra Señora de la Barca | Muxía |
| Camino Portugués y de la Costa | Fiesta de la Reconquista | Vigo |

Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Elaboración propia

CUADRO 30: FIESTAS GALLEGAS DE INTERÉS TURÍSTICO

| Localización | Denominación | Municipio |
|------------------------------|---|------------------------|
| Santiago de Compostela | Semana Santa | Santiago de Compostela |
| Camino Francés y variantes | Feira do Queixo do Cebreiro | Pedrafita do Cebreiro |
| | Feira dos Santos | Monterroso |
| | Festa do Galo Piñeiro e Mostra Cabalar | O Pino |
| | Festa do Melindre e da Respostería Tradicional da Terra | Melide |
| Camino Primitivo y variantes | Ofrenda do Reino de Galicia ao Santísimo Sacramento | Lugo |
| | Semana Santa | |
| | Feira do Butelo | A Fonsagrada |
| Camino del Norte y variantes | As San Lucas | Mondoñedo |

| Localización | Denominación | Municipio |
|---------------------------------|---|-------------------------|
| | Semana Santa | |
| | Mercado Medieval | |
| | Belén electrónico | Begonte |
| | Día da Gaita e Romaría de Santa Cruz | Ribadeo |
| | Festa da Romaxe das Cruces | |
| | Festa da Faba de Lourenzá | Lourenzá |
| Camino Inglés | Festa do Pan de Neda | Neda |
| | Feira Franca Medieval | Betanzos |
| | Festa da Troita | Oroso |
| | Festa das Pepitas en Ferrol | Ferrol |
| Camino de Invierno | Festa do Botelo | O Barco de Valdeorras |
| | Festa do Aceite | Quiroga |
| | Folión de Carros | Chantada |
| Camino Vía de la Plata | Entroido | Laza |
| | Entroido | Vilariño de Conso |
| | Festa da Filloa en Lestedo | Boqueixón |
| | Entroido dos Xenerais del Ulla | Boqueixón, Silleda, Teo |
| | Festa da castaña e do Cogomelo | Riós |
| | Festa da empanada en Bandeira | Silleda |
| | Festa de exaltación do Pan de Cea | San Cristovo de Cea |
| | Festa do Boi | Allariz |
| | Festa do Magosto | Ourense |
| | Festa dos Maios | |
| Camino a Fisterra y Muxía | Festas do Santísimo Cristo | Fisterra |
| Camino Portugués y por la Costa | Festa da langosta e da Cociña Mariñeira | A Guarda |
| | Entroido de Cobres | Vilaboa |

| Localización | Denominación | Municipio |
|--------------|---|------------|
| | Descenso internacional do Miño | Tui |
| | Feira Franca | Pontevedra |
| | Festa do San Benitiño de Lérez | |
| | Festa do Santísimo Cristo dos Aflixidos en Bouzas | Vigo |
| | Festa da Anguía e da mostra da Caña do País | Valga |
| | Belén en Movemento | |
| | Festas Patronais de San Telmo | Tui |
| | Festa da Ostra de Arcade | Soutomaior |
| | Festa da Rosa | Mos |
| | Festa do Choco | Redondela |
| | Festa do Corpus Christi | Redondela |
| | Festa do Pemento de Herbón | Padrón |

Fuente: Turismo de Galicia. Elaboración propia

La presencia de 20 eventos relacionados con la exaltación y promoción de productos gastronómicos domina el panorama de las fiestas de interés turístico que se celebran a lo largo de los Caminos. En segundo lugar, las 10 festividades de origen católico (entre las que destaca la semana santa, con 4 de interés), los 7 carnavales y las 5 ferias y mercados tradicionales dominan el panorama de las fiestas de interés turístico que se celebran a lo largo de los Caminos. Es testimonial la presencia de eventos deportivos y musicales o culturales, o relacionados con hechos históricos (3).

Un aspecto a destacar es el efecto desestacionalizador y diversificador que buena parte de los eventos gastronómicos, algunos de los religiosos, los carnavales y las ferias y mercados tradicionales, ejercen sobre la experiencia de los Caminos.

Identificación y análisis de los recursos gastronómicos de calidad

Galicia cuenta actualmente con un total de 33 productos alimentarios de calidad diferenciada, según la información del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, y la Consejería de Medio Rural de la Xunta de Galicia, que incluyen 6 denominaciones de origen protegidas, 5 denominaciones de origen, 18 indicaciones geográficas protegidas y 4 indicaciones geográficas protegidas de bebidas espirituosas.

Además de la DOP Queixo de Tetilla, otros productos se producen en la totalidad del territorio de la Comunidad Autónoma y, por lo tanto, son accesibles desde la totalidad de las rutas del Camino de Santiago. Se trata de 10 productos con Indicación Geográfica Protegida: 4 bebidas espirituosas (Orujo, Licor Café, Licor de Hierbas y Aguardiente de Hierbas de Galicia), y la Ternera Gallega, el Lacón Gallego, la Patata de Galicia, los Grelos de Galicia, la Miel de Galicia y la Tarta de Santiago. Otros tienen un ámbito de producción más restringido. La relación entre ellos y las rutas se detalla a continuación.

- **Camino Francés y variantes:** DOP de Queixo de Arzúa (Arzúa, o Pino, Melide, Monterroso, Palas de Rei y Portomarín), DOP Queixo do Cebreiro (Pedrafita, Triacastela, As Nogais y Samos), IGP de Castaña de Galicia (todos, excepto O Pino y Santiago de Compostela)
- **Camino Primitivo y variantes:** DOP Arzúa - Ulloa (Friol, Guntín), DOP Cebreiro (A Fonsagrada, Baleira, Castroverde), IGP de Pemento de Mougán (Guntín), IGP Castaña de Galicia (todos excepto Santiago de Compostela y O Pino)
- **Camino del Norte y variantes:** DOP de Arzúa-Ulloa (Vilasantar, Sobrado, Toques), DOP San Simón da Costa (Vilalba, Begonte, Guitiriz, Abadín), IGP Capón de Vilalba (Vilalba, Begonte, Guitiriz, Abadín), IGP Faba de Lourenzá (Ribadeo, Barreiros, Lourenzá, Mondoñedo, Trabada), IGP Castaña de Galicia (todos excepto Barreiros, Ribadeo, O Pino y Santiago de Compostela).
- **Camino Inglés:** DOP Arzúa-Ulloa (Mesía, Ordes, Oroso), IGP Pemento do Couto (Ferrol, Narón, Neda, Fene), IGP Betanzos (Miño, Paderne, Betanzos, Abegondo).
- **Camino de Invierno:** DOP Arzúa - Ulloa (Chantada), DO Valdeorras (Rubiá, Carballeda de Valdeorras, Vilamartín de Valdeorras, O Barco de valdeorras, A Rúa), DO Ribeira Sacra (O Saviñao, Monforte, Pantón, A Pobra de Brollón, Quiroga, Chantada) IGP Castaña de Galicia (todos excepto Santiago de Compostela, Boqueixón y Vedra). IG Rías Baixas (Boqueixón, Vedra, A Estrada, Silleda)
- **Camino Vía de la Plata:** DOP Arzúa-Ulloa (Boqueixón), IGP Castaña de Galicia (todos excepto Santiago de Compostela, Vedra y Boqueixón), IGP Pemento de Oimbra (Oímbra, Verín, Castrelo do Val, Monterrei, Cualedro, Laza, Riós, Vilardevós), IGP Pan de Cea (San Cristovo de Cea). DO Rías Baixas (Boqueixón, Vedra, A Estrada, Silleda), DO Monterrei (Rións, Verín, Monterrei, Oimbra, Vilardevós, Vilariño de Conso, DO Ribeiro (Ourense), IGP Val do Miño Ourense (Ourense, san Cibrao das Viñas).

- **Camino Portugués y por la Costa:** DOP Pimiento de Herbón (Valga, Pontecesures, Padrón), DO Rías Baixas (Barro, Portas, Caldas de Reis, Tui, Mos, Soutomaior, Padrón, Teo), IGP Barbanza e Iria (Padrón, Valga, Pontecesures), IGP Ribeiras do Morrazo (Redondela, Vilaboa, Pontevedra).

Únicamente el Pimiento de Arnoia y el Mejillón de Galicia no se producen en los términos atravesados por el Camino de Santiago, lo que da idea del amplio acceso que las rutas jacobeanas en su conjunto proporcionan a los productos de mayor calidad que son base de la gastronomía gallega.

Como es lógico por su dimensión territorial, el Camino de la Vía de la Plata es la ruta que transita por las comarcas que producen más productos (19) de calidad diferenciada. Le siguen, con 16, el Camino del Norte (el único, junto con el Camino a Fisterra y Muxía) que no atraviesa zonas vitivinícolas, y el Camino Portugués.

Existe una relación intensa entre los eventos de exaltación y promoción de los productos, analizados en el anterior apartado, y los productos distinguidos con sellos de calidad. Muchos de ellos cuentan con su fiesta propia, lo que refuerza el carácter de resorte desestacionalizador y diversificador que este aspecto del patrimonio cultural, que tanto peso tiene en la cultura gallega y en el atractivo que Galicia fuera de la Comunidad Autónoma, podría llegar a tener en los próximos años.

2.11. Identificación de agentes implicados

Introducción

En el presente apartado se ha llevado a cabo una identificación de los agentes relevantes relacionados con los Caminos de Santiago.

En primer lugar, se ha recopilado aquellos con potencial implicación en el desarrollo e implementación del nuevo Plan Director de los Caminos de Santiago en la Comunidad Autónoma de Galicia, pertenecientes a los organismos públicos competentes en la gestión del Camino, y a aquellos otros que pueden tener competencias propias de turismo o que afecten de algún modo a esto, a nivel autonómico, provincial, comarcal o municipal. Estos se han categorizado bajo las etiquetas de Xunta de Galicia, Organismos Públicos y Concellos y se han tenido en cuenta para el desarrollo del proceso participativo para la definición de las líneas estratégicas del Plan director.

En la búsqueda de los agentes relevantes fuera del espectro de organismos públicos, se han identificado asociaciones, organizaciones no lucrativas y empresas del sector turismo (incluido el sector de los alojamientos y la restauración), las industrias culturales y creativas, de las comunicaciones, de innovación, movilidad y académicos, entre otros.

Sobre estos agentes se han elaborado fichas que contienen: la tipología de entidad, la persona de contacto, un análisis de sus competencias, de las acciones que promueven desde la entidad, sus proyectos desarrollados, necesidades e intereses, entidades con las que colaboran, proyectos ejemplares y posibles actuaciones para el refuerzo de los proyectos en marcha.

Por último, se ha hecho un detalle de las correlaciones entre los diferentes agentes y en la estrategia del Plan director se propondrán acciones destinadas a la optimización de las relaciones entre los distintos agentes y entes identificados y a la creación de nuevas correlaciones entre los mismos.

Estudio de relaciones entre los agentes

En la gestión, planificación y promoción de los Caminos de Santiago en la Comunidad Autónoma de Galicia intervienen esencialmente cuatro tipos de agentes. En el centro de ellos se encuentra la Xunta de Galicia, a través de la **Axencia Turismo de Galicia**, directamente, o a través de la **S.A. de Xestión do Plan Xacobeo** tienen las siguientes competencias específicas: "la dirección y coordinación de las actuaciones relacionadas con la puesta en valor cultural y turístico del Camino de Santiago, su promoción, la gestión de la imagen corporativa del Xacobeo y de la red de albergues, y el mantenimiento y conservación de los Caminos y su señalización, así como cualquier otra acción que redunde en beneficio del Camino de Santiago".

A su alrededor, se encuentran:

- Otros organismos de la **Administración pública**, que cuentan con competencias de gestión, planificación y financiación. Son las Consellerías, los Concellos, las Diputaciones y entidades como los Geodestinos y los Grupos de Desarrollo Rural (GDR)
- El **tejido asociativo** se encarga de la promoción, divulgación y preservación de los Caminos. Esta es la forma más directa en la que la población puede participar en dichas actividades sobre los Caminos. En este grupo se incluyen fundaciones, asociaciones empresariales, asociaciones culturales y asociaciones relacionadas con los Caminos.
- Las **universidades y entidades formativas** importan formaciones específicas y generan conocimiento a través de las actividades de investigación. También llevan a cabo actividades de puesta en valor de los Caminos.
- La **empresa privada** se ocupa de la ejecución de algunos de los servicios básicos y necesarios para la creación del producto turístico.

Todos los actores se relacionan de algún modo, pero, sobre todo, con la administración pública y la Xunta de Galicia, como organismo central de la gestión. La colaboración entre ellos se produce debido a la división y reparto de la financiación. Los organismos públicos cuentan con financiación propia y financiación derivada de otros organismos también públicos.

GRÁFICO 37: ORGANISMOS IMPLICADOS EN LOS CAMINOS DE SANTIAGO



Fuente: Elaboración propia

Identificación de agentes

Los agentes identificados como relevantes del sector turismo, de la industria cultural y creativa, del sector de la información y comunicación, del sector movilidad, sin ánimo de lucro y de economía social, agentes del ámbito académico, y de asociaciones y fundaciones relacionados con los Caminos son:

CUADRO 31: ASOCIACIONES TURÍSTICAS IDENTIFICADAS

| Asociaciones turísticas | |
|-------------------------|---|
| 1 | Clúster de Turismo de Galicia |
| 2 | Oficina do Peregrino de Santiago de Compostela |
| 3 | Museo das Peregrinacións |
| 4 | Asociación de Empresarios de Hostelería de A Coruña |
| 5 | Asociación de Hostelería de Vigo (AHOSVI) |
| 6 | Confederación de empresarios de hostelería, comercio, turismo y servicios de Ourense |
| 7 | Federación de hostelería de Pontevedra (Fepros) |
| 8 | Asociación de Empresarios de Hospedaje de Pontevedra |
| 9 | Federación Galega de Turismo Rural (FEGATUR) |
| 10 | Asociación Empresarial de Hospedaxe da Coruña (HOSPECO) |
| 11 | Asociación de Empresarios Grovenses de Bens e Servizos |
| 12 | Asociación Sectorial de Hostelería da Provincia de Pontevedra (HOSA) |
| 13 | Asociación de Empresarios de Hostelería de Ferrol e Comarcas |
| 14 | Ahituvi – Hostelería y Turismo de Vilagarcía |
| 15 | Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería de A Coruña |
| 16 | Federación de Empresarios do Baixo Miño (Febam) |
| 17 | Costa da Morte Asociación de Turismo (CMAT) |
| 18 | Asociación para o Desenvolvemento de Turismo de Calidade da Comarca de Ortegá |
| 19 | Asociación de Empresarios Terras de Melide (ASETEM) |
| 20 | Asociación de Comerciantes Industriais, Servizos y Autónomos de Ribadeo (ACISA) |
| 21 | Asociación Galega de Agencias de Turismo (AGAVI) |
| 22 | Asociación Profesional De Guías De Turismo De Galicia |
| 23 | Asociación Galega de Turismo Rural (AGATUR) |
| 24 | AECT Galicia-Norte de Portugal |
| 25 | Asociación Propietarios Alojamientos Turismo Rural Agarimo |
| 26 | Asociación de Hostelería de Compostela |
| 27 | ICOMOS |
| 28 | Fédération européenne du Saint-Jacques-de-Compostelle |
| 29 | Association de Coopération Interrégionale |
| 30 | Fédération Française des Associations des Chemins de Saint Jacques de Compostelle (FFACC) |

Fuente: Elaboración propia

CUADRO 32: EMPRESAS PRIVADAS IDENTIFICADAS

| Empresa privada | |
|-----------------|-----------|
| 1 | Alsa |
| 2 | Correos |
| 3 | Renfe |
| 4 | Esmerarte |
| 5 | Ryanair |
| 6 | Vueling |
| 7 | Iberia |

Fuente: Turismo de Galicia. Elaboración propia

CUADRO 33: EMPRESAS PRIVADAS IDENTIFICADAS

| Sector académico | |
|------------------|--|
| 1 | Máster en Turismo Urbano y Gestión de Empresas Turísticas |
| 2 | Grado en Turismo |
| 3 | Máster en Planificación y Gestión de Destinos y Productos Turísticos |
| 4 | Centro Superior de Hostelería de Galicia (CSHG) |
| 5 | CETUR (Centro de Estudios e Investigacións turísticas) - USC |
| 6 | Investigador Socioeconomía Camiño |
| 7 | Cátedra do Camiño de Santiago e das Peregrinacións |

Fuente: Elaboración propia

CUADRO 34: ORGANIZACIONES SIN ÁNIMO DE LUCRO IDENTIFICADAS

| Organizaciones sin ánimo de lucro | |
|-----------------------------------|---|
| 1 | Fundación Galicia Sustentable |
| 2 | Fundación Juana de Vega |
| 3 | CERMI (Comité Español de representantes de personas con discapacidad) |

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se detallan las entidades identificadas como relevantes para el desarrollo y promoción de los Caminos de Santiago por su carácter, nivel de participación, configuración, nivel de relación con el Camino y sus competencias.

CUADRO 35: IDENTIFICACIÓN DE LOS AGENTES RELEVANTES A ANALIZAR

| Agentes relevantes | |
|--------------------|--|
| 1 | GDR Terras de Miranda |
| 2 | Geodestino Costa da Morte |
| 3 | Asociación de Hostelería de Compostela |
| 4 | Centro Superior de Hostelería de Galicia |
| 5 | Geodestino Ribeira Sacra |
| 6 | Geodestino O Ribeiro |
| 7 | Asociación de Comerciantes Industriais, Servicios y Autónomos de Ribadeo (ACISA) |
| 8 | Asociación de Empresarios Terras de Melide (ASETEM) |
| 9 | Geodestino A Coruña e As Mariñas |
| 10 | Geodestino Ría e Terras de Pontevedra |
| 11 | Geodestino Mariña Lucense |
| 12 | Geodestino Ría de Muros e Noia |
| 13 | Confederación de empresarios de hostelería, comercio, turismo y servicios de Ourense |
| 14 | Unidad de Análisis-Itinerarios Culturales Europeos |
| 15 | Asociación Protectora Animais do Camiño. APACA |
| 16 | APEHL - Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería de Lugo |
| 17 | Consortio de Empresarios Turísticos de Sanxenxo |
| 18 | Asociación Empresarial de Hospedaxe da Coruña (HOSPECO) |
| 19 | Asociación Galega de Amigos do Camiño de Santiago (AGACS) |
| 20 | Fundación Ruta Xacobeá do Mar de Arousa e Ulla |
| 21 | Cluster de turismo de Galicia |
| 22 | Asociación de Empresarios de Hospedaje de Pontevedra |
| 23 | Asociación Amigos de los Pazos |
| 24 | Asociación de Periodistas e Estudiosos do Camiño de Santiago APECSA |
| 25 | Asociación Amigos Camino del Mar Peregrinación a Santiago |

| Agentes relevantes | |
|--------------------|---|
| 26 | Asociación Galega de Turismo Rural (AGATUR) |
| 27 | Asociación de Empresarios Grovenses de Bens e Servizos |
| 28 | Asociación de los Amigos de los Caminos de Santiago a Caballo |
| 29 | Asociación Vía Künig |
| 30 | Asociación Profesional De Guías de Turismo de Galicia |
| 31 | GDR Ribeira Sacra |
| 32 | ICOMOS |
| 33 | Asociación Amigos del Camino de Santiago por Valdeorras |
| 34 | Asociación Propietarios Alojamientos Turismo Rural Agarimo |
| 35 | Geodestino Ría de Vigo e Baixo Miño |
| 36 | GDR Valdeorras |
| 37 | Fundación Acogida Cristiana en los Caminos de Santiago. ACC |
| 38 | Asociación de Amigos del Camino Portugués en Ames e Teo |

Fuente: Elaboración propia

Se han elaborado fichas específicas para cada uno de los agentes identificados como relevantes. Se describen las competencias en gestión turística, las acciones que llevan a cabo sobre los Caminos, proyectos concretos, necesidades e intereses detectados durante el desarrollo de los mismos, organizaciones colaboradoras, proyectos ejemplares con potencialidad de extrapolación a los Caminos de Santiago y actuaciones de otros organismos que podrían reforzar sus proyectos. Las cuestiones en cuanto a las colaboraciones permiten encontrar posibles proyectos colaborativos y nuevas propuestas de sinergias de colaboración entre los diferentes agentes.

2.12. Características y perfil del peregrino/a

Objeto de análisis

Identificar el perfil del peregrino, en base a datos cualitativos y cuantitativos, analizando los aspectos destacables de la figura para alcanzar un análisis completo de los peregrinos que recorren el Camino de Santiago.

Estudiar la evolución del perfil de peregrino a partir de un análisis comparativo de los años 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021 y hasta septiembre de 2022.

Metodología y fuentes

Para realizar el análisis del perfil de peregrino se han consultado y analizado las estadísticas del perfil del peregrino de los años 2015 al 2022 que aporta la Oficina do Peregrino.

Diagnóstico

Número de Peregrinos con Compostela en el año 2021

Con la declaración de la pandemia derivada de la Covid-19 en el año 2020, el establecimiento de medidas de aislamiento y confinamiento estricto se generó un efecto negativo en el sector turístico en general y en el Camino de Santiago en particular, donde se esperaba un año excepcional en materia de asistencia de peregrinos tratándose de un año santo. Sin embargo, el año 2022 con la estabilización de la pandemia, ha recibido una gran afluencia de peregrinos.

Según datos extraídos de la oficina de acogida al peregrino, después de finalizar el año 2020 con el registro más bajo de peregrinos desde hace dos décadas (54.144 peregrinos), en 2021 se empieza a ver una lenta recuperación registrándose un total de 178.912, mientras que en los datos que se han obtenido hasta septiembre del año 2022, se ve un gran aumento de peregrinos, 371.001, tal y como se observa en el siguiente cuadro (este número corresponde a las personas que recogieron la Compostela):

CUADRO 36: NÚMERO DE PEREGRINOS QUE RECOGIERON LA COMPOSTELA EN 2022

| Peregrinos | Cantidad de Peregrinos | Peso (%) | Variación respecto a 2020 | Variación respecto a 2019 (Pre-Covid19) |
|-----------------|------------------------|----------|---------------------------|---|
| Peregrinos 2021 | 178.912 | 100% | 230% | -49% |
| Nacionales | 122.127 | 68,26% | 230% | -17% |
| Internacionales | 56.785 | 31,74% | 232% | -72% |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Oficina del Peregrino (2022)

2. Perfil del peregrino con Compostela en el año santo 2022

2.1. Perfil sociodemográfico del peregrino con Compostela.

Según la edad, el mayor número de peregrinos (52.24%) es menor de 30 años.

CUADRO 37. PERFIL DEL PEREGRINO POR GRUPOS DE EDAD

| Edad | Nº de Peregrinos | Porcentaje (%) |
|-------|------------------|----------------|
| <30 | 193.809 | 52,24 |
| 30-60 | 119.617 | 32,24 |
| >60 | 57.575 | 15,52 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Oficina del Peregrino (2022)

En cuanto al perfil según el sexo, se observa que la proporción se encuentra repartida entre ambos sexos, siendo el sexo masculino levemente mayoritario (50,38%).

CUADRO 38. PERFIL DEL PEREGRINO POR SEXO.

| Género | Nº de Peregrinos | Porcentaje (%) |
|-------------|------------------|----------------|
| Hombre | 192.123 | 51,78 |
| Mujer | 178877 | 48,21 |
| Desconocido | 1 | 0 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Oficina del Peregrino 2022.

2.2 En relación al Camino: motivación, modo de recorrerlo y Camino escogido para la peregrinación

Respecto a la motivación, el principal incentivo es religioso y otros (40,6%). Dentro de esta denominación se encuentra la religión, la espiritualidad o las promesas entre otras.

CUADRO 39. PERFIL DEL PEREGRINO CON LA COMPOSTELA SEGÚN LA MOTIVACIÓN

| Motivación | Nº de peregrinos | Porcentaje (%) |
|-------------------|------------------|----------------|
| Religioso y otros | 150.734 | 40,6 |
| Religioso | 136.037 | 36,66 |
| No religioso | 84.230 | 22,7 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Oficina del Peregrino 2022

Respecto al medio para recorrer el camino, realizar el Camino a pie es el más elegido, con un 94,38% de preferencia. Le siguen los peregrinos que deciden emprender el camino en bicicleta (5,33%). Además, cabe destacar que 601 peregrinos hicieron el peregrinaje a caballo, 343 peregrinos en vela y 105 en silla de ruedas.

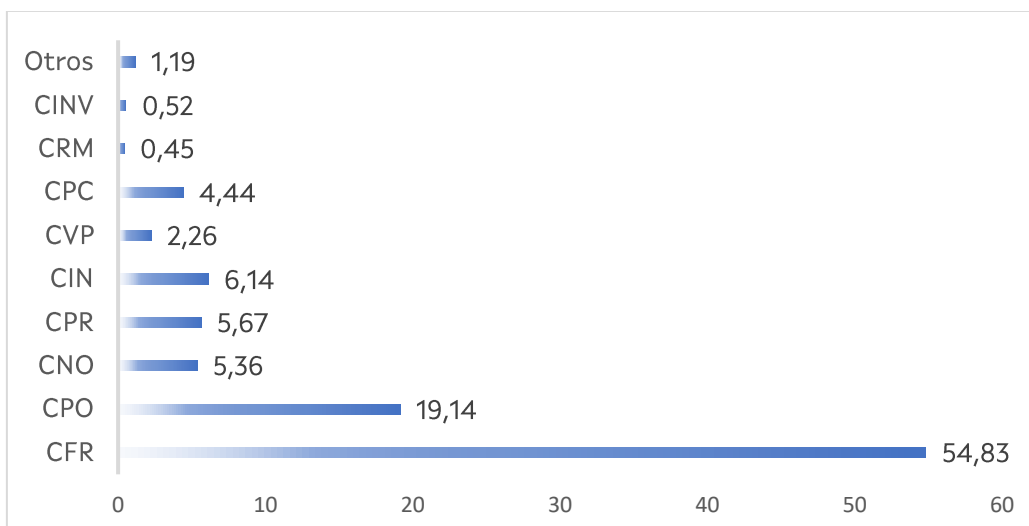
CUADRO 40. PERFIL DEL PEREGRINO CON LA COMPOSTELA SEGÚN EL MEDIO EMPLEADO

| Medio | Nº peregrinos | Porcentaje % |
|-----------------|---------------|--------------|
| Pie | 350.143 | 94,38 |
| Bicicleta | 19.809 | 5,33 |
| Caballo | 601 | 0,16 |
| Vela | 343 | 0,92 |
| Silla de ruedas | 105 | 0,02 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Oficina del Peregrino 2022

Según el camino elegido, en la siguiente figura se observa que el Camino Francés es elegido por la mayoría de los peregrinos (51,38%), seguido del Camino Portugués (21,44%).

GRÁFICO 40. PERFIL DEL PEREGRINO SEGÚN EL CAMINO ELEGIDO (%)



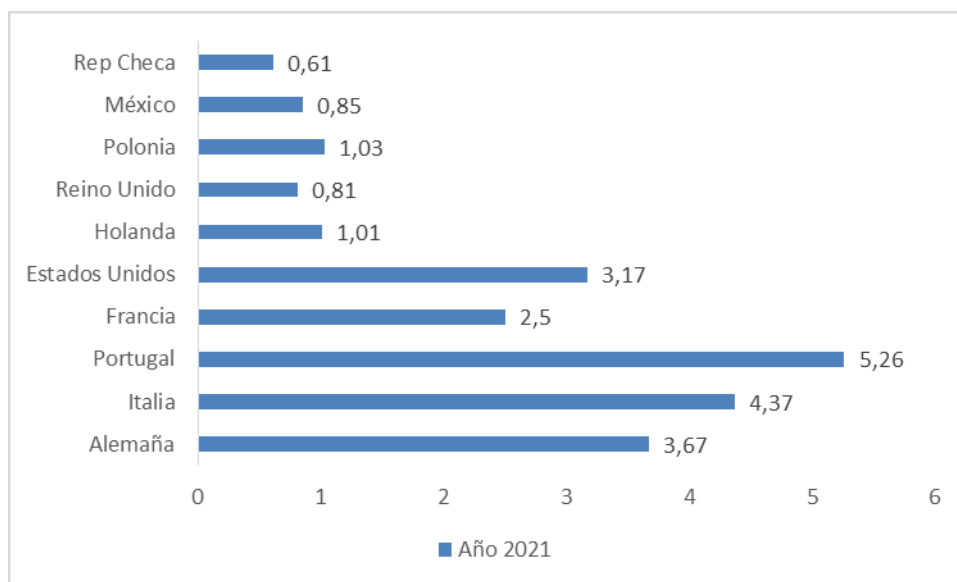
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Oficina del Peregrino 2022

Lugar de procedencia nacional e internacional

La mayoría de los peregrinos son de procedencia nacional (68,26%). En los siguientes apartados se analiza la procedencia según el país, en el caso de los internacionales, o según la comunidad autónoma, en el caso de los nacionales.

Respecto a la procedencia internacional, según se observa en la siguiente figura, 9.410 peregrinos (5,26%) proceden de Portugal, seguido de Italia (4,37%). En el tercer puesto se sitúa Alemania (3,67%), seguido de Estados Unidos (3,17%).

GRÁFICO 41. PERFIL DEL PEREGRINO CON LA COMPOSTELA SEGÚN EL PAÍS DE PROCEDENCIA



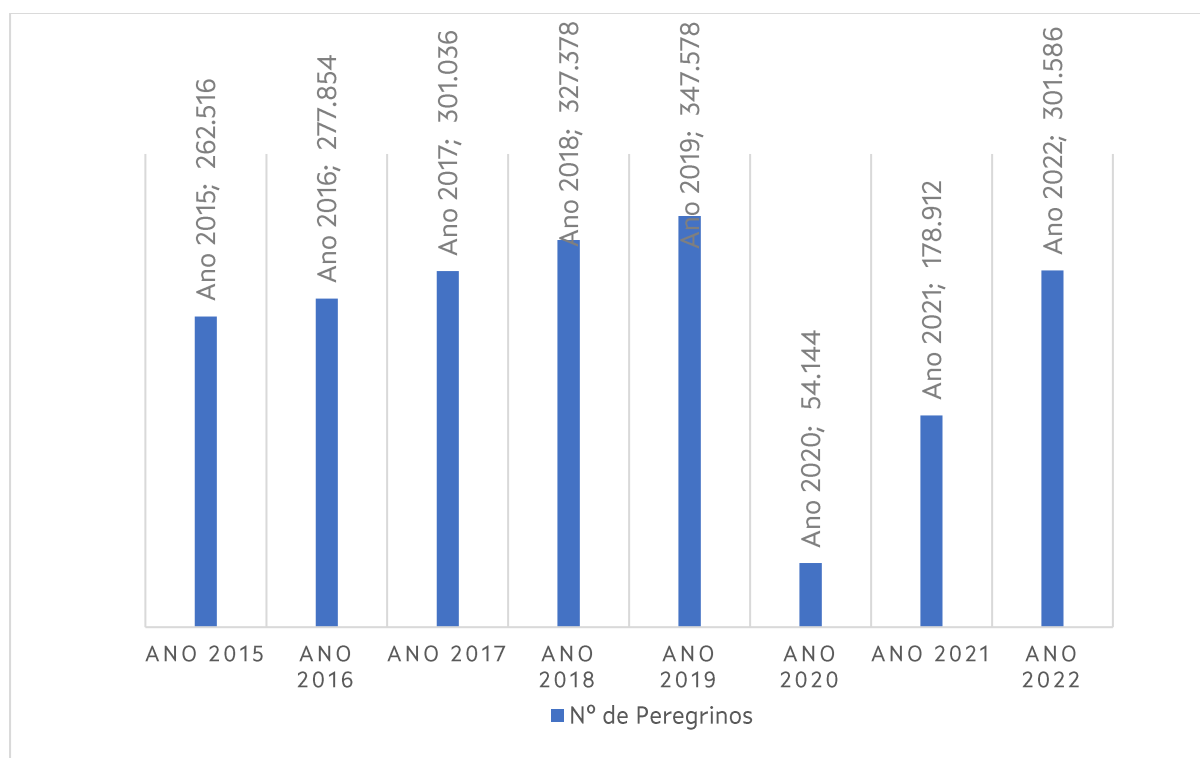
Evolución del perfil del peregrino entre el 2015 y el 2022

Se analiza la evolución del perfil de los peregrinos entre el año 2015 hasta 2022, siendo este último Año Santo, se analiza hasta el mes de septiembre de 2022, siendo este mes el último del que se disponen datos completos. Se estudia la evolución de los siguientes elementos más destacables: el número de peregrinos, el medio empleado, el Camino elegido, la motivación para realizar el Camino y la procedencia.

Análisis de la evolución del número de peregrinos

Se observa el ascenso que ha tenido en los últimos ocho años el número de peregrinos que realizan el Camino de Santiago, a excepción de los años 2020 y 2021 cuya peregrinación llegó a descender hasta un 84% menos que en 2019 (347.578) a causa de la pandemia y sus efectos. El sector se está recuperando, pues podemos contar con un nuevo récord en 2022, contabilizando 371.001 llegadas de peregrinos ya en el mes de septiembre.

GRÁFICO 42. EVOLUCIÓN EN EL NÚMERO DE PEREGRINOS DESDE EL AÑO 2015 HASTA EL AÑO SANTO 2022



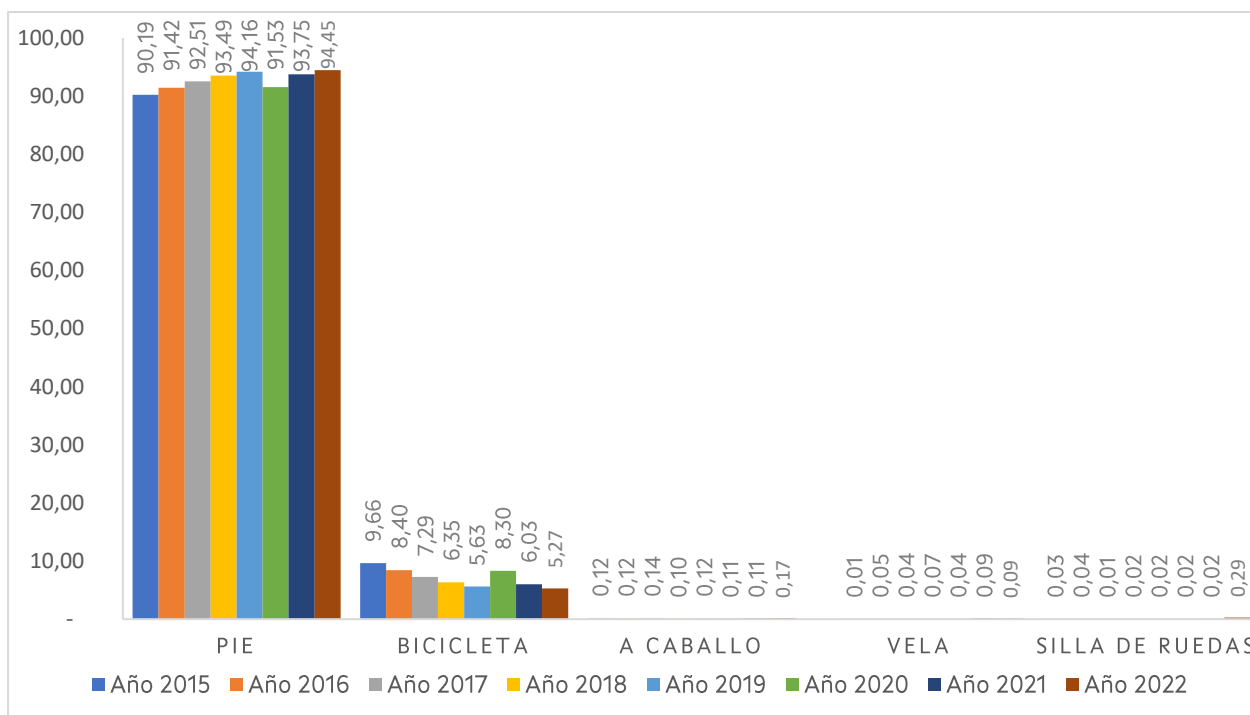
Fuente: elaboración propia a raíz de datos aportados por la Oficina de Peregrino (2015-2022)

Hacer el camino a pie es el medio elegido por excelencia, encontrándose todos los años con más del 90% de participación. El siguiente es la bicicleta, que, si bien representa el segundo más elegido, se encuentra lejos del anterior, con un 6% de media.

A partir del año 2016 se incorpora la posibilidad de llegar en barco (Vela). Si bien los medios alternativos al recorrido a pie, solo representan el 0.3% del total en el año 2022, se puede observar que existe una variación positiva y estable en el recorrido del camino a caballo, a vela, y en silla de ruedas.

El uso de la bicicleta para recorrer el camino sigue siendo el segundo medio más utilizado, aunque su evolución durante los últimos años es desigual.

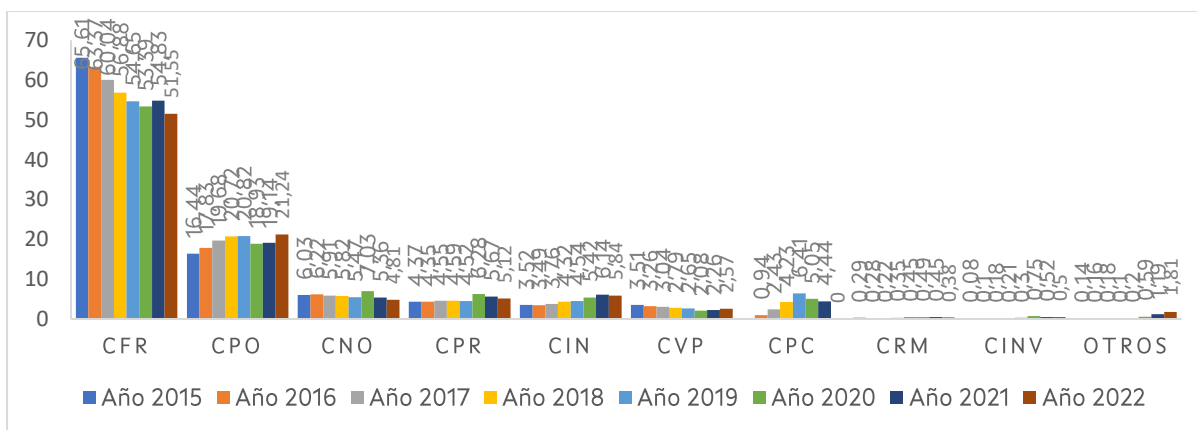
GRÁFICO 43. EVOLUCIÓN EN EL MEDIO EMPLEADO DESDE 2015 (DATOS EN %)



Fuente: elaboración propia a raíz de datos aportados por la Oficina del Peregrino (2015-2022)

Entre los caminos más elegidos, en orden de preferencia, se encuentra el Camino Francés, el Camino Portugués y luego el Camino Inglés. En 2022, el Camino Francés sigue mostrándose como el camino con una mayor afluencia de peregrinos, si bien se muestra el crecimiento positivo de los otros caminos en los últimos años, especialmente en el Camino Portugués. Durante este año, se destaca también el alto crecimiento del Camino Portugués de la Costa.

GRÁFICO 44. PERFIL DEL PEREGRINO SEGÚN EL CAMINO ELEGIDO (DATOS EN %)

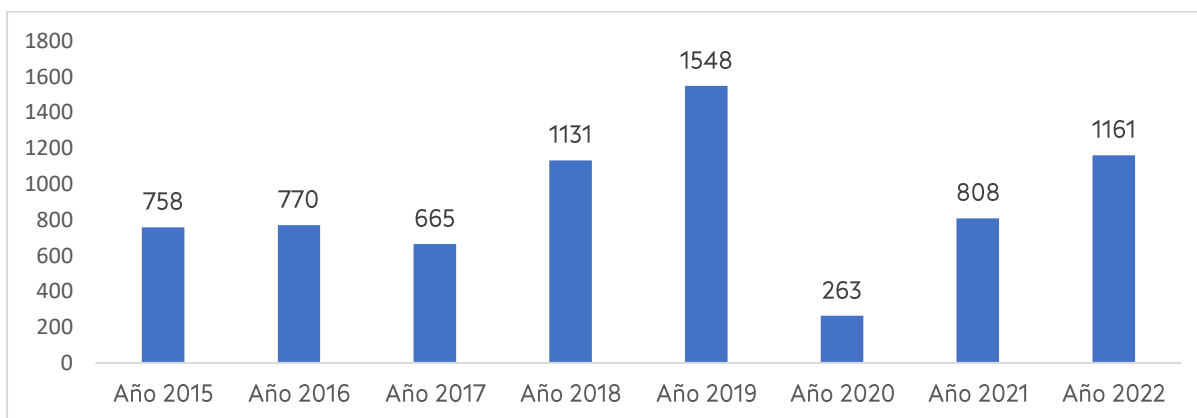


Fuente: elaboración propia a raíz de datos aportados por la Oficina del Peregrino (2015-2022)

Camino Santiago- Fisterra-Muxía

A continuación, se incluyen las llegadas de peregrinos a Muxía a través de los años. Salvo el año 2017, hasta el año 2019 la tendencia era creciente. Luego de la caída abrupta debido a la pandemia y sus efectos. En 2021 y 2022 se empieza a ver la recuperación reflejada en los números e con la mejora de la movilidad internacional, pues son más los peregrinos atraídos a continuar su travesía hasta el faro de Finisterre.

GRÁFICO 45. EVOLUCIÓN DEL Nº DE PEREGRINOS LLEGADOS A MUXÍA



Fuente: elaboración propia a raíz de datos aportados por la Oficina del Peregrino (2015-2022)

Análisis de las motivaciones de los peregrinos

A medida que ha ido pasando el tiempo, también han ido modificándose las motivaciones generales de las peregrinaciones. Según el análisis realizado por Pereiro¹, en la Edad Media ya había dos tipos de modalidades de peregrinación, por un lado, se encontraba aquella motivación voluntaria, por devoción, voto o promesa y por otro, aquella motivación por penitencia, conocida como penitencial-expiatoria de penas canónico-civiles.

En la era medieval, se encontraban peregrinos que realizaban el camino por motivaciones religiosas (promesa, perdón, devoción, meditación, oración, entre otras), jurídicas (criminales, castigados, penitentes, ...) o profanas (curiosidad, exploración...), por lo que ya desde aquellos tiempos es posible decir que esta ruta de peregrinación no se trataba exclusivamente de una ruta de peregrinación religiosa. Actualmente, y como analizaremos más adelante, la Oficina de Acogida al Peregrino de Santiago de Compostela, al momento de recogida de la Compostela consulta a los peregrinos distintos datos de su perfil, entre los cuales se les consulta la motivación para realizar el camino. Entre los motivos reconocidos, se reconocen tres tipos de motivos: religioso, no religioso, religioso y otros, lo que puede llegar a generar confusión a la hora de analizar la motivación real de los peregrinos que llegan a la oficina.

Asimismo, Xosé Manuel Santos reafirma que esta ruta, de intenso proceso de peregrinaje desde todos los rincones de Europa, va más allá de las motivaciones simplemente religiosas y que, en cierta medida, recupera el espíritu europeo de Carlomagno, figura a la que reiteradamente se ha querido vincular con el fenómeno jacobeo.

Según Leira López, en el marco social actual las peregrinaciones no se pueden considerar al margen de la práctica turística. Los motivos por los que las personas transitan el Camino de Santiago son muy diversos. Aun en los casos en los que la motivación sea religiosa, la forma de llevar a cabo el camino hoy en día denota la influencia del turismo. Leira López comenta que este tipo de peregrinos reclama visita a monumentos y conjuntos histórico-artísticos, el contacto con una naturaleza bien cuidada, alojamientos adecuados y recuerdos artesanales para llevar al lugar de procedencia, entre otros. Según una encuesta realizada a peregrinos y turistas que visitan Santiago de Compostela, el profesor Manuel García Docampo ha podido concluir una tipología de visitantes y su motivación asociada. Estos son:

- **Peregrino jacobeo en sentido estricto:** Aquel que cumple con todos los requisitos formales para acceder a la certificación de la Compostela, así como también aquellos que son estrictamente religiosos.

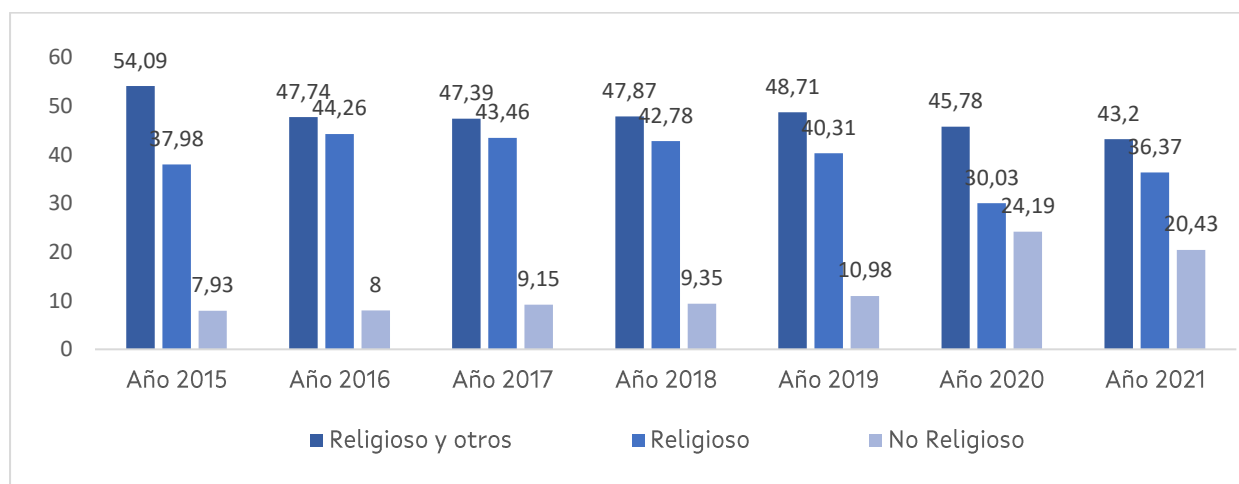
¹ Pereiro, X. (2019). Turismo y peregrinación, dos caras de la misma moneda: el camino portugués interior de Santiago de Compostela. *Cuadernos de Turismo*, (413), 407-434.

- **Peregrino deportivo-cultural:** Este peregrino y/o turista recorre el Camino a través de los medios tradicionales, pero sin motivaciones religiosas como componente primordial, aunque en ellos se puede encontrar una vertiente espiritual.
- **Turista del Camino:** Sigue aproximadamente el trazado del Camino en automóvil o cualquier otro medio de transporte, deteniéndose en determinados lugares de interés.
- **Peregrinación a la catedral:** Este tipo de peregrino o turista no realiza el Camino. Su objetivo principal es visitar la tumba del Apóstol y cumplir con otros rituales religiosos.

Evolución en la motivación para hacer el Camino

Según la motivación de los peregrinos a la hora de hacer el Camino, en los últimos años se observa como las tres motivaciones (religioso, no religioso y religioso y otros) tienden a ser más equitativas, siendo que la motivación no religiosa aumenta hasta llegar a tener, en septiembre del año 2022, una participación de 22,3%, la motivación religiosa también aumenta a 37,4% y la motivación religiosa y otros disminuye a 40,3%.

GRÁFICO 46. PERFIL DEL PEREGRINO SEGÚN LA MOTIVACIÓN PARA HACER EL CAMINO (DATOS EN %)



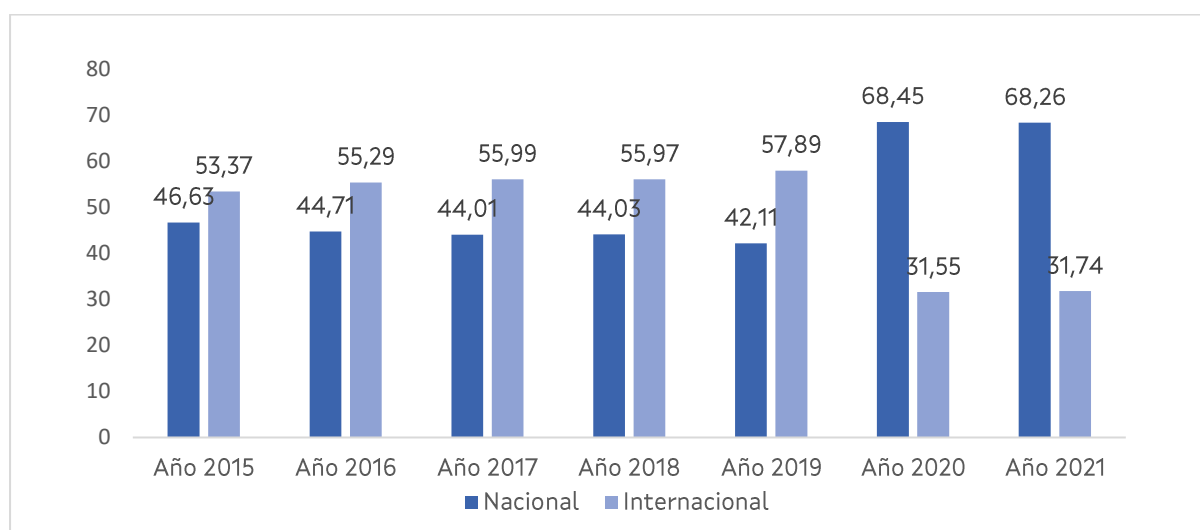
Fuente: elaboración propia a raíz de datos aportados por la Oficina del Peregrino (2015-2022)

Evolución en cuanto a la procedencia de los peregrinos

De manera sumaria se puede decir que en relación con la procedencia ha habido una importante internacionalización del destino de tal forma que los extranjeros representan ya más del 40% del total. La llegada de las líneas aéreas de bajo coste sin duda está teniendo una gran importancia en esta tendencia.

Según los datos recabados de la oficina de acogida al peregrino, en la evolución del 2015 al 2019, se ha visto levemente incrementada la procedencia internacional, teniendo aproximadamente el 58% de participación hacia el año 2019. A pesar de esta tendencia ascendente, a partir del año 2020, con la incidencia de la pandemia y las restricciones de movilidad asociadas, esto se ha modificado de forma drástica, haciendo que la procedencia nacional se transformara en la tendencia mayoritaria con un 68% del total de participación en el año 2021. Sin embargo, a septiembre del año 2022, se puede observar de nuevo una evolución del peregrino internacional representando el 42% de los peregrinos, lo cual nos indica que las cifras vuelven a estabilizarse tras los dos años anteriores fuertemente marcados por la pandemia.

GRÁFICO 47. PROCEDENCIA DEL PEREGRINO, EVOLUCIÓN ENTRE 2015 Y 2022 (DATOS EN %)



Fuente: elaboración propia a raíz de datos aportados por la Oficina del Peregrino (2015-2022)

Identificación de los mercados prioritarios

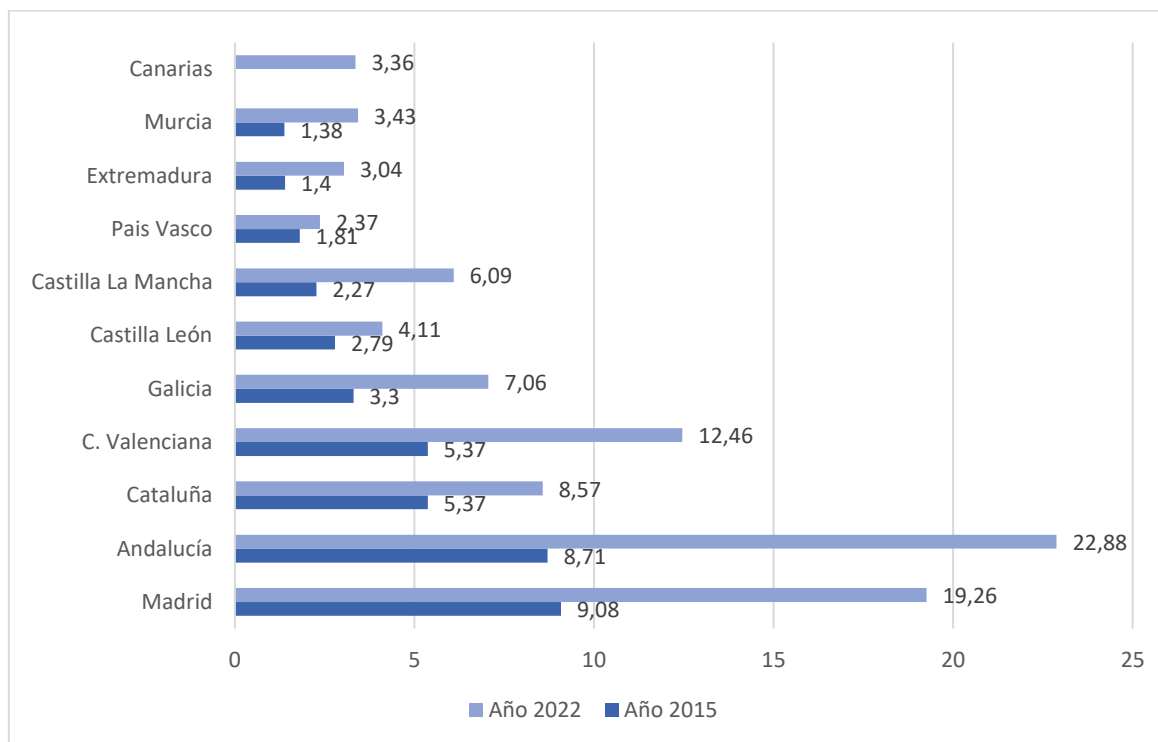
En cuanto al mercado nacional, entre el año 2015 y septiembre del año 2022, las comunidades autónomas que se mantienen dentro de los primeros 10 puestos continúan siendo las mismas, pero con algunos matices a destacar. Mientras que en 2015 los peregrinos que llegaban de Madrid representaban la primera comunidad autónoma de procedencia nacional, en 2022 Andalucía se ha adelantado quedando primera con una participación del 22.88%.

Cabe destacar que, entre esos años, Madrid también ha ganado participación pasando del 9% al 19.26%. Otro crecimiento destacable es el de la comunidad valenciana, siendo que del año 2015 al 2022 ha

aumentado cerca de 7 puntos porcentuales, reportando a finales del 2022 un 12.46% de la representación. Asimismo, Castilla La Mancha triplica prácticamente su peso, quedando con un 6.09% en 2022.

Por otro lado, mientras que en 2015 Canarias no figuraba dentro de las diez comunidades principales de procedencia, para septiembre del año 2022 logra tomar mayor relevancia y entrar dentro de las 10 CC.AA. principales con un 3.36% de participación.

GRÁFICO 48. PERFIL DEL PEREGRINO SEGÚN LA PROCEDENCIA NACIONAL, COMPARACIÓN ENTRE EL AÑO 2015 Y 2022 (DATOS EN %)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos por la Oficina de Acogida al Peregrino

CUADRO 41. MERCADOS EMISORES DE ÁMBITO NACIONAL SEGÚN VOLUMEN DE PEREGRINOS

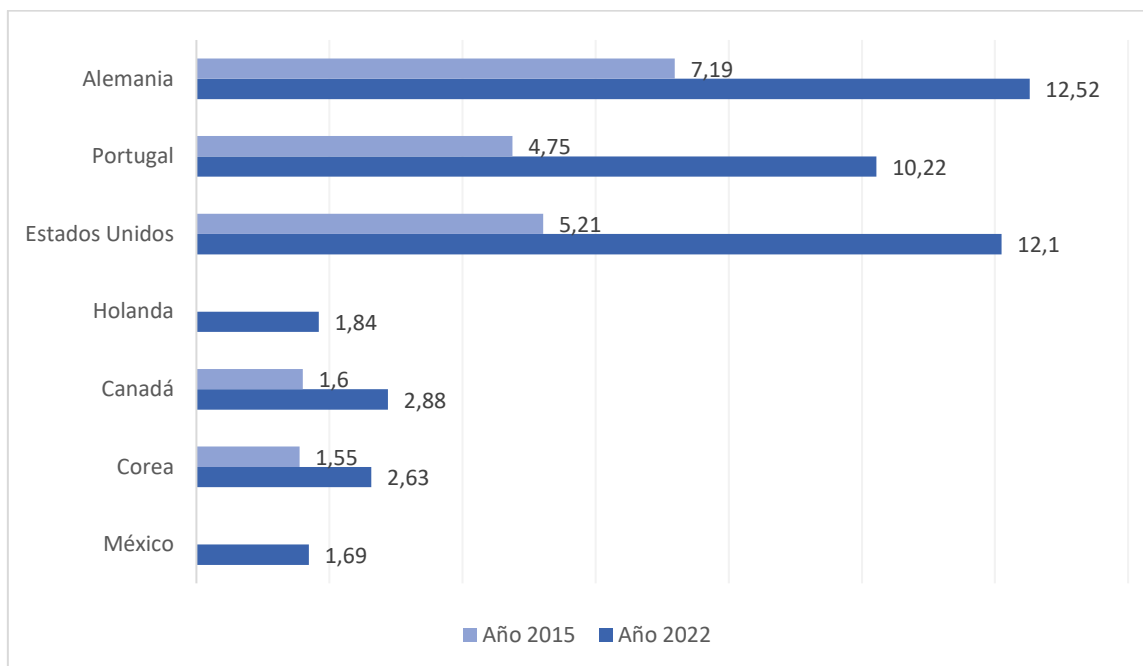
| Viajeros españoles | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|-------|
| Andalucía | 22877 | 24952 | 27471 | 30833 | 33155 | 6843 | 24886 | 39781 |
| Madrid | 23826 | 23034 | 24983 | 28680 | 27683 | 6366 | 22002 | 33476 |
| Comunidad Valenciana | 14096 | 14564 | 15926 | 17243 | 17830 | 4396 | 13308 | 21653 |
| Galicia | 8662 | 8414 | 9166 | 8780 | 8309 | 3802 | 12882 | 12275 |
| Cataluña | 14107 | 13354 | 13604 | 13626 | 13183 | 4077 | 11575 | 14900 |
| Castilla La Mancha | 5949 | 6578 | 7133 | 7722 | 7855 | 1895 | 6828 | 10579 |
| Castilla León | 7317 | 7265 | 7065 | 7264 | 6918 | 1577 | 4327 | 7143 |
| Murcia | 3617 | 3765 | 3625 | 4389 | 4618 | 1022 | 3855 | 5967 |
| Canarias | 3488 | 3737 | 4057 | 5330 | 5435 | 780 | 3478 | 5838 |
| Extremadura | 3673 | 3592 | 4238 | 4146 | 4846 | 799 | 2646 | 5286 |
| País Vasco | 4747 | 4461 | 4542 | 4619 | 4523 | 1286 | 2591 | 4117 |
| Aragón | 2639 | 2751 | 2709 | 2970 | 2891 | 725 | 2102 | 3719 |
| Baleares | 1706 | 1775 | 1869 | 2117 | 2005 | 586 | 1960 | 2183 |
| Asturias | 2155 | 2582 | 2678 | 2881 | 2817 | 699 | 1858 | 2796 |
| Navarra | 1197 | 1133 | 1184 | 1230 | 1128 | 338 | 859 | 1524 |
| Cantabria | 1035 | 1008 | 828 | 887 | 1044 | 278 | 737 | 1337 |
| La Rioja | 564 | 500 | 743 | 596 | 629 | 149 | 455 | 718 |
| Ceuta | 157 | 233 | 165 | 199 | 188 | 43 | 149 | 356 |
| Melilla | 137 | 124 | 103 | 135 | 137 | 28 | 136 | 192 |

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos por la Oficina de Acogida al Peregrino

Respecto a la comparación de mercados internacionales, entre el año 2015 y septiembre del 2022, es notorio como países como Alemania e Italia que, en el año 2015 tenían una participación por encima del 7% y 8%, respectivamente, han caído a la mitad en el año 2021, siendo sobrepasados por Portugal, país limítrofe, con un 5.26% de participación. Teniendo en cuenta las restricciones y los cambios continuos en materia de exigencias de condiciones en la movilidad, especialmente la movilidad aérea, es esperable que los países que impliquen una movilidad mayor hayan perdido peso en la lista de países de procedencia.

En el año 2022, hasta el mes de septiembre, se puede observar que países anteriormente mencionados tales como Alemania e Italia han recuperado su participación con un aumento de cerca de 9 y 10 puntos porcentuales, respectivamente, con respecto al año anterior. Portugal también continuó ascendiendo, pasando de representar el 5.26% en el año 2021 al 10.22% a septiembre del 2022. Además, países como Holanda, México, Australia, Polonia y República Checa que en el año 2015 no contaban con ninguna representación, han pasado a representar el 1.84%, 1.69%, 2.18%, 1.96% y 1.44%, respectivamente, a septiembre del año 2022.

GRÁFICO 49. PERFIL DEL PEREGRINO SEGÚN LA PROCEDENCIA INTERNACIONAL, COMPARACIÓN ENTRE EL AÑO 2015 Y 2022 (DATOS EN %)



Fuente: elaboración propia a raíz de datos aportados por la Oficina del Peregrino (2015-2022).

CUADRO 42. MERCADOS EMISORES DE ÁMBITO INTERNACIONAL SEGÚN VOLUMEN DE PEREGRINOS (N)

| Peregrinos extranjeros | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|------|------|-------|
| Italia | 22151 | 23944 | 27073 | 27009 | 28749 | 2706 | 7817 | 23812 |
| Alemania | 18873 | 21220 | 23227 | 25296 | 26167 | 2344 | 6575 | 19544 |
| Estados Unidos | 13670 | 15236 | 17522 | 18582 | 20652 | 451 | 5668 | 20234 |
| Portugal | 12481 | 13245 | 12940 | 14413 | 17450 | 2971 | 9410 | 16512 |
| Francia | 9916 | 8868 | 8835 | 8775 | 9248 | 1526 | 4478 | 8345 |
| Reino Unido | 5417 | 6050 | 5768 | 7624 | 9132 | 573 | 1450 | 6771 |
| Irlanda | 5367 | 6537 | 6643 | 7548 | 6826 | 252 | 829 | 5512 |
| Canadá | 4201 | 4354 | 4612 | 5027 | 5279 | 153 | 558 | 3173 |
| Corea | 4073 | 4534 | 5106 | 5665 | 8224 | 902 | 332 | 2192 |
| Brasil | 3938 | 4365 | 5113 | 5601 | 6025 | 347 | 989 | 4250 |
| Australia | 3856 | 4441 | 4890 | 5220 | 5301 | 103 | 109 | 986 |
| Polonia | 3782 | 3919 | 5072 | 4785 | 4874 | 504 | 1841 | 3524 |
| Holanda | 3501 | 3656 | 3520 | 3670 | 4195 | 377 | 1808 | 4208 |
| Dinamarca | 2163 | 2594 | 2273 | 2500 | 2610 | 122 | 837 | 2327 |
| Argentina | 1530 | 2062 | 2617 | 2907 | 2954 | 326 | 700 | 2729 |

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos por la Oficina de Acogida al Peregrino (2015-2022).

Listado de mercados prioritarios

En cuanto al listado de mercados prioritarios, a partir de la información recabada y teniendo en cuenta el contexto atípico en el que nos encontramos, podemos identificar los siguientes mercados:

- **Portugal:** Desde el país vecino se ha registrado la llegada de 16512 peregrinos portugueses a septiembre del 2022, siendo el cuarto lugar de origen, detrás de Italia, Estados Unidos y Alemania. Actualmente se recorren tres caminos principales desde Portugal, siendo el más antiguo el Camino del Norte que parte de Oporto, el Camino Central Portugués que comienza en Lisboa y el Camino Interior, que parte de Viseu. ² La página <https://www.vialusitana.org/> es la página oficial donde se recogen datos importantes de cara a la planificación del Camino, su historia y sus misceláneas.
- **Italia:** Hasta septiembre del 2022 han llegado 23812 peregrinos provenientes de Italia, tomando el primer lugar de origen internacional. Desde Italia, se ha gestado el 'Sentiero dei parchi', el Camino de Santiago de Italia que recorrerá 7200 kilómetros a través de los 25 parques nacionales del país a lo largo de 400 etapas. Esto lo hará ser una de las mayores rutas senderistas del mundo. En 1981 se crea en Perugia, Italia, una Confraternita di San Jacopo di Compostella. <http://www.confraternitadisanjacopo.it/>
- **Alemania:** Tras Italia y Estados Unidos, es el tercer lugar de origen de los peregrinos extranjeros que realizan las distintas Rutas Jacobeas. A septiembre del 2022, 19544 de los peregrinos foráneos que recogieron su acreditación en Santiago de Compostela provenían de Alemania, representando el 12.52%. A día de hoy, más de 50 rutas jacobeanas parten de Alemania hacia Santiago, siendo uno de los países extranjeros. La Asociación de Amigos del Camino más importante es la Deutsche St. Jakobus Gesellschaft, fundada en 1987 ante la presencia de numerosos mandatarios europeos. <https://deutsche-jakobus-gesellschaft.de/index.php?id=startseite>
- **Estados Unidos:** Respecto a los Estados Unidos, es cierto que la aparición en 2010 de la película “The Way”, producción norteamericana protagonizada en el Camino de Santiago, ha tenido mucha repercusión y ha contribuido a proyectar la imagen internacional del Camino de Santiago. Esto significó un paso fundamental tanto en el crecimiento en general como en Estados Unidos en particular, donde a septiembre del año 2022 se encuentra ubicado en el segundo lugar con la llegada de 20234 peregrinos, únicamente después de Italia.
- **Francia:** Desde Francia a septiembre del año 2022, han llegado 8345 peregrinos. Dentro de los distintos puntos desde donde se puede iniciar el Camino en Francia, existen 5 itinerarios a destacar: El Camino de Vézelay o Via Lemovicensis, que inicia en Vézelay; el camino del Puy o Via Podiensis, con inicio en Puy-en-Velay; el camino de Arles o Vía Tolosana, empezando en Arles; La vía del Piemonte Pirineo y la Vía Turonensis o Camino de Tours, con inicio en la Tour Saint-Jacques en París.
- **Brasil:** A septiembre del año 2022 se han registrado 4250 llegadas de peregrinos con procedencia brasilera y, además, es importante recalcar que Brasil se ha mantenido, en los años anteriores, dentro de los 10 primeros puestos en el ranking de países de origen, con una media de 4800 peregrinos entre

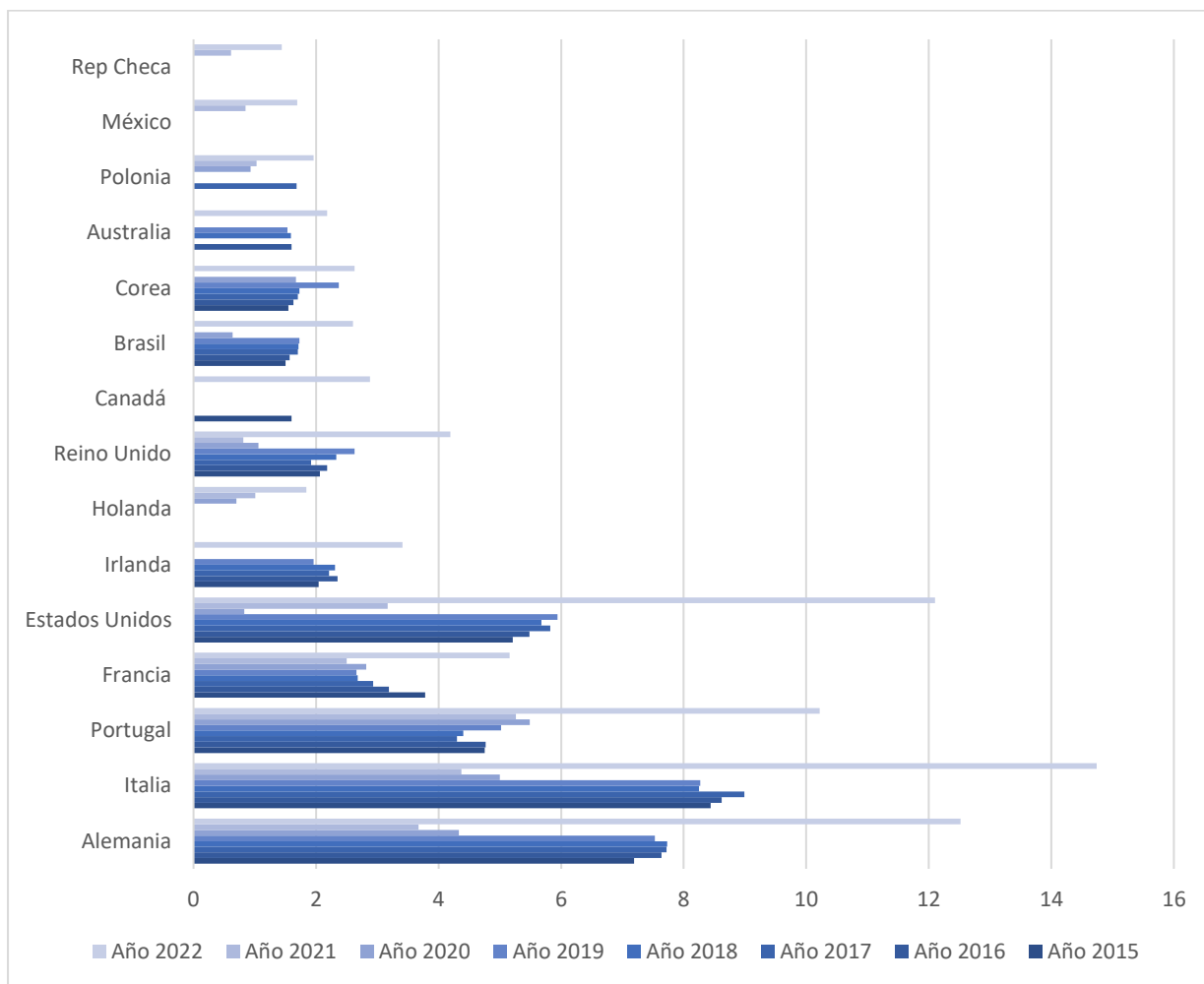
² VisitPortugal, <https://www.visitportugal.com/es/content/caminos-de-santiago>

2015 y 2019. En el año 2016, se hizo la inauguración del primer Camino de Santiago de América, donde a finales del año la Catedral de Santiago anunció que entregaría la Compostela a quienes recorrieran la distancia entre A Coruña y Santiago y certificaran haber completado el resto de la distancia necesaria, pudiéndolo hacer con el tramo de 21 kilómetros ubicado en Brasil, al sur del país en el estado de Florianópolis y entre las localidades de Canasvieiras e Ingleses, trayecto que ya cuenta con cuatro sellos exclusivos (uno por cada iglesia en el trayecto)³. La Asociación de Amigos del Camino de Brasil, ubicada en San Pablo, fomenta, informa y difunde el Camino de Santiago.

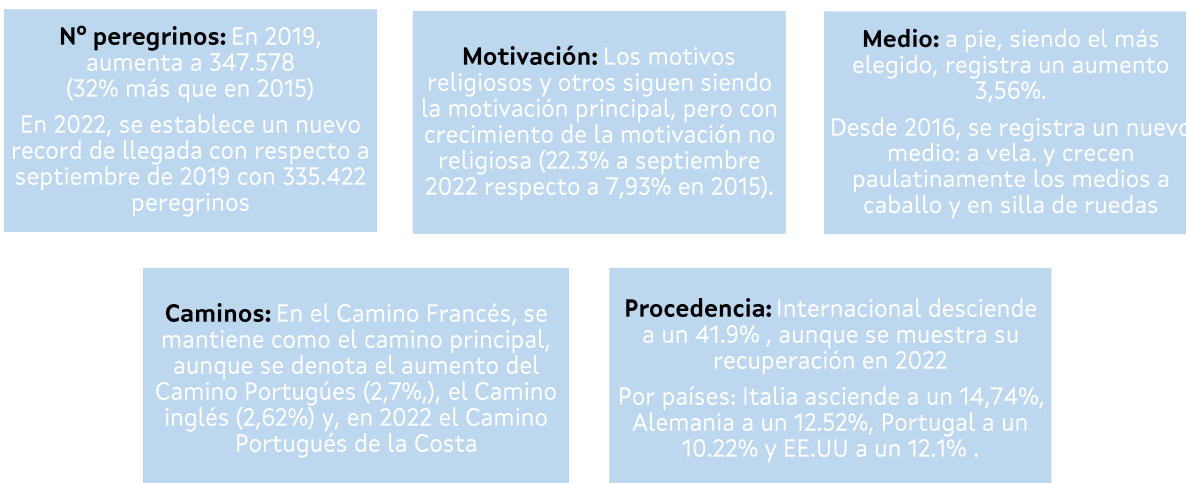
- **Corea:** Si bien a septiembre del año 2022 no ha sido el mejor año (2192 coreanos) en comparación con los anteriores (exceptuando los años 2020 y 2021), Corea se vio representada entre los primeros países de origen en todos los años previos, recibiendo en 2019 la cantidad de 8224 peregrinos, su máximo registrado hasta el momento.
- **Reino Unido:** En el último año, han llegado 6771 peregrinos provenientes de Reino Unido. Si bien no es el país que más peregrinos ha traído en el último tiempo, sí que ha estado presente dentro del listado de países principales todos los años desde 2015.

GRÁFICO 50. EVOLUCIÓN DEL PERFIL DEL PEREGRINO ENTRE 2015 – 2022

³ El Camino de Santiago inaugura una nueva etapa en Brasil, <http://espanha-brasil.org/>



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos por la Oficina de Acogida al Peregrino (2015-2022).



Fuente: elaboración propia a raíz de datos aportados por la Oficina del Peregrino (2015-2022).

Conclusiones

En el año 2019 Galicia alcanza el máximo histórico con la llegada de 347.578 peregrinos. Sin embargo, la llegada de la pandemia y las restricciones de movilidad derivadas de la crisis sanitaria, hacen que en 2020 se registre un 84% menos de peregrinos respecto al año anterior, siendo el número de peregrinos registrado más bajo en las últimas dos décadas. En 2022, normalizada la crisis sanitaria, los números de peregrinos se estabilizan, alcanzando en septiembre de 2022 una afluencia de peregrinos tal que el mismo mes de 2019.

Por otro lado, hasta el 2019 se observa un mayor porcentaje de procedencia internacional respecto al nacional, tendencia que cambia a partir del año 2020 donde comienza a crecer la afluencia de peregrinos nacionales. Asimismo, dentro de las primeras 10 nacionalidades se observa un aumento en la llegada de peregrinos provenientes de Polonia, República Checa, Holanda y México. En cuanto al medio, llegar a pie sigue siendo la opción más elegida con un 93,75%, seguido de bicicleta con 6,03%. Aparece la llegada a vela y se mantienen en los mismos valores las llegadas a caballo y en silla de ruedas.

En términos generales, se observa un repunte en el número de peregrinos y una ligera actualización en su perfil, en el cual si bien se siguen apreciando como opciones principales la realización del Camino Francés, a pie y con motivaciones Religiosos y otros, se aprecia el crecimiento en el interés por otras opciones como se observa en el crecimiento del Camino Portugués, Inglés y Portugués de la costa, el uso de medios a caballo, vela y silla de ruedas y el ligero aumento en las motivaciones religiosas.

2.13. Benchmarking: productos similares al Camino de Santiago

Objeto de análisis y metodología

El presente documento de análisis identifica los **productos similares** de los Caminos de Santiago, específicamente las rutas culturales de peregrinación y/o de patrimonio religioso.

En el mercado turístico actual se han identificado los productos similares más directos de los Caminos de Santiago, analizando en cada uno de ellos su demanda, oferta y puesta en valor. Como resultado de este análisis de benchmarking, se reconocen **buenas prácticas** y se determinan **modelos de referencia**.

Identificación de productos similares

El Camino de Santiago ha sido reconocido patrimonialmente en dos figuras clave: como **Patrimonio Mundial** de la UNESCO, y como **Itinerario Cultural Europeo**, por el Consejo de Europa. Las demás rutas de peregrinación reconocidas por estos organismos serán las que se tomen como competencia directa en este análisis.

La UNESCO solo reconoce como Patrimonio Mundial dos rutas de peregrinación: el Camino de Santiago y el **Kumano Kodo**, en Japón.

De entre los 48 itinerarios culturales del Consejo de Europa (el Camino de Santiago es el primero en reconocerse en el año 1987) se analizarán:

- Las rutas de peregrinación
- Las rutas e itinerarios diseñados entorno a patrimonio religioso: **la Vía Francigena, Ruta europea del patrimonio judío, Ruta de San Martín de Tours, Ruta europea de las abadías cistercienses, Ruta de los Caminos de San Olav, Rutas de la reforma, Via Romea Germanica y la Ruta de Cyril y Methodius.**

Existen otras rutas espirituales y naturales que podrían ser de potencial interés para los mercados donde se encuentra el interés en el Camino, como, por ejemplo, el **Jeju Olle Trail**, ruta generada a partir de la experiencia de una peregrina en el Camino de Santiago, el cual, si bien no se posiciona como una ruta espiritual se sitúa, debido a su longitud y su desarrollo en entornos naturales, como una ruta preparatoria para la realización del Camino de Santiago.

Las rutas que aquí se analizan se desarrollan por los mercados principales de donde los Caminos de Santiago reciben más peregrinos (Portugal, Italia, Alemania, Estados Unidos y Corea).

CUADRO 43. PRODUCTOS SIMILARES

| | |
|---|---------------------------------|
| Kumano Kodo | Ruta de los Caminos de San Olav |
| Vía Francígena | Rutas de la Reforma |
| Ruta europea del patrimonio judío | Vía Romea Germánica |
| Ruta de San Martín de Tours | Ruta de Cyril y Methodius |
| Ruta europea de las abadías cistercienses | Caminos de Fátima |

Fuente: Elaboración propia

Análisis de productos similares

A continuación, se presenta el análisis de las rutas de peregrinación identificadas, enfocando la atención en las variables de prioridad: demanda, oferta y la puesta en valor.

En relación a la **demanda**, se han recogido los datos relativos a la afluencia de cada ruta y el perfil de sus peregrinos y/o turistas para poder establecer una comparativa y encontrar similitudes y diferencias.

Con el análisis de la **oferta** se busca identificar el carácter del patrimonio que conforma cada una de las rutas, que tipo de experiencia ofrece y con qué servicios turísticos específicos cuenta.

Por último, se han identificado los elementos de **puesta en valor** más relevantes y característicos para cada ruta, en cuanto a actuaciones de valorización y las acciones de promoción resaltando, principalmente, aquellos que resaltan por su sostenibilidad y digitalización.

CUADRO 44. MATRIZ DE ANÁLISIS

| Producto | Afluencia | Perfil del peregrino | Caracterización del patrimonio | Tipología de la experiencia | Servicios turísticos | Actuaciones | Acciones de promoción |
|--|---|--|--|---------------------------------|---|--|---|
| Kumano Kodo | Dato desconocido | Dato desconocido | Religioso (santuarios sagrados), natural | Religiosa Turismo de naturaleza | Señalización completa en la ruta Oferta alojativa diferencial | Patrimonio Mundial UNESCO Disposición de credenciales Gestión público - privada | Técnicas de promoción cruzada |
| Vía Francígena | Más de 2.100 peregrinos en 2015 No se disponen de datos más recientes. | El 80% nacionales (Italia), 20% extranjeros (Alemania, Francia, Suiza y Reino Unido) | Histórico cultural y religioso | Religiosa Cultural | Información al turista descentralizada y escasa | Homogeneización de la marca e imagen Gestión pública – privada (asociación gestora) | Acciones de promoción desde entidades públicas Técnicas de promoción cruzada |
| Ruta de San Martín de Tours | Dato desconocido | Dato desconocido | Cultural, religioso e inmaterial | Religiosa Cultural | No dispone de servicios diferenciales | Eventos relacionados | |
| Vía Romea Germánica | Dato desconocido | Dato desconocido | Patrimonio cultural | Cultural | Señalización | Creación y difusión de conocimiento específico – académico Eventos relacionados | Promociones internacionales |
| Ruta europea del patrimonio judío | Dato desconocido | Dato desconocido | Patrimonio cultural, histórico | Cultural | No dispone de oferta de servicios diferenciales Colaboración con organismos sin ánimo de lucro | Incubadora de proyectos de puesta en valor Difusión de conocimiento | Promociones cruzadas público-privadas |
| Ruta europea de las abadías cistercienses | Dato desconocido | Dato desconocido | Patrimonio cultural | Cultural | No dispone de servicios específicos | Carta Europea de Abadías y Sitios Cistercienses | Desde entidades público y privadas |
| Rutas de la reforma | Dato desconocido | Dato desconocido | Patrimonio cultural | Cultural | No dispone de servicios específicos para la ruta | | |
| Caminos de Fátima | 37.000 peregrinos en 2018 No se disponen de datos más recientes | Dato desconocido | Patrimonio cultural y natural | Religiosa | Señalización | Marca privada | Promociones público-privadas |

Fuente: Elaboración propia

Kumano Kodo es una red de rutas de peregrinación que une los tres sitios sagrados de Yoshino-Omine, Kumano Sanzan y Koyasan en Japón. Estos tres sitios sagrados y sus rutas de peregrinación fueron declarados Patrimonio Mundial de la Humanidad por la UNESCO en el año 2004. La característica principal de esta ruta es que se ha creado entorno a patrimonio religioso, en concreto a santuarios religiosos que combinan la fe budista y sintoísta. Al mismo tiempo, es destacable la naturaleza de la ruta, que permite realizar experiencias de turismo ligadas a esta.

Como acciones de puesta en valor, se destaca su señalización completa y la disposición de credenciales para los peregrinos. Además, la Oficina de Turismo de Kumano en la ciudad de Tanabe es responsable de la creación de gran parte de la infraestructura de peregrinación de la región, que trabajan conjuntamente con autoridades de otros niveles nacionales, socios internacionales, asociaciones locales y los ciudadanos en general.

Uno de los principales proyectos de promoción de esta oficina es “Dual Pilgrim”, que celebra y entrega una credencial a aquellos que han recorrido tanto el Kumano Kodo como el Camino de Santiago, únicas rutas de peregrinación declaradas como Patrimonio Mundial por la UNESCO.

La **Vía Francígena** es una ruta de peregrinación que une la Catedral de Canterbury, en Inglaterra con la Plaza de San Pedro de la Ciudad del Vaticano, cuyo origen se registra por primera vez en el siglo X. Actualmente está considerada como susceptible de ser declarada Patrimonio Mundial por la UNESCO, ya que está inventariada como parte de la lista Indicativa de Italia. Su gestión y promoción es el resultado de la acción conjunta pero no siempre coordinada de gobiernos locales y asociaciones. Destaca la labor de la Asociación Europea de las Vías Francígenas para su puesta en valor, ya que han trabajado para homogeneizar la marca y la imagen, promoviendo el uso de un único logo y una única señalización a lo largo de la ruta.

Esta ruta no dispone de servicios específicos, pero se ha extendido la distribución de credenciales en oficinas de turismo, iglesias y albergues asociados y certificados.

La **Ruta de San Martín de Tours** fue certificada como Itinerario Cultural Europeo en el año 2005. La ruta conecta ciudades europeas que formaron parte de la historia del santo cristiano San Martín, venerado desde el siglo IV. Combina patrimonio cultural material e inmaterial.

El Centro Cultural Europeo San Martín de Tours tiene como objetivo convertir esta ruta en algo propio del siglo XXI: ético, social y medioambiental. Para ello gestionan y promocionan el proyecto “Bande verte et citoyenne” que promueve un turismo participativo y educativo, más allá de las tradicionales actividades de turismo habitualmente desarrolladas en las rutas de senderismo. Tratan de desarrollar una franja verde que una, a lo largo de 2.000 km de distancia y 20 km de ancho, el pueblo de nacimiento de San Martín en Hungría (Szombathely) hasta el pueblo donde finalmente falleció (Candes-Saint-Martin). Además, esta asociación promueve el desarrollo de eventos para la puesta en valor de su historia.

La **Vía Romea Germánica** sigue los pasos del Abad Alberto de Stade en su peregrinación a Roma en 1236. Este Camino quedó descrito en su diario y desde entonces ha sido imitada por miles de personas a lo largo de su historia. La ruta tiene un marcado carácter cultural, relacionando patrimonio religioso y cultural, arquitectónico y arqueológico.

El servicio turístico más extendido en esta ruta es su señalización característica. Las actuaciones de puesta en valor se centran en la creación y difusión de conocimiento académico por parte de asociaciones como la italiana Associazione Via Romea Germánica. Su inclusión en los Itinerarios Culturales Europeos es reciente, del año 2020, por tanto, es posible que en los próximos años se trabaje en su promoción y difusión con una perspectiva internacional.

La **Ruta Europea del Patrimonio Judío** se certificó como “Itinerario cultural del Consejo de Europa” en el año 2005. La ruta pone en valor el patrimonio histórico, arquitectónico y cultural a lo largo de varios países europeos. Forman parte de ella museos y bibliotecas especializadas en la vida e historia judía. Este itinerario se caracteriza por su dimensión internacional, que abarca diecinueve países europeos, en ocasiones siendo parte un barrio entero o una región.

Es interesante destacar el funcionamiento de la European Association for the Preservation and Promotion of Jewish Culture and Heritage, AEPJ, como incubadora de proyectos para la puesta en valor de la historia y cultura judía, así como sus actividades de difusión del conocimiento creado. Además, esta asociación en su papel gestor del itinerario, realiza promociones cruzadas público privada, por ejemplo, con la Ruta de los Fenicios, también un Itinerario cultural del Consejo de Europa. Ambas han llegado a un convenio de trabajo para la puesta en marcha de actividades y estrategias para la valorización cultural y turística de la historia euromediterránea.

La **Ruta europea de las abadías** cistercienses es un itinerario, también certificado por el Consejo de Europa, cuyo objetivo es la puesta en valor de la arquitectura de la orden cisterciense.

La experiencia que propone desde el punto de vista turístico es cultural. La asociación gestora de este itinerario es la “Asociación Europea de Abadías y Sitios Cistercienses”. El objetivo de la creación de este itinerario es el de dar a conocer a un público, turista, no experto, y, por tanto, más amplio, la historia de la orden y sus competencias técnicas y arquitectónicas.

Como actuaciones de puesta en valor y de promoción destacan los eventos relacionados en varios de sus puntos clave: la Feria de Productos Monásticos, la Noche de fantasmas, o la Feria Medieval.

Las **Rutas de la Reforma** están conformadas por ocho países europeos (Austria, República Checa, Alemania, Hungría, Italia, Polonia, Eslovenia y Suiza). Este itinerario recoge el patrimonio tangible e intangible vinculados a los movimientos del cristianismo hacia la pluralización cultural y religiosa, a partir del siglo XVI. El objetivo de este itinerario es el de difundir historia y conocimiento.

La experiencia que se ofrece al turista es netamente cultural. Sin embargo, no dispone de servicios turísticos específicos para los viajeros a través del itinerario.

Por último, los Caminos de Fátima son itinerarios religiosos y en cierta medida culturales comienzan en diferentes localizaciones de Portugal para terminar en el Santuario de Fátima, construido a partir de las apariciones de la Bienaventurada Virgen María en la Cova da Iria, en la localidad de Fátima. Cada año acuden a este santuario entre seis y 9 millones de peregrinos.

Los **Caminos de Fátima** fueron desarrollados por el Centro Nacional de Cultura a partir de 1996, con el objetivo de crear rutas seguras y agradables para los peregrinos que decidan llegar al santuario caminando o en bicicleta.

Este itinerario, a pesar de su origen religioso, también se presenta como una experiencia cultural, gracias al patrimonio que atraviesa. Caminos de Fátima es una marca registrada y su imagen se usa para la señalización de los mismos.

El Centro Nacional de Cultura lleva a cabo acciones de promoción con otras oficinas públicas y con otros entes privados.

Modelos de referencia

Como resultado del análisis exhaustivo de benchmarking, comprendido por una visión global de su demanda, oferta y actuaciones de puesta en valor y de promoción, se identifican buenas prácticas y modelos de referencia, resultando en las siguientes conclusiones:

- El caso del **Kumano Kodo** en Japón es reconocido como un producto similar al de los Caminos de Santiago. A pesar de que el mercado mayoritario de los Caminos de Santiago y del Kumano Kodo es local y nacional, estos competirían en países de gran importancia para los Caminos de Santiago, como son Estados Unidos y Japón, donde se encuentran las rutas de Kumano Kodo. Este producto tiene, además, un ente de gestión público-privado que está trabajando en la diversificación de su actividad más allá de la promoción, con otras actividades empresariales como la venta de productos específicos para los peregrinos.
- Los **Caminos de Fátima** es otro producto similar al de los Caminos de Santiago, en este caso, por su cercana localización que sí podría afectar al turista de la península ibérica. Actualmente, el Santuario de Fátima recibe a millones de peregrinos anualmente, pero esta cifra todavía no se traslada a las rutas, si bien su organización es similar a la de los caminos contando con diferentes trazados a lo largo del país luso.

2.14. Análisis del futuro del sector turístico

Identificación y análisis de las tendencias de futuro a nivel de demanda potencial

Objeto de análisis

En los últimos años, el sector turístico ha sufrido un vuelco inesperado a partir del surgimiento de la COVID-19, y tras la eliminación de casi todas las medidas de prevención y su positiva evolución, en 2022, el sector turístico se está recuperando y pone sus esperanzas en el año 2023 para una mejora de los resultados turísticos.

Ahora se dan nuevos comportamientos, nuevas dinámicas de trabajo y de movilidad, debido a que la pandemia ha hecho mella en la forma de relacionarse, compartir tiempo libre y de hacer turismo.

En el siguiente apartado se persigue identificar aquellas tendencias turísticas de referencia para el futuro próximo.

Metodología y fuentes

Con el objetivo de identificar las tendencias futuras del sector, y para elaborar el siguiente análisis, se han consultado las siguientes fuentes de datos oficiales:

- Organización Mundial del Turismo, OMT – UNWTO
- Información de la actividad turística de España, DATAESTUR
- Business Insider
- CaixaBank Research
- DATAESTUR - Información turística

Situación actual

Según el Grupo de expertos de la OMT, se observan buenas perspectivas para continuar la recuperación del sector turístico, pues en los siete primeros meses del año 2022, han llegado a alcanzar un 57% de los niveles del año 2019.

El primer barómetro de 2022 realizado por la OMT concluye que el avance de la vacunación, sumado a una mayor flexibilización en las restricciones de viajes y la colaboración entre los distintos países, contribuye de manera positiva a que el turista vuelva a viajar. A nivel mundial, en 2021, las llegadas internacionales repuntaron un 4% respecto al 2020.

A nivel mundial, los siete primeros meses del año 2022, las llegadas internacionales casi triplicaron el número de llegadas de turistas internacionales en comparación con esos mismos meses en el año anterior, lo que conlleva a un repunte del sector en un 57% de los niveles prepandémicos, pero según los expertos de la OMT aún queda mucho recorrido para llegar a dichos valores (-43% en comparación con 2019).

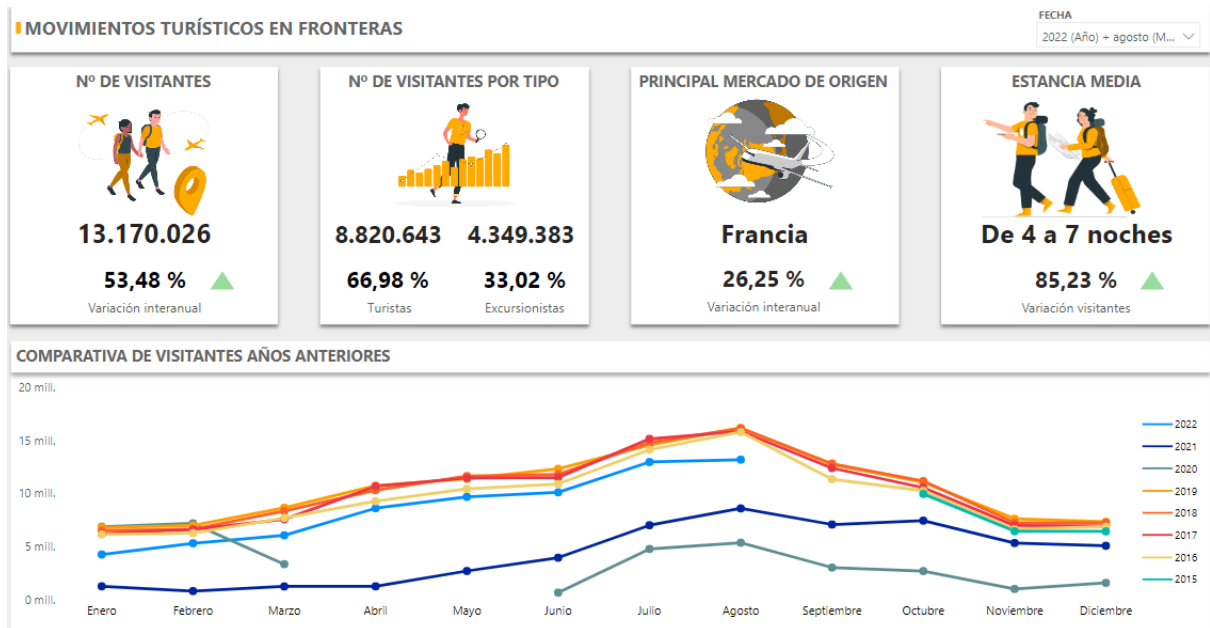
GRÁFICO 51. PORCENTAJE DE LLEGADAS INTERNACIONALES EN 2021 EN COMPARACIÓN CON 2020 Y 2019



Fuente: OMT - Barómetro enero 2022

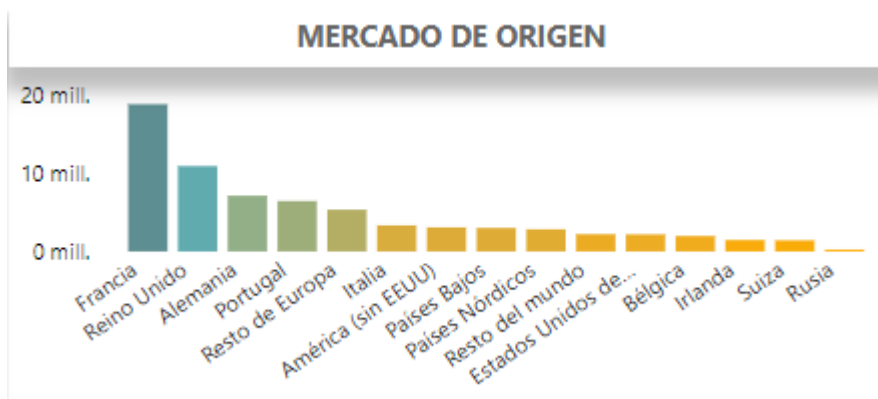
En cuanto al mercado nacional, en el mes de agosto de 2022, según Dataestur , se registraron 13.170.026 visitantes, significando un 53,48% de aumento respecto al año anterior. De todas maneras, si bien queda continuar el camino para retornar a valores similares, los signos concretos de recuperación de la relajación de las restricciones de viaje se reflejan en el crecimiento del flujo turístico. Entre otros datos a destacar, Francia se posiciona como el principal mercado de origen, siendo este uno de los países más próximos al territorio español, seguido de Reino Unido y Alemania.

GRÁFICO 52. MOVIMIENTOS TURÍSTICOS EN FRONTERAS ENTRE AÑOS 2015 Y 2022 (FRONTUR)



Fuente: DATAESTUR - INE

GRÁFICO 53. MERCADOS DE ORIGEN - ESPAÑA



Fuente: DATAESTUR - agosto 2022

Para poder avanzar, serán factores claves una fuerte coordinación entre actores de referencia como gobiernos, migraciones y de todos los actores turísticos.

Principales tendencias del sector

- **Preferencia por el turismo doméstico.** Ante las restricciones de viaje presentes en los destinos internacionales y el miedo a las potenciales cancelaciones, los viajes de proximidad seguirán predominando en la elección de los turistas. Particularmente en España, se ha visto especial interés por los puertos del Mediterráneo. Los viajeros se inclinan por *staycations* o vacaciones cerca de casa.
- **Turismo rural, en alza.** Las preferencias por mantener el distanciamiento social y por elegir destinos menos populares han impulsado a posicionar a los destinos rurales dentro las decisiones de los turistas. Esto se refleja en un menor porcentaje de caída de la actividad turística rural respecto a destinos de costa más tradicionales. Dadas las condiciones actuales y las nuevas preferencias de los consumidores turísticos por nuevos destinos con mayor componente rural y cultural, se estima que esta tendencia seguirá consolidándose.
- **Viajes internacionales con restricciones.** Hasta alcanzar una situación de estabilidad en relación a la COVID-19, tanto los destinos turísticos como las aerolíneas continuarán trabajando con ciertas condiciones y requisitos de viaje junto a los protocolos de seguridad correspondientes para ofrecer al consumidor confianza y seguridad al momento de viajar. Reforzar el pedido de pruebas COVID-19, utilizar mascarilla, controlar aforos limitados, poner a disposición gel hidroalcohólico y reforzar las medidas higiénicas, así como garantizar la disponibilidad de test de antígenos en las farmacias, serán sólo algunas de las pautas que seguirán vigentes en esta línea.
- **Viajes más conscientes.** Los viajeros preferirán cada vez más alojamientos que aporten una nueva vivencia, que les permita relacionarse y aprender de la cultura, de su gastronomía o de una experiencia que los conecte con la esencia del lugar. Se trata de una tendencia de turismo que busca conocer el destino de otra forma, profundizando la relación con sus componentes autóctonos. Los viajeros van busca de la autenticidad de los lugares y sus tradiciones, buscando un impacto positivo en las comunidades locales.
- **Viajes verdes o también conocidos como “Green Travel”.** A la hora de elegir un alojamiento, se priorizarán aquellos que demuestren conciencia social en su gestión y aplicación de procesos, y prioricen las prácticas sostenibles dentro de su rutina diaria. Según una encuesta realizada por Barceló Hotel Group a sus clientes, medidas como el apoyo a los productos de proximidad (42%), el respeto al entorno natural circundante y la elección de materiales amigables en la construcción del establecimiento (27%) y el control del consumo energético, son algunas de las más valoradas por los turistas (18%).
- **Aparición de ed-ventures.** Con la llegada de nuevas configuraciones como el teletrabajo o la modalidad híbrida, las familias se empiezan a replantear también nuevos formatos de viaje donde puedan cumplir con sus obligaciones al mismo tiempo que sus hijos incorporan y aprenden nuevos conocimientos y habilidades. Ed-ventures significa la combinación de educación y vacaciones, para que, mientras los padres atienden sus compromisos laborales, los niños aprovechen la oportunidad para educarse de forma lúdica.

Tendencias en los itinerarios culturales religiosos

A través del análisis de las conclusiones, novedades y proyectos presentados por los itinerarios europeos religiosos (Ruta de San Olav, Rutas de Patrimonio Judías, San Martín de Tours entre otras) durante el 10º Foro Consultivo Anual de las Rutas Culturales (Kutaisi, 2021) se establecen a continuación, las tendencias en los itinerarios culturales y religiosos europeos en el futuro próximo.

Para superar la situación actual del turismo en el marco de la actual crisis sanitaria, el Consejo Europeo de las Rutas Culturales establece la importancia de que la puesta en valor de la cultura local sea el eje principal de los planes de recuperación turística de los países y municipios. Alrededor de esta temática central se establecen, además, 3 ejes fundamentales para la recuperación del sector: la cooperación, la transformación digital y la sostenibilidad y colaboración local.

GRÁFICO 57. EJES FUNDAMENTALES EN LA RECUPERACIÓN DEL TURISMO CULTURAL



Fuente: Elaboración propia

- **Cooperación.** Mejorar la cooperación entre las autoridades nacionales para la puesta en valor de los recursos culturales locales, así como profundizar en las relaciones entre las entidades culturales europeas (P. ej.: UNESCO) y los países miembros.
- **Transformación digital.** Se apuesta por la aplicación de herramientas digitales como herramientas complementarias a los recursos físicos, creando un programa híbrido, donde se generen vías de comunicación digitales con los usuarios.
- **Sostenibilidad y colaboración local.** Atraer e implicar a la población local en el descubrimiento y difusión de la cultura y el patrimonio local.

Estos tres ejes se aplican a través de diversas acciones en los distintos itinerarios religiosos culturales europeos, tales como:

- **Eventos de formación.** Ofertados por el país anfitrión para el resto de países miembros, se presentan actuaciones innovadoras que se hayan realizado en sus itinerarios culturales.
- **Acciones de digitalización.** formación de personal y entes en el uso de las nuevas tecnologías, aplicación de herramientas digitales en la creación de rutas autoguiadas y el uso de canales digitales para la difusión de contenidos históricos (documentos y obras de archivos, etc.) entre la población local, de una forma entretenida y comprensible. El acercamiento de la historia y la cultura a los usuarios a través de plataformas digitales tiene como objetivo involucrar a caminantes, senderistas y ciclistas en la conservación y desarrollo del patrimonio material e inmaterial de las rutas.

Se destaca el auge en la **creación de peregrinajes virtuales**, con eventos interactivos que funcionan como campañas de promoción y como alternativa para aquellas zonas gravemente afectadas por la crisis sanitaria. También se aplican técnicas de **reconstrucción digital del patrimonio arquitectónico** y cultural no restaurable.

- **Cooperación.** Uno de los objetivos complementarios de los itinerarios culturales es la creación de conexión entre distintas regiones y países a través de sus componentes culturales comunes. Además, se busca potenciar la colaboración entre las entidades e instituciones culturales y patrimoniales europeas.
- **Promoción y consolidación del turismo sostenible.** creación de infraestructuras para peregrinos que tengan una doble funcionalidad, como puntos de encuentro y zonas de descanso. Estas infraestructuras utilizan materiales sostenibles y técnicas arquitectónicas locales, con el objetivo de generar un turismo de bajo impacto. Se prima la propiedad local y privada de estos puntos de descanso, priorizando el retorno económico local.

Algunos de los itinerarios religiosos europeos apuestan por una **aproximación más auténtica a la peregrinación**, promoviendo la realización de la ruta basada en los estándares tradicionales de los peregrinos, lo que implica un alto nivel de interacción con la población local. A su vez, esta aproximación permite el desarrollo de características de la población local como la hospitalidad o la capacidad de compartir. En este escenario la población local se convierte en prescriptora de la propia ruta.

Además, los entes gestores de los itinerarios culturales apuestan por la diversificación y la complementariedad a través de la **inclusión de la gastronomía y las actividades económicas vinculadas al itinerario**.

Perfil de demanda potencial futuro.

En base a las tendencias expuestas, se especificarán rasgos del perfil de demanda que se espera en el corto plazo:

- Ante la incertidumbre generada por la situación sanitaria, los turistas esperan hasta último momento para reservar y realizar compras en relación al viaje. En caso de reservar con antelación, priorizan que los servicios cuenten con la **opción de cancelación gratuita** hasta unos días antes del evento o de **reprogramación sin cargos**. Las agencias, aerolíneas y demás agentes tendrán que adaptarse a estas nuevas necesidades e incorporar soluciones y facilidades a las demandas del turista.
- El turista espera disfrutar de forma más tranquila de los recursos, y preferirá espacios y **destinos menos masificados y congestionados**.
- El turista priorizará establecimientos y destinos donde la **seguridad sanitaria** sea una prioridad, y los servicios estén adaptados a dar una **buena experiencia de cliente** en este sentido (*check in* online, dispositivos *contactless*, gel hidroalcohólico y limpieza de espacios comunes frecuentemente).
- Muchos turistas se inclinarán por vacacionar en el terreno nacional, priorizando destinos de proximidad, decantándose especialmente por aquellos **destinos rurales y culturales**. El coche, en la medida de lo posible, será el medio de transporte principal.
- Aquellos **destinos y productos turísticos que estén gestionados con conciencia social** y demuestren compromiso con acciones de responsabilidad ambiental tendrán mayor valoración y preferencia por parte del turista.
- El turista nacional tendrá una mayor preferencia por destinos de naturaleza donde pueda disfrutar de experiencias al aire libre y en solitario.
- La búsqueda de nuevas sensaciones y emociones puede incrementar la demanda del **turismo de experiencial**. Este tipo de turismo puede complementar otras demandas, como el turismo religioso.

2.15. Análisis respecto al Plan España Puede y el Plan de Modernización y Competitividad del Sector Turístico

El Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR o Plan España Puede) es el documento que fija los criterios de aplicación de los fondos Next Generation EU en España, a través del desarrollo de 4 ejes transversales: transición ecológica, transformación digital, cohesión social y territorial e igualdad de género. El Plan define 10 políticas palanca. La palanca V Modernización y digitalización del tejido industrial y de la pyme, recuperación del turismo e impulso a una España nación emprendedora, procura la modernización del ecosistema industria-servicios, a través de la digitalización y la transición energética.

El componente 14. Plan de modernización y digitalización del sector turístico, pone especial atención en este sector, por haber sido gravemente afectado por la crisis, su peso en la economía y su alto grado de competitividad internacional. Tiene por objetivo fomentar la resiliencia, sostenibilidad, diversificación y el valor añadido de este sector tractor de la economía en el conjunto del territorio nacional, con especial atención a Baleares, Canarias y al turismo en zonas despobladas. Se estructura en 5 ámbitos de actuación (1 reforma y 4 inversiones).

- El Fondo Financiero del Estado para la Competitividad Turística (FOCIT)
- La transformación del modelo turístico hacia la sostenibilidad
- Programa de digitalización e inteligencia para destinos y sector turístico
- Planes de resiliencia específicos en territorios extra peninsulares
- Actuaciones especiales en el ámbito de la competitividad

C14.I1. Fondo Financiero del Estado para la Competitividad Turística (FOCIT)

Esta componente del plan se articula a través del desarrollo de la reforma **C14.R1. Fondo Financiero del Estado para la Competitividad Turística (FOCIT)**, aprobado por el RD 1072/2021, de 7 de diciembre. Estos préstamos para empresas y autónomos están destinados a promover:

- La digitalización de las empresas turísticas
- Acciones de innovación y modernización de las instalaciones, infraestructuras y servicios turísticos
- Proyectos de I+D+I destinados a la modernización y mejora de la gestión en el sector

C14.I1. Transformación del modelo turístico hacia la sostenibilidad

Dotado de 1.904 millones de euros, se instrumenta a través a través de la **Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos**. Consta de 4 subproyectos:

- La Estrategia de Turismo Sostenible España 2030
- Planes de Sostenibilidad Turística en Destino
- Planes de Sostenibilidad Social del sector turístico, orientado a empresas y agentes sociales
- La creación de un Sistema de Sostenibilidad Turística Integral, que reforme el de calidad turística español

El subproyecto 2 prevé 23,98 millones de euros de inversión en Galicia, (según acuerdo de la Conferencia Sectorial de Turismo del 28 de julio de 2021). Se articula a través de 2 instrumentos:

- **Actuaciones de Cohesión entre Destinos (ACD)**, para completar, relacionar o cohesionar otras actuaciones
- **Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (PSTD)**, que desarrollan los ejes previstos en la Estrategia de Sostenibilidad Turística en destinos: transición verde y sostenible, eficiencia energética, transición digital y competitividad de los destinos.

Algunos PSTD y ACD se localizan en territorios vinculados a rutas jacobeanas objeto de ordenación de este Plan.

CUADRO 45. PSTD Y ACD EN TERRITORIOS VINCULADOS AL CAMINO EN GALICIA

| Tipo de intervención | Entidad local | Importe (euros) |
|---|--|-----------------|
| PSTD Sanxenxo. 365 días | Ayuntamiento de Sanxenxo | 2.000.000 |
| PSTD Ribeira. Destino litoral sostenible | Ayuntamiento de Ribeira | 2.000.000 |
| PSTD Reserva de la Biosfera As Mariñas Coruñesas. Destino de Ecoturismo familiar neutro en carbono. | Entidad Gestora de la Reserva de Biosfera Mariñas | 1.500.000 |
| PSTD Descubre Baiona | Ayuntamiento de Baiona | 2.000.000 |
| PSTD Ciudad de Pontevedra | Ayuntamiento de Pontevedra | 2.000.000 |
| ACD Senda litoral de Galicia | Localidades costeras de las provincias de A Coruña, Pontevedra y Lugo | 3.225.000 |
| ACD. Revalorización de puertos y actividades náutico-deportivas | Localidades costeras con puertos náuticos de las provincias de A Coruña, Pontevedra y Lugo | 1.485.000 |
| ACD. Rehabilitación de recursos emblemáticos del litoral gallego | Localidades costeras de las provincias de A Coruña, Pontevedra y Lugo | 6.670.000 |

Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Elaboración propia

En esa misma Conferencia Sectorial del 28 de julio de 2021 se acordó el Plan Anual extraordinario de sostenibilidad turística en destinos al Xacobeo 2021, dotándolo de 45 millones de euros. El Real Decreto 1073/2021, de 7 de diciembre, reguló la concesión directa de subvenciones a proyectos ACD y PSTD, destinadas a:

- La mejora de la movilidad sostenible relacionada con los Caminos de Santiago
- Señalización y accesibilidad

- Rehabilitación o puesta en valor de bienes culturales
- Actuaciones contempladas en el apartado 6 de la Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos

CUADRO 46. SUBVENCIONES EN EL MARCO DEL PSTD XACOBEO 2021 EN GALICIA

| Entidad beneficiaria | Importe máximo (euros) |
|-------------------------------------|------------------------|
| Comunidad Autónoma de Galicia | 8.390.000 |
| Concello de Vilagarcía de Arousa | 2.490.852 |
| Mancomunidade do Salnés | 2.116.000 |
| Concello de Oia | 1.500.000 |
| Diputación Provincial de Pontevedra | 2.096.000 |

Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Elaboración propia

Las actuaciones deberán estar finalizadas antes del 31 de octubre de 2025 y justificadas el 31 de enero del 2026.

C14.I2. Programa de digitalización e inteligencia para destinos y sector turístico

Este programa procura:

- La transformación digital de los destinos y empresas turísticas, a través de tres inversiones: plataforma inteligente de destino, impulso y consolidación red DTI, sistema de inteligencia turística para administración y sector.
- La transformación digital de empresas de la cadena de valor turística a través de la Inteligencia Artificial y otras tecnologías habilitadoras

C14.I3. Planes de resiliencia específicos en territorios extrapeninsulares

Dirigido a las CC. AA. de Baleares y Canarias, y a las Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla, se orienta al apoyo a la innovación, resiliencia frente al cambio climático, desestacionalización y diversificación del sector.

C14.I4. Actuaciones especiales en el ámbito de la competitividad

Esta inversión se centra en:

- El desarrollo del producto turístico y modernización del ecosistema turístico
- Desarrollo de proyectos de eficiencia energética y economía circular en empresas del sector
- Financiación de proyectos sostenibles en mantenimiento y rehabilitación del patrimonio histórico de uso turístico, en tres productos turísticos relevantes (RD 1074/2021), entre ellos, Camino de Santiago, que prevé

23,7 millones de euros para Galicia y 15 ciudades Patrimonio Mundial, entre las que está Santiago de Compostela, para la que los fondos prevén un máximo de 3 millones de euros de inversión

- La mejora de las zonas comerciales de gran afluencia turística

2.16. Análisis del alineamiento del Camino con los ODS de la Agenda 2030

A continuación, se presenta un análisis específico de la Agenda 2030 de la ONU y sus Objetivos de Desarrollo Sostenible de cara al alineamiento del Plan Director para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos. La OMT señala tres metas de la Agenda 2030 de la ONU en las que la contribución del turismo es mayor:

- Meta 8.9. Hasta 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
- Meta 12b. Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales

Más allá de este marco general, la localización de los ODS en el Camino de Santiago como producto turístico tiene en cuenta que es una ruta de peregrinación, de origen medieval, que transcurre por entornos naturales y rurales, lo que apunta una serie de retos y oportunidades a la hora de abordar su gestión.

CUADRO 47. RETOS Y OPORTUNIDADES EN EL CAMINO A LA LUZ DE LA AGENDA 2030

| ASPECTO | ODS | OPORTUNIDADES | RETOS |
|--|-----|---|--|
| Ruta de peregrinación | 4 | Fortalecer y difundir los valores de inclusividad, tolerancia y paz | |
| | 11 | | Proporcionar accesibilidad universal e infraestructuras de acogida adecuadas |
| | 16 | Generar entendimiento multicultural e interconfesional | |
| Que transcurre, mayoritariamente, por entornos rurales y naturales | 2 | Estimular productividad agrícola, y la producción, venta y uso de productos locales, integrándolos en la cadena de valor del Camino | |
| | 10 | Contribuir a reducir los desequilibrios regionales | |
| | 15 | Sensibilizar al peregrino, a las empresas y a los trabajadores sobre los valores a proteger | Gestionar de modo sostenible el consumo de recursos (agua, energía), reducir los residuos Conservar la flora y la fauna |
| Origen medieval | 11 | Preservar y poner en valor del patrimonio cultural | |

Fuente: UNWTO. Elaboración propia

La naturaleza intersectorial de su gestión (económica, turística, ambiental, cultural...) lo implica directamente en el desarrollo del ODS y exige generar estructuras de gobernanza duraderas y eficientes que permitan aunar esfuerzos en la consecución de estos objetivos, involucrando para ello a todos los agentes (públicos y privados) interesados.



3. PROCESO PARTICIPATIVO

3.1. Grupos de discusión

Metodología de trabajo (investigación cualitativa)

La investigación cualitativa es otra de las metodologías que ha permitido ahondar en el conocimiento de los distintos puntos de vista que permitan valorizar los servicios a ofertar a los peregrinos y definir las estrategias y actuaciones más necesarias en el desarrollo y fortalecimiento de los Caminos de Santiago como recurso.

Para el desarrollo de esta investigación se han articulado, además de entrevistas en profundidad, grupos de discusión (*focus group*). De este modo se ha contado con la participación de representantes del sector patrimonial, el sector del turismo (incluidos alojamiento y restauración), industrias culturales y creativas, el sector de la información y la comunicación, el sector de la innovación, el sector de la movilidad, ONGs y empresas de economía social y agentes del ámbito académico, además de otros participantes relevantes para los objetivos del diseño del *Plan Director de los Caminos de Santiago en la Comunidad Autónoma de Galicia 2022-2027*.

A continuación, se detallan las particularidades de los grupos de discusión y los aspectos más relevantes para el diseño, trabajo de campo, posterior análisis discursivo de los resultados y extracción de conclusiones.

GRÁFICO 58. FICHA TÉCNICA GRUPOS DE DISCUSIÓN



GRUPOS DE DISCUSIÓN (INVESTIGACIÓN CUALITATIVA)

- **Universo de estudio:** agentes implicados del sector patrimonio, sector turismo, industrias culturales y creativas, sector de la información y la comunicación, sector de la innovación, sector de la movilidad, ONGs, empresas de economía social, ámbito académico y sectores relevantes de los Caminos de Santiago (excluyendo a los agentes que participan en entrevistas en profundidad)
- **Metodología:** investigación cualitativa mediante 10 grupos de discusión, realizados a través de plataforma virtual y con una media de 7 participantes en cada uno (duración aproximada de 1:30h), con grabación para análisis discursiva posterior y garantizando el anonimato
- **Trabajo de campo:** 14 al 25 de febrero de 2022
- **Temáticas y guiones de moderación:** se determinaron 5 temáticas para cada 2 grupos de discusión, con guiones específicos para la moderación (Los valores del Camino de Santiago: espiritualidad, tradición, hospitalidad, respeto a la historia y a la cultura jacobea; Conservación y promoción del Patrimonio material e inmaterial de los Caminos de Santiago: histórico-artístico, etnográfico, tradicional, musical, etc.; Excelencia en la experiencia de la peregrinación a Compostela; El Camino como espacio de desarrollo socioeconómico sostenible y responsable; El Camino como fortalecedor de la identidad y la cultura gallega)

Fuente: Elaboración propia

Análisis discursivo de la discusión

Tras la celebración de los grupos de discusión se ha procedido a profundizar en las aportaciones, motivaciones e identificación de retos y prioridades que emanan del discurso de cada uno de los agentes participantes. A

continuación, se detallan las ideas más relevantes extraídas en relación a la situación actual de los Caminos de Santiago, los retos estratégicos a abordar en los próximos años y la identificación de prioridades de actuación.

GRÁFICO 59. PERCEPCIÓN DE LOS CAMINOS DE SANTIAGO



Fuente: Elaboración propia

Los valores asociados a los Caminos de Santiago, entendiendo como tal aquellas cualidades o virtudes que caracterizan a las personas que peregrinan a Santiago de Compostela por los distintos recorridos o variantes del Camino de Santiago, resultan fundamentales a la hora de proteger su singularidad, fomentar su historia y patrimonio y evitar que desvirtúe la esencia que diferencia al Camino de otras sendas.

En ese sentido valores como la universalidad, la hospitalidad o la solidaridad, más tradicionales en su asociación con el Camino de Santiago conviven con nuevas cualidades asociadas al mismo como el respeto por la naturaleza y la sostenibilidad, la accesibilidad y el respeto por los demás.

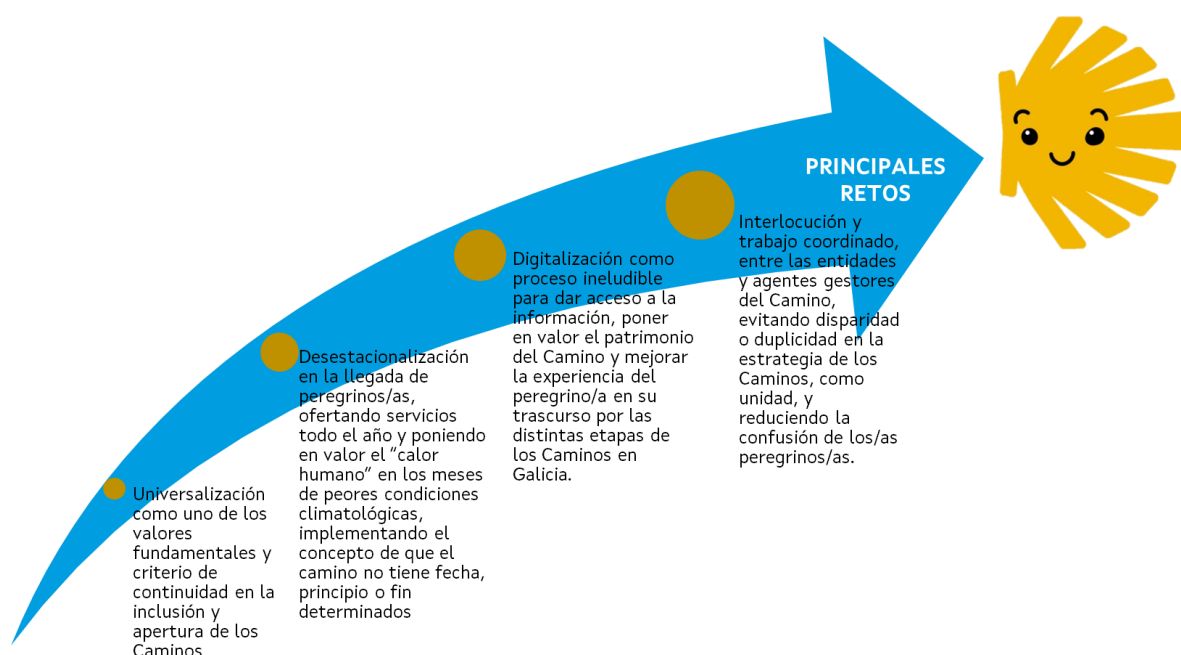
De entre las percepciones que los agentes implicados manifiestan en relación a la situación actual de los Caminos de Santiago hay que destacar:

- **El Camino entendido como recurso patrimonial** y los servicios como productos turísticos asociados al mismo.
- **Los valores del Camino como garantes de su singularidad** y los distintos Caminos a recorrer como alternativas a la concentración.

- ☀ **La experiencia del peregrino/a como base fundamental de la calidad y la excelencia**, implicando a la población local y fomentando la profesionalización.
- ☀ **La colaboración público-público y público-privada como mecanismos de desarrollo** y colaboración entre agentes implicados.

Estas aportaciones permiten perfil el escenario que perciben los agentes implicados en los Caminos de Santiago y que favorecen la concreción las líneas estratégicas que guían las actuaciones futuras a desarrollar y que se incluyen en el *Plan Director de los Caminos de Santiago en la Comunidad Autónoma de Galicia 2022-2027*.

GRÁFICO 60. RETOS ESTRATÉGICOS DE LOS CAMINOS DE SANTIAGO

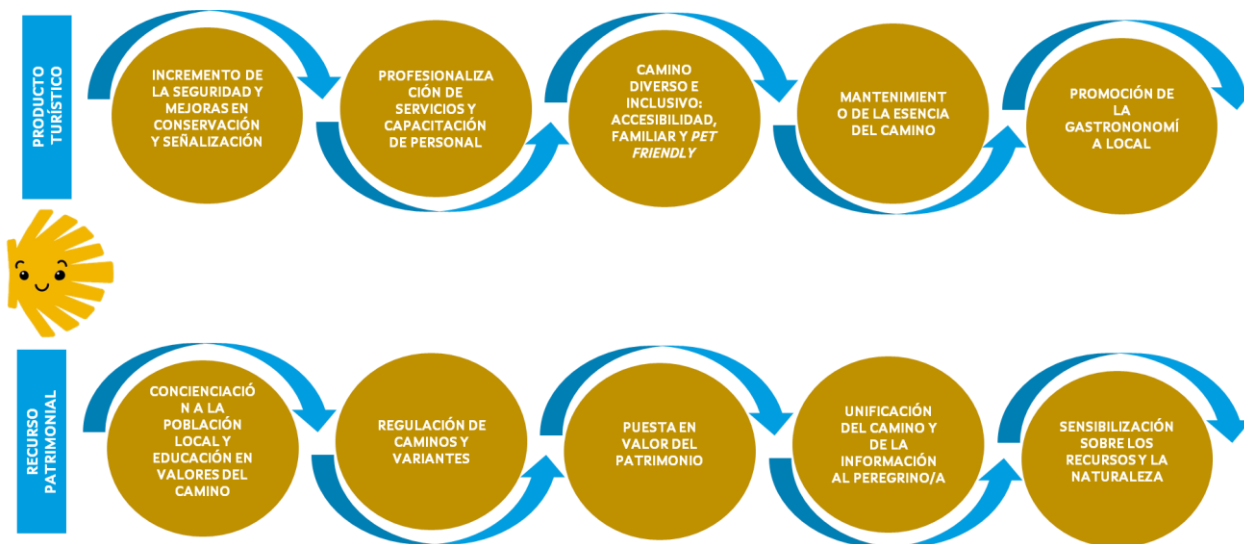


Fuente: Elaboración propia

Tal y como apuntan los participantes es prioritario hacer frente a los retos de futuro que marcan el desarrollo y la sostenibilidad de los Caminos, preservando sus valores esenciales y apostando por la interlocución y trabajo coordinado entre los distintos agentes, tanto del sector público como privado, al mismo tiempo que apostar por la digitalización como solución tecnológica que favorezca el acceso a la información y el conocimiento, aunando esfuerzos de promoción en relación a la desestacionalización como garante de la pervivencia y sostenibilidad de los Caminos de Santiago desde criterios de equilibrio y convivencia y asumiendo la universalización como uno de los valores esenciales que permiten la apertura de los Caminos de Santiago y la inclusión de género, familias, personas con diversidad funcional o peregrinación con mascotas, de manera que todos los perfiles de peregrinos/as tengan cabida en el recorrido de los distintos itinerarios.

Por otra parte, a la hora de concretar cuáles con las actuaciones más necesarias y urgentes que deben desenvolverse entorno a los Caminos de Santiago, los distintos agentes del sector público y privado concuerdan en una serie de necesidades que si bien se complementan, difieren en el enfoque de las mismas, existiendo propuestas que apuestan por el desarrollo de actuaciones que potencien el Camino de Santiago como un recurso patrimonial, y otras que hacen hincapié en el desarrollo de productos que doten de capacidad de atracción y mejora de la experiencia del peregrino/a.

GRÁFICO 61. PRIORIDADES DE ACTUACIÓN EN LOS CAMINOS DE SANTIAGO



Fuente: Elaboración propia

Entre las **posibles actuaciones referidas a los Caminos de Santiago como recurso patrimonial** destacan cuestiones como la concienciación de la población local y la educación en los valores esenciales de los Caminos, entendiendo que la pervivencia de los mismos, la visión hospitalaria y de acogida al peregrino/a y la potenciación y mejora del orgullo de pertenencia de la población vinculada con el camino requiere de estas acciones; la regulación de los Caminos y sus variantes, evitando la confusión del peregrino/a y desvirtuar la tradición y oficialidad de los recorridos reconocidos; la puesta en valor del patrimonio de los Caminos, tanto material como inmaterial, generando información e interés que contribuya a incrementar la tasa de retorno y que el peregrino/a pueda conocer el territorio y sus recursos con mayor detalle; la unificación del Camino con una unidad y la información consistente que evite la confusión del peregrino/a en cuanto a recorridos y variantes; la sensibilización con los recursos y la naturaleza, haciendo de la sostenibilidad un pilar fundamental del desarrollo futuro de los Caminos de Santiago.

Las **actuaciones en materia de producto turístico** apuntan a incrementar la seguridad y la conservación de los Caminos, como ya ha sido la apuesta durante los años de pandemia y que ha permitido que sigan transitando y acudiendo peregrino/as como destino demandando; el continuo en la profesionalización de los servicios y la capacitación del personal que trabaja en los Caminos, como anfitriones de la peregrinación y transmisores de sus valores; la diversificación y refuerzo de nuevas formas de abordar los Caminos, en familia, con mascotas, para

personas con diversidad funcional, etc.; las acciones destinadas al mantenimiento de la esencia del camino, poniendo en valor el camino como un producto único y diferencial; la promoción de la gastronomía como uno de los principales atractivos del Camino y que precisa de puesta en valor del producto local, apostando por una oferta singular y que genere mayor impacto en las economías locales de cada territorio.

Las potenciales de los Caminos de Santiago exigen la procura de un equilibrio entre las distintas visiones y sensibilidades a la hora de planificar la promoción de los itinerarios, de evaluar el impacto social y económico que genera la peregrinación en nuestro territorio y de implicar a la población local en el desarrollo de iniciativas empresariales e institucionales que favorezcan la buena acogida de los/as peregrinos/as a su paso por Galicia.

Principales conclusiones

El potencial de los Caminos de Santiago es indiscutible, así como **la singularidad de esta ruta de peregrinación** y su capacidad para atraer viajeros que, con diferentes perfiles y motivaciones, encuentran en sus distintos itinerarios una forma de adentrarse en la riqueza de nuestro territorio, **disfrutando de sus recursos e interaccionando con la población**, como una experiencia única y enriquecedora cuya tendencia al alza en la llegada de peregrinos/as muestra el apogeo en el que se encuentra.

Además, los Caminos de Santiago no son solo una **oportunidad diferente y única de caminar y descubrir Galicia**, y otros territorios previos a la llegada a nuestra Comunidad Autónoma, sino que además representa un **fuelle de ingresos y avance socioeconómico imprescindible para el desarrollo de zonas rurales** con mayor riesgo de despoblación, **generando oportunidades de asentamiento de población y puesta en marcha de iniciativas innovadoras con capacidad para generar empleo** y dar respuesta a demandas de servicios/productos del Camino.

De este modo, el **equilibrio entre la tradición y la innovación, la atracción y la sostenibilidad, la espiritualidad y la aventura**, resultan claves para **fortalecer la posición de los Caminos de Santiago como destino preferido por un perfil de peregrino/a diverso**, con múltiples expectativas y necesidades que debe convivir bajo el amparo y **coordinación de los agentes que operan en él, tanto las Administraciones públicas como el sector privado**, y que precisa de una **visión estratégica conjunta y a futuro que garantice la viabilidad en las actuaciones desarrolladas**.

3.2. Mesas de trabajo

Como continuidad de los grupos de discusión realizados, y atendiendo a las principales conclusiones extraídas de los mismos, se procedió a la organización y desarrollo de 3 mesas de trabajo multisectoriales, estructurando la composición de una de ellas con representantes de las Administraciones públicas gallegas (tanto de ámbito autonómico, como de ámbito provincial y local) y de las dos restantes con agentes representantes de entidades de conocimiento y de empresas del sector privado que operan en los Caminos de Santiago.

GRÁFICO 62. FICHA TÉCNICA MESAS DE TRABAJO



MESAS DE TRABAJO (REUNIONES MULTISECTORIALES)

- **Universo de estudio:** representantes de Administraciones públicas gallegas (Xunta de Galicia, Diputaciones provinciales y Ayuntamientos de las 7 ciudades gallegas) y agentes implicados del ámbito académico y sectores relevantes de los Caminos de Santiago
- **Metodología:** realización de 3 mesas de trabajo, 1 de ellas de Administraciones públicas y las 2 restantes del ámbito académico y del sector, desarrolladas mediante plataforma virtual y con una media de 7 participantes en cada una (duración aproximada de 1:30h), con grabación para análisis posterior de conclusiones y garantizando el anonimato de las aportaciones
- **Trabajo de campo:** 9 y 10 de marzo de 2022
- **Temáticas y guiones de moderación:** se determinaron 5 temáticas para la mesa de Administraciones públicas, y la división de las mismas para su debate en las 2 mesas restantes de ámbito académico y sector privado: El valor patrimonial de los Caminos: digitalización y sostenibilidad; Los Caminos: promoción de itinerarios y variantes y su conexión internacional; La experiencia de usuario/a del peregrino/a nuevas fórmulas innovadoras; Mejoras en los servicios de los Caminos de Santiago: igualdad, inclusión y diversidad; Apuesta por productos locales e implicación de la vecindad

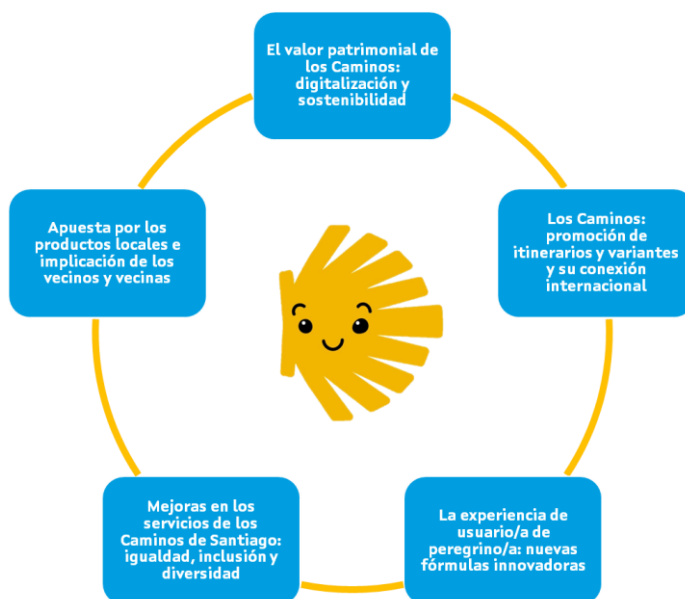
Fuente: Elaboración propia

Análisis de las mesas de trabajo

Resultado de estas mesas de trabajo para la elaboración del *Plan Director de los Caminos de Santiago en la Comunidad Autónoma de Galicia 2022-2027* se extrajeron las principales líneas estratégicas y de actuación a desarrollar que se detallan a continuación, ordenadas atendiendo a los 5 bloques temáticos propuestos.

- ☀ **El valor patrimonial de los Caminos: digitalización y sostenibilidad**
- ☀ **Los Caminos: promoción de itinerarios y variantes y su conexión internacional**
- ☀ **La experiencia de usuario/a de peregrino/a: nuevas fórmulas innovadoras**
- ☀ **Mejoras en los servicios de los Caminos de Santiago: igualdad, inclusión y diversidad**
- ☀ **Apuesta por los productos locales e implicación de los vecinos y vecinas**

GRÁFICO 63. BLOQUES TEMÁTICOS MESAS DE TRABAJO



Fuente: Elaboración propia

☀ El valor patrimonial de los Caminos: digitalización y sostenibilidad

El Camino de Santiago es el **1er Itinerario Cultural Europeo**. Este aspecto, y lo que significa (conocer, a través de un viaje por el espacio y el tiempo, como el patrimonio de los diferentes países y culturas de Europa contribuye a un patrimonio cultural compartido y vivo), debería estar más presente en su gestión, difusión y promoción.

En este sentido, hay un déficit a la hora de poner en valor las pequeñas **ciudades históricas** que el Camino atraviesa (Betanzos, Mondoñedo y Tui), y en la **accesibilidad** a los principales bienes culturales próximos a sus itinerarios.

En cuanto a la **sostenibilidad** de los Caminos, la **capacidad de acogida** de los Caminos es menor a la agregada de sus alojamientos, ya que depende también de la capacidad de la propia infraestructura (el espacio público que se recorre), si bien la percepción de la saturación depende del perfil de la persona que peregrina y lo que busque con la experiencia.

Como estrategias para evitar el colapso del Camino Francés (meses de julio y agosto), más allá de albergues temporales (de difícil viabilidad económica) o pabellones municipales (que son alojamientos indignos de la experiencia que procura el/la caminante), se plantean la **desestacionalización**, limitada por el periodo vacacional mayoritario de las personas que peregrinan desde el centro de Europa, y la **diversificación** de los itinerarios:

- ✓ Desde la **caracterización específica de la oferta** de cada uno, adaptada a las características del clima, de los servicios e infraestructura existentes (p. ej. Camino de Vía de la Plata como Camino en bicicleta o a caballo)

- ✓ Desde el refuerzo de una **narración alternativa** (que compense, sin dejar a un lado, el mensaje de que el Camino Francés es el principal y el histórico).

En cuanto a la sostenibilidad ambiental, se señala la necesidad (y buenos resultados) de establecer **compromisos ambientales con los caminantes**, pidiendo su colaboración al tiempo que le ayuda a no dejar huella en los Caminos (residuos, energía, etc.), con actuaciones como la eficiencia energética e instalación de energías renovables en albergues, los "Repousos no Camiño" como zonas de descanso y recreativas o la potabilización de fuentes (proyecto Life Water Way).

Las reflexiones en torno a la relación del Camino con las **nuevas tecnologías** se centran en diversos aspectos.

- ✓ Necesidad de una **toma de decisiones de gobernanza y gestión basada en datos** (número y procedencia de los peregrinos, expectativas, homogenización del dato de diversas administraciones e instituciones)
- ✓ **Elementos tecnológicos no intrusivos**: la tecnología debe ser un telón de fondo, que no se note ni condicione la experiencia de la persona que peregrina, que respeten el espacio del factor humano y social en la peregrinación (contacto, intercambio de experiencias, soledad, naturaleza, etc.)
- ✓ **Ventajas de la digitalización**, como reducción de intrusiones físicas y del consumo de materiales, universalización de la información, mejora de acceso a los servicios (geolocalización de fuentes, por ejemplo) y de la seguridad, entre otras
- ✓ Las decisiones de itinerario y época para peregrinar, y la preparación de la peregrinación, se basan, cada vez más, en la **consulta de información en webs**, estandarizándose las expectativas y las decisiones

🌟 **Los Caminos: promoción de itinerarios y variantes y su conexión internacional**

Frente a la propuesta de **nuevos itinerarios y variantes**:

- ✓ Se estudiarán únicamente los que discurran íntegramente por la Comunidad Autónoma de Galicia (que no tengan conexiones con Portugal ni otras CC. AA de España)
- ✓ En una situación en la que queda mucho trabajo pendiente para dotar a los itinerarios reconocidos de los servicios adecuados, este tema requiere un **abordaje conservador**, pues el reconocimiento de una nueva ruta implica una importante inversión pública (infraestructura, señalización, albergues, etc.)
- ✓ No es necesario el reconocimiento de nuevas rutas para poder peregrinar desde cualquier punto de la geografía, pues la Compostela se entrega independientemente del itinerario que se haya seguido

Con respecto a la promoción de los Camino de Santiago **fuera de la Comunidad Autónoma de Galicia**, se señala:

- ✓ Aragón, o países como Francia, no fomentan la peregrinación a Compostela: tratan el Camino como una ruta de senderismo más. A esto se suma el menor interés en Europa Occidental que en Europa del Este.

- ✓ La necesaria homogenización de los criterios de señalización, en algún caso.
- ✓ En cuando al **Camino Portugués**, se está intentando reestablecer la conexión de ferry del Camino Portugués por la Costa, entre la localidad portuguesa de Caminha y la localidad gallega de A Guarda (no hay itinerario definido entre las localidades gallegas de Tui y A Guarda que pueda suplir esa conexión). El crecimiento en el número de peregrinos y peregrinas se debe al desarrollo de las conexiones internacionales del aeropuerto portugués de Sá Carneiro.
- ✓ Se ha logrado buena coordinación con las CC.AA. de Andalucía, Extremadura y Castilla y León en la promoción del Camino Mozárabe - Vía de la Plata, con origen en la ciudad andaluza de Sevilla.
- ✓ En Asturias, origen del Camino Primitivo, se está promocionando el mismo. En Cantabria, se han hecho también promociones del Camino Lebaniego.

En lo que respecta a la **gobernanza institucional**, se señalan las siguientes problemáticas:

- ✓ El grupo de trabajo de los municipios de los Caminos, interlocutor con el **Consejo de Europa**, es muy débil por estar normalmente presidido por municipios de pequeño tamaño cuya capacidad de gestión es débil.
- ✓ El **Consejo Jacobeo** sólo reconoce los 4 itinerarios declarados BIC -Bien de Interés Cultural-.
- ✓ La Diputación de A Coruña está haciendo esfuerzos para delimitar, señalar y promover el Camino Inglés desde el norte de Inglaterra, en colaboración con las universidades y las entidades locales.

La experiencia de usuario/a de peregrino/a: nuevas fórmulas innovadoras

Se señala la **simplificación de los perfiles** de la persona que peregrina, cifrado en la práctica desaparición, tras la pandemia, de los más interesantes. Ahora apenas responden a dos: uno joven, muy amante de la tecnología, y otro de turismo-vacaciones, como cualquier otro destino.

- ✓ El Camino no se puede transformar en un producto turístico más. Deben ser atendidas los **múltiples perfiles** y razones del caminante (espiritual, social, deportiva y/o cultural).
- ✓ La dependencia de lo digital (personas que peregrinan mirando el móvil) y la alta afluencia de peregrinos en ciertos puntos son los dos aspectos que ponen en peligro la experiencia basada en los valores del Camino.
- ✓ La experiencia de la peregrinación (y la elección de la ruta) depende, fundamentalmente, de los **servicios y de la sensación de seguridad** (las mujeres solas prefieren trazados más urbanos, por ejemplo). En este sentido se detectan puntos negros, como la salida de A Coruña o el tránsito por polígonos industriales.
- ✓ El acceso a la **información** a la hora de programar la ruta es muy importante. Se detecta una gran profusión de información, desordenada, muy técnica y especializada (y, en ocasiones, falsa o desactualizada) y se echa en falta información más práctica y accesible.

- ✓ Se detecta falta de atención a los peregrinos y peregrinas que tienen una mayor dependencia tecnológica

☀ **Mejoras en los servicios de los Caminos de Santiago: igualdad, inclusión y diversidad**

Se detectan carencias en el acceso al agua (y su previsión al caminar), en la capacidad de alojamiento (en el Camino Francés), la dureza de tramos de la Vía de la Plata (etapas largas, por espacios despoblados, sin sombra, climáticamente duros en verano...), y falta de atención y señalización en el tramo que discurre por Vigo.

- ✓ Se está reforzando la red de albergues de la provincia de Ourense utilizando las estaciones de ADIF en desuso (Vilar de Barrio, A Mezquita, Castrelo do Val-Campobecerras...).
- ✓ Hay una experiencia de mejora sostenible del acceso al agua potable (Ecoembes-Reserva de la Biosfera-Diputación de A Coruña), en tramos del Camino Inglés.

☀ **Apuesta por los productos locales e implicación de los vecinos y vecinas**

El **impacto socioeconómico** de los Caminos es importante en los territorios que cruza, de demografía débil y envejecida, económicamente deprimidos (p.ej: Triacastela 23% PIB):

- ✓ Los servicios orientados a la persona que peregrina son oportunidades de emprendimiento y generación de empleo. Sería interesante conocer la masa crítica de peregrinos que pueden generar este impacto positivo en este contexto. Para los municipios situados entre Sarria y Arzúa es un recurso fundamental (la USC está estudiando este impacto).
- ✓ El gasto medio de cada persona que peregrina en Galicia es muy importante, del orden de 2,3 veces el gasto del turista medio, por ser mayor su tiempo medio de estancia.
- ✓ En algunos casos, un alto flujo de peregrinos puede resultar contraproducente para ciertas actividades más tradicionales y hacer que, en última instancia, se abandonen.
- ✓ En las ciudades de Vigo y A Coruña no se aprovecha apenas este flujo (ni se le presta mucha atención).

En cuanto a la apuesta por los productos locales:

- ✓ La relación es pobre. Es más común la oferta de productos españoles con marca que gallegos.
- ✓ La oferta gastronómica específica en los establecimientos vinculados al camino es escasa en su diversidad, careciendo de la puesta en valor del producto gastronómico local.
- ✓ También es pobre la relación con el paisaje y la naturaleza locales. No se difunde apenas ni se explica el territorio por el que se está transitando.

- ✓ No debe tener cabida el oportunismo. La persona que peregrina no tiene tiempo de pararse en muchas ocasiones ni de desviarse mucho del Camino. Esta oportunidad ha de manejarse tratando al Camino como un escaparate de los atractivos de Galicia (gastronómicos, patrimoniales...).
- ✓ Se está trabajando en generar canales de comercialización online para que la persona que peregrina, cuando regrese a su lugar de origen, pueda seguir consumiendo los productos que probó durante su peregrinación.

Los vecinos y las vecinas de los Caminos de Santiago entienden, mayoritariamente, la importancia del Camino, pero no detectan que afecta a su vida cotidiana. En buena medida la experiencia de la persona que peregrina depende de las personas que se va encontrando en albergues, tiendas...

Para lograr una mayor identificación de los vecinos con el Camino se propone:

- ✓ Establecer fórmulas de gobernanza participativa con los vecinos, de todas aquellas acciones que se promuevan en torno al Camino.
- ✓ Buscar complementariedades con los recursos existentes.
- ✓ Explicar las mejoras de servicios para el caminante y también para los vecinos (accesibilidad, seguridad...).
- ✓ Una mayor sensibilización del caminante en cuanto al respeto por el patrimonio natural y cultural.
- ✓ Reforzar la apuesta por los/as albergueiros/as voluntarias, promovida por la Federación de asociaciones de amigos del Camino de Santiago).

Principales conclusiones

Las reuniones de trabajo mantenidas con los diferentes agentes, tanto del Sector público como privado, han permitido establecer acuerdos informados de las principales líneas estratégicas de actuación a desarrollar en el *Plan Director de los Caminos de Santiago en la Comunidad Autónoma de Galicia 2022-2027*, destacando:

- ☀ **El valor patrimonial de los Caminos: digitalización y sostenibilidad.** Los Caminos de Santiago precisan una puesta en valor del patrimonio, apoyados en las nuevas tecnologías y la digitalización, que permitan acceder y minimizar el impacto, y un uso y disfrute bajo criterios de sostenibilidad.
- ☀ **Los Caminos: promoción de itinerarios y variantes y su conexión internacional.** Los Caminos de Santiago, para desestacionalizar la afluencia de peregrinos/as y reducir los puntos de mayor afluencia de peregrinos, requieren de la coordinación en la promoción de los itinerarios y la potenciación de Caminos con menor demanda en la actualidad.
- ☀ **La experiencia de usuario/a de peregrino/a: nuevas fórmulas innovadoras.** Los perfiles de peregrinación han variado y es preciso diversificar la oferta de servicios adecuándose a las nuevas necesidades.

- ☀ **Mejoras en los servicios de los Caminos de Santiago: igualdad, inclusión y diversidad.** Los Caminos de Santiago, deben dar respuesta a las nuevas realidades y respetar los valores que se asocian al mismo incorporando nuevas visiones que permitan que cualquier persona se integre y disfrute de la experiencia.
- ☀ **Apuesta por los productos locales e implicación de los vecinos y vecinas.** Los Caminos de Santiago tienen que apostar por productos de proximidad, integración de la población y puesta en valor de lo local, como garantía de sostenibilidad del territorio y de viabilidad socioeconómicas de los distintos itinerarios.

3.3. Encuesta online

Metodología de trabajo (investigación cuantitativa)

Para conocer la opinión de los/as peregrinos/as en el Proceso Participativo desarrollado en la elaboración del *Plan Director de los Caminos de Santiago en la Comunidad Autónoma de Galicia 2022-2027* se ha elaborado un cuestionario con valoraciones sobre diferentes aspectos del Camino así como hábitos y pautas de comportamiento durante la peregrinación.

El cuestionario se ha difundido a través de una encuesta online a Asociaciones del Camino y en los propios canales de comunicación de Agencia Turismo de Galicia y ha permitido recopilar información cuyas principales conclusiones se muestran a continuación.

GRÁFICO 64. FICHA TÉCNICA ENCUESTA ONLINE



ENCUESTA ONLINE (INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA)

- **Universo de estudio:** peregrinos y peregrinas que hayan realizado alguno de los Caminos de Santiago.
- **Metodología:** Investigación cuantitativa mediante cuestionario distribuido online (duración aproximada de 12 minutos), garantizando el anonimato de las respuestas.
- **Trabajo de campo:** 8 de febrero al 3 de mayo de 2022
- **Entrevistas realizadas:** 113 entrevistas completas
- **Variables analizadas:** preguntas sobre el perfil sociodemográfico de los/as entrevistados/as (sexo, edad, ocupación...)

Análisis descriptivo de los resultados

La información contribuye a perfilar mejor las acciones futuras a realizar en los distintos Caminos de Santiago de cara a prestar servicios de calidad y consolidar una oferta atractiva y competitiva para quienes optan por esta ruta de peregrinación, atendiendo al grado de satisfacción y a las valoraciones de los distintos ítems analizados en esta investigación cuantitativa.

Valoración y conservación del Camino de Santiago

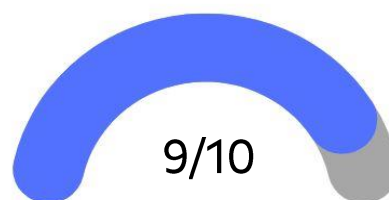
Para estudiar la experiencia de los peregrinos es vital analizar la percepción que estos tienen de la ruta. En esta encuesta se preguntó sobre las **expectativas** previas a la iniciación del Camino y la valoración una vez terminado el itinerario.

GRÁFICO 65. EXPECTATIVAS ANTES Y DESPUES DE REALIZAR EL CAMINO

Expectativas antes de realizar el Camino



Valoración tras realizar el Camino



En cuanto a los **aspectos más positivos**, destacan algunos comentarios que tienen mucha relación con las motivaciones que se mencionaron anteriormente. La mayoría de los peregrinos encuestados mencionan aspectos ligados con el conocimiento de uno mismo y la espiritualidad. En menor medida se nombran aspectos relacionados con el ocio y la relación con otros peregrinos.

En cuanto a los **aspectos más negativos** del camino, muchos de los peregrinos estudiados comentan su preocupación por la alta afluencia que se está sufriendo algunos tramos del Camino y las confusiones que sufren por falta de señalización o ausencia de esta en puntos concretos del itinerario. Sin embargo, hay que destacar la mención de muchos peregrinos sobre la inexistencia de aspectos negativos en su experiencia en el Camino.

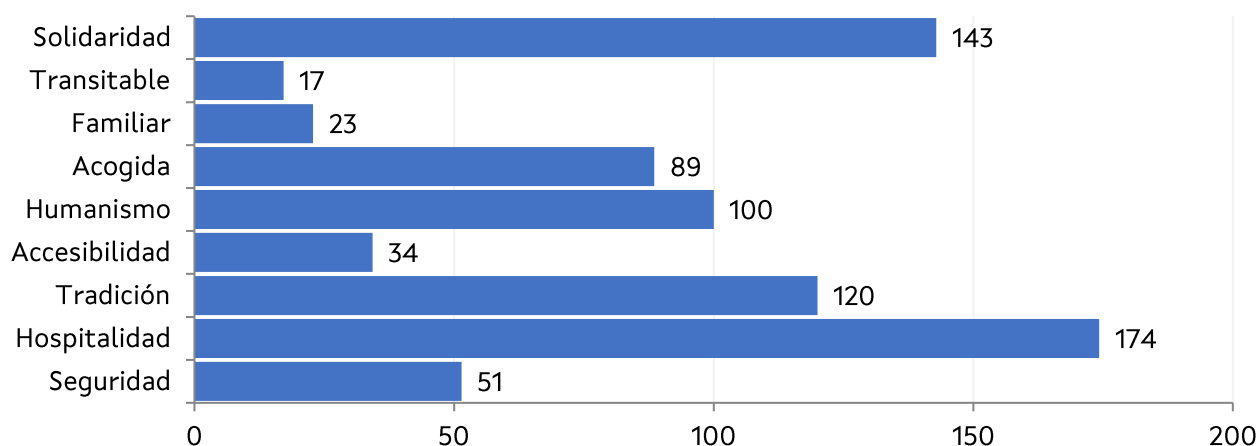
Para la **valoración** de diversos aspectos del Camino se han realizado una serie de preguntas a los encuestados para conocer su opinión mediante la calificación de diferentes factores, puntuando del 1 al 10 los temas, obteniendo los siguientes resultados:

GRÁFICO 66. VALORACIÓN DEL CAMINO



Para la valoración de los **aspectos más destacables** del Camino, se pidió a los peregrinos encuestados que eligieran conceptos que asociaran con el Camino de Santiago. Entre los conceptos que más asociaron al camino, sobresale la Hospitalidad, la Solidaridad y la Tradición. Los conceptos menos asociados son los de Transitable y Familiar.

GRÁFICO 67. ASPECTOS MÁS DESTACABLES DEL CAMINO

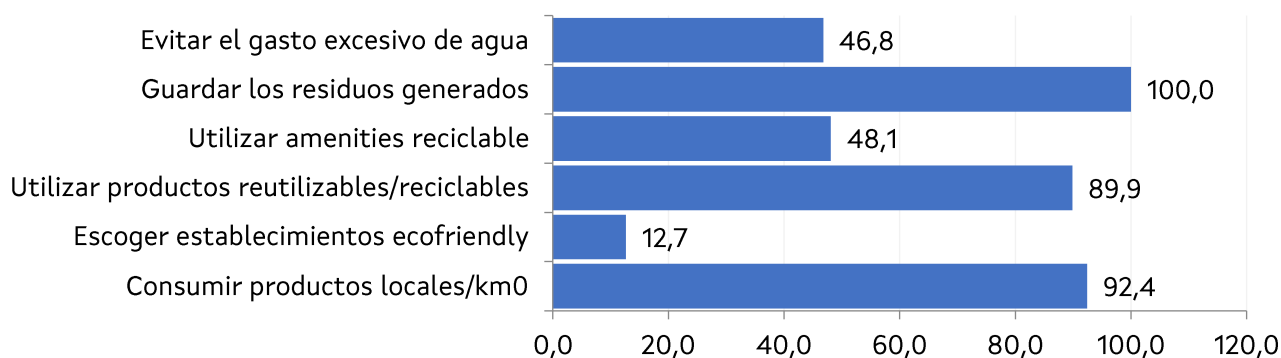


Impacto medioambiental

Para estudiar el **impacto de la actividad turística en los Caminos** se realizaron una serie de preguntas relacionadas con las acciones y las buenas prácticas sostenibles de los encuestados en sus viajes vacacionales o turísticos y en el Camino de Santiago.

A la hora de realizar un viaje, prácticamente la totalidad de los peregrinos encuestados **guardan los residuos que generan** para, posteriormente, reciclarlos según su categoría. Otra práctica bastante habitual es el consumo de productos de kilómetro 0, con los que se apoya el comercio y la economía local. Entre las prácticas menos utilizadas por los encuestados se encuentra la elección de un establecimiento *eco-friendly* en el que alojarse.

GRÁFICO 68. ACCIONES Y BUENAS PRÁCTICAS SOSTENIBLES IDENTIFICADAS

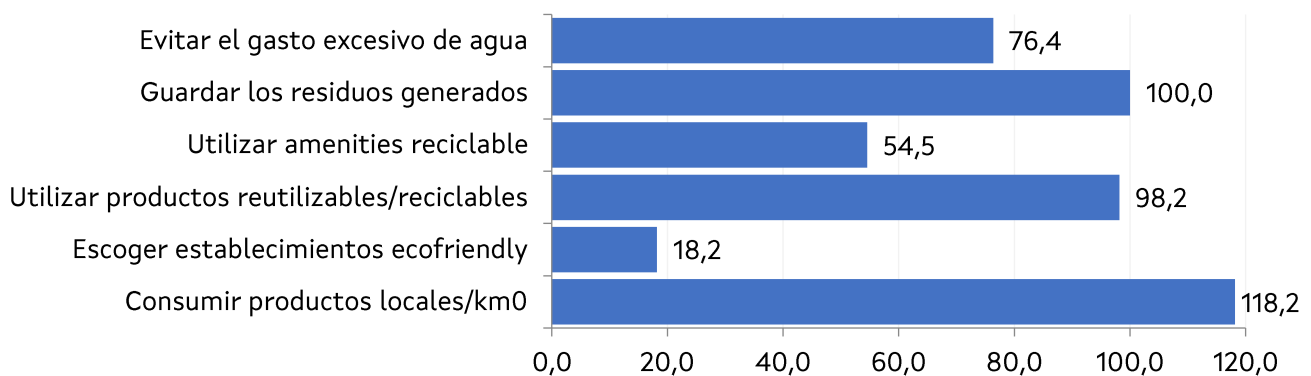


Las prácticas más utilizadas en los Caminos de Santiago cambian con respecto a las de otro tipo de viaje. Esto se debe a las condiciones en las que se realiza el Camino y a la tipología del turismo. La práctica más habitual pasa a ser **consumir productos de Kilómetro 0** y, aunque sigue siendo muy habitual guardar los residuos para su reciclaje, **aumenta el uso de los productos reutilizables y evitar el gasto excesivo de agua.**

Entre las acciones sostenibles que más se echaron en falta por los encuestados en el Camino se encuentra la **escasez de servicios de limpieza por el trayecto**, como papeleras o contenedores de reciclaje.

Por último, la situación de crisis sanitaria ha generado un descenso considerable del turismo que, poco a poco, tiende a recuperar las cifras anteriores a la pandemia. En este contexto, muchos de los encuestados decidieron cambiar el tipo de alojamiento o directamente posponer su programación del Camino para otro momento.

GRÁFICO 69. PRÁCTICAS SOSTENIBLES MÁS UTILIZADAS EN EL CAMINO



3.4. Entrevistas en profundidad

Metodología de trabajo (investigación cualitativa)

En el desarrollo de la investigación cualitativa, además de los grupos de discusión ya descritos, se empleó la herramienta de investigación cualitativa de la entrevista en profundidad, dirigida también a representantes del sector patrimonial, el sector del turismo (incluidos alojamiento y restauración), industrias culturales y creativas, el sector de la información y la comunicación, el sector de la innovación, el sector de la movilidad, ONGs y empresas de economía social y agentes del ámbito académico, además de otros participantes relevantes para los objetivos del diseño del *Plan Director de los Caminos de Santiago en la Comunidad Autónoma de Galicia 2022-2027*.

La elevada participación de agentes en las entrevistas en profundidad ha generado un importante aporte de información en la que ha sido posible analizar la perspectiva pasada, presente y futura de los Caminos de Santiago, así como identificar retos y prioridades de cara a la gestión de los próximos años, articulada y recogida en *Plan Director de los Caminos de Santiago en la Comunidad Autónoma de Galicia 2022-2027*.

GRÁFICO 70. FICHA TÉCNICA ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD



ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD (INVESTIGACIÓN CUALITATIVA)

- **Universo de estudio:** agentes implicados do sector patrimonio, sector turismo, industrias culturales y creativas, sector da información e a comunicación, sector da innovación, sector de la movilidad, ONGs, empresas de economía social, ámbito académico y sectores relevantes de los Caminos de Santiago (excluyendo a los agentes que participan en entrevistas en profundidad)
- **Metodología:** investigación cualitativa mediante 50 entrevistas en profundidad, realizadas a través de plataforma virtual (duración aproximada de 0:45h), con grabación para análisis discursiva posterior y garantizando el anonimato
- **Trabajo de campo:** 14 de febrero al 24 de marzo de 2022
- **Temáticas y guion de moderación:** se estructuraron bloques de contenido comunes para todas las personas participantes con un guion semiestructurado que permitiese conocer las percepciones sobre el pasado, presente y futuro de los Caminos de Santiago, prestando especial atención a los retos y prioridades a asumir en la gestión y desarrollo de los próximos años. De manera específica, y atendiendo al perfil de cada una de los/as participantes y la conveniencia según su conocimiento, se plantearon preguntas sobre sostenibilidad, digitalización o puesta en valor del patrimonio, entre otras temáticas.

Fuente: Elaboración propia

Análisis discursivo de las entrevistas

Las entrevistas en profundidad han favorecido la recopilación de información detallada de los distintos aspectos analizados, contando con la colaboración y participación de numerosos agentes especializados e implicados en los Caminos de Santiago, tanto del sector público como del sector privado, resultando las principales aportaciones y conclusiones que se exponen a continuación.

GRÁFICO 71. ANÁLISIS GLOBAL DE LOS CAMINOS DE SANTIAGO



Fuente: Elaboración propia

En la revisión del **pasado en el desarrollo de los Caminos de Santiago** se detecta unanimidad entre los agentes a la hora de poner en valor los esfuerzos e inversiones realizadas para consolidar los Caminos de Santiago, generando una oferta atractiva donde la dotación de infraestructuras, servicios y atención han resultado clave para consolidar su referencia como Itinerario Cultural Europeo y Patrimonio Mundial de la Humanidad.

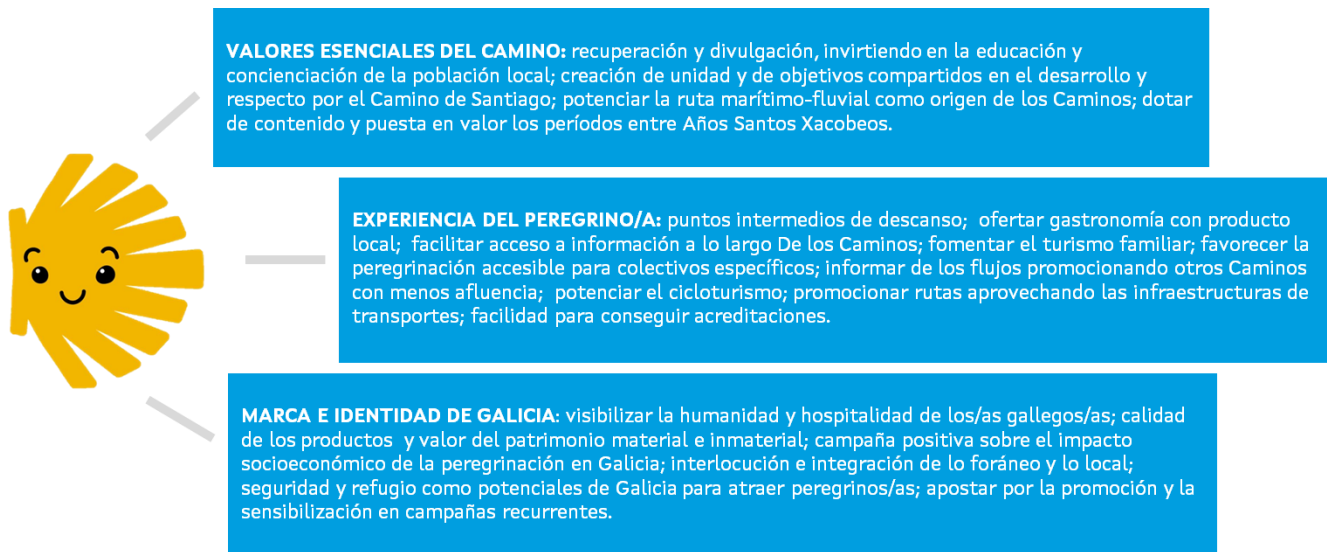
Si bien la afluencia de peregrinación venía experimentando un aumento considerable con una tendencia al alza, tanto en la llegada de peregrinos/as como en el impacto socioeconómico que generaban en los diferentes territorios de Galicia por los que trascurren los diferentes Caminos y variantes, la **crisis sanitaria mundial creada por la pandemia de covid-19** supuso un freno en dicha tendencia, modificando los hábitos y preferencias de los peregrinos/as y creando un escenario más favorable para la incorporación de las nuevas tecnologías al Camino, la digitalización y una apuesta más decidida por la gestión sostenible y responsable de los espacios y de la confluencia de la afluencia, evitando la masificación y reforzando las actuaciones que consoliden la desestacionalización. En 2022 la tendencia se modifica, experimentando de nuevo una tendencia al alza.

Este nuevo escenario dibuja una **realidad presente** en la que es más preciso atender a la diversidad en el perfil de quienes peregrinan a Santiago de Compostela, poniendo en valor los recursos patrimoniales, favoreciendo una experiencia segura y de calidad y que genere un mayor impacto económico en los territorios, haciendo de la profesionalización y la coordinación los elementos claves para garantizar la sostenibilidad de la oferta.

Entre las **expectativas de futuro** entre agentes que conforman el ecosistema del turismo de los Caminos de Santiago destacan la visión del peregrino/a como un viajero con tasa de retorno que regresa como turista a Galicia, a quien es preciso integrar con la población local, apostando por servicios innovadores y digitalizados y productos locales que atiendan a la singularidad y la calidad. El cumplimiento de las buenas perspectivas para el desarrollo de los Caminos de Santiago requiere de la implicación y lealtad en la colaboración público-público y público-privada, desde la coordinación en las actuaciones y las sinergias en la definición de las estrategias e inversiones a realizar.

Desde este análisis global y temporal de la evolución de los Caminos de Santiago, los agentes que han participado en las entrevistas en profundidad también han realizado importantes aportaciones de cara a detectar las principales actuaciones que es preciso acometer de cara al fortalecimiento de los Caminos de Santiago.

GRÁFICO 72. NECESIDADES DETECTADAS EN LOS CAMINOS DE SANTIAGO



Fuente: Elaboración propia

Desde este análisis global y temporal de la evolución de los Caminos de Santiago, los agentes que han participado en las entrevistas en profundidad también han realizado importantes aportaciones de cara a detectar las principales actuaciones que es preciso acometer de cara al fortalecimiento de los Caminos de Santiago.

Atendiendo a la distribución por temáticas a ejecutar destacan las siguientes cuestiones:

- ☀ **Valores esenciales del Camino de Santiago:** las actuaciones propuestas se encaminan al fomento y recuperación de los valores asociados al Camino, asumiendo que la educación e implicación de la población local es necesaria y fundamental para su preservación y transmisión, articulando un discurso unificado y vertebrado entorno a los Caminos, que ponga en valor nuevas rutas como la marítimo-fluvial que es origen de todos los Caminos, y atienda a la excepcionalidad de la cultura jacobea y la celebración de los Años Santos.

- ☀ **Experiencia del peregrino/a:** las principales aportaciones se engloban en la procura de la excelencia mediante la prestación de servicios y productos de calidad, atendiendo a la diversidad y riqueza de cada localidad, potenciando sus atractivos patrimoniales, paisajísticos, gastronómicos, etc., al mismo tiempo que favoreciendo que los Caminos acojan a todos los perfiles de peregrinos/as, atendiendo a sus necesidades y diversidades y haciendo de la universalidad y la integración rasgos indiscutibles del Camino.
- ☀ **Marca e identidad de Galicia:** se trata de visibilizar y potenciar el paisaje humano de Galicia, la hospitalidad y acogida que caracteriza a la población local, en especial en los territorios por los que transcurren los Caminos, al mismo tiempo que afianzar la relación de la ciudadanía gallega con el peregrino/a, creando intercambios culturales que refuercen la imagen de Galicia y que contribuyen a que se conozca su singularidad, sus potencialidades y sus valores.

Principales conclusiones

Impera la necesidad de entender **el Camino de Santiago como un recurso con capacidad de atracción de peregrinos/as, en cuya promoción debe primar lo cualitativo frente a lo cuantitativo**, apostando por la llegada de un peregrino/a al que ofrecerle una experiencia enriquecida, de calidad, con puesta en valor del patrimonio y respetuosa con los valores esenciales del Camino. De este modo, persiguiendo criterios de excelencia y de aumento del gasto realizado, y del impacto socioeconómico que genera la peregrinación en los distintos territorios por los que transcurren, se reduce el impacto que generan los viajeros/as y se incrementa la tasa de retorno de los mismos.

En un contexto de superación de la pandemia por covid-19 se torna fundamental **recuperar al peregrino/a de origen extranjero**, frente al peregrino/a nacional que ha sido el preponderante en los últimos años de crisis sanitaria, con **promoción desde los países de origen y favoreciendo su integración y acogida en los distintos Caminos de Santiago**, según capacidad de acogida y fomentando la desestacionalización de los mismos.

La promoción de los Caminos debe abordarse desde una óptica sostenible, diversa e inclusiva, que genere servicios y ofertas adaptadas a las nuevas realidades de los/as peregrinos/as y que tenga en **la digitalización un sustento de desarrollo y competitividad** como destino elegido.

Galicia tiene ante sí, mediante su **principal reclamo turístico en el recurso de los Caminos de Santiago**, la oportunidad de afrontar una recuperación económica y social desde el crecimiento organizado y planificado de los Caminos de Santiago, **potenciando itinerarios diversos que distribuyan la afluencia y que contribuyan a que la experiencia del peregrino/a consolide la marca Galicia** generando retorno y desarrollo para los ámbitos locales por los que transcurren los diferentes itinerarios.



4. DIAGNOSIS DE LOS CAMINOS DE SANTIAGO

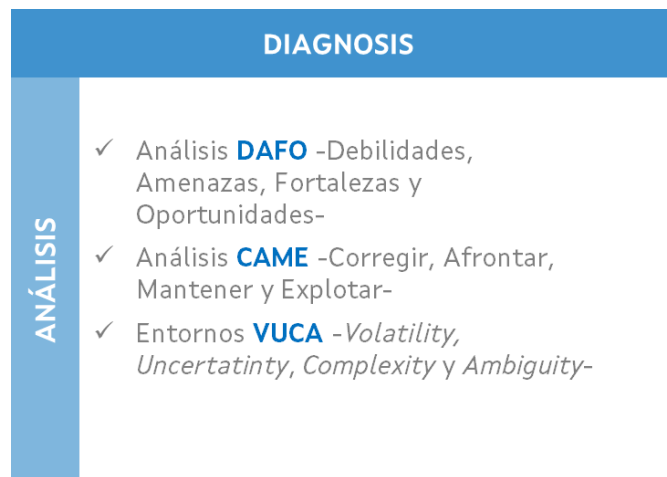
4.1. Informe de análisis

Tras la finalización de la Fase inicial de Análisis, de cara a la elaboración del *Plan Director de los Caminos de Santiago en la Comunidad Autónoma de Galicia 2022-2027*, se aborda el trabajo de la Fase de Diagnóstico mediante el empleo de distintas herramientas de análisis que permitan ahondar en las particularidades de los Caminos de Santiago y en sus proyecciones de futuro, para los próximos 5 años de ejecución del Plan Director.

De este modo, a continuación, se muestran los principales resultados del análisis DAFO, análisis CAME y entornos VUCA, en los que se han tenido en cuenta los distintos aspectos estudiados en la Fase de Análisis y se ha priorizado la información y conclusiones extraídas del Proceso Participativo, tanto de investigación cuantitativa y cualitativa, poniendo en valor las aportaciones compartidas por los numerosos agentes del ecosistema de los Caminos de Santiago que han participado en él.

La concreción de los puntos fuertes y débiles mediante la elaboración de un DAFO es la base sobre la que se puede abordar el análisis CAME de cara a definir la estrategia más recomendable para potenciar los puntos fuertes y mejorar los puntos débiles, de modo que se puedan concretar las líneas estratégicas más viables y las actuaciones concretas que marquen la gestión de los próximos 5 años de ejecución del *Plan Director de los*

Caminos de Santiago en la Comunidad Autónoma de Galicia 2022-2027. A esto se sumará que el desarrollo del Plan Director debe tener en cuenta los entornos en los que se implementa y que condicionan el contexto actual en el que se gestionan y evolucionan los Caminos de Santiago.



Análisis DAFO

El Análisis DAFO -Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades- permite abordar desde lo externo y lo interno cuáles son aquellas variables o cuestiones primordiales que caracterizan el objeto de estudio, en este caso los Caminos de Santiago, de cara a ir definiendo la situación de partida y diagnóstico a tener en cuenta en la elaboración del *Plan Director de los Caminos de Santiago en la Comunidad Autónoma de Galicia 2022-2027*.

El empleo de esta técnica de análisis permite poner el foco en los puntos fuertes de la gestión y desarrollo de los Caminos de Santiago, de cara a su potenciación y promoción futura, a la vez que mejorar o corregir aquellos puntos débiles que requieren de esfuerzos, coordinación e inversión para solventar las limitaciones que generan en esa estrategia de crecimiento y posicionamiento de los Caminos de Santiago. A continuación, se detallan los elementos principales que caracterizan este análisis y las particularidades de los mismos.

GRÁFICO 73. GRÁFICO ANÁLISIS DAFO

| ANÁLISIS DAFO: CAMINOS DE SANTIAGO | |
|---|---|
| ANÁLISIS INTERNO | ANÁLISIS EXTERNO |
| DEBILIDADES | AMENAZAS |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Canales de comunicación y colaboración escasos e ineficaces entre los agentes involucrados en la gestión y puesta en valor de los Caminos (2) ✓ Escasa promoción de los valores naturales (árboles y formaciones singulares, espacios naturales...) y del patrimonio inmaterial, paisajístico y gastronómico del Camino (2) ✓ Limitaciones frecuentes para hacer el Camino en bicicleta (molestia a los peregrinos que van a pie, estrechez, pavimento en mal estado, etc. (2) ✓ Falta de uniformidad en el estado de los Caminos y dispar dotación de recursos/servicios de los distintos itinerarios (4) ✓ Desequilibrio en la afluencia/flujo mensual de peregrinos/as con masificación estival y estacionalización - capacidad albergues (4) ✓ Creciente interés por el Camino de un perfil <i>lowcost</i>, de masas y alejado de la peregrinación (4) ✓ Dificultades en el acceso a recursos patrimoniales (Iglesia) y en la homogeneización de información (web/app) y señalización (4) | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Presencia frecuente de infraestructuras energéticas o viarias, plantaciones forestales de especies alóctonas, explotaciones mineras a cielo abierto., etc. visibles desde el Camino, lo que degrada sus extraordinarios valores paisajísticos (1) ✓ El reconocimiento y promoción de otras rutas de peregrinación en los mercados prioritarios de los Caminos con capacidad de atracción (3) ✓ Competencia con otras experiencias/rutas con mejor dotación de servicios e información (4) ✓ Proliferación de una visión de negocio simplista del Camino y la sobreexplotación como reclamo de atracción de visitantes (4) ✓ Desequilibrio en la afluencia/flujo mensual de peregrinos/as -masificación estival y estacionalización de la peregrinación- (4) ✓ Falta de implicación y concienciación de la población local en el conocimiento y gestión de la historia del Camino (4) |
| FORTALEZAS | OPORTUNIDADES |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Marco normativo fuerte y completo que reconoce, delimita y regula las competencias entorno a los Caminos (1) ✓ Existencia de una extensa red de infraestructuras de atención al peregrino de calidad (1) ✓ Los 9 itinerarios atraviesan 19 conjuntos históricos declarados y en procesos rehabilitación patrimonial y económica, extraordinariamente atractivos para el peregrino/a (2) ✓ Reconocimiento Patrimonio Mundial e Itinerario Cultural Europeo – (4) ✓ Valores esenciales asociados al Camino: hospitalidad, universalidad, acogida, etc. (4) ✓ Riqueza patrimonial de los diferentes Caminos paisajismo, arquitectura, historia o cultura (4) ✓ Consolidación de infraestructuras y servicios entorno a los Caminos (4) ✓ Capacidad para generar interés y atraer peregrinos/as desde cualquier lugar del mundo - buena valoración red de alojamientos (4) | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Los Caminos como elementos vitalizadores de áreas rurales que sufren envejecimiento y pérdida demográfica (1) ✓ La gastronomía como oportunidad para la desestacionalización y la diversificación de la experiencia de peregrinar (2) ✓ Numerosos elementos del patrimonio público municipal sin uso, como oportunidad para dotar de servicios a los itinerarios (2) ✓ Fuentes de financiación europea y alineamiento con 6 de los ODS de la Agenda 2030 (3) ✓ Estrategias de promoción cruzada con otras rutas de peregrinaje europeas e internacionales, abarcando mercados complementarios (3) ✓ Diversidad de Caminos y maneras de recorrerlos, generar experiencias para diferentes perfiles de peregrinos/as (4) ✓ Creciente interés por ocio al aire libre, contacto con la naturaleza y experiencias singulares (4) ✓ Oferta atractiva tras la llegada a Santiago de Compostela -diversidad de alternativas- (4) |

Fuente: Elaboración propia

- (1) Análisis General
- (2) Análisis Interno

- (3) Análisis Externo
- (4) Proceso Participativo

DEBILIDADES

Se consideran cuestiones intrínsecas a los Caminos de Santiago, variables internas que dependen de la gestión y desarrollo de los mismos y en las que hay capacidad para influir, para subsanarlas o abordarlas desde las entidades y agentes capacitados para su corrección, ya que se conforman como puntos débiles.

Una de las principales debilidades se observa en relación a los **Canales de comunicación y colaboración escasos e ineficaces entre los agentes involucrados en la gestión y puesta en valor de los Caminos** ya que la existencia de diferentes Administraciones públicas implicadas en los Caminos de Santiago, tanto en Galicia como fuera de la Comunidad, así como asociaciones y otras entidades con intereses comunes pero también diferenciados, afecta a la coordinación, diálogo y ejecución de acciones coherentes y con el mismo enfoque, en la procura de la eficiencia y la eficacia en la inversión de recursos y en la divulgación a la población local.

Otra cuestión que se identifica como una debilidad es la referida a la **Escasa promoción de los valores naturales (árboles y formaciones singulares, espacios naturales...) y del patrimonio inmaterial, paisajístico y gastronómico del Camino**, que son reclamos fundamentales para la peregrinación y que no se potencian de la manera más rentable como atractivos del Camino, siendo un interés creciente entre la población y entre quien peregrina.

DEBILIDADES

- ✓ Canales de comunicación y colaboración escasos e ineficaces entre los agentes involucrados en la gestión y puesta en valor de los Caminos (2)
- ✓ Escasa promoción de los valores naturales (árboles y formaciones singulares, espacios naturales...) y del patrimonio inmaterial, paisajístico y gastronómico del Camino. (2)
- ✓ Limitaciones frecuentes para hacer el camino en bicicleta (molestia a los peregrinos que van a pie, estrechez, pavimento en mal estado, etc. (2)
- ✓ Falta de uniformidad en el estado de los Caminos y dispar dotación de recursos/servicios de los distintos itinerarios (4)
- ✓ Desequilibrio en la afluencia/flujo mensual de peregrinos/as con masificación estival y estacionalización - capacidad albergues (4)
- ✓ Interés por el Camino de un perfil *lowcost*, de masas y alejado de la peregrinación (4)
- ✓ Dificultades en el acceso a recursos patrimoniales (Iglesia) y en la homogeneización de información (web/app) y señalización (4)

Las **Limitaciones frecuentes para hacer el Camino en bicicleta (molestia a los peregrinos que van a pie, estrechez, pavimento en mal estado, etc.)** también muestran una debilidad en la promoción y puesta en valor de los Caminos limitando la experiencia de los/as peregrinos y generando ciertas dificultades a la hora de optar por otras formas de hacer el Camino que no sea a pie, y reduciendo el flujo de peregrinación que opta por esta fórmula.

La **Falta de uniformidad en el estado de los Caminos y dispar dotación de recursos/servicios de los distintos itinerarios** es una cuestión que afecta a la percepción general de los Caminos y que genera saturación en algunos itinerarios y desequilibrio en la llegada de peregrinos/as frente a otros Caminos que tienen menor atractivo para realizar el Camino.

Entre las principales debilidades destacan la **falta de uniformidad en el estado de señalización y conservación de los Caminos**, entendiéndose que requieren de esfuerzos e inversión para su conservación y que la meteorología

adversa en muchos meses del año en Galicia dificulta su mantenimiento, requiriendo supervisión y mejoras de manera continua.

A esta realidad se suma otra de las debilidades identificadas que apunta a que la disparidad que afecta a la afluencia o predilección que experimentan unos Caminos más consolidados (como el Camino Francés o recientemente el Camino Portugués) frente a otros Caminos (como el Camino Mozárabe, el Camino de Invierno o Camino del Norte) que al estar menos consolidados, con dotación de infraestructuras, servicios o conservación y señalización pueden no tener tanta capacidad de atracción de peregrinos/as. Estos hechos se observan con especial preocupación si se relaciona el **Desequilibrio en la afluencia/flujo mensual de peregrinos/as con masificación estival y estacionalización - capacidad albergues.**

Los cambios en las preferencias de los viajeros, el incremento de la demanda de experiencias vacacionales de menor coste derivadas de los períodos de crisis económica o la tendencia de procurar aventuras y ocio en espacios abiertos y en contacto con la naturaleza, a raíz de la crisis sanitaria mundial por la pandemia de covid-19, han podido contribuir a que los Caminos de Santiago tenga un **Creciente interés por el Camino de un perfil lowcost, de masas y alejado de la peregrinación.**

Otras de las debilidades detectadas se refieren a las **Dificultades en el acceso a recursos patrimoniales (Iglesia)**, fundamentalmente arquitectónicos o de infraestructuras culturales, en el recorrido que los/as peregrinos/as realizan a través de las distintas localidades por la que transcurren los Caminos de Santiago.

En relación a esto también se observan **Dificultades y en la homogeneización de información (web/app) y señalización** que aglutine la información actualizada de los distintos Caminos de Santiago, los servicios y ofertas que les caracterizan, así como los recursos materiales e inmateriales y sus horarios y condiciones de visita o acceso, representan una limitación de cara a la experiencia del peregrino/a y la excelencia de la misma.

AMENAZAS

Se refiere a cuestiones extrínsecas a los Caminos de Santiago, que si bien son externas a la gestión de la política que se desarrolla en relación a los Caminos sí es preciso tenerlas en cuenta y atender al grado de afectación que puedan tener en la puesta en valor de los mismos y la atracción de peregrinación.

Una de las amenazas a los Caminos de Santiago es la **Presencia frecuente de infraestructuras energéticas o viarias, plantaciones forestales de especies alóctonas, explotaciones mineras a cielo abierto., etc. visibles desde los Caminos, lo que degrada sus extraordinarios valores paisajísticos** y que genera un impacto negativo en el entorno de los Caminos y en la percepción como itinerario singular de peregrinación.

El reconocimiento y promoción de otras rutas de peregrinación en los mercados prioritarios de los Caminos con capacidad de atracción representa una amenaza para el desarrollo de los Caminos de Santiago al ser una competencia directa en la elección que los/as viajeros/as realizan. Si bien es inevitable la existencia de otras rutas de

peregrinación en el contexto de competencia, es preciso atender a su desarrollo, a las nuevas tendencias que incorporan y a las buenas prácticas para contrarrestar el efecto que genera esta amenaza.

Una de las principales amenazas con las que se enfrentan los Caminos de Santiago es el auge del interés de la población por las experiencias de ocio y aventura al aire libre, el creciente interés por el medio ambiente y la naturaleza en su **Competencia con otras experiencias/rutas con mejor dotación de servicios e información**, que puedan experimentar una mayor demanda y tengan servicios e información más consolidados, convirtiéndose en un reclamo que genera competencia con respecto a los Caminos de Santiago.

Esta amenaza está directamente relacionada con la que se describe a continuación y que hace mención al hecho de que en el intento por acaparar y rentabilizar los Caminos de Santiago haya **Proliferación de una visión de negocio simplista del Camino y la sobreexplotación como reclamo de atracción de visitantes**, sin atender a los valores propios del Camino, a la singularidad de la peregrinación e incluso al respeto por ella, surgiendo iniciativas enfocadas a un perfil turístico que pretenda obtener rendimiento de la llegada de visitantes sin ordenamiento, calidad en la oferta y excelencia en la experiencia que viven a lo largo de los Caminos de Santiago.

AMENAZAS

- ✓ Presencia frecuente de infraestructuras energéticas o viarias, plantaciones forestales de especies alóctonas, explotaciones mineras a cielo abierto, etc. visibles desde el Camino, lo que degrada sus extraordinarios valores paisajísticos (1)
- ✓ El reconocimiento y promoción de otras rutas de peregrinación en los mercados prioritarios de los Caminos con capacidad de atracción (3)
- ✓ Competencia con otras experiencias/rutas con mejor dotación de servicios e información (4)
- ✓ Proliferación de una visión de negocio simplista del Camino y la sobreexplotación como reclamo de atracción de visitantes (4)
- ✓ Desequilibrio en la afluencia/flujo mensual de peregrinos/as -masificación estival y estacionalización de la peregrinación- (4)
- ✓ Falta de implicación y concienciación de la población local en el conocimiento y gestión de la historia del Camino (4)

Por otra parte, hay que destacar que la atracción de visitantes sin una planificación adecuada, sin estar integrada en la gestión global de los Caminos representa una amenaza en la medida que es capaz de generar **Desequilibrio en la afluencia/flujo mensual de peregrinos/as -masificación estival y estacionalización de la peregrinación-** y, por lo tanto, de generar efectos de masificación y de rechazo al turismo en masa por parte de la población local.

Y en esta última, entre la población local, también se vislumbra una posible amenaza en la **Falta de implicación y concienciación de la población local en el conocimiento y gestión de la historia del Camino**, sus valores y tradiciones, así como a la gestión y acogida de los/as peregrinos/as. Falta de implicación y concienciación de la población local en el conocimiento y gestión de la historia del Camino.

FORTALEZAS

Entendiendo estas como aquellos elementos intrínsecos, son los puntos fuertes de la gestión de los Caminos que se contraponen a sus Debilidades (puntos débiles) y que representan los elementos más sólidos sobre los que seguir trabajando y promocionando con éxito los Caminos de Santiago.

La existencia de una **Marco normativo fuerte y completo que reconoce, delimita y regula las competencias en torno a los Caminos** es una de las principales fortalezas con las que cuentan los Caminos de Santiago, ya que ese marco normativo dota de seguridad, reconocimiento y futuro a los Caminos de Santiago, generando garantías para su desarrollo y la estabilidad que requiere como uno de los principales motores de la economía en Galicia.

Otra fortaleza de los Caminos de Santiago es la **Existencia de una extensa red de infraestructuras de atención al peregrino de calidad** que favorecen la elección de esta ruta de peregrinación frente a otras opciones y que genera confianza en los/as peregrinos/as en cuanto a la atención y la capacidad de acogida que les espera en su peregrinación, siendo una experiencia que requiere calidad en la experiencia que transcurre a lo largo de distintos territorios.

Los 9 itinerarios atraviesan 19 conjuntos históricos declarados y en proceso de rehabilitación patrimonial y económica, extraordinariamente atractivos para el/la peregrino/a son un importante atractivo de los Caminos de Santiago y una fortaleza de cara a la promoción de los Caminos y el refuerzo de la oferta patrimonial que motiva la realización del Camino y el conocimiento del territorio por el que transcurre cada itinerario.

FORTALEZAS

- ✓ Marco normativo fuerte y completo que reconoce, delimita y regula las competencias entorno a los Caminos (1)
- ✓ Existencia de una extensa red de infraestructuras de atención al peregrino de calidad (1)
- ✓ Los 9 itinerarios atraviesan 19 conjuntos históricos declarados y en procesos rehabilitación patrimonial y económica, extraordinariamente atractivos para el peregrino/a (2)
- ✓ Reconocimiento Patrimonio Mundial e Itinerario Cultural Europeo – (4)
- ✓ Valores esenciales asociados al Camino: hospitalidad, universalidad, acogida, etc. (4)
- ✓ Riqueza patrimonial de los diferentes Caminos paisajismo, arquitectura, historia o cultura (4)
- ✓ Consolidación de infraestructuras y servicios entorno a los Caminos (4)
- ✓ Capacidad para generar interés y atraer peregrinos/as desde cualquier lugar del mundo - buena valoración red de alojamientos (4)

El **Reconocimiento Patrimonio Mundial e Itinerario Cultural Europeo** supone una importante fortaleza en la medida que es capaz de atraer peregrinación conformándose como un referente en este tipo de viajes, contando con el reconocimiento como Patrimonio de la Humanidad por parte de la UNESCO y primer Itinerario Cultural Europeo por parte del Consejo de Europa.

Otra de las fortalezas con las que cuentan los Caminos de Santiago son los **Valores esenciales asociados a los Caminos: hospitalidad, universalidad, acogida, etc.**, y compartidos por el conjunto de quienes los conocen y recorren, destacando la universalidad, la hospitalidad, la acogida y la solidaridad, entre otros. Estos valores son un garante de la experiencia de los/as peregrinos/as, así como elementos diferenciadores a la hora de elegir un destino de peregrinación y una experiencia y valores asociados a la misma.

La **Riqueza patrimonial de los diferentes Caminos (paisajismo, arquitectura, historia o cultura)**, entendiéndose por esta tanto el paisaje, como la historia, la arquitectura o la cultura, entre otros elementos materiales e inmateriales, así como su diversidad a lo largo de los diferentes itinerarios son una de las principales fortalezas de los Caminos, que los diferencian y caracterizan y se conforman como elementos a revalorizar y que despiertan enorme interés entre quienes peregrinan a Santiago de Compostela a lo largo de todo el territorio gallego.

Los Caminos de Santiago en su conjunto y de manera particular cada uno de ellos, han ido evolucionando en los últimos años, generando una **Consolidación de infraestructuras y servicios entorno a los Caminos** hasta conformar una oferta competitiva y que genera interés y atracción entre los/as peregrinos/as, que recorren distintos Caminos y con una tasa de retorno cada vez mayor.

Esta **Capacidad para generar interés y atraer peregrinos/as desde cualquier lugar del mundo - buena valoración red de alojamientos** es otra de las fortalezas que destacan en relación a los Caminos de Santiago, ya que atendiendo a los datos que facilita la Oficina de Acogida al Peregrino, son numerosas las nacionalidades y personas que recorren los Caminos desde países de los diferentes continentes, mostrando así el carácter universal e internacional que los define.

OPORTUNIDADES

Son, al igual que las Amenazas, elementos extrínsecos a los Caminos de Santiago, pero cuya importancia e influencia determina la necesidad de ejercer control y actuaciones sobre ellas, identificándolas y aprovechando las posibilidades que brindan para seguir desarrollando iniciativas y actuaciones que fortalezcan los Caminos de Santiago.

Los Caminos como elementos vitalizadores de áreas rurales que sufren envejecimiento y pérdida demográfica generan una oportunidad para asentar población en la medida que incentivan la puesta en marcha de iniciativas empresariales de servicios o productos vinculados a los Caminos de Santiago, y una oportunidad de crear empleo y futuro en el crecimiento y consolidación de localidades con escasa industria, creando nuevas posibilidades para su transformación económica y social entorno a esta actividad. De este modo el asentamiento de la población podría combatir el envejecimiento poblacional además de crear prosperidad para la zona concreta.

La gastronomía como oportunidad para la desestacionalización y la diversificación de la experiencia de peregrinar es una importante oportunidad en la puesta en valor de los Caminos además de uno de los principales atractivos que tiene el territorio gallego para quien lo visita, sea en peregrinación o como turismo. La existencia de productos de temporada en las distintas estaciones permite la especialización y genera un continuo temporal en el que la gastronomía es un importante reclamo para realizar el Camino, según preferencias y gustos, y a lo largo de todo el año. Un menú del peregrino de valor y km0 es uno de los caminos más interesantes a seguir para el desarrollo de esta oportunidad.

Otra cuestión a destacar son los **Numerosos elementos del patrimonio público municipal sin uso, como oportunidad para dotar de servicios a los itinerarios** lo que permitiría un aprovechamiento de las infraestructuras ya existentes, dotándolas de utilidad y revalorizándolas a la vez que integrando los flujos de peregrinación en la propia idiosincrasia de las localidades que recorren, y generando una mayor relación e implicación entre peregrinos/as y población local.

Fuentes de financiación europea y alineamiento con 6 de los ODS de la Agenda 2030 son una oportunidad indiscutible en la puesta en valor y desarrollo de los Caminos de Santiago, al permitir realizar inversiones directas y mejoras en los Caminos y continuar con la gestión y apuesta de Galicia por promocionar y mejorar los itinerarios que los conforman, y que representan un valor patrimonial incomparable y necesario para el crecimiento de la Comunidad Autónoma.

Estrategias de promoción cruzada con otras rutas de peregrinaje europeas e internacionales, abarcando mercados complementarios, entendiendo que otras rutas de peregrinación no solo son una competencia para los Caminos de Santiago, sino parte de una oferta común que apuesta por esta forma de viajar y conocer territorios, desde experiencias más completas, de calidad y que permitan potenciar múltiples aspectos de los territorios. De este modo se generan alternativas y se enfocan a un perfil de persona que repite la experiencia en otros itinerarios o rutas, consolidando la capacidad de atracción y la tasa de retorno, tan favorecedora para el Camino de Santiago dados los múltiples itinerarios que los conforman.

OPORTUNIDADES

- ✓ Los Caminos como elementos vitalizadores de áreas rurales que sufren envejecimiento y pérdida demográfica (1)
- ✓ Los eventos gastronómicos como oportunidad para la desestacionalización y la diversificación de la experiencia de peregrinar (2)
- ✓ Numerosos elementos del patrimonio público municipal sin uso, como oportunidad para dotar de servicios a los itinerarios (2)
- ✓ Fuentes de financiación europea y alineamiento con 6 de los ODS de la Agenda 2030 (3)
- ✓ Estrategias de promoción cruzada con otras rutas de peregrinaje europeas e internacionales, abarcando mercados complementarios (3)
- ✓ Diversidad de Caminos y maneras de recorrerlos, generar experiencias para diferentes perfiles de peregrinos/as (4)
- ✓ Creciente interés por ocio al aire libre, contacto con la naturaleza y experiencias singulares (4)
- ✓ Oferta atractiva tras la llegada a Santiago de Compostela -diversidad de alternativas- (4)

La **Diversidad de Caminos y maneras de recorrerlos, generar experiencias para diferentes perfiles de peregrinos/as** (tanto por los medios de transporte, como por los tipos de alojamientos o formas de vivir el Camino) representan una oportunidad para que los Caminos de Santiago integren nuevas fórmulas que den acogida a diferentes necesidades y sensibilidades. Las Asociaciones de Amigos del Camino pueden colaborar en este sentido, ya que cuentan con la motivación necesaria y el conocimiento a pie de territorio de las necesidades y demandas en la experiencia que viven en los Caminos.

Asociado al **Creciente interés por ocio al aire libre, contacto con la naturaleza y experiencias singulares** y dado el patrimonio natural y paisajístico de los Caminos de Santiago, el enfoque de iniciativas basadas en la sostenibilidad, el ecologismo y esa protección del medio ambiente son reclamos de interés para un perfil de peregrinos/as con mayor conciencia del impacto y la huella que genera viajar, al mismo tiempo que representan la apuesta por experiencias singulares y enriquecedoras, al poner en valor el disfrute de espacios abiertos y con contacto con la naturaleza, frente a otro tipo de experiencias de carácter más urbano, centradas en el sol o la playa o de índoles más restringida a lo cultural o arquitectónico.

La **Oferta atractiva tras la llegada a Santiago de Compostela -diversidad de alternativas-** es en sí misma una oportunidad ya que favorece la puesta en marcha de iniciativas empresariales y de negocio que generen alternativas

en la creación de empleo, en el asentamiento de población en las zonas rurales con mayor riesgo de abandono y crean futuro en el desarrollo económico y social del conjunto de Galicia.

Por último, cabe señalar como una oportunidad de los Caminos de Santiago, la creación y puesta en funcionamiento de alternativas de viaje y ocio para los/as peregrinos/as que finalizan los distintos Caminos en Santiago de Compostela, pudiendo visitar o conocer otros enclaves del territorio gallego, que permitan aprovechar esa afluencia y generar flujos no masificados cara otras zonas de interés dentro de la propia Comunidad Autónoma.

Tras el análisis DAFO sobre los Caminos de Santiago, resulta de interés continuar con el análisis detallado abordando otras técnicas de análisis que permitan ir acotando el campo de investigación y determinando las futuras estrategias y actuaciones a abordar. De este modo, a continuación, se muestra el enfoque del análisis CAME y el análisis VUCA de cara a perfilar mejor el Diagnóstico de los Caminos de Santiago en este documento del *Plan Director de los Caminos de Santiago en la Comunidad Autónoma de Galicia 2022-2027*.

Análisis CAME

El Análisis CAME -Corregir, Afrontar, Mantener y Explotar- es una técnica que permite avanzar desde un análisis DAFO definiendo la estrategia más adecuada de actuación, poniendo el foco de atención en aquellas actuaciones o esfuerzos que permiten afinar las líneas de trabajo a desarrollar en la elaboración del *Plan Director de los Caminos de Santiago en la Comunidad Autónoma de Galicia 2022-2027* que marcará la hoja de ruta en la gestión, crecimiento y posicionamiento de los Caminos de Santiago en los próximos años.

Dentro de las posibles estrategias a concretar mediante el análisis CAME destacan:

- **Estrategia de Supervivencia:** centrada en Corregir las Debilidades y Afrontar las Amenazas.
- **Estrategia Ofensiva:** pensada para Mantener las Fortalezas y Explotar las Oportunidades.
- **Estrategia de Reorientación:** enfocada a Corregir las Debilidades y a Explotar de las Oportunidades.
- **Estrategia Defensiva:** ideada para Afrontar las Amenazas y Mantener las Fortalezas.

Tras la necesaria reflexión sobre los Caminos de Santiago, y atendiendo a los resultados obtenidos en el Proceso Participativo, con la numerosa inclusión y aportaciones realizadas por los agentes expertos en los Caminos de Santiago, tanto del sector público como privado, y en base a las conclusiones extraídas del análisis DAFO realizado previamente, se estima conveniente apostar por una **Estrategia de Reorientación** en la elaboración del *Plan Director de los Caminos de Santiago en la Comunidad Autónoma de Galicia 2022-2027*.

Mediante la Estrategia de Reorientación se pretende continuar el trabajo de mejora de los Caminos de Santiago que viene realizándose desde la Administración autonómica, en colaboración con otras Administraciones públicas y mediante la colaboración público-privada, y que permite seguir corrigiendo las debilidades que se han detectado, en un proceso de mejora continua y de adaptación a la demanda de peregrinos/as que vienen asumiendo los distintos

Caminos de Santiago, a la vez que Explotar las Oportunidades que se han ido identificando y que favorecen la adaptación a las nuevas realidades, expectativas y necesidades que tienen los/as peregrinos/as y que requieren de contacto revisión, adaptación y habilitación de respuestas adaptadas.

En base a lo expuesto a continuación, se detallan las Debilidades a Corregir y las Oportunidades a Explotar que se contemplan en el análisis DAFO expuesto con anterioridad, y que rige el análisis CAME que se expone en este apartado del *Plan Director de los Caminos de Santiago en la Comunidad Autónoma de Galicia 2022-2027*.

GRÁFICO 74. GRÁFICO ANÁLISIS CAME



Fuente: Elaboración propia

CORREGIR DEBILIDADES

En la Estrategia de Reorientación se procura la Corrección de las mismas, entendiendo que los cambios que se hayan producido en los Caminos de Santiago, así como en las preferencias de los/as peregrinos/as, sus necesidades de alojamiento y servicios, o las condiciones que se requieren para realizar la peregrinación por los distintos itinerarios han ido sufriendo modificaciones que han afectado a algunas cuestiones debilitándolas y requiriendo un refuerzo y reorientación para subsanarlas.

El equilibrio en la afluencia de peregrinos/as por los distintos Caminos de Santiago es una de las cuestiones que está generando dificultades en la gestión al observarse cierta "masificación" (fundamentalmente en el Camino Francés y en los meses estivales), poniendo en riesgo la excelencia y la calidad de la experiencia de los/as peregrinos/as y creando desajustes entre la oferta de alojamiento y servicios y la demanda en momentos puntuales. De ahí que sea preciso una **Apuesta por la conservación y desarrollo de los distintos Caminos de Santiago, recursos paisajísticos, naturales y patrimoniales, entre otros** y que son una alternativa que favorecerá la desaparición de esos desajustes.

Este hecho afecta también al impacto económico que ha ido generando una pérdida paulatina que requiere el **Refuerzo de la cultura jacobea y de los valores esenciales del Camino, implicando a la población local y formando a los profesionales que trabajan en servicios del Camino** que haga partícipe a la población local, en especial mediante iniciativas dirigidas a la población más joven que debe ser conocedora como estrategia de futuro, al mismo tiempo que invirtiendo esfuerzos en la profesionalización y formación en la cultura del Camino de Santiago de todas aquellas personas implicadas en la actividad empresarial y de negocio asociada a la peregrinación.

A esta corrección es preciso incorporar el **Estudio predictivo de los flujos de peregrinos/as en cada itinerario para la ordenación y redirección en función de la capacidad de acogida de cada uno**, que permita anticiparse a las posibles gestiones en la afluencia, redirigiendo e informando del estado de tránsito en otros Caminos de Santiago y diversificando el recorrido por itinerarios con menor número de peregrinos/as. De este modo, los Caminos acogerán un número de peregrinos/as más acorde con sus servicios y se producirá una mayor conexión entre todos ellos, conformando un recurso unificado y cohesionado.

CORREGIR

ANÁLISIS INTERNO

DEBILIDADES

- ✓ Apuesta por la conservación y desarrollo de los distintos Caminos de Santiago, recursos paisajísticos, naturales y patrimoniales, entre otros
- ✓ Refuerzo de la cultura jacobea y de los valores esenciales del Camino, implicando a la población local y formando a los profesionales que trabajan en servicios del Camino
- ✓ Estudio predictivo de los flujos de peregrinos/as en cada itinerario para la ordenación y redirección en función de la capacidad de acogida de cada uno
- ✓ Mejora en las herramientas digitales de información sobre los Caminos de Santiago, atendiendo a las necesidades y demandas de los peregrinos/as

La incorporación a los Caminos de Santiago de un perfil de visitante más próximo al turismo que a la peregrinación, en aumento a consecuencia de los periodos de crisis económica, e incluso sanitaria a raíz de la pandemia mundial por covid-19, ha alterado no solo la afluencia de personas en los distintos itinerarios sino que además ha favorecido la proliferación de una oferta enfocada a la atracción de un volumen mayor de personas (criterio cuantitativo) en detrimento de una experiencia de mayor calidad y con retorno (criterio cualitativo).

Por último, en la corrección de las Debilidades en la Estrategia de Reorientación se determina la necesidad de asumir la **Mejora en las herramientas digitales de información sobre los Caminos de Santiago, atendiendo a las necesidades y demandas de los peregrinos/as**, recogiendo aquellos datos de mayor interés para quien peregrina por los Caminos de Santiago y a la vez facilitando el conocimiento de horarios, requisitos, etc. de los servicios disponibles y del patrimonio visitable.

El peregrino/a, entendido también como un usuario/a que no siempre es nativo digital, precisa de información concreta, de fácil acceso y manejo, a la hora de afrontar su propio Camino, con garantía de conectividad en las distintas etapas del itinerario y con información actualizada y centralizada que le permita tener una experiencia más amable y ajustada a las necesidades que va teniendo para conocer los servicios de los que dispone y que garantizan que su experiencia sea enriquecedora y positiva. Eso obliga a una actualización constante de la misma, dando cumplimiento a los avances en nuevas tecnologías al mismo tiempo que adaptando los contenidos a los nuevos formatos y soportes que utilizan los usuarios en la navegación en internet.

A esto se suma la necesidad de inmediatez e interacción que precisan los/as usuarios/as de tecnologías, y que debe tener soluciones adaptadas a sus particularidades, de modo que también se conviertan en prescriptores/as al contar y compartir experiencias y conocimientos con otras personas que se inician en la peregrinación o en el recorrido de nuevas etapas o itinerarios de los Caminos de Santiago.

EXPLOTAR OPORTUNIDADES

En la Estrategia de Reorientación se asume la Explotación de las mismas, ya que representan nuevos espacios de actuación y gestión que contribuyen al fortalecimiento y crecimiento de los Caminos de Santiago, adaptándolos a las exigencias de entorno en el que transcurren al mismo tiempo que consolidando su potencial como recurso patrimonial con una indiscutible capacidad de crecimiento y atracción de peregrinación.

Captación y canalización de fondos públicos para la inversión y mejora de los Caminos de Santiago como una de las principales fuentes de financiación y respuesta a la crisis económica y sanitaria que viene atravesando el contexto internacional y que afecta a Galicia y al resto de territorios afectados por los Caminos de Santiago. La posibilidad de aprovechar recursos económicos de entidades supranacionales y del propio Estado español para mejorar los Caminos, más en el período de celebración de Años Santos que abarca este Plan Director, representa una oportunidad de dar continuidad y solución a algunas necesidades.

La asunción de que hay tantos Caminos como peregrinos hace referencia a que la experiencia de cada persona que peregrina a Santiago de Compostela es única y singular y, por lo tanto, los Caminos deben tener la capacidad de acoger y dotar de los recursos necesarios a quien decide transitarlos. Si bien el perfil del peregrino/a, como el de otros viajeros o turistas, ha ido diversificándose con los años y, atendiendo a su carácter de universalidad, parece necesario asumir la **Definición de nuevas fórmulas de peregrinación con carácter integrador e inclusivo (en familia, con mascota, atención al género, accesibilidad para diversidad funcional, etc.)** a la hora de recorrer las etapas de cada Camino.

Las personas que planifican el Camino con sus familias (incluidos menores), con sus mascotas, con personas con diversidad funcional o necesidades especiales, requieren servicios adaptados a sus particularidades, amplificando así la visión general de un perfil único de peregrino/a y garantizando su plena inclusión y la posibilidad de que disfruten de una experiencia sensible y ajustada a su propia realidad. Esto permite que los Caminos de Santiago sean más diversos e inclusivos, con una clara apuesta por la equidad y la igualdad en la prestación de los servicios que se articulan entorno al Camino y con una mejora de su competitividad frente a otros destinos o experiencias.

| ANÁLISIS EXTERNO | |
|------------------|--|
| EXPLOTAR | |
| OPORTUNIDADES | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Captación y canalización de fondos públicos para la inversión y mejora de los Caminos de Santiago ✓ Definición de nuevas fórmulas de peregrinación con carácter integrador e inclusivo (en familia, con mascota, atención al género, accesibilidad para diversidad funcional, etc.) ✓ Inclusión de nuevos valores de igualdad de género, sostenibilidad y protección y conservación del medioambiente en las iniciativas de promoción y desarrollo de los Caminos (cicloturismo, digitalización, nuevas rutas marítimas, etc.) ✓ Puesta en marcha de nuevas experiencias entorno al Camino y creación de ofertas/servicios diversos y atractivos centrados en la excelencia ✓ Aprovechamiento de infraestructuras y recursos existentes para mejoras en la dotación equilibrada de los servicios de los distintos itinerarios del Camino |

Esta oportunidad está relacionada con la necesidad de **Inclusión de nuevos valores de igualdad de género, sostenibilidad y protección y conservación del medioambiente en las iniciativas de promoción y desarrollo de los Caminos (cicloturismo, digitalización, nuevas rutas marítimas, etc.)**, entre otros, que deben ir incorporándose a las estrategias y actuaciones que se desarrollan en la promoción y puesta en valor de los Caminos de Santiago en este Plan Director.

Esta oportunidad se materializa en actuaciones en los medios de transporte más sostenibles como la peregrinación en bicicleta o el recorrido de rutas marítimo-fluviales, la apuesta por la digitalización y la contribución a la disminución de la denominada brecha digital, reduciendo la huella que genera el paso de los/as peregrinos/as por las distintas localidades gallegas por las que transcurren los Caminos de Santiago.

Otra de las oportunidades a explotar es la **Puesta en marcha de nuevas experiencias entorno a los Caminos y creación de ofertas/servicios diversos y atractivos centrados en la excelencia**, no solo en el fin de su peregrinación sino a lo largo de la misma, ofertando nuevas experiencias que les permitan conocer otros espacios y productos propios de Galicia, reforzando así la calidad y la excelencia de dicha experiencia y contribuyendo a que la tasa de retorno aumente, tanto para la realización de otro Camino de peregrinación a Santiago como de la visita en calidad de turista, y se multiplique el impacto socioeconómico positivo que genera la peregrinación en Galicia.

Aprovechamiento de infraestructuras y recursos existentes para mejoras en la dotación equilibrada de los servicios de los distintos itinerarios del Camino como una solución a la demanda de los/as peregrinos/as que van optando por itinerarios con menor desarrollo, y que contribuye a la redirección de flujos de peregrinación, poniendo en valor recursos existentes e infrautilizados. Esto además contribuye al desarrollo socioeconómico de distintos territorios en Galicia e incentiva la creación de nuevas iniciativas empresariales a nivel local.

Realizado el análisis CAME, se aborda la continuación del diagnóstico con el análisis VUCA, ahondando en las particularidades de gestión y actuación que requiere este Plan Director.

Análisis VUCA

El análisis VUCA -Volatilidad, Incertidumbre, Complejidad y Ambigüedad- según sus siglas en inglés (*Volatility, Uncertainty, Complexity* y *Ambiguity*) es una técnica que se aplica a los entornos, para visibilizar los procesos de cambio que pueden afectar en condiciones de transformación no controlables. En relación al **Plan Director de los Caminos de Santiago en la Comunidad Autónoma de Galicia 2022-2027**, se presenta un análisis del entorno VUCA que pone el foco de atención en aquellas variables que pueden afectar a su implementación o condicionar el cumplimiento de los objetivos previamente definidos y de las líneas estratégicas y de actuación que contempla.

GRÁFICO 75. GRÁFICO ANÁLISIS VUCA



Fuente: Elaboración propia

COMPLEJIDAD

La identificación de necesidades, problemas o áreas de mejora se ha tornado en un universo complejo, multivariable y transversal que dificulta, en muchas ocasiones, la concreción de cuáles son las cuestiones más relevantes a la hora de abordar los Caminos de Santiago, obligando a aplicar una visión global y un análisis exhaustivo de la realidad que les afecta, entendiendo las relaciones que se dan dentro del propio ecosistema del turismo, cultural y social en el que se integra la peregrinación a Santiago de Compostela.

La coordinación entre las Administraciones públicas implicadas en la gestión y desarrollo de iniciativas es una de las cuestiones de mayor complejidad en la gestión de los Caminos de Santiago, ya que la multiplicidad de actores e intereses, desde el ámbito local, provincial, autonómico y estatal, dificultan el entendimiento y la puesta en marcha de acciones conjuntas y cohesionadas que respondan a los intereses generales y superen los localismos preponderantes en la promoción de los Caminos que transcurren por cada territorio dentro de la Comunidad Autónoma de Galicia, y en otras Comunidades antes de su llegada a Galicia.

Las crisis, tanto sanitarias como económicas, tienen influencia en el comportamiento y preferencias de los/as peregrinos/as (fundamentalmente los de origen extranjero) y en sus opciones de viaje y en el gasto diario que realizan, pero esa influencia responde a múltiples criterios por los que resulta complejo determinar la recuperación, tanto desde un punto de vista temporal como económico, de manera que se puedan estudiar medidas concretas que aceleren el proceso.

Más allá de cuestiones de seguridad y movilidad, el ahorro familiar, las preferencias de ocio o la adaptación de las infraestructuras a las nuevas realidades generan escenarios complejos que requieren de tiempo e inversiones para adaptarse a estos entornos.

Esta complejidad se traslada también al entorno futuro, ya que de cara a diseñar de nuevos servicios/productos en los distintos Caminos de Santiago, en especial en aquellos que requieren de mayor promoción y esfuerzo para su desarrollo, se ven afectados por la asunción de dicha complejidad, que condiciona la incierta afluencia de peregrinación y la rentabilidad económica que esta puede generar, para generar cierta seguridad que anime al sector privado a abrir nuevas líneas de negocio que doten a los Caminos de Santiago de soluciones viables y sostenibles en el tiempo (más allá de la celebración de los Años Santos Jacobeos).

COMPLEJIDAD

- ✓ Coordinación de acciones entre Administraciones públicas y desarrollo de acciones conjuntas cohesionadas y con objetivos compartidos
- ✓ Influencia de las crisis en el comportamiento de los viajeros (recuperación de la peregrinación extranjera) y en sus preferencias de viaje y sus posibilidades de gasto
- ✓ Garantía de afluencia de peregrinación y de rentabilidad económica para el diseño de nuevos servicios/productos en los distintos Caminos, viables y sostenibles en el tiempo

VOLATILIDAD

Hace referencia al carácter cambiante del entorno de los Caminos de Santiago, con transformaciones vertiginosas y disrupciones generales en los distintos aspectos que les afectan y para las que, en ocasiones, no se han diseñado procesos de cambio o estos no responden a la inmediatez en la que se producen esas transformaciones. Los periodos de crisis, económicas o sanitarias, afectan a los tiempos de dichas transformaciones y en los últimos años, las han condicionado y limitado de manera significativa.

La implicación y **concienciación de la población local en relación a los Caminos de Santiago** resulta fundamental, tanto como anfitriones de los distintos ayuntamientos por los que transcurren los Caminos de Santiago en Galicia, así como transmisores de sus valores e historia, y posibles promotores de iniciativas empresariales que articulen ofertas y servicios, creando empleo y desarrollo económico local. Sin embargo, resulta tan complejo como necesario abordar esta cuestión, en un cierto clima de aumento de sensación de "turismo fobia" y tras una situación de crisis sanitaria por la pandemia en la que el miedo y la inseguridad se han hecho más presentes y latentes frente a la llegada de personas de otros lugares.

VOLATILIDAD

- ✓ Concienciación de la población local y transmisión de la importancia de los Caminos y su impacto en el desarrollo socioeconómico
- ✓ Incorporación de criterios de sostenibilidad, igualdad y digitalización a las actuaciones de los Caminos de cara a su fortalecimiento y competitividad

Otra de las cuestiones afectadas por un entorno complejo en los Caminos de Santiago es el que se refiere a la **incorporación de criterios de sostenibilidad, igualdad o digitalización**, ya que se trata de elementos que están marcando los cambios sociales y económicos más recientes y en los que el desconocimiento, la falta de procesos reales de transformación y la vertiginosidad que caracteriza su incorporación a la cultura institucional o empresarial desde la que se desarrollan las estrategias de los Caminos de Santiago incrementa la complejidad de su asunción, ya que se enfrenan a modelos tradicionales y asentados que muestran cierta resistencia al cambio.

AMBIGÜEDAD

La falta de claridad es uno de los rasgos de los entornos descritos, ya que la existencia de los elementos descritos genera la imprecisión en la concreción de los efectos que se pueden generar con las líneas estratégicas y actuaciones en materia de los Caminos de Santiago, dificultando la aplicación de soluciones absolutas o definitivas y justificando la elaboración de mecanismos de gestión temporal como el presente Plan Director.

La implicación del sector privado en los Caminos de Santiago fomentando la puesta en marcha de iniciativas empresariales y la inversión en negocios es fundamental para garantizar su prosperidad e ir consolidando los distintos Caminos, siendo fundamental apostar por la colaboración público-privada, siendo preciso promover

sinergias y apoyar la realización de proyectos tractores, de cara a que el sector privado se implique y sea el motor de la recuperación económica y la potenciación de los Caminos de Santiago.

En relación a la **disponibilidad y acceso a los recursos patrimoniales propiedades de la Iglesia católica** que abundan en las localidades por las que transcurren los Caminos de Santiago, hay que destacar la necesidad de un compromiso que dé respuesta a las demandas de los/as

peregrinos que llegan a Santiago de Compostela y que, atendiendo a los valores del Camino y a la espiritualidad que condiciona en muchos casos el hecho de peregrinar, procura conocer y acceder a dicho patrimonio como parte de la excelencia de su experiencia de peregrinación.

AMBIGÜEDAD

- ✓ Implicación del sector privado, fomentando la puesta en marcha de iniciativas empresariales y la inversión en negocios que refuercen la oferta de los Caminos, en sintonía con la estrategia implementada desde las Admones. públicas
- ✓ Disponibilidad y accesibilidad de los recursos patrimoniales propiedad de la Iglesia católica y su cohesión con la oferta íntegra al peregrino/a

INCERTIDUMBRE

La **imprevisibilidad caracteriza uno de los entornos de análisis de los Caminos de Santiago, en la medida en que hay escenarios de incertidumbre que afectan directamente al tránsito de peregrinos/as y a la evolución de los distintos itinerarios, hechos que lejos de frenar la planificación de una política de gestión de la peregrinación condicionan la definición de sus líneas estratégicas y de la traducción de las mismas en actuaciones concretas.**

La **evolución de la pandemia por covid-19 y las consecuencias derivadas de la crisis han originado escenarios inciertos** en cuestiones de seguridad, movilidad y relaciones humanas, afectando a la convivencia y al encuentro entre personas, y alternando las pautas y hábitos de comportamiento de los/as peregrinos/as. Esa incertidumbre, si bien se habla de una paulatina vuelta a la "normalidad", no asegura cuál será el comportamiento futuro de la peregrinación y mantiene un cierto desconcierto en cuanto a afluencia, gasto y desarrollo de los Caminos de Santiago, que venían de una tendencia ascendente en cuanto a número de peregrino/as.

Los Caminos de Santiago también se ven y se verán afectados por **el contexto incierto que está generando la crisis económica, de precios y disponibilidad de recursos**

derivada de conflictos territoriales como la guerra iniciada en 2022 entre Rusia y Ucrania, cuyos efectos ya se están notando en los contextos internacionales y en el desarrollo de las economías. En momentos de tensión e incertidumbre económica, las familias tienden a realizar una contención del gasto, que este escenario se suma a una contención en viajes, por seguridad sanitaria, y que se viene arrastrando en los últimos dos años de pandemia.

INCERTIDUMBRE

- ✓ Evolución de la pandemia por covid-19 y de las consecuencias de la crisis sanitaria originada en cuestiones de movilidad y seguridad
- ✓ Contexto de tensión socioeconómica y conflictos territoriales (guerra Rusia – Ucrania) con efectos en los mercados internacionales
- ✓ Desarrollo armonioso de los Caminos de Santiago, ajustado a su capacidad de acogida, con inversiones concretas equilibradas y refuerzo de la oferta de cada uno en particular, y en su conjunto

En estos contextos, y teniendo en cuenta las dificultades de previsión y de viabilidad de las previsiones económicas y de evolución, el **desarrollo armonioso de los Caminos de Santiago, ajustado a su capacidad de acogida y con inversiones equilibradas que refuercen la oferta de cada uno en particular, y a la vez de todos en su conjunto**, se torna más imprevisible y con menores garantías de éxito.

Conclusiones

El potencial de los Caminos de Santiago como itinerario de interés, dotado de singularidad y recursos patrimoniales y con enorme capacidad de atracción de peregrinos/as a Santiago de Compostela es indiscutible. Su historia y evolución son garantía de la viabilidad de su continuidad, al margen de momentos de crisis e incertidumbre, y además cuentan con enorme capacidad de regeneración y atracción a nuevos perfiles de peregrinación.

Si bien los contextos actuales, afectados por crisis coyunturales o sometidos a ciclos de expansión/recesión económica, influyen directamente al turismo a nivel mundial, y a la peregrinación de manera particular, también es cierto que la singularidad y particularidades que afectan a los Caminos de Santiago (libertad de movimientos, contacto con la naturaleza, experiencia diferente y transversal y carácter introspectivo o espiritual, entre otras) los diferencian y posicionan en un escenario más favorable para su desarrollo y para seguir atrayendo viajeros/as.

Los próximos años, que transcurren entre la celebración excepcional del Xacobeo 2021-2022 y la celebración de un nuevo Año Santo en el 2027, periodo en el que se enmarca el presente **Plan Director de los Caminos de Santiago en la Comunidad Autónoma de Galicia 2022-2027**, representan una oportunidad para fortalecer aquellos puntos débiles que se han ido detectando en la gestión y condiciones de los distintos itinerarios de los Caminos de Santiago, así como innovar y apostar por criterios de sostenibilidad y digitalización que adapten los recorridos a las nuevas demandas y velen por la viabilidad de los mismos y la reducción del impacto que genera la peregrinación en un entorno natural que precisa protección y convivencia de la población local para garantizar su conservación.

De las diferentes fases de Análisis e Investigación, incluidas las numerosas aportaciones del Proceso Participativo con agentes implicados en los Caminos de Santiago, así como de la reflexión interna desde Axencia de Turismo de Galicia fruto de su conocimiento y trabajo intenso en el desarrollo y mejora continua de los diferentes itinerarios que conforman el Camino de Santiago, se han perfilado las Líneas Estratégicas que marcan la hoja de ruta en el planeamiento estratégico de las actuaciones y acciones que recogen este **Plan Director de los Caminos de Santiago en la Comunidad Autónoma de Galicia 2022-2027**.

Así, la puesta en valor de los recursos patrimoniales, desde criterios de conservación y promoción, asociando los mismos a los valores que diferencian y caracterizan los Caminos de Santiago como ruta singular de peregrinación o la incorporación de nuevas tecnologías y digitalización desde criterios de sostenibilidad procurando excelencia y calidad en la experiencia del/de la peregrino/a son cuestiones fundamentales que permiten fortalecer la marca de Galicia en particular, y la de los Caminos de Santiago en general, y conforman la estrategia de actuación que se concreta en este documento.



5. PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO 2022 - 2027

5.1. Retos, Objetivos y Estrategias

De cara a formular el planteamiento estratégico de este plan, se han formulado 5 líneas estratégicas principales que sirven de guía para encuadrar las actuaciones a llevar a cabo en los próximos años. Para cada una de estas líneas se han elaborado uno o más retos específicos junto con sus objetivos.

- **L.E.1. Los valores de los Caminos de Santiago: hospitalidad, espiritualidad, tradición, respeto a la historia y a la cultura jacobea**

Reto 1: El valor patrimonial de los Caminos: digitalización y sostenibilidad

--> Objetivo 1: Transformar los Caminos de Santiago mediante la digitalización y el fomento de la sostenibilidad en su desarrollo y generar orgullo de pertenencia.

- **L.E.2. Conservación y promoción del Patrimonio material e inmaterial de los Caminos de Santiago: histórico-artístico, etnográfico, tradicional, musical, natural, etc.**

Reto 2: Los Caminos: promoción de itinerarios y variantes y su conexión internacional

--> Objetivo 2: Ampliar el alcance de los Caminos de Santiago internacionalizando la conexión de itinerarios y variantes.

- **L.E.3. Excelencia en la experiencia de la peregrinación a Compostela**

Reto 3: La experiencia de usuario/a del peregrino/a nuevas fórmulas innovadoras

--> Objetivo 3: Procurar la excelencia en la experiencia del peregrino/a innovando en la oferta de peregrinación.

Reto 4: Mejora de la gobernanza

--> Objetivo 4: Desarrollar la colaboración entre las entidades vinculadas a los Caminos.

- **L.E.4. Los Caminos como espacios de desarrollo socioeconómico sostenible y responsable**

Reto 5: Mejoras en los servicios de los Caminos de Santiago: igualdad, inclusión y diversidad

--> Objetivo 5: Reforzar los Caminos de Santiago mediante servicios más respetuosos e inclusivos.

- **L.E.5. Los Caminos como fortalecedores de la identidad y la cultura gallega**

Reto 6: Apuesta por productos locales e implicación de la vecindad

--> Objetivo 6: Implicar población, territorio y productos de proximidad en la promoción de la singularidad local.

Reto 7: Potenciación de todas las rutas de peregrinación reconocidas

--> Objetivo 7: Preservación y potenciación de los valores de los Caminos de Santiago.

5.2 Esquema de actuaciones estratégicas para el periodo 2022 - 2027

Línea de actuación (L.A): 1. Desarrollo tecnológico


La digitalización de la oferta turística es un pilar fundamental para poder cubrir las necesidades actuales de los turistas. La aplicación de las nuevas tecnologías a los recursos, productos y servicios dentro del Camino de Santiago permite no solo mejorar su accesibilidad hacia el visitante, sino también la implantación de medidas de sostenibilidad turística, ampliamente relacionadas con un mayor grado de digitalización.

Esta actuación está centrada en recrear con realidad aumentada e inteligencia artificial recursos de potencial turístico del Camino de Santiago. Esto permitirá que, ayudados por su smartphone o con gafas especiales facilitadas por guías turísticos, los visitantes puedan disfrutar del destino a través de una experiencia inmersiva.

Los recursos digitalizados estarán a disposición del sector público y del sector privado en una plataforma y se desarrollarán con un doble valor: se crearán versiones para turistas en varios idiomas, pero también se elaborarán versiones con enfoque didáctico orientadas al sector educativo u otros, para un uso más local, destinados a la sensibilización sobre los recursos y el patrimonio de su territorio.

Línea estratégica (L.E): L.E.1. Los valores de los Caminos de Santiago: espiritualidad, tradición, hospitalidad, respeto a la historia y a la cultura jacobea

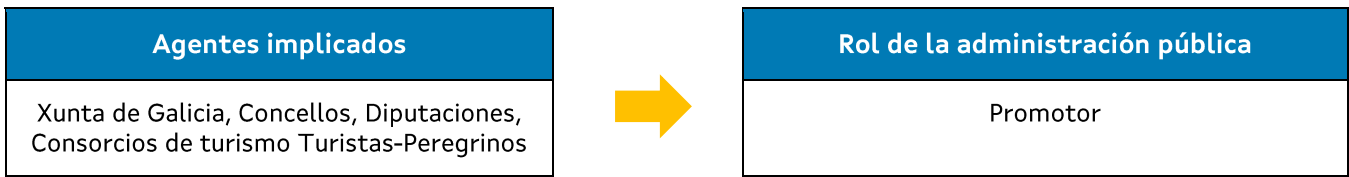
Reto (R): R.1. El valor patrimonial de los Caminos: digitalización y sostenibilidad

| Ejes | Prioridad de ejecución | Fuente de financiación | Carácter sostenible |
|--------------------------------------|----------------------------|---|---|
| Transformación, gobernanza y gestión | Corto, medio y largo plazo | AMTEGA Plan Turístico Nacional Xacobeo |  |

Actuaciones

- A.1 Digitalización del patrimonio y del sector turístico de los Caminos de Santiago
- A.2 Digitalización de recursos con potencial turístico en el litoral

A.3 Smart Camiño (Wifi en albergues)



Escenario temporal

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|---|------|------|------|------|------|------|
| A.1 Digitalización del patrimonio y del sector turístico de los Caminos de Santiago | X | X | X | | | |
| A.2 Digitalización de recursos con potencial turístico en el litoral | X | X | X | | | |
| A.3 Smart Camiño (Wifi en albergues) | X | X | X | X | X | X |

Presupuesto

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|---|---------|---------|---------|-------|-------|------|
| A.1 Digitalización del patrimonio y del sector turístico de los Caminos de Santiago | 150.000 | 200.000 | 205.000 | | | |
| A.2 Digitalización de recursos con potencial turístico en el litoral | 100.000 | 150.000 | 175.000 | | | |
| A.3 Smart Camiño (Wifi en albergues) | 15.000 | 10.000 | 7.000 | 5.000 | 3.000 | |

Indicadores de ejecución/control

| |
|--|
| N.º de proyectos de digitalización |
| N.º de instalaciones |
| N.º de Sesiones establecidas por los usuarios contra los dispositivos Wifi instalados. |

Impacto en los ODS




Línea de actuación (L.A): 2. Gestión integral ambiental

Transformar los Caminos de Santiago mediante la digitalización y el fomento de la sostenibilidad en su desarrollo se concibe como uno de los objetivos de este plan. Para ello, una gestión integral ambiental que abogue por la implementación de herramientas de eco innovación, entre otras, constituirá un paso hacia el camino de la sostenibilidad.

 **Línea estratégica (L.E): L.E.1. Los valores de los Caminos de Santiago: espiritualidad, tradición, hospitalidad, respeto a la historia y a la cultura jacobea**

 **Reto (R): R.1. El valor patrimonial de los Caminos: digitalización y sostenibilidad**

| Ejes | Prioridad de ejecución | Fuente de financiación | Carácter sostenible |
|-----------------------------|------------------------|--|---|
| Innovación y sostenibilidad | Corto y medio plazo | AMTEGA Plan Turístico Nacional Xacobeo Axencia Turismo Galicia/ Life Water Way |  |

Actuaciones

A.1 Medidas de eco innovación, huella de carbono y huella hídrica

A.2 Plan de fuentes en los Caminos

A.2.1 Localización de puntos de acceso a agua en los Caminos

A.2.2 Construcción y colocación de fuentes auto potabilizadoras o conectadas con las traídas municipales

A.2.3 Mejora del entorno de la fuente

A.3 Plan de Certificación Forestal de los itinerarios del Camino de Santiago

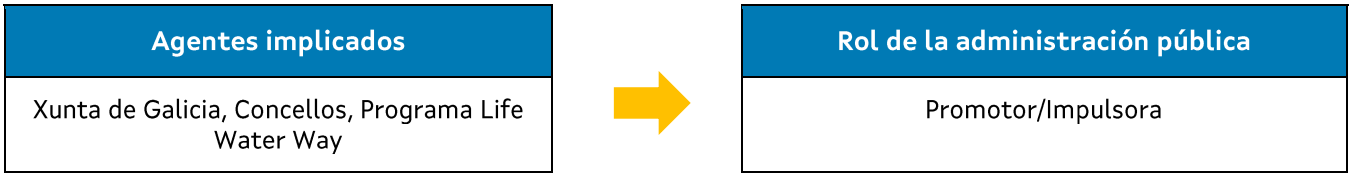
A.3.1 Plan de sostenibilidad del Camino Francés a través de la certificación de tramos de excelencia forestal

A.3.2 Plan de sostenibilidad del Camino Norte a través de la certificación de tramos de excelencia forestal

A.3.3 Plan de sostenibilidad del Camino Primitivo a través de la certificación de tramos de excelencia forestal

A.3.4 Plan de sostenibilidad del Camino Inglés a través de la certificación de tramos de excelencia forestal

A.4. Sostenibilidad en el Mantenimiento y rehabilitación del patrimonio histórico en el Camino de Santiago.
Plan Turístico Nacional Xacobeo



Escenario temporal

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|---|------|------|------|------|------|------|
| A.1 Medidas de ecoinnovación, huella de carbono y huella hídrica | X | X | X | X | X | X |
| A.2.1 Localización de puntos de acceso a agua en los Caminos | X | X | X | X | X | |
| A.2.2 Construcción y colocación de fuentes auto potabilizadoras o conectadas con las traídas municipales | X | X | X | X | X | X |
| A.2.3 Mejora del entorno de la fuente | X | X | X | X | X | X |
| A.3.1 Plan de sostenibilidad del Camino Francés a través de la certificación de tramos de excelencia forestal | | X | X | | | |
| A.3.2 Plan de sostenibilidad del Camino Norte a través de la certificación de tramos de excelencia forestal | | | | X | | |
| A.3.3 Plan de sostenibilidad del Camino Primitivo a través de la certificación de tramos de excelencia forestal | | | | | X | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|--|--|---|
| A.3.4 Plan de sostenibilidad del Camino Inglés a través de la certificación de tramos de excelencia forestal | | | | | | X |
| A.4. Sostenibilidad en el Mantenimiento y rehabilitación del patrimonio histórico en el Camino de Santiago. Plan Turístico Nacional Xacobeo | X | X | X | | | |

Presupuesto

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|---|--------|--------|--------|---------|---------|---------|
| A.1 Medidas de ecoinnovación, huella de carbono y huella hídrica - App Turismo | 25.000 | 35.000 | 30.000 | 25.000 | 25.000 | 25.000 |
| A.2.1 Localización de puntos de acceso a agua en los Caminos | - | - | - | - | - | |
| A.2.2 Construcción y colocación de fuentes auto potabilizadoras o conectadas con las traídas municipales | | 80.000 | 80.000 | 80.000 | 80.000 | 80.000 |
| A.2.3 Mejora del entorno de la fuente | | 20.000 | 20.000 | 20.000 | 20.000 | 20.000 |
| A.3.1 Plan de sostenibilidad del Camino Francés a través de la certificación de tramos de excelencia forestal | | 80.000 | 43.000 | | | |
| A.3.2 Plan de sostenibilidad del Camino Norte a través de la certificación de tramos de excelencia forestal | | | | 100.000 | | |
| A.3.3 Plan de sostenibilidad del Camino Primitivo a través de la certificación de tramos de excelencia forestal | | | | | 100.000 | |
| A.3.4 Plan de sostenibilidad del Camino Inglés a través de la certificación de tramos de excelencia forestal | | | | | | 100.000 |

| | | | | | | |
|---|-----------|-----------|------------|--|--|--|
| A.4. Sostenibilidad en el Mantenimiento y rehabilitación del patrimonio histórico en el Camino de Santiago. Plan Turístico Nacional Xacobeo | 2.256.171 | 6.616.615 | 13.630.213 | | | |
|---|-----------|-----------|------------|--|--|--|

Indicadores de ejecución/control

| |
|---|
| N.º de medidas de eco innovación implantadas |
| N.º de descargas de la App del Camino de Santiago. |
| N.º de fuentes colocadas |
| N.º de Fuentes conectadas a traídas municipales |
| Nº de fuentes con sistema de potabilización |
| Nº de tramos certificados |
| Nº actuaciones de rehabilitación de espacios públicos para su uso turístico, introducir mejoras de sostenibilidad, accesibilidad y eficiencia energética, modernizar o impulsar la digitalización de estos espacios |

Impacto en los ODS



Encaje con otros Planes

Plan de Sostenibilidad Turística en la ciudad de Santiago de Compostela

Actuaciones financiadas a través del Plan Turístico Nacional Xacobeo 2021 (Fondos Next Generation)



Línea de actuación (L.A): 3. Seguimiento del impacto socioeconómico de los Caminos en Galicia


Resulta clave evaluar el impacto socioeconómico para determinar correctamente las estrategias en torno a los Caminos, así como determinar la percepción de los residentes y de los propios peregrinos. Con este fin, se realizan encuestas en los trazados, estimaciones input-output de impacto económico y análisis de impacto macroeconómico en los municipios de los Caminos.



Línea estratégica (L.E): L.E.1. Los valores de los Caminos de Santiago: espiritualidad, tradición, hospitalidad, respeto a la historia y a la cultura jacobea



Reto (R): R.1. El valor patrimonial de los Caminos: digitalización y sostenibilidad

| Ejes | Prioridad de ejecución | Fuente de financiación | Carácter sostenible |
|------------------------------|----------------------------|------------------------------|---|
| Estrategia y sustentabilidad | Corto, medio y largo plazo | Fondos propios ATG AMTEGA |  |

Actuaciones

- A.1 Desarrollo de estudios de impacto socioeconómico del Camino de Santiago en los diferentes itinerarios
- A.2 Implantación de dispositivos detectores de movilidad de peregrinos en los diferentes itinerarios del Camino de Santiago
- A.3 Estudio sobre el impacto del Camino de Santiago sobre la salud mental y el bienestar emocional
- A.4 Desarrollo del sistema estadístico que defina el perfil del peregrino

| Agentes implicados | Rol de la administración pública |
|---|----------------------------------|
| Xunta de Galicia, Universidade de Santiago de Compostela, Concellos | Convenio con la USC |



Escenario temporal

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|--|------|------|------|------|------|------|
| A.1 Desarrollo de estudios de impacto socioeconómico del | X | X | X | X | X | X |

| | | | | | | |
|---|---|---|--|--|--|--|
| Camino de Santiago en los diferentes itinerarios | | | | | | |
| A.2 Implantación de dispositivos detectores de movilidad de peregrinos en los diferentes itinerarios del Camino de Santiago | X | | | | | |
| A.3 Estudio sobre el impacto del Camino de Santiago sobre la salud mental y el bienestar emocional | | X | | | | |
| A.4 Desarrollo del sistema estadístico que defina el perfil del peregrino | X | X | | | | |

Presupuesto

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|---|-----------|--------|--------|--------|--------|--------|
| A.1 Desarrollo de estudios de impacto socioeconómico del Camino de Santiago en los diferentes itinerarios | 20.000 | 20.000 | 20.000 | 20.000 | 20.000 | 20.000 |
| A.2 Implantación de dispositivos detectores de movilidad de peregrinos en los diferentes itinerarios del Camino de Santiago | 18.125,80 | | | | | |
| A.3 Estudio sobre el impacto del Camino de Santiago sobre la salud mental y el bienestar emocional | | 47.069 | | | | |
| A.4 Desarrollo del sistema estadístico que defina el perfil del peregrino | 66.5000 | | | | | |
| A.5 Estudio sobre el impacto del Camino de Santiago sobre la salud mental y el bienestar emocional | | 47.069 | | | | |

Indicadores de ejecución/control

| |
|-----------------------------|
| N.º de encuestas realizadas |
| N.º de rutas analizadas |

| |
|--|
| N.º de informes realizados |
| N.º de Turistas/Peregrinos en cada punto y otros por definir |
| Sistema estadístico desarrollado |
| N.º de entrevistas realizadas |
| N.º de presentaciones y publicaciones de estudios realizadas |
| Publicación y presentación del estudio |

Impacto en los ODS




Encaje con otros Planes

Plan de Sostenibilidad Turística en la ciudad de Santiago de Compostela

Línea de actuación (L.A): 4. Nuevas experiencias para el peregrino

Esta línea de actuación se centra en impulsar la creación de nuevas tipologías turísticas que ayuden a diversificar las tipologías de peregrinajes que se realizan en los Caminos de Santiago a su paso por la Comunidad Autónoma de Galicia. Esto se conseguirá a través de la promoción y puesta a punto de la comunidad como un destino cicloturístico, de los Caminos como espacios aptos y adecuados para la vivencia de experiencias en familia, así como el desarrollo turístico de la Ruta Traslatio.

 **Línea estratégica (L.E): L.E.2. Conservación y promoción del Patrimonio material e inmaterial de los Caminos de Santiago: histórico-artístico, etnográfico, tradicional, musical, natural, etc.**

 **Reto (R): R.2. Los Caminos: promoción de itinerarios y variantes y su conexión internacional**

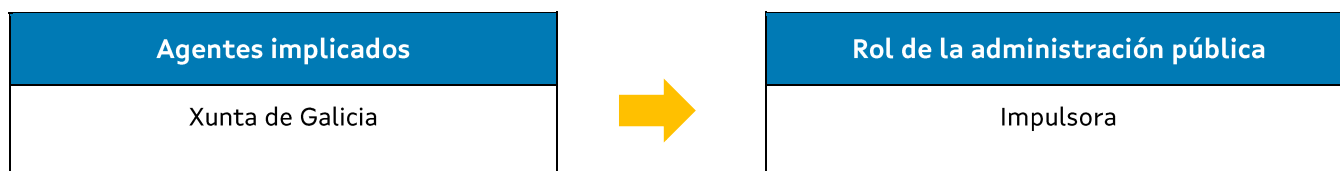
| Ejes | Prioridad de ejecución | Fuente de financiación | Carácter sostenible |
|----------------------|------------------------|------------------------|---------------------|
| Gobernanza y Gestión | Corto y mediano plazo | Fondos Next Generation | |

Actuaciones

A.1 Cicloturismo y Camino en Familia

A.2. Mejora de la senda litoral

A.3. Mejora de la Ruta Traslatio



Escenario temporal

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|---------------------------------------|------|------|------|------|------|------|
| A.1. Cicloturismo y Camino en Galicia | X | X | X | | | |
| A.2. Mejora de la senda litoral | X | X | X | | | |

| | | | | | | |
|----------------------------------|---|---|---|--|--|--|
| A.3. Mejora de la Ruta Traslatio | X | X | X | | | |
|----------------------------------|---|---|---|--|--|--|

Presupuesto

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|---------------------------------------|------------|-----------|-----------|------|------|------|
| A.1. Cicloturismo y Camino en Galicia | 1.485.000 | 1.970.000 | 1.975.000 | | | |
| A.2. Mejora de la senda litoral | 170.000,00 | 1.195.000 | 1.195.000 | | | |
| A.3. Mejora de la Ruta Traslatio | 505.000 | 1.010.000 | 1.010.000 | | | |

Indicadores de ejecución/control

| |
|---|
| <p>Número de bicicletas a su paso por las rutas definidas. Número de servicios turísticos bikefriendly activados. Número de empresas de nueva creación especializadas en servicios cicloturistas. Reducción de emisiones Co2 y huella de carbono en el territorio. % de incremento del PIB turístico en los territorios afectados. Número de empresas de nueva creación especializadas en servicios cicloturistas. % incremento de visitantes cicloturistas a las zonas que cuentan con bikestations. Nº de alquileres realizados en el sistema de alquiler de bicicletas. Número de usuarios en los puntos de instalación de los contadores. Actuaciones realizadas en las rutas en base a los datos recibidos: mejora de infraestructura, activación de servicios bikefriendly, acciones promocionales, etc. Impacto económico de la actividad cicloturista en los territorios por donde pasan las rutas.</p> |
| <p>Nº de planes de accesibilidad en los albergues del Camino Francés aprobados. Nº de proyectos de reforma aprobados. Nº de obras autorizadas. Nº de obras ejecutadas. Nº de albergues accesibles. Nº de plazas de alojamiento accesibles.</p> |
| <p>Número de actuaciones realizadas: obras.</p> <p>Número de Kilómetros sobre los que se ha actuado (% sobre el total).</p> <p>Número de Kilómetros sobre los que se ha actuado (% sobre Km susceptibles de mejora)</p> |
| <p>Número de infraestructuras / espacios musealizados a disposición del turista náutico. Número de equipamientos turísticos mejorados. Número de intervenciones realizadas para la mejora de las infraestructuras de la Ruta. Número de embarcaciones que atracan en los puertos de la Ruta. % de incremento del PIB turístico en los territorios afectados. Número de puertos deportivos/clubes náuticos que obtienen certificaciones de calidad o medioambientales.</p> |

Número de plazas de alojamiento creadas para peregrinos. Número de intervenciones realizadas para la recuperación de sendas marítimas. Número de intervenciones realizadas para la recuperación de sendas fluviales

Impacto en los ODS




Encaje con otros Planes


Plan Turístico Nacional Xacobeo 2021 (fondos Next Generation)

Línea de actuación (L.A): 5. Impulso de las Relaciones Internacionales

El impulso de las Relaciones Internacionales busca ampliar el alcance de los Caminos de Santiago internacionalizando la conexión de itinerarios y variantes, y difundiendo los Caminos para dar a conocer al mundo y a quien desee recorrerlo uno de los itinerarios culturales más importantes de Europa actualmente. A través de diversas iniciativas, en colaboración con agentes asociados, se impulsará distintas actuaciones promocionales en el exterior.

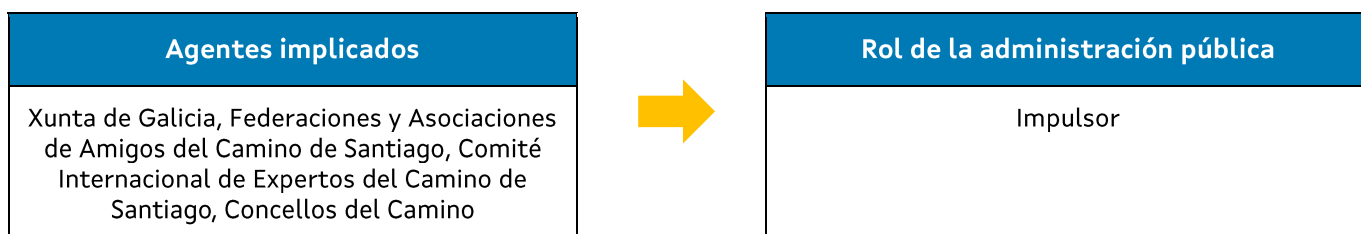
 **Línea estratégica (L.E): L.E.2. Conservación y promoción del Patrimonio material e inmaterial de los Caminos de Santiago: histórico-artístico, etnográfico, tradicional, musical, natural, etc.**

 **Reto (R): R.2. Los Caminos: promoción de itinerarios y variantes y su conexión internacional**

| Ejes | Prioridad de ejecución | Fuente de financiación | Carácter sostenible |
|----------------------|----------------------------|-------------------------|---|
| Gobernanza y Gestión | Corto, medio y largo plazo | Agencia Turismo Galicia |  |

Actuaciones

- A.1 Programa "Mais aló do camiño"
- A.2 Difusión de la experiencia de gestión de los Caminos
- A.3 Impulso a la Federación Europea y Mundial de Amigos del Camino de Santiago
- A.4 Apoyo a la constitución de la Federación Europea de Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago
- A.5 Celebración del II y III Encuentro Mundial de Asociaciones Jacobeas
- A.6 Colaboración con el Comité Internacional de Expertos
- A.7 Desarrollo, en colaboración con la Secretaría General de la Emigración, del programa de Centros Promotores del Camino de Santiago entre las Comunidades Gallegas en el Exterior
- A.8 Construcción, envío y colocación de mojones xacobeos y actividades asociadas al Programa de Símbolos Xacobeos en el Mundo
- A.9 Celebración del 30 Aniversario de la declaración por la UNESCO del Camino Francés como Patrimonio de la Humanidad



Escenario temporal

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|---|------|------|------|------|------|------|
| A.1 Programa "Mais aló do camiño" | X | X | X | X | X | X |
| A.2 Difusión de la experiencia de gestión de los Caminos | X | X | X | X | X | X |
| A.3 Impulso a la Federación Europea y Mundial de Amigos del Camino de Santiago | X | | | | | X |
| A.4 Apoyo a la constitución de la Federación Europea de Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago | X | X | | | | |
| A.5 Celebración del II y III Encuentro Mundial de Asociaciones Jacobeas | X | | | | | X |
| A.6 Colaboración con el Comité Internacional de Expertos | X | X | X | X | X | X |
| A.7 Desarrollo, en colaboración con la Secretaría General de la Emigración, del programa de Centros Promotores del Camino de Santiago entre las Comunidades Gallegas en el Exterior | X | X | X | X | X | X |
| A.8 Construcción, envío y colocación de mojones xacobeos y actividades asociadas al Programa de Símbolos Xacobeos en el Mundo | X | X | X | X | X | X |
| A.9 Celebración del 30 Aniversario de la declaración por la UNESCO del Camino Francés como Patrimonio de la Humanidad | | X | | | | |

Presupuesto

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|-----------------------------------|------|------|------|------|------|------|
| A.1 Programa "Mais aló do camiño" | - | - | - | - | - | - |

| | | | | | | |
|---|---------|---------|--------|--------|--------|---------|
| A.2 Difusión de la experiencia de gestión de los Caminos | 6.000 | 6.000 | 6.000 | 6.000 | 6.000 | 6.000 |
| A.3 Impulso a la Federación Europea y Mundial de Amigos del Camino de Santiago | 10.000 | 10.000 | | | | |
| A.4 Apoyo a la constitución de la Federación Europea de Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago | 10.000 | 10.000 | | | | |
| A.5 Celebración del II y III Foro mundial de <i>Asociacións Xacobeas</i> | 250.000 | | | | | 300.000 |
| A.6 Colaboración con el Comité Internacional de Expertos | 30.000 | 30.000 | | 30.000 | | |
| A.7 Desarrollo, en colaboración con la Secretaría General de la Emigración, del programa de Centros Promotores del Camino de Santiago entre las Comunidades Gallegas en el Exterior | | 5.000 | 5.000 | 5.000 | 5.000 | 5.000 |
| A.8 Construcción, envío y colocación de mojones xacobeos y actividades asociadas al Programa de Símbolos Xacobeos en el Mundo | 40.000 | 40.000 | 40.000 | 40.000 | 40.000 | 40.000 |
| A.9 Celebración del 30 Aniversario de la declaración por la UNESCO del Camino Francés como Patrimonio de la Humanidad | | 300.000 | | | | |

Indicadores de ejecución/control

| |
|--|
| N.º de eventos y colaboraciones realizadas |
| N.º de acuerdos suscritos |
| N.º de mojones colocados al año |
| Nº de municipios del Camino Francés que colaboran en la celebración del 30 Aniversario |

Impacto en los ODS



Encaje con otros Planes

Estrategia Gallega de Acción Exterior (EGAEX)

Línea de actuación (L.A): 6. Innovación de la oferta

Conformar una red de rutas que refuercen las ya existentes y crear un plan de mejora permanente de Galicia como destino de cicloturismo al mismo tiempo que aportar una experiencia cicloturista de calidad a aquellos visitantes que apuesten por las rutas jacobeanas. La experiencia de los usuarios en ruta es vital para el éxito del proyecto y así se apuesta por la instalación de áreas especializadas en servicios tales como aparcamientos seguros, lavado y reparación, puntos de carga para bicicletas eléctricas, puntos de información en ruta, entre otros. La activación y difusión de estas rutas cicloturistas significan una clara apuesta por la movilidad ciclista tanto hacia la población local como a los turistas. El aumento del uso de la bicicleta por parte de ambos colectivos tendrá varios beneficios muy positivos entre los que destacan hábitos de vida más saludable, así como nuevas oportunidades para el sector turístico ante la oportunidad de especializarse en un mercado en crecimiento.

Fomentar Galicia como destino de cicloturismo empleando las rutas xacobeas y la Red Eurovelo y el Camino de Santiago seguro en familia.

Proyecto cicloturismo: Mejora de la ciclabilidad en el tramo de la eurovelo 1 entre Rianxo y Cee en la Eurovelo 3 entre Santiago y Fisterra; Instalación señalización informativa y direccional; Instalación de Áreas de servicio para cicloturistas en Eurovelo 1, Eurovelo 3 y Vía de la Plata.


Proyecto Camino en Familia: Impulsar el Camino de Santiago como un modelo de turismo familiar y sostenible. El proyecto piloto, adaptará para familias un tramo del camino inglés. Las principales líneas de actuación son: adaptación de las infraestructuras turísticas públicas del Camino Inglés a las familias; Adecuación de la oferta aloxativa a las necesidades de las familias facilitando su estancia, y promoción de la creación de actividades con el Camino Inglés como temática adaptadas a los niños; Incorporación de la tecnología en la experiencia de las familias, mediante gamificación (ej. App, Códigos QR...); Colaboración con los agentes del territorio para promover entre los peregrinos los valores del Camino y las costumbres de la zona, facilitando la comunicación y sensibilización de residentes y turistas.

Línea estratégica (L.E): L.E.3. Excelencia en la experiencia de la peregrinación a Compostela

El objetivo es conseguir la mejora competitiva de los Caminos de Santiago en Galicia a través de la sostenibilidad y el impulso digital, así como convertir Galicia en un destino de cicloturismo utilizando las rutas xacobeas y la Red EuroVelo, con la ruta 1 "Atlantic Coast Route" y la ruta 3 "Pilgrims Route" como principales referentes. Contempla actuaciones como la mejora de la ciclabilidad en el tramo EuroVelo entre Rianxo y Cee y entre Santiago y Fisterra, la restauración de edificios emblemáticos, la instalación de áreas de servicio para cicloturistas, la digitalización del patrimonio y del sector turístico del Camino de Santiago y la instalación de señalización informativa y direccional. Esta actuación pone el foco en la peregrinación en bicicleta y toma como itinerarios principales el Camino Portugués por la Costa, que forma parte de la Eurovelo 1 "Atlantic Coast Route", el Camino de Fisterra, que forma parte de la EuroVelo 3 "Pilgrims Route" y el Camino Mozárabe (Vía de la Plata) que vertebraba de sur a norte a Península Ibérica



Reto (R): R.3. La experiencia de usuario/a del peregrino/a nuevas fórmulas innovadoras

| Ejes | Prioridad de ejecución | Fuente de financiación | Carácter sostenible |
|----------------------|------------------------|---|---|
| Gobernanza y Gestión | Corto y medio plazo | Plan Turístico Nacional Xacobeo Agencia Turismo de Galicia |  |

Actuaciones

A.1. Cicloturismo

A.1.1. Mejora de la ciclabilidad en el tramo de la eurovelo 1 entre Rianxo y Cee en la Eurovelo 3 entre Santiago y Fisterra

A.1.2. Instalación de Áreas de servicio para cicloturistas en Eurovelo 1, Eurovelo 3 y Vía de la Plata

A.1.3. Instalación señalización informativa y direccional

A.2 Camino en Familia

A.3 Digitalización del patrimonio y del sector turístico del Camino de Santiago

A.4. Proyectos tractores: Restauración de edificios emblemáticos, históricos, de interés paisajístico o Bienes de Interés Cultural con especial orientación a realizar el camino en familia.

A.5 Encuentros ciudades jacobeanas

A.6 Exposición "Itineris Iacobi. Ámbitos Xacobeos en el Mundo"

A.7 Camino Pet Friendly

A.8 Creación de Mapa Gigante Interactivo



Escenario temporal

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|---|------|------|------|------|------|------|
| A.1.1. Mejora de la ciclabilidad en el tramo de la eurovelo 1 entre | X | X | X | | | |

| | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|---|
| Rianxo y Cee en la Eurovelo 3 entre Santiago y Fisterra | | | | | | |
| A.1.2. Instalación de Áreas de servicio para cicloturistas en Eurovelo 1, Eurovelo 3 y Vía de la Plata | X | X | X | | | |
| A.1.3. Instalación señalización informativa y direccional | X | X | X | | | |
| A.2 Camino en Familia | X | | | | | |
| A.3.Digitalización del patrimonio y del sector turístico del Camino de Santiago | X | X | X | | | |
| A.4. Proyectos tractores | X | X | X | | | |
| A.5 Encuentros ciudades jacobeanas | X | | | | | |
| A.6 Exposición "Itineris Iacobi. Ámbitos Xacobeos en el Mundo" | X | | | | | |
| A.7 Camino Pet Friendly | | | | | | |
| A.8 Creación de mapa gigante interactivo | X | X | X | X | X | X |

Presupuesto

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|---|---------|---------|---------|------|------|------|
| A.1.1. Mejora de la ciclabilidad en el tramo de la eurovelo 1 entre Rianxo y Cee en la Eurovelo 3 entre Santiago y Fisterra | 100.000 | 400.000 | 400.000 | | | |
| A.1.2. Instalación de Áreas de servicio para cicloturistas en Eurovelo 1, Eurovelo 3 y Vía de la Plata | 75.000 | 150.000 | 150.000 | | | |
| A.1.3 Instalación señalización informativa y direccional | 60.000 | 70.000 | 70.000 | | | |

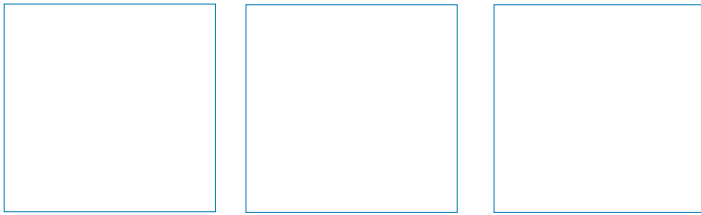
| | | | | | | |
|---|-----------|-----------|-----------|---------|---------|--------|
| A.2 Camino en Familia | 50.000 | | | | | |
| A.3.Digitalización del patrimonio y del sector turístico del Camino de Santiago | 150.000 | 200.000 | 205.000 | | | |
| A.4. Proyectos tractores | 1.100.000 | 1.150.000 | 1.150.000 | | | |
| A.5 Encuentros ciudades jacobeanas | 71.342 | | | | | |
| A.6 Exposición "Itineris Iacobi. Ámbitos Xacobeos en el Mundo" | 14.520 | | | | | |
| A.7 Camino Pet Friendly | 36.000 | 50.000 | 300.000 | 300.000 | 300.000 | 50.000 |
| A.8 Creación de Mapa Gigante Interactivo | | 150.000 | 8.000 | 8.000 | 8.000 | 10.000 |

Indicadores de ejecución/control

| |
|--|
| Número de bicicletas a su paso por las rutas definidas. |
| Número de servicios turísticos bikefriendly activados. |
| Número de empresas de nueva creación especializadas en servicios cicloturistas |
| Reducción de emisiones Co2 y huella de carbono en el territorio. |
| % de incremento del PIB turístico en los territorios afectados |
| Número de empresas de nueva creación especializadas en servicios cicloturistas. |
| % incremento de visitantes cicloturistas a las zonas que cuentan con bikestations. |
| Nº de alquileres realizados en el sistema de alquiler de bicicletas. |
| Número de usuarios en los puntos de instalación de los contadores |
| Actuaciones realizadas en las rutas en base a los datos recibidos: mejora de infraestructura, activación de servicios bikefriendly, acciones promocionales, etc. |
| Impacto económico de la actividad cicloturista en los territorios por donde pasan las rutas. |

| |
|--|
| Nº de planes de accesibilidad en los albergues del Camino Francés aprobados. |
| Nº de proyectos de reforma aprobados. |
| Nº de obras autorizadas |
| Nº de obras ejecutadas |
| Nº de albergues accesibles |
| Nº de plazas de alojamiento accesibles. |

Impacto en los ODS



Encaje con otros Planes


Esta ACD está dentro del Plan Turístico Nacional Xacobeo 2021 (fondos Next Generation)

Línea de actuación (L.A): 7. Conservación y mantenimiento de los Caminos de Santiago

La conservación y el mantenimiento de los Caminos de Santiago resulta una tarea fundamental para otorgar la mejor experiencia al peregrino, en su travesía por los distintos itinerarios. Lograr una buena señalización, seguridad y mantenimiento periódico, harán que el visitante se sienta tranquilo y pueda enfocarse en los detalles que verdaderamente importa, como el entorno circundante o el proceso interno.

Línea estratégica (L.E): L.E.3. Excelencia en la experiencia de la peregrinación a Compostela

Reto (R): R.3. La experiencia de usuario/a del peregrino/a nuevas fórmulas innovadoras

| Ejes | Prioridad de ejecución | Fuente de financiación | Carácter sostenible |
|----------------------|------------------------|---------------------------------|---|
| Gobernanza y Gestión | Corto y medio plazo | Plan Turístico Nacional Xacobeo |  |

Actuaciones

A.1 Mantenimiento viario, señalización y seguridad vial en los Caminos de Santiago

A.2 Mantenimiento y conservación de la Red Pública de albergues para peregrinos de la Xunta de Galicia

| Agentes implicados | Rol de la administración pública |
|--|----------------------------------|
| Xunta de Galicia, Concellos, Diputaciones, Consorcios de turismo | Impulsor |

Escenario temporal

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|--|------|------|------|------|------|------|
| A.1 Mantenimiento viario, señalización y seguridad vial en los Caminos de Santiago | X | X | X | X | | |
| A.2 Mantenimiento y conservación de la Red Pública de albergues para peregrinos de la Xunta de Galicia | X | X | X | X | X | X |

Presupuesto

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-----------|-----------|
| A.1 Mantenimiento viario, señalización y seguridad vial en los Caminos de Santiago | 3.430.85,77 | 6.742.196,7 | 6.742.196,7 | 6.742.196,7 | | |
| A.2 Mantenimiento y conservación de la Red Pública de albergues para peregrinos de la Xunta de Galicia | 4.907.933 | 5.626.050 | 5.500.000 | 5.500.000 | 5.500.000 | 5.500.000 |

Indicadores de ejecución/control

| |
|--|
| Encuesta de satisfacción al peregrino |
| Instalación de cartelería en los caminos |
| Contratos de mantenimiento y conservación de la Red Pública de albergues |

Impacto en los ODS





Línea de actuación (L.A): L.A.8. Protección y puesta en valor del patrimonio

Pendiente de ver si se mantiene



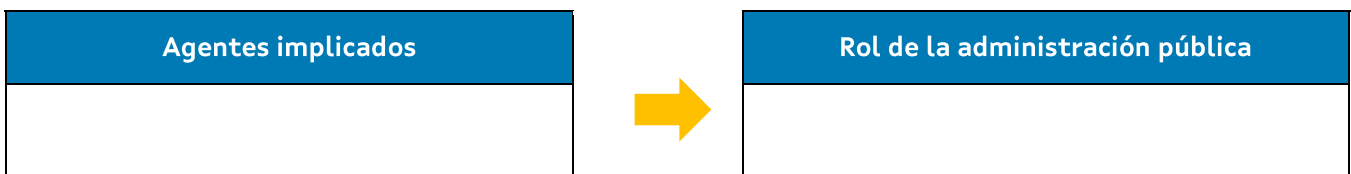
Línea estratégica (L.E): L.E.3. Excelencia en la experiencia de la peregrinación a Compostela



Reto (R): R.3. La experiencia de usuario/a del peregrino/a nuevas fórmulas innovadoras

| Ejes | Prioridad de ejecución | Fuente de financiación | Carácter sostenible |
|------|------------------------|------------------------|---------------------|
| | | | |

Actuaciones



Escenario temporal

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|--|------|------|------|------|------|------|
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |



Impacto en los ODS




Encaje con otros Planes

Línea de actuación (L.A): L.A.9 Fomento de la cooperación interadministrativa

A través de esta línea, se busca desarrollar la colaboración entre las entidades vinculadas a los Caminos. A partir de la generación de encuentros de trabajo y cooperación con colaboradores, así como la redacción de una nueva normativa específica que otorgue un marco regulatorio a los albergues públicos de los Caminos, se trabajará sobre los ejes de gobernanza y gestión, y se fomentará la participación activa de los distintos agentes públicos asociados a los Caminos.

Línea estratégica (L.E): L.E.3. Excelencia en la experiencia de la peregrinación a Compostela

Reto (R): R.4. Mejora de la gobernanza

| Ejes | Prioridad de ejecución | Fuente de financiación | Carácter sostenible |
|----------------------|------------------------|----------------------------|---|
| Gobernanza y Gestión | Corto y medio plazo | Agencia Turismo de Galicia |  |

Actuaciones

A.1 Mesas Trabajo Camino

A.2 Cooperación con los órganos de la AGE

A.3 Incluir nuevas CC.AA. en el Consejo Jacobeo

A.4 Impulso normativo a la Ley del Camino de Santiago

A.5 Redacción de una normativa específica que regule los albergues públicos de peregrinos incluidos en la Ley del Camino de Santiago



Escenario temporal

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|---|------|------|------|------|------|------|
| A.1 Mesas Trabajo Camino | X | X | X | X | X | X |
| A.2 Cooperación con los órganos de la AGE | X | X | X | X | X | X |

| | | | | | | |
|--|---|---|---|--|--|--|
| A.3 Incluir nuevas CC.AA. en el Consejo Jacobeo | X | X | X | | | |
| A.4 Impulso normativo a la Ley del Camino de Santiago | | X | X | | | |
| A.5 Redacción de una normativa específica que regule los albergues públicos de peregrinos incluidos en la Ley del Camino de Santiago | | X | | | | |

Presupuesto

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|--|------|-------|------|------|------|------|
| A.1 Mesas Trabajo Camino | - | - | - | - | - | - |
| A.2 Cooperación con los órganos de la AGE | - | - | - | - | - | - |
| A.3 Incluir nuevas CC.AA. en el Consejo Jacobeo | - | - | - | - | - | - |
| A.4 Impulso normativo a la Ley del Camino de Santiago | | - | - | | | |
| A.5 Redacción de una normativa específica que regule los albergues públicos de peregrinos incluidos en la Ley del Camino de Santiago | | 3.000 | | | | |

Indicadores de ejecución/control

| |
|--|
| N.º de mesas de trabajo celebradas |
| N.º de actuaciones realizadas con la AGE |
| N.º de CC.AA. integradas desde el año 2023 en el Consejo Jacobeo |
| Presentación de la Ley del Camino de Santiago en el Parlamento |
| Promulgación normativa de albergues públicos de peregrinos |
| Redacción y aprobación de la Norma |

Impacto en los ODS



Línea de actuación (L.A): 10. Colaboración público-privada

A través de esta línea, se busca fortalecer la relación y su desarrollo entre las entidades vinculadas a los Caminos. A partir de la generación de encuentros de trabajo y cooperación con agentes relevantes, así como la redacción de una nueva normativa específica que otorgue un marco regulatorio a los albergues públicos del Camino, se trabajará sobre los ejes de gobernanza y gestión, y se fomentará la participación activa de los distintos agentes públicos asociados a los Caminos.

Línea estratégica (L.E): L.E.3. Excelencia en la experiencia de la peregrinación a Compostela

Reto (R): R.4 Mejora de la gobernanza

| Ejes | Prioridad de ejecución | Fuente de financiación | Carácter sostenible |
|----------------------|------------------------|----------------------------|---------------------|
| Gobernanza y Gestión | Corto y medio plazo | Agencia Turismo de Galicia | |

Actuaciones

A.1 Apoyo a la Oficina de Atención al Peregrino en Santiago de Compostela

A.2 Impulsar que los concellos situados en los Caminos de Santiago acuerden con la Iglesia la apertura del patrimonio eclesiástico

A.3 Desarrollo de los programas de hospitaleros voluntarios con la colaboración de la Federación Española de Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago

A.4 Convocatoria anual de Ayuda a las Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago

| Agentes implicados | Rol de la administración pública |
|---|----------------------------------|
| Oficina de Acogida al Peregrino, Agencia Turismo de Galicia, Concellos y Federación Española de Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago | Impulsor y colaborador |

Escenario temporal

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|--|------|------|------|------|------|------|
| | | | | | | |

| | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|---|
| A.1 Apoyo a la Oficina de Atención al Peregrino en Santiago de Compostela | X | X | X | X | X | X |
| A.2 Impulsar que los concellos situados en los Caminos de Santiago acuerden con la Iglesia la apertura del patrimonio eclesiástico | | X | X | X | X | X |
| A.3 Desarrollo de los programas de hospitaleros voluntarios con la colaboración de la Federación Española de Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago | X | X | X | X | X | X |
| A.4 Convocatoria anual de Ayuda a las Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago | X | X | X | X | X | X |

Presupuesto

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|--------|
| A.1 Apoyo a la Oficina de Atención al Peregrino en Santiago de Compostela | 20.000 | 20.000 | 20.000 | 20.000 | 20.000 | 20.000 |
| A.2 Impulsar que los concellos situados en los Caminos de Santiago acuerden con la Iglesia la apertura del patrimonio eclesiástico | | - | - | - | - | - |
| A.3 Desarrollo de los programas de hospitaleros voluntarios con la colaboración de la Federación Española de Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago | - | 3.000 | 3.000 | 3.000 | 3.000 | - |
| A.4 Convocatoria anual de Ayuda a las Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago | 147.000 | 150.000 | 150.000 | 150.000 | 150.000 | 15.000 |

Indicadores de ejecución/control

| |
|--|
| Incorporación de un recurso fijo a la oficina de Atención al Peregrino |
| Apertura del patrimonio eclesiástico |
| Ejecución de los programas de hospitaleros voluntarios |

Impacto en los ODS




Línea de actuación (L.A): 11. Mejora de los servicios

Con esta línea de actuación, se busca reforzar los Caminos de Santiago con servicios que sean más respetuosos e inclusivos con el medio ambiente y el peregrino que se dispone a recorrerlos. Se propone la creación de áreas de servicio y descanso, así como la actualización de la red de albergues públicos de la Xunta de Galicia. Esta red se comenzó en el año 1992, centrándose, inicialmente, en el Camino Francés para en años posteriores ampliarla a las demás rutas jacobeanas. Actualmente, cuenta con 74 albergues y dado el tiempo transcurrido se hace necesario un plan de recuperación de los mismos.

 **Línea estratégica (L.E): L.E.4. Los Caminos como espacio de desarrollo socioeconómico sostenible y responsable**

 **Reto (R): R.4. Mejoras en los servicios de los Caminos de Santiago: igualdad, inclusión y diversidad**

| Ejes | Prioridad de ejecución | Fuente de financiación | Carácter sostenible |
|--|------------------------|---------------------------------|--|
| Desarrollo sostenible, Gobernanza, Gestión | Corto plazo | Plan Turístico Nacional Xacobeo |  |

Actuaciones

A.1 Creación de áreas de servicio para cicloturistas

A.2 Creación de espacios de "Repousos" en los Caminos

A.3 Plan de renovación de los albergues públicos

A.4 Fomento de la formación para la especialización y la excelencia en los servicios de atención al peregrino

A.4.1. Elaboración de Manuales de Información y Atención/Acogida a peregrinos para Albergues da Xunta da Galicia y oficinas en el Camino de Santiago

A.4.2. Elaboración de Manual de Información y Atención/Acogida a peregrinos para alojamientos, restaurantes y negocios en el Camino de Santiago

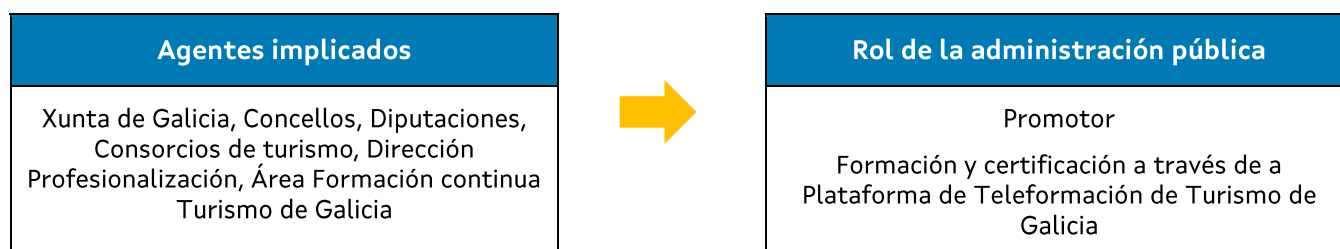
A.4.3. Formación y certificación al personal trabajador en los Albergues de la Xunta de Galicia y oficinas en el Camino de Santiago

A.4.4. Formación y certificación al personal trabajador en alojamientos, restaurantes y negocios en el Camino de Santiago

A.4.5. Formación en Idiomas en el Camino

A.4.6. Formación Gastronomía en el Camino

A.4.7. Evaluación y encuestas del servicio de Información y atención al Peregrino en el Camino en la Oficina de Acogida del Peregrino



Escenario temporal

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|--|------|------|------|------|------|------|
| A.1 Creación de áreas de servicio para cicloturistas | X | X | X | | | |
| A.2 Creación de espacios de "Repousos" en los Caminos | X | | | | | |
| A.3 Plan de renovación de los albergues públicos | X | X | X | X | X | X |
| A.4.1. Elaboración de Manuales de Información y Atención/Acogida a peregrinos para Albergues da Xunta da Galicia y oficinas en el Camino de Santiago | | X | | | | |
| A.4.2. Elaboración de Manual de Información y Atención/Acogida a peregrinos para alojamientos, restaurantes y negocios en el Camino de Santiago | | | X | | | |
| A.4.3. Formación y certificación al personal trabajador en los Albergues de la Xunta de Galicia y oficinas en el Camino de Santiago | | X | | | | |
| A.4.4. Formación y certificación al personal trabajador en alojamientos, restaurantes y negocios en el Camino de Santiago | | | X | | | |

| | | | | | | |
|---|--|---|---|---|---|---|
| A.4.5. Formación en Idiomas en el Camino | | X | X | X | X | X |
| A.4.6. Formación Gastronomía en el Camino | | X | X | X | X | X |
| A.4.7. Evaluación y encuestas del servicio de Información y atención al Peregrino en el Camino en la Oficina de Acogida del Peregrino | | | X | X | X | X |

Presupuesto

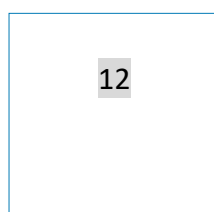
| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|--|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|
| A.1 Creación de áreas de servicio para cicloturistas | 55.500 | 230.750 | 88.750 | | | |
| A.2 Creación de espacios de "Repousos" en los Caminos | 90.000 | | | | | |
| A.3 Plan de renovación de los albergues públicos | 1.500.000 | 700.000 | 700.000 | 700.000 | 700.000 | 700.000 |
| A.4.1. Elaboración de Manuales de Información y Atención/Acogida a peregrinos para Albergues da Xunta da Galicia y oficinas en el Camino de Santiago | | 20.000 | | | | |
| A.4.2. Elaboración de Manual de Información y Atención/Acogida a peregrinos para alojamientos, restaurantes y negocios en el Camino de Santiago | | | 15.000 | | | |
| A.4.3. Formación y certificación al personal trabajador en los Albergues de la Xunta de Galicia y oficinas en el Camino de Santiago | | 3.000 | | | | |
| A.4.4. Formación y certificación al personal trabajador en alojamientos, restaurantes y negocios en el Camino de Santiago | | | | 3.000 | | |

| | | | | | | |
|---|--|--------|--------|--------|--------|--------|
| A.4.5. Formación en Idiomas en el Camino | | 10.000 | 10.000 | 10.000 | 10.000 | 10.000 |
| A.4.6. Formación Gastronomía en el Camino | | 25.000 | 25.000 | 25.000 | 25.000 | 25.000 |
| A.4.7. Evaluación y encuestas del servicio de Información y atención al Peregrino en el Camino en la Oficina de Acogida del Peregrino | | | 16.000 | 16.000 | 16.000 | 16.000 |

Indicadores de ejecución/control

| |
|--|
| N.º de áreas de servicio creadas |
| N.º de espacios de "repousos" creados |
| % de albergues renovados |
| Nº alumnos formados y nº alumnos certificados en Manuales de Información y Atención a peregrinos para Albergues da Xunta da Galicia, oficinas en el Camino de Santiago, albergues privados y empresas en el Camino de Santiago |
| Nº de horas de formación en Atención e información al Peregrino |
| Índice de satisfacción de los servicios al peregrino en el Camino |
| Nº de Puntos de Información Peregrinos (Pilgrim Point) |


Impacto en los ODS




Encaje con otros Planes

Línea de actuación (L.A): 12. Camino de Santiago accesible

Esta línea de actuación se centra en generar accesibilidad en los Caminos, tanto en el material informativo como en la red de albergues públicos. Prácticamente la totalidad de la red ya dispone de servicios básicos de accesibilidad (acceso, aseo y dormitorio), por lo que se pretende acometer una sucesión de acciones tendentes a mejorar la situación actual y dirigirse, en lo posible, a la accesibilidad universal.

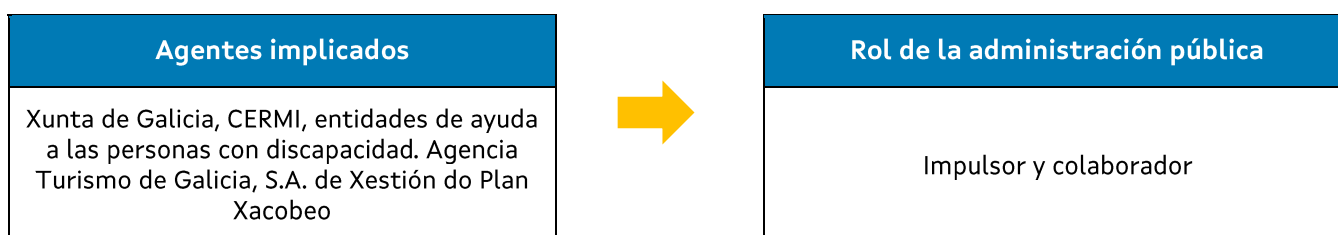
 **Línea estratégica (L.E): L.E.4. Los Caminos como espacios de desarrollo socioeconómico sostenible y responsable**

 **Reto (R): R.4. Mejoras en los servicios de los Caminos de Santiago: igualdad, inclusión y diversidad**

| Ejes | Prioridad de ejecución | Fuente de financiación | Carácter sostenible |
|-----------------------|----------------------------|----------------------------|---|
| Desarrollo sostenible | Corto, medio y largo plazo | Agencia Turismo de Galicia |  |

Actuaciones

- A.1 Testeo de la accesibilidad de los Caminos por parte de asociaciones de personas con diversidad funcional
- A.2 Información sobre la accesibilidad en cada itinerario del Camino
- A.3 Información accesible para personas con diversidad funcional
- A.4 Accesibilidad en los albergues del Camino Francés



Escenario temporal

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|--|------|------|------|------|------|------|
| A.1 Testeo de la accesibilidad de los Caminos por parte de asociaciones de personas con diversidad funcional | | X | X | X | X | X |
| A.2 Información sobre la accesibilidad en cada itinerario del Camino | | X | X | X | X | X |
| A.3 Información accesible para personas con diversidad funcional | | X | X | X | X | X |
| A.4 Accesibilidad en los albergues del Camino Francés | X | X | X | X | X | X |

Presupuesto

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| A.1 Testeo de la accesibilidad de los Caminos por parte de asociaciones de personas con diversidad funcional. | | 6.000 | 6.000 | 6.000 | 6.000 | 6.000 |
| A.2 Información sobre la accesibilidad en cada itinerario del Camino | | 10.000 | 10.000 | 10.000 | 10.000 | 10.000 |
| A.3 Información accesible para personas con diversidad funcional | | 15.000 | 15.000 | 15.000 | 15.000 | 15.000 |
| A.4 Accesibilidad en los albergues del Camino Francés | 400.000 | 400.000 | 400.000 | 400.000 | 400.000 | 400.000 |

Indicadores de ejecución/control

| |
|--|
| N.º de testeos sobre la accesibilidad de los Caminos |
| N.º de puntos con información sobre la accesibilidad en cada itinerario del Camino |
| % de accesibilidad en los albergues del Camino Francés |

Impacto en los ODS




Línea de actuación (L.A): 13. Impulso al emprendimiento

Esta línea de actuación promueve la implicación de la población, para contribuir al impulso del territorio y los productos de proximidad a través de la promoción de la singularidad local de los Caminos de Santiago. Se busca desarrollar emprendedores en los Caminos, impulsando diferentes herramientas y plataformas que permitan generar modelos de negocio que den soluciones al ecosistema en general.

 **Línea estratégica (L.E): L.E.5 Los Caminos como fortalecedores de la identidad y la cultura gallegas**

 **Reto (R): R.5 Apuesta por productos locales e implicación de la vecindad**

| Ejes | Prioridad de ejecución | Fuente de financiación | Carácter sostenible |
|---|------------------------|---------------------------------|---|
| Población, territorio y productos de proximidad | Corto y medio plazo | Plan Turístico Nacional Xacobeo |  |

Actuaciones

A.1 Punto Asesor "Emprende en el Camino"

A.2 Tourism Living Lab

| Agentes implicados | Rol de la administración pública |
|--|----------------------------------|
| Xunta de Galicia, Concellos, Diputaciones, Consorcios de turismo | |

Escenario temporal

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|--|------|------|------|------|------|------|
| A.1 Punto Asesor "Emprende en el Camino" | X | X | X | | | |
| A.2 TOURISM LIVING LAB | X | X | X | | | |

Presupuesto

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| A.1 Punto Asesor "Emprende en el Camino" | 66.000 | 61.000 | 58.000 | 58.000 | 58.000 | 58.000 |
| A.2 TOURISM LIVING LAB | 81.000 | 61.000 | 59.000 | 59.000 | 59.000 | 59.000 |

Indicadores de ejecución/control

| |
|------------------------------|
| Nº de actuaciones realizadas |
| Nº de rutas digitalizadas |

Impacto en los ODS



Línea de actuación (L.A): L.A.14. Enogastronomía

Esta línea de actuación se compone de actuaciones para la mejora de la enogastronomía gallega como experiencia turística, a través de la puesta en común y valorización de toda la cadena de valor, de productores y productoras a responsables de la comercialización y personas que visitan Galicia haciendo el camino de Santiago, mediante soluciones, técnicas aplicadas y buenas prácticas. Con la gastronomía como fuente natural de riqueza turística con productos y profesionales destacados, lo que se pretende es convertir el camino de Santiago como en un destino turístico gastronómico, aspiracional y sostenible.

Por otra parte, también se compone de un programa dirigido al alumnado de educación infantil y primero ciclo de educación primaria. El objetivo general del proyecto es acercar a los más pequeños/as la importancia de una alimentación saludable que incorpore el consumo de producto de cercanías y el conocimiento de las temporadas. Se trata de sensibilizar a los más pequeños sobre hábitos de consumo sostenibles, en el que respeta a la gastronomía. Todo esto, a través del diseño de una unidad didáctica que integrará actividades participativas, y que incluirá además visitas al rural gallego, así como talleres de cocina y nutrición en las escuelas.

Línea estratégica (L.E): L.E.5 Los Caminos como fortalecedores de la identidad y la cultura gallegas

Reto (R): R.5 Apuesta por productos locales e implicación de la vecindad

| Ejes | Prioridad de ejecución | Fuente de financiación | Carácter sostenible |
|---------------------|------------------------|---------------------------------|---------------------|
| Gobernanza, Xestión | | Plan Turístico Nacional Xacobeo | |

Actuaciones

A.1 Retos saludables en colegios

A.1.1. Diseño propuesta didáctica

A.1.2. Sesiones didácticas en los centros educativos

A.1.3. Campaña de comunicación y material de apoyo al programa

A.2. Galicia Food Experience



| | |
|---|--------------------------|
| Agencia Turismo de Galicia Grupo Nove Dieta Atlántica | Impulsora y financiadora |
|---|--------------------------|

Escenario temporal

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|--|------|------|------|------|------|------|
| A.1.1. Diseño propuesta didáctica | | X | | | | |
| A.1.2. Sesiones didácticas en los centros educativos | | | X | X | X | X |
| A.1.3. Campaña de comunicación y material de apoyo al programa | | X | X | X | X | X |
| A.2. Galicia Food Experience | X | X | X | X | | |

Presupuesto

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| A.1.1. Diseño propuesta didáctica | | 30.000 | | | | |
| A.1.2. Sesiones didácticas en los centros educativos | | | 45.000 | 112.500 | 112.500 | 112.500 |
| A.1.3. Campaña de comunicación y material de apoyo al programa | | 30.000 | 30.000 | 30.000 | 30.000 | 30.000 |
| A.2. Galicia Food Experience | 219.000 | 260.000 | 260.000 | 260.000 | | |

Indicadores de ejecución/control

| |
|--|
| Nº de centros que participen en el programa y asistencia |
| Nº de diagnósticos realizados |
| Nº de eventos promocionales realizados |

Impacto en los ODS




13. Acción polo clima

Línea de actuación (L.A): 15. El Camino de Santiago en el sistema educativo gallego

Esta línea de actuación promueve la implicación de la población, para contribuir al impulso del territorio y los productos de proximidad a través de la promoción de la singularidad local de los Caminos de Santiago. En particular, estas actuaciones se enfocan en el desarrollo de materiales didácticos y contenidos que trasladen los valores y los conocimientos de los Caminos al sistema educativo gallego.

 **Línea estratégica (L.E): L.E.5 Los Caminos como fortalecedores de la identidad y la cultura gallegas**

 **Reto (R): R.5 Apuesta por productos locales e implicación de la vecindad**

| Ejes | Prioridad de ejecución | Fuente de financiación | Carácter sostenible |
|---|----------------------------|----------------------------|---|
| Población, territorio y productos de proximidad | Corto, medio y largo plazo | Agencia Turismo de Galicia |  |

Actuaciones

- A.1 Programa Veo Veo Xacobeo
- A.2 Programa para estudiantes de Secundaria
- A.3 Producción de contenidos y material complementario

| Agentes implicados | Rol de la administración pública |
|---|----------------------------------|
| Xunta de Galicia, Colegios de primaria e Institutos de secundaria | Impulsor y desarrollador |

Escenario temporal

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|---|------|------|------|------|------|------|
| A.1 Programa Vexo Veo Xacobeo | | X | X | X | X | X |
| A.2 Programa para estudiantes de Secundaria | | X | X | X | X | X |

| | | | | | | |
|--|--|---|---|---|---|---|
| A.3 Producción de contenidos y material complementario | | X | X | X | X | X |
|--|--|---|---|---|---|---|

Presupuesto

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|--|------|---------|---------|---------|---------|---------|
| A.1 Programa Vexo Veo Xacobeo | | 100.000 | 100.000 | 100.000 | 100.000 | 100.000 |
| A.2 Programa para estudiantes de Secundaria | | 100.000 | 100.000 | 100.000 | 100.000 | 100.000 |
| A.3 Producción de contenidos y material complementario | | 120.000 | 100.000 | 100.000 | 100.000 | 100.000 |

Indicadores de ejecución/control

| |
|--|
| N.º de Colegios/institutos que desarrollan la acción |
| N.º de alumnos beneficiados |
| N.º de materiales escolares producidos |

Impacto en los ODS





Línea de actuación (L.A): L.A.16. Aumento de la sensibilización de la sociedad gallega sobre el Camino de Santiago


Esta línea de actuación trabajará directamente con la población gallega en su sensibilización, con el objetivo de poner en valor y generar conciencia directa de la importancia del Camino de Santiago desde el punto de vista cultural y socioeconómico para la Comunidad Autónoma.



Línea estratégica (L.E): L.E.5. El Camino como fortalecedor de la identidad y la cultura gallegas



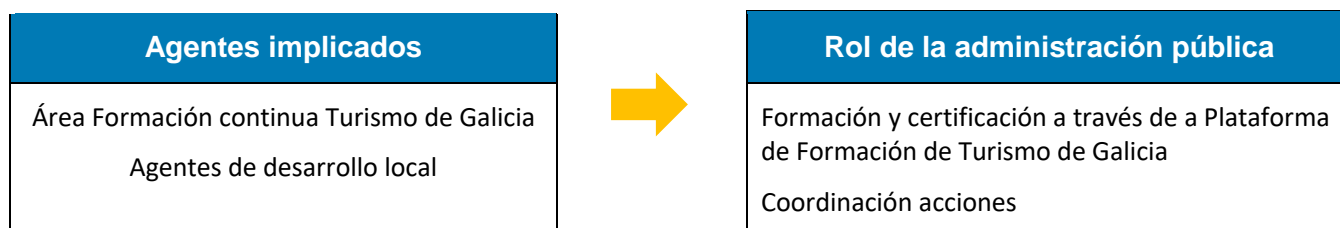
Reto (R): R.5. Apuesta por productos locales e implicación de la vecindad

| Ejes | Prioridad de ejecución | Fuente de financiación | Carácter sostenible |
|-----------------------|------------------------|---------------------------------|---|
| - Gobernanza, Gestión | | Plan Turístico Nacional Xacobeo |  |

Actuaciones

A.1 Plan de formación para agentes de desarrollo local

A.2 Campañas de sensibilización



Escenario temporal

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|---|------|------|------|------|------|------|
| Acción 1: Programa de desarrollo dirigido a agentes locales para reforzar la identidad del Camino en la comunidad | | X | | | | |
| Acción 2: Laboratorio de ideas y propuestas para reforzar la identidad del Camino de Santiago | | | X | | | |
| Acción 3: Campañas de sensibilización | | X | X | X | X | X |

Presupuesto

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|---|------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Acción 1: Programa de desarrollo dirigido a agentes locales para reforzar la identidad del Camino en la comunidad | | 10.000€ | | | | |
| Acción 2: Laboratorio de ideas y propuestas para reforzar la identidad del Camino de Santiago | | | 50.000€ | | | |
| A.3 Campañas de sensibilización | | 1.000.000 | 1.000.000 | 1.000.000 | 1.000.000 | 1.000.000 |

Indicadores de ejecución/control

| |
|--|
| Nº de certificados formación agentes locales |
| Nº de participantes en el laboratorio de ideas |
| Nº Total de Campañas realizadas |
| Nº de usuarios receptores de las campañas |

Impacto en los ODS



ODS 8

Encaje con otros Planes

Línea de actuación (L.A): 17. Dinamización de los Caminos a Santiago

Esta línea de actuación tiene como objetivo y reto potenciar las rutas de peregrinación conocidas mediante la dinamización de las mismas con actividades relacionadas con la promoción y la divulgación de hechos históricos relacionados con el peregrinaje a Compostela.



Línea estratégica (L.E): L.E.5 Los Caminos como fortalecedores de la identidad y la cultura gallegas



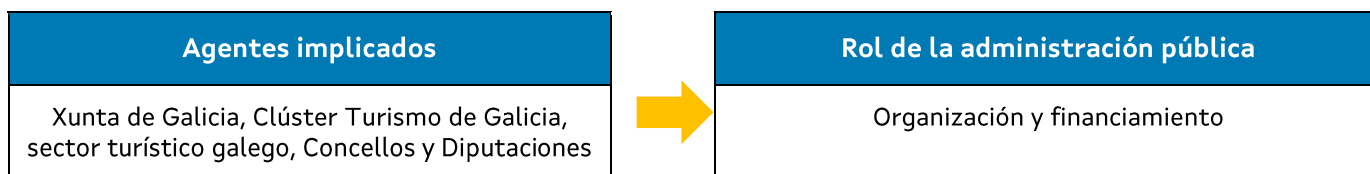
Reto (R): R.6 Potenciación de todas las rutas de peregrinación reconocidas

| Ejes | Prioridad de ejecución | Fuente de financiación | Carácter sostenible |
|------------------------------------|----------------------------|--|---------------------|
| Valores de los Caminos de Santiago | Corto, medio y largo plazo | Agencia Turismo de Galicia Dirección de Promoción | |

Actuaciones

A.1 Preparación del calendario anual de efemérides jacobeanas

A.2 Publicación del calendario de efemérides jacobeanas



Escenario temporal

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|--|------|------|------|------|------|------|
| | | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|---|--|--|--|--|
| A.1 Preparación del calendario anual de efemérides jacobeanas | X | | | | | |
| A.2 Publicación del calendario de efemérides jacobeanas | | X | | | | |

Presupuesto

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|---|------|--------|------|------|------|------|
| A.1 Preparación del calendario anual de efemérides jacobeanas | 0 | | | | | |
| A.2 Publicación del calendario de efemérides jacobeanas | | 12.000 | | | | |

Indicadores de ejecución/control

| |
|----------------------------------|
| N.º de ejemplares publicados |
| N.º de entradas en el calendario |

Impacto en los ODS



Línea de actuación (L.A): 18. Posicionamiento de Galicia a través del Camino de Santiago

La puesta en valor, difusión y potenciación de los Caminos de Santiago y de los recursos y productos turísticos asociados es fundamental en las ferias de turismo para su conocimiento por parte de profesionales del sector y consumidores finales. Para ello, se hace necesario su impulso en los stands y espacios de Galicia en las ferias y certámenes en los que ATG participa en mercados nacionales e internacionales, sirviendo en muchos de estos casos como canal de intermediación para las relaciones comerciales de los profesionales del sector turístico gallego.

Línea estratégica (L.E): L.E.5 Los Caminos como fortalecedores de la identidad y la cultura gallegas

Reto (R): R.6 Potenciación de todas las rutas de peregrinación reconocidas

| Ejes | Prioridad de ejecución | Fuente de financiación | Carácter sostenible |
|------------------------------------|----------------------------|--|---|
| Valores de los Caminos de Santiago | Corto, medio y largo plazo | Agencia Turismo de Galicia Dirección de Promoción |  |

Actuaciones

A.1 Plan de Promoción: Área de ferias

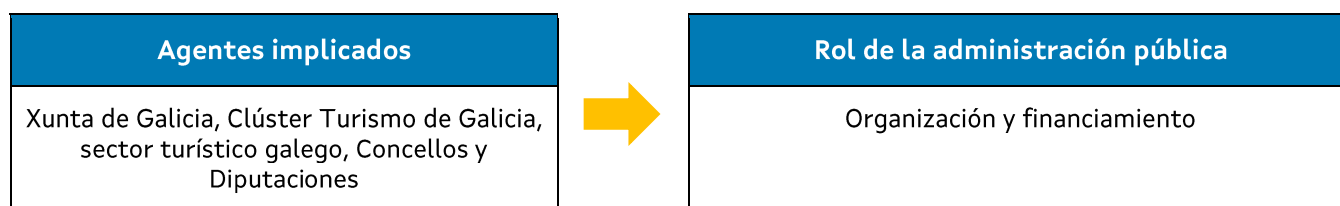
- **Ferias religiosas:** Asistencia con stand propio, de diseño, con el objeto de reforzar y ensalzar la promoción del Camino y de sus recursos turístico culturales en las ferias de temática religiosa que se celebran en la actualidad.
- **Ferias en España:** Asistencia con stand propio, impulsando el Camino como uno de los productos estrella de Galicia
- **Ferias en el extranjero**

A.2 Embajadores de Honor del Camino

La distinción de Embajadores de Honor del Camino la realiza la Xunta de Galicia desde el año 2014 a personas o instituciones que han contribuido de manera especial al conocimiento y divulgación del Camino, así como de la cultura y de los valores jacobeos. Para el próximo periodo se planea:

- La entrega oficial del título de Embajador del Camino al Consejo de Europa en la figura de su presidente, en un acto relevante (nombrado en octubre de 2019).
- La entrega oficial del título de Embajador de Camino a Carlos Herrera (nombrado el 28 de abril de 2022)
- La actualización del número de distinciones hasta llegar a la cifra de, al menos, 9 Embajadores.

- El diseño de una acción o actividad relevante anual en la programación cultural de la Xunta de Galicia de divulgación de los valores humanos y sociales, culturales y espirituales del Camino con cada uno de los Embajadores.



Escenario temporal

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|--------------------------------------|------|------|------|------|------|------|
| A.1 Plan de Promoción | X | X | X | X | X | X |
| A.2. Embajadores de Honor del Camino | X | X | X | X | X | X |

Presupuesto

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|-------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| A.1 Plan de Promoción | 1.400.000 | 1.350.000 | 1.400.000 | 1.400.000 | 1.400.000 | 1.400.000 |
| A.2 Embajadores de Honor del Camino | 2.000 | 2.000 | 2.000 | 2.000 | 2.000 | 2.000 |

Indicadores de ejecución/control

| |
|--|
| N.º de participaciones en ferias propuestas |
| Nombramientos anuales o bienales de Embajadores del Camino de Santiago |
| Nº de acciones o actividades relevantes anuales en la programación cultural para realizar con los Embajadores del Camino |

Impacto en los ODS




 **Línea de actuación (L.A): 19. Difusión de los valores y de las singularidades de cada uno de los Caminos de Peregrinación a Santiago**

Esta línea de actuación trata de preservar y potenciar los valores de los Caminos de Santiago a través de la difusión de sus rutas en exposiciones itinerantes, centros de interpretación y material gráfico en distintos lugares de la geografía española.

 **Línea estratégica (L.E): L.E.5 Los Caminos como fortalecedores de la identidad y la cultura gallega**

 **Reto (R): R.6 Potenciación de todas las rutas de peregrinación reconocidas**

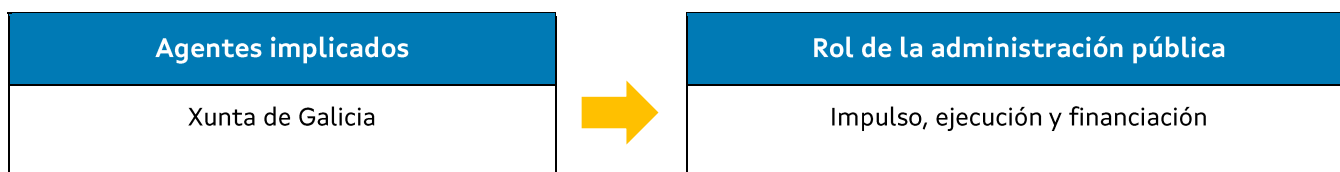
| Ejes | Prioridad de ejecución | Fuente de financiación | Carácter sostenible |
|------------------------------------|------------------------|--|---|
| Valores de los Caminos de Santiago | Corto y medio plazo | Agencia Turismo de Galicia Dirección de Promoción |  |

Actuaciones

A.1 Exposiciones itinerantes

A.2 Información y difusión de las rutas

A.3 Implantación de Centros de Interpretación en cada itinerario del Camino de Santiago



Escenario temporal

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|---|------|------|------|------|------|------|
| A.1 Exposiciones itinerantes | X | X | X | X | X | X |
| A.2 Información y difusión de las rutas | X | X | X | X | X | X |
| A.3 Implantación de Centros de Interpretación en cada | X | | | | | |

| | | | | | | |
|-----------------------------------|--|--|--|--|--|--|
| itinerario del Camino de Santiago | | | | | | |
|-----------------------------------|--|--|--|--|--|--|

Presupuesto

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|---|-----------|--------|--------|--------|--------|--------|
| A.1 Exposiciones itinerantes | 60.000 | 60.000 | 60.000 | 60.000 | 60.000 | 60.000 |
| A.2 Información y difusión de las rutas | 30.000 | 30.000 | 30.000 | 30.000 | 30.000 | 30.000 |
| A.3 Implantación de Centros de Interpretación en cada itinerario del Camino de Santiago | 47.893,89 | | | | | |

Indicadores de ejecución/control

| |
|---|
| N.º de Exposiciones |
| N.º de países/ciudades en los que se presentan exposiciones |
| N.º de folletos editados y repartidos |
| N.º de Centros de Interpretación creados |

Impacto en los ODS



Línea de actuación (L.A): 20. Fomento de la investigación y divulgación del Camino de Santiago y la Cultura Xacobeá

Esta línea de actuación trata de preservar y potenciar los valores de los Caminos de Santiago a través de la difusión de sus rutas en exposiciones itinerantes, centros de interpretación y material gráfico en distintos lugares de la geografía española.

Línea estratégica (L.E): L.E.5 Los Caminos como fortalecedores de la identidad y la cultura gallega

Reto (R): R.6 Potenciación de todas las rutas de peregrinación reconocidas

| Ejes | Prioridad de ejecución | Fuente de financiación | Carácter sostenible |
|------------------------------------|----------------------------|----------------------------|---------------------|
| Valores de los Caminos de Santiago | Corto, medio y largo plazo | Agencia Turismo de Galicia | |

Actuaciones

- A.1 Edición da revista Ad Limina
- A.2 Cátedra Institucional do Camiño de Santiago e das peregrinacións
- A.3 XIII y XIV Congresos Xacobeos do Comité Internacional de Expertos do Camiño de Santiago
- A.4 Bibliografía xacobeá dixital 2001-2026
- A.5 Actualización del banco de imágenes de los Caminos de Santiago en Galicia, fotografías y videos

| Agentes implicados | Rol de la administración pública |
|--------------------|-----------------------------------|
| Xunta de Galicia | Impulso, ejecución y financiación |

Escenario temporal

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|----------------------------------|------|------|------|------|------|------|
| A.1 Edición da revista Ad Limina | X | X | X | X | X | X |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| A.2 Cátedra Institucional do Camiño de Santiago e das peregrinaciones | X | X | X | X | X | X |
| A.3 XIII y XIV Congresos Xacobeos do Comité Internacional de Expertos do Camino de Santiago | | | X | | | X |
| A.4 Bibliografía xacobeas digital 2001-2026 | | X | X | X | X | X |
| A.5 Actualización do banco de imaxes de los Caminos de Santiago en Galicia, fotografía y videos | X | X | X | X | X | X |

Presupuesto

| | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 |
|---|--------|--------|---------|--------|--------|---------|
| A.1 Edición da revista Ad Limina | 10.200 | 12.000 | 12.000 | 12.000 | 12.000 | 12.000 |
| A.2 Cátedra Institucional do Camino de Santiago e das peregrinaciones | 30.000 | 30.000 | 30.000 | 30.000 | 30.000 | 30.000 |
| A.3 XIII y XIV Congresos Xacobeos del Comité Internacional de Expertos do Camino de Santiago | | | 100.000 | | | 115.000 |
| A.4 Bibliografía xacobeas digital 2001-2026 | | 5.000 | 5.000 | 5.000 | 5.000 | 22.000 |
| A.5 Actualización do banco de imaxes de los Caminos de Santiago en Galicia, fotografía y videos | 5.000 | 5.000 | 7.000 | 7.000 | 8.000 | 10.000 |

Indicadores de ejecución/control

| |
|---|
| N.º de actuaciones realizadas |
| N.º de libros/revistas de investigación digitalizadas |

Impacto en los ODS





XUNTA
DE GALICIA



Xacobeo 21-22

galici@
o bo camiño