

---

# El Camino de Santiago como recurso turístico

---

**Juan Ramón Corpas Mauleón**

Consejero de Cultura y Turismo del Gobierno de Navarra

---

**Resumen** El Camino de Santiago es un producto turístico consolidado y un motor económico y dinamizador de los lugares por los que transcurre, es una senda de riqueza y contribuye al crecimiento de las empresas. Los peregrinos suelen recorrer el camino en un mes y se alojan, fundamentalmente, en albergues, campings, hoteles y apartamentos. Los albergues son los preferidos por los peregrinos de más de 50 años. El 75% de los peregrinos que recorren Navarra son extranjeros, frente a un 25% de españoles, peregrinos que no sólo recorren el Camino, sino que se alojan, consumen bienes y generan riqueza.

**Abstract** The Pilgrim route to Santiago de Compostela is a consolidated tourist product. As well as being a major economic factor and a dynamic influence in the places through which it goes, it is a path of riches that contributes to the growth of companies. Pilgrims usually walk the route for a month and they find lodgings mainly in pilgrim hostels, camp sites, hotels and apartments. Pilgrim hostels are the favourite option for pilgrims aged over 50. Seventy-five percent of the pilgrims who walk the pilgrim road in Navarra are foreign, compared to 25 % of Spanish people. These pilgrims, as well as walking the route, also find lodgings, consume goods and generate wealth.

**E**l hecho peregrinatorio no es exclusivamente jacobeo, ni exclusivamente cristiano. Existen numerosos testimonios de visitas devocionales o romerías religiosas desde la Antigüedad. En busca de salud o de ejemplo, para venerar a un dios o a un héroe, a un santo o a un profeta. La meta puede ser el lugar de nacimiento del protagonista –Mathura, cuna de Krisna– o el templo que congrega poderes beatíficos –Delfos u Olimpia en la Grecia clásica–, pero también la ciudad donde se conserva un símbolo poderoso –La Meca, que guarda la Kaaba– o el recuerdo de una hazaña –el túmulo de los soldados atenienses, junto a la estatua de Filípides, en Maratón–.

Aunque, por encima de todos los demás lugares, los sepulcros que protegen los restos de estos hombres admirables, ya por sus méritos civiles o por su significado en el surgimiento o desarrollo de las diversas religiones, suelen ser motivo de atracción entre los fieles de una idea, una disciplina o una devoción. Las tumbas de Mahoma o de Confucio, el mausoleo de Lenin o el de Atatürk, el Santo Sepulcro de Jerusalén...

Ya Pausanias explica las claves de lo que hoy llamamos turismo en su tiempo y Edad, cuando narra las visitas de los griegos a sus santuarios o a los templos del antiguo Egipto. Y glosa la manera en que las gentes acudían a ellos en solitario o en familia, en grupos o en multitudes. Y cuántos llegaban atraídos por la curiosidad, llamados por la fama del lugar, deseosos de conocer la causa de tal renombre. Y de qué manera la peregrinación, la aventura, el viaje, hacían necesaria la existencia de cama y de comida, de alojamiento y de restauración. Servicios, diríamos hoy, la industria de la hostelería, al fin. También, naturalmente, el hábito inveterado de llevarse de regreso algún recuerdo que diese testimonio y sirviera a la vez como fetiche evocador de la visita. Comprado en la tienda del mismo santuario, a poder ser.

Así pues, no hemos descubierto nada.

El hallazgo del sepulcro del apóstol Santiago el Mayor en el Finisterre gallego es un ejemplo, como pocos, de lo dicho. Noticia que se propaga por toda la cristiandad. Suceso que conmueve a los hombres de su tiempo, necesitados de un faro de luz espiritual. Lugar que atrae a las gentes con su nombradía y su aureola de remedio para las dolencias del cuerpo y del alma.

Pero, también, centro de una vasta operación propagandística a la que contribuyen reyes y papas, obispos y señores, prebostes y abades.

Ya en los primeros siglos del Camino, nacen diversas medidas de protección y ayuda –religiosa, legal, hospitalaria– promovidas por las cortes y las curias, las órdenes religiosas y las gentes del común. Pero será el siglo XII el que va a vivir el gran estallido, la afluencia incesante de romeros llegados de todos los lugares hacia Compostela, merced a dos sucesos decisivos: la promulgación del *Jubileum Plenissimum* y la aparición de la primera Guía de la Peregrinación, el libro V del *Liber Sancti Jacobi*, el *Codex Calixtinus*.

En el libro II del *Codex*, el Libro de los Milagros de Santiago, conocemos de primera mano la actitud artera de algunos posaderos en sus conductas para aprovecharse de los peregrinos, que ya, según se deduce de estos y otros testimonios, eran una importante fuente de ingresos para sus establecimientos.

Durante la Edad Media, aunque no quedan recogidos datos fiables del número de jacobípetas, podemos hacernos una idea de la importancia del fenómeno por el rosario de poblaciones que nacen en el curso del itinerario compostelano y la ingente cantidad de instituciones surgidas para la acogida de aquellos. Hostales, albergues, posadas... Veinte hospitales en Estella, veinticinco en Burgos, diecisiete en León, veinticuatro en Astorga...

La época de mayor florecimiento, a decir de todos los autores, fue el largo periodo comprendido entre los siglos XII y XVI. Después, la Reforma Protestante, las guerras religiosas que asolaron Europa, el descubrimiento de nuevos mundos, distrajeran la atención de una cristiandad que, unida hasta entonces, había dirigido sus ojos hacia Compostela con inteligencia unánime. Pero, a pesar de todo, todavía en el convulso siglo XVIII, se van a registrar en el hospital de Roncesvalles 30.000 raciones anuales para los jacobitas que caminan hacia la tumba del hijo de Zebedeo.

El efecto de la Ilustración en la atmósfera intelectual europea produce una profunda erosión al fenómeno jacobeo y, en el siglo XIX, el Camino parece entrar en una situación de decadencia y descomposición irreversibles. Hasta tal punto que el sustantivo peregrino adquiere una acepción adjetiva equiparable a raro, anómalo, extravagante...

El siglo XX, con sus dos grandes guerras y su tendencia laicista, parece anunciar el golpe de gracia a la peregrinación. Pero algo singular está ocurriendo en las conciencias de los europeos, primero, y después, en todo el mundo, católico o no. De la mano de la sociedad civil que, a través de las Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago (cómo no citar la de París, la de Saint Jean-Pied-de-Port –Les Amis de la Vieille Navarre–, los Amigos del Camino de Estella), se moviliza para no dejar morir un testimonio milenario del viejo humanismo cristiano de Europa, de la Iglesia y, más tarde, de las instituciones, algo empieza a cambiar.

Las cifras son más elocuentes que cualquier palabra:

#### Estadística Peregrinos / Roncesvalles

Enero 1986 - Diciembre 2009

Año 1986: 1.086	Año 1992: 4.521	Año 1998: 13.504	Año 2004: 40.002
Año 1987: 1.401	Año 1993: 14.446	Año 1999: 28.238	Año 2005: 38.560
Año 1988: 1.647	Año 1994: 7.224	Año 2000: 22.934	Año 2006: 38.496
Año 1989: 4.239	Año 1995: 8.527	Año 2001: 26.884	Año 2007: 42.757
Año 1990: 2.431	Año 1996: 10.245	Año 2002: 29.284	Año 2008: 45.311
Año 1991: 3.402	Año 1997: 6.360	Año 2003: 31.006	Año 2009: 52.389

Entre el año 1986 (1.086 peregrinos) y el de 2009 (52.389 peregrinos), en apenas dos décadas, el número de romeros consignados en la colegiata de Roncesvalles se ha multiplicado por cincuenta. Y contados en cifras absolutas, los peregrinos registrados en el albergue pirenaico en los últimos veinticinco años, desde enero de 1986 hasta enero de 2011 suman más de 531.300.

En el año 2010, 56.145 caminantes han pernoctado en Roncesvalles. Alrededor de 6.000 han recorrido el ramal aragonés, que entra en Navarra por Yesa. Y una cantidad difícil de evaluar, no muy numerosa, aunque en constante y progresivo crecimiento, ha penetrado en las rutas navarras a través del itinerario de Urdax-Baztán o del trazado del Ebro. A esta cifra de 63.000, hay que aplicarle un coeficiente corrector estimado en un aumento de un 40% (quienes, llegando de Ibañeta, ni han pernoctado ni sellado su credencial en Roncesvalles; quienes han comenzado su andadura en distintos puntos de partida: Elizondo o Sangüesa, Estella, Pamplona o Puente la Reina, entre otros; quienes han viajado a la ventura, sin carnet ni credencial...) al menos. Así pues, en 2010, último Año Santo Compostelano, cerca de 90.000 peregrinos han atravesado la geografía de nuestra tierra siguiendo la estela del sepulcro del apóstol, buscando la iluminación de Compostela.

El escritor portugués António Lobo Antunes afirma que Azar es el seudónimo que emplea Dios cuando no quiere firmar. Tomo tan hermosa cita para oponerla a ciertos autores que han dado por sentado que la precisa y oportuna distribución de ciudades, villas o aldeas a lo largo del trazado jacobeo es fruto de las circunstancias geográficas o las casualidades de la Historia.

Y es que el Camino de Santiago, el Camino Francés, se ha ido construyendo a la medida humana y a la justa dimensión del caminante, de tal manera que entre 100 y 150 kilómetros separan a las grandes poblaciones (Pamplona-Logroño, Logroño-Burgos, Burgos-León...); a medio camino entre ellas, las ciudades de tamaño medio van separadas –o unidas– por tramos entre 40 y 50 kilómetros (Estella, Nájera, Santo Domingo de la Calzada...); y atando a unas y otras, como cuentas de un collar de perfecta geometría, otras más pequeñas (Zubiri, Puente la Reina, Los Arcos...) ofrecen sustento y cobijo, servicios y alojamiento al romero fatigado.

Pero todo lo dicho, el pasado y sus crónicas, la historia y sus idas y venidas, atañe al mundo de la peregrinación y sus misteriosos mecanismos espirituales o sociológicos. Y hoy estamos aquí para hablar de Turismo. De los miles, acaso millones de viajeros curiosos que, llamados por la fascinación del suceso peregrinatorio, acuden al Camino y a sus alledaños, a sus parajes hermosísimos y a su patrimonio deslumbrante, sabedores de que algo singular y distinto, difícil de definir, imposible de explicar, está ocurriendo aquí.

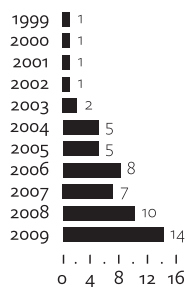
Porque ligado al ya citado crecimiento exponencial de jacobitas, el Camino está viviendo un fenómeno de poderosísima atracción hacia turistas y viajeros. Ocurrió en la Edad Media, está ocurriendo ahora. Las pequeñas poblaciones que hace pocas décadas quedaron despobladas, se repueblan poco a poco. Las casas arruinadas de ancestral arquitectura rural se vuelven a levantar sobre los restos de sus muros. De nuevo humean las viejas chimeneas. Y un rosario de hospederías, restaurantes, albergues, casas rurales, hoteles, empresas turísticas, centros de atención... abren sus puertas para acoger a los miles de caminantes, sí, pero también y

sobre todo, a los cientos de miles de turistas que se acercan para tener el privilegio de asistir, de contemplar, de participar, en mayor o menor medida, en este fenómeno peregrino, extraordinario y prodigioso.

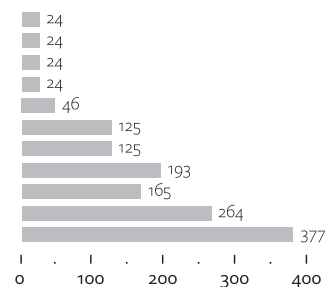
La acción decidida en los últimos años de las instituciones públicas, ayuntamientos y comunidades autónomas, la apuesta promocional de las administraciones autonómicas y central, el efecto multiplicador de la presencia de dos pontífices consecutivos, Juan Pablo II y Benedicto XVI, en la tumba apostólica de Santiago, la acción pastoral de la Iglesia Católica, el trabajo de las Asociaciones de Amigos del Camino, entre otros muchos factores, han convertido el Camino en un eficaz recurso turístico, en un diamante en bruto con una evidente potencialidad para atraer inversiones, para generar riqueza y empleo en unos lugares en los que es más que necesario este impulso, las zonas rurales del despoblado noroccidente español, en unas localidades desangradas por el éxodo rural en las que era ya urgente fijar población, y con una oferta de empleo dirigida a las áreas sociológicas (mano de obra femenina o no especializada) más necesitadas de trabajo

Adjunto en los siguientes gráficos y tablas estadísticas la evolución del nacimiento de empresas y la creación de plazas hosteleras y puestos de trabajo en el Camino de Santiago en Navarra (tomando como campo de estudio exclusivamente el trazado del Camino Francés en sus dos ramales; el de Valcarlos-Roncesvalles y el de Yesa-Sangüesa) en la última década. La simple observación de los datos es más demostrativa que cualquier comentario que pueda hacerse al respecto.

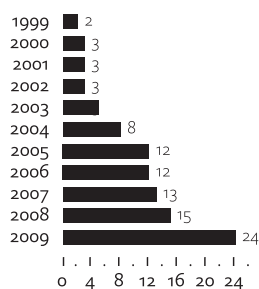
Nº de albergues



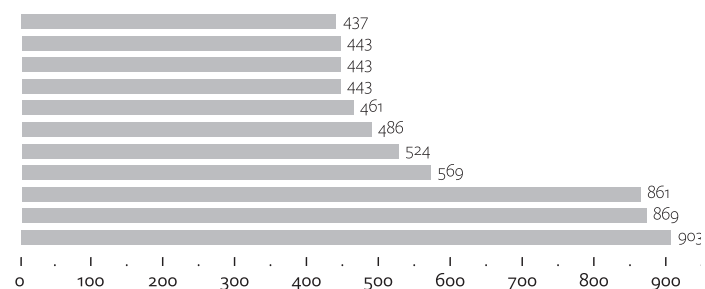
/plazas



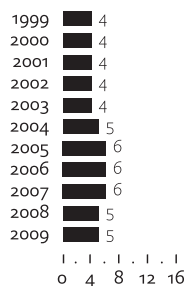
Nº de apartamentos



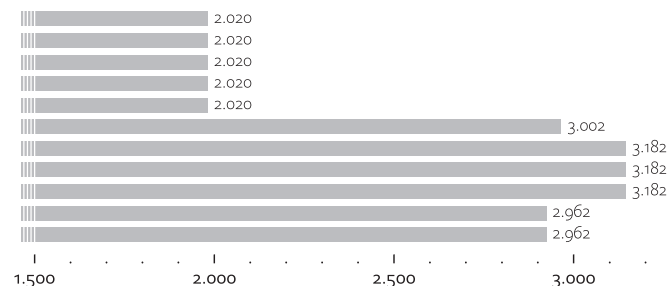
/plazas



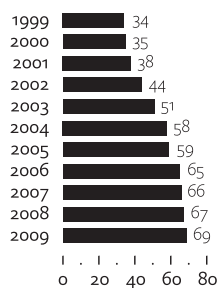
Nº de campings



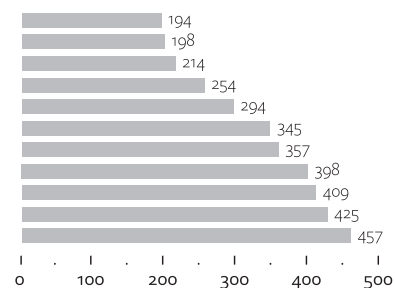
/plazas



Nº de casas rurales

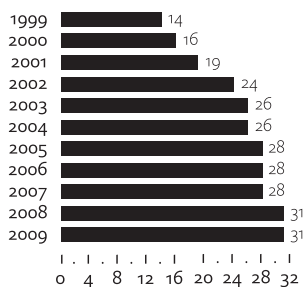


/plazas

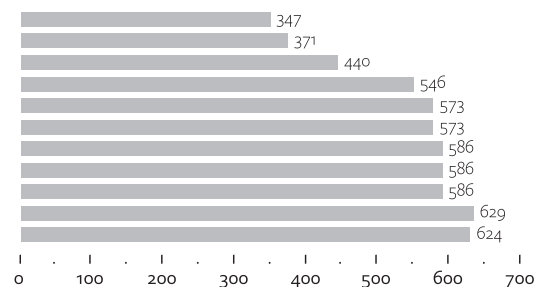


EL CAMINO DE SANTIAGO COMO RECURSO TURÍSTICO

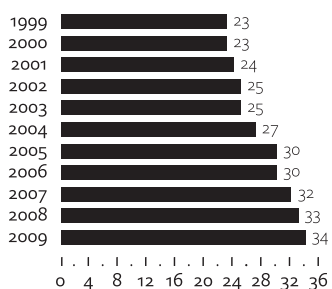
Nº de hostales



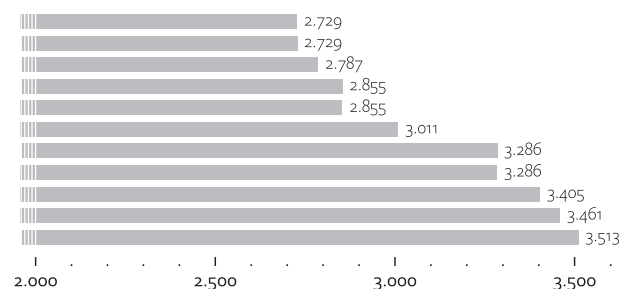
/plazas



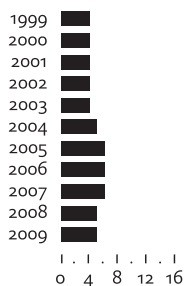
Nº de hoteles



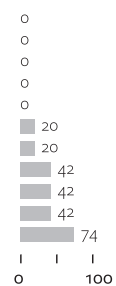
/plazas



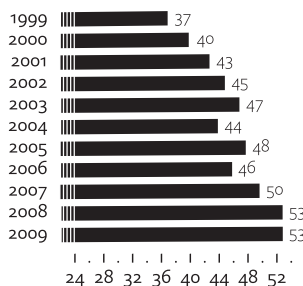
Nº de hoteles rurales



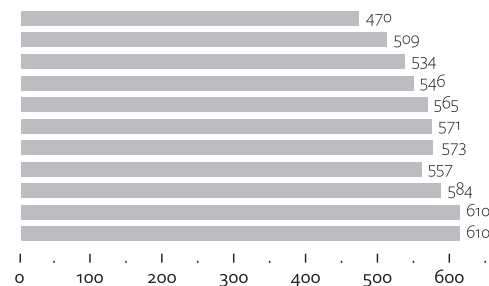
/plazas



Nº de pensiones

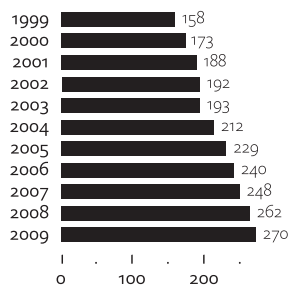


/plazas

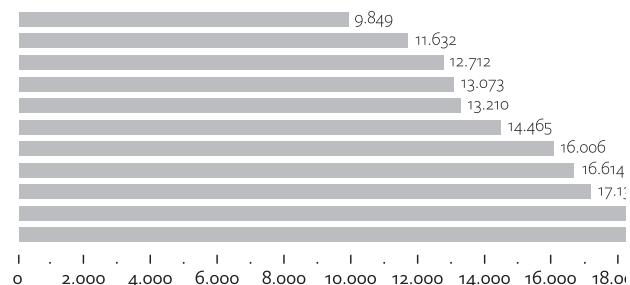


JUAN RAMÓN CORPAS MAULEÓN

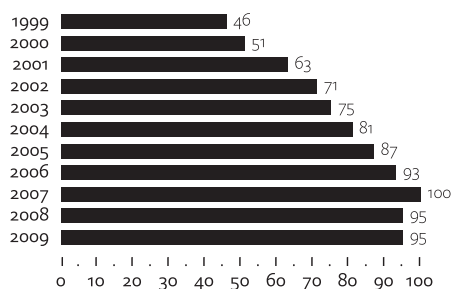
Número de restaurantes



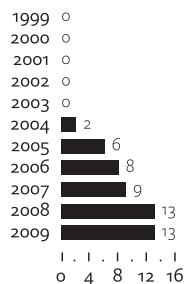
/plazas



Nº de agencias de viajes



Nº de hoteles rurales





Entre 1999 y 2009 se ha pasado de 115 establecimientos hoteleros a 620 (696 a finales de 2010). Y se han creado en estos años cientos de empresas, más de 3.000 puestos de trabajo directos, sólo en los tramos del Camino Francés en Navarra.

Poco a poco, con una dedicación y un trabajo tenaz y sostenido tanto por el sector público como por el privado, el Camino ha pasado de ser un buen recurso a transformarse en un producto turístico consolidado y un motor económico y dinamizador de los lugares por los que transcurre, en una senda de riqueza que contribuye al crecimiento de las gentes, las empresas y las poblaciones que históricamente lo han amado y cuidado y que ahora empiezan a recoger los frutos de su dedicación y su custodia.

En un reciente estudio encargado por la Asociación de Cámaras de Comercio de los Caminos Jacobeos a la empresa EUTAS, Consultores de Investigación de Mercados, hemos conocido una serie de datos referidos a la aportación de los peregrinos a las economías turísticas de las pequeñas poblaciones y comunidades de la Ruta Compostelana.

De acuerdo con el citado estudio, para el caso concreto del Camino Francés, el tiempo medio invertido por las personas que realizan la peregrinación es de 16 días, y es también reseñable que un 9,3 de entre ellas le dediquen más de un mes.

Respecto al tipo de alojamiento utilizado, predominan, como cabe esperar, los albergues, pero se utilizan también otras modalidades como hostales, campings, hoteles o apartamentos. Una curiosidad destacable es que el uso de los albergues aumenta con la edad del peregrino. Así, han sido utilizados por un 77% entre los menores de 30 años, en tanto que, entre los mayores de 50, el porcentaje se eleva hasta el 86%.

Por su parte, el Observatorio de Turismo del Ayuntamiento de Pamplona informa de que un 75% de los peregrinos son extranjeros frente a un 25% de españoles.

Respecto a la actividad económica que genera la actividad de los peregrinos, hay diferentes estimaciones. Según el estudio de EUTAS, el gasto medio por persona y día se eleva a 36,5 euros; aunque un 18,5 gasta entre 30 y 60, un 3,5 entre 60 y 90, un 3,2 entre 90 y 120, y un 4,6 por encima de los 120 euros. Es decir que computando sólo los ingresos generados por los caminantes, se genera en Navarra un volumen de ingresos directos superior a los 4 millones de euros anuales.

Según las encuestas citadas, hay ya un 20% de romeros que se toman una jornada de descanso. Y es reseñable el dato de que un 93,5 de ellos muestra una gran fidelidad al Camino, respondiendo afirmativamente cuando se les pregunta si piensan repetir la experiencia en más ocasiones. Como es también claramente significativo el hecho de que los que revelan mayor fidelidad son los que más días han dedicado a recorrerlo.

El 82,1 de los caminantes manifiesta sentirse muy satisfecho y el 17,3% bastante satisfecho. Es decir que el agrado es el sentimiento común al 99,4% de quienes han vivido el hecho del peregrinaje.

Ese contento, más profundo que superficial, por la vivencia de la peregrinación es, por encima de su aportación económica, lo que hace de los peregrinos los mejores agentes propagandísticos para el turismo del y en el Camino. Un colectivo de miles y miles de personas que, una vez concluida su etapa de caminante, la comenta con entusiasmo con amigos, compañeros, conocidos, escribe sobre ella y la co-

munica y, a la larga, se convierte en el mejor prescriptor de un viaje único, un territorio lleno de atractivos, un patrimonio sorprendente, una experiencia inigualable.

Y es que nada hay que cree vínculos más fuertes entre las personas que compartir aquello que les hace sentirse felices, por eso el Camino ofrece la oportunidad de generar múltiples redes que ponen en valor los recursos y los conocimientos quienes participan en él; peregrinos, viajeros, turistas y todos los que viven y trabajan en y para el Camino. En pocas ocasiones se hace tan palmaria la veracidad del aserto del teórico Josep Chías cuando define al turismo como “el negocio de la felicidad”

Porque aunque el gasto medio del peregrino es, como se ha dicho, de 36,5 euros al día, ellos son los mayores responsables de los entre 100 y 120 euros que gastan los cientos de miles de viajeros no peregrinos, a los que han cautivado con su impulso espiritual y su capacidad de seducción de nuevos turistas

No voy a detenerme a enumerar las actuaciones generales o específicas desarrolladas por el Gobierno Foral y destinadas al Camino de Santiago en nuestra tierra, ya en lo referido al Patrimonio histórico-artístico, al mantenimiento y señalización física del trazado, al impulso empresarial de la hostelería o a las medidas recogidas en el Plan Operacional con actividades de promoción de productos turísticos y un plan cultural. Además del hecho de que también se está desarrollando un Plan Interdepartamental del Camino que interesa a distintas áreas del Gobierno. Sí que diré que el total de la inversión del Departamento de Cultura y Turismo del Gobierno de Navarra en este año 2010 en el Camino supera los 10 millones de euros.

Una inversión bien ejecutada que va a tener, sin duda alguna, un efecto de notable retorno económico. Porque, como ya he dicho en más de una ocasión, es difícil precisar la importancia económica del Camino, pero es muy fácil de percibir.

Termino con una reflexión que tomo prestada de Rafael Moreno, una de las personas con más dilatada experiencia en el ámbito del turismo y la hostelería en Navarra:

“Si nos paramos a pensar en una fórmula de ocio que sea para todas las edades, un tipo de deporte que guste a toda clase de públicos, una actividad que te permita conocer gentes de toda índole y condición, una ruta turística que te posibilite pernoctar en establecimientos de todas las categorías, una degustación gastronómica de regiones diferentes, arte, arquitectura, religión, paisaje, naturaleza, sol, lluvia, días grises, días luminosos, cansancio, esfuerzo, el cultivo del alma y el cultivo del cuerpo, en fin, la vida en su plenitud, nos encontramos necesariamente con el Camino de Santiago.

El Camino de Santiago obliga a detenerse, a esforzarse, a compartir con los demás, a conocer a otros seres humanos, a mirar hacia dentro, a disfrutar de la naturaleza, a aceptar los imprevistos y las dificultades que se nos presentan, a pedir ayuda cuando se necesita y a prestarla cuando nos la piden

El Camino de Santiago sirve a todos los propósitos, retos personales, deporte, promesas, ocio, turismo, naturaleza, motivos culturales, motivos espirituales. Y, por qué no, está bien que sirva también para fines económicos”

No se puede decir mejor.

Estoy seguro de que el apóstol estará también de acuerdo.



Claustro de  
San Pedro de la Rúa

Iglesia del Santo  
Sepulcro de  
Torres del Río

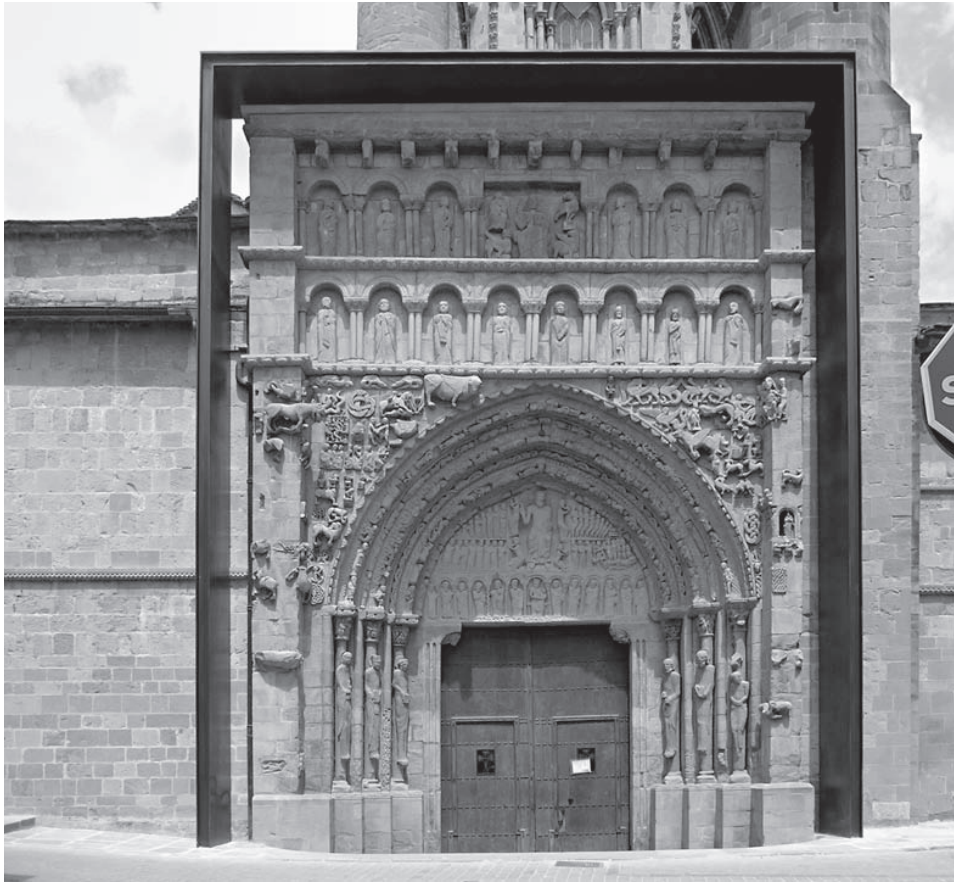


EL CAMINO DE SANTIAGO COMO RECURSO TURÍSTICO



Vista General del  
Conjunto de  
Roncesvalles

Vista de la Catedral  
de Santa María de  
Pamplona desde el  
Camino de Santiago



Portada de Santa  
María de Sangüesa