



# Posibles impactos de la crisis generada por la COVID-19 sobre el Camino de Santiago

Palabras clave: Camino de Santiago; Xacobeo 2021; COVID-19; turismo; peregrinación.

## Xosé Manuel Santos

*Geografía Humana, USC*

Profesor de Geografía Humana en la Universidad de Santiago de Compostela. La principal línea de investigación sobre la que trabaja es el turismo, con especial referencia a itinerarios culturales y destinos patrimoniales. Con relación a estos temas, en los últimos años ha publicado varios textos en formato artículo o capítulo de libro en editoriales de impacto internacional. También participa en proyectos europeos vinculados con esta temática.

## Presentación

Aunque el Camino de Santiago, como itinerario cultural, solo aporta una parte pequeña del volumen total de turistas que llegan no solo a la ciudad de Compostela sino también a Galicia, su importancia cualitativa resulta de enorme interés. De hecho, la estrategia turística de esta Comunidad Autónoma, al menos desde la década de 1980, descansa sobre esa oferta. El paso del tiempo ha demostrado que cada documento de planificación que se aprueba evidencia, de forma progresivamente clara, la gran relevancia que tiene el Camino de Santiago para los intereses turísticos, culturales y de proyección externa de Galicia.

En la historia contemporánea del Camino de Santiago, iniciada a finales del siglo XIX con la localización y autenticación de lo que se consideraron los restos del cuerpo del Apóstol Santiago, la recuperación de la tradición peregrinadora se basó en los impulsos de los años santos, aquellos en los que el 25 de julio es domingo. Era, precisamente, en esos años en los que el deseo de ganar el jubileo movilizaba a miles de peregrinos. Rodríguez (2004) nos relata los principales acontecimientos de cada uno de esos años, en los que el número de peregrinos iba en aumento. Desde los 140.000 estimados para 1909 hasta los 2,5 millones de 1965. El estímulo dado por el franquismo, con un uso político indisimulado, convirtió a los años santos en auténticos fenómenos de masa. Al contenido político y religioso se le fue añadiendo otro de tipo cultural, pasando a adquirir una orientación turística y una organización propia de un evento (Santos, 2016; Lopez y Santos, 2019).

La novedad que introduce el ciclo jubilar de 1993, con sus cuatro años santos (1993, 1999, 2004 y 2010) fue la recuperación masiva de la peregrinación a pie y una linealidad en la afluencia de caminantes que ya no se limita exclusivamente a los años jubilares. En estos últimos se produce un crecimiento significativo de peregrinos, pero lo importante es la tendencia continua al aumento. De hecho, las cifras oficiales de 2019 fueron ya superiores a las de 2010<sup>1</sup>. En este proceso, pasar de un ciclo jubilar a otro, con un período de 11 años de espera representa un mérito importante en el que se vieron implicadas muchas instituciones, desde la Iglesia a las administraciones públicas, las empresas privadas, las agencias internacionales o las asociaciones de amigos del Camino, todo ello en un ambiente favorable en el que el post-secularismo ayuda al éxito de la ruta (Blom, Nilsson y Santos, 2016; Lois-González y Santos, 2015; Nilsson y Tesfahuney, 2016).

Conseguir superar con éxito algo más de una década sin años santos se considera un logro importante que abre la puerta a un nuevo ciclo en el que los años de espera se reducen a un máximo de seis. Así llegamos a 2020, la antesala del jacobeo 2021. Todo, o casi

1 <https://oficinadelperegrino.com/estadisticas/>

todo, estaba preparado: un plan director y estratégico específico, un avance del programa de actividades y toda una serie de acciones que convertirían el año 2021 en un éxito. Las cifras de peregrinos de enero a marzo de 2020, las últimas disponibles, nos muestran que el volumen de caminantes seguía una tendencia similar a la que se venía experimentando años atrás, es decir de crecimiento. Tanto enero como febrero evidenciaron ese comportamiento positivo con cifras sustancialmente mayores a las de los años previos, especialmente en febrero con casi mil peregrinos más que el año precedente, alcanzado en ese mes, uno de los más bajos de la temporada, algo más de 3.000 peregrinos.

Por lo tanto, las expectativas que existían antes de que se declarase el estado de alarma eran muy positivas, como corresponde generalmente al periodo inmediatamente anterior a un año jubilar. El cierre de fronteras con la consecuente implicación en la llegada de turistas, las limitaciones a la movilidad de las personas en muchos países del mundo, el cierre de establecimientos y el miedo generalizado al contagio, han reducido la actividad turística al mínimo. En este contexto el Camino de Santiago, como el resto de los destinos, ha dejado de recibir peregrinos, abriendo un periodo de incertidumbre que afecta de manera muy directa a las celebraciones del año santo de 2021.

## El Xacobeo 2021

Como se ha comentado, tras un largo periodo de 11 años y un esfuerzo por mantener la atención permanente sobre el Camino de Santiago, el año jubilar de 2021 era esperado con gran optimismo. La mejora económica después de la crisis de la década anterior y la estabilidad política de Galicia, aún a pesar de las elecciones previstas para abril de 2020, permitían desarrollar una programación ambiciosa y prever una llegada de peregrinos que superaría ligeramente el medio millón<sup>2</sup>, de los que el 56% serían extranjeros, según figura en el Plan Estratégico Xacobeo 2021<sup>3</sup>. El plan cuenta con una dotación presupuestaria de unos 250 millones de euros entre los años 2019 y 2022, de los que 105 millones se corresponden con inversiones. Como consecuencia, el impacto esperado acumulado para ese mismo período es del 0,9% del PIB, arrastrando además a la creación de 11.500 puestos de trabajo a tiempo completo.

El Plan Estratégico Xacobeo 2021 recoge incluso un avance de actividades que incluye la segunda parte del año 2019 y las más importantes previstas para 2020. Entre las que figuran en dicho documento están exposiciones, presentaciones, encuentros, realización de obras, conciertos, etc. Se cita, además, la esperada finalización de los trabajos que permitan la llegada del tren de alta velocidad a Galicia, en concreto a Ourense, ciudad que ya está conectada con Santiago. A todo esto, hay que añadirle la programación diseñada por otras instituciones públicas o privadas, como pueden ser las diferentes comunidades autónomas o las ya aprobadas por el Consejo Xacobeo<sup>4</sup> que es el organismo de cooperación y coordinación entre el Estado y las Comunidades Autónomas.

Aún con la certeza de que no siempre se cumplen las expectativas que aparecen en las programaciones y en la planificación, por ejemplo, en lo relativo a la llegada del tren de alta velocidad a Galicia, o que sean acertadas o interesantes las acciones propuestas, lo que sí se puede afirmar es que toda la maquinaria estaba en marcha a inicios de 2020. Como en

2 El Plan Director y Estratégico 2015-2021 rebajaba sensiblemente esa cifra en casi 40.000 peregrinos. [https://www.turismo.gal/osdam/filestore/1/6/1/9/7\\_ea6b4c1cd5c2132/16197\\_f55ecb4c0306bdd.pdf](https://www.turismo.gal/osdam/filestore/1/6/1/9/7_ea6b4c1cd5c2132/16197_f55ecb4c0306bdd.pdf)

3 [https://www.turismo.gal/osdam/filestore/1/8/0/5/3\\_66c1f535732692d/18053\\_e66ed12a82097c3.pdf](https://www.turismo.gal/osdam/filestore/1/8/0/5/3_66c1f535732692d/18053_e66ed12a82097c3.pdf)

4 <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:99e7afee-fa03-4e53-91ef-667f50ce8c99/objetivos%20final.pdf> y [https://consejoxacobeo21.es/programa\\_de\\_actividades/](https://consejoxacobeo21.es/programa_de_actividades/)

cualquier evento de masas, más allá del incremento del número de peregrinos, en Galicia se pretendía desarrollar una frenética operación para asegurar el éxito de público. Así, en la presentación que hizo el presidente de la Comunidad Autónoma de Galicia a finales de diciembre de 2019, luego de una reunión de la Comisión Organizadora del Xacobeo 2021, se habló para 2020 y 2021 de 7.000 actividades y unas 7,5 millones de personas asistiendo a las mismas<sup>5</sup>.

Por su parte, la Iglesia también estaba preparada para enfrentarse a un nuevo año santo. De hecho, las obras de rehabilitación de la catedral avanzan rápidamente para poder ofrecer una nueva imagen que afecta a puntos tan simbólicos del templo como el Pórtico de la Gloria, con su recuperado cromatismo original, o las diferentes fachadas. Además, en diciembre de 2019 el obispo de Santiago presenta la Carta Pastoral para el año jubilar 2021<sup>6</sup> que se une al sitio web que la archidiócesis creó para este acontecimiento<sup>7</sup>. Una de las cuestiones que se ha puesto sobre la mesa es la prolongación del año santo hacia 2022 debido a la excepcionalidad causada por el coronavirus. Esta situación no es nueva puesto que ya ocurrió en anteriores ocasiones, como en 1937-38. Aunque dicha solicitud, de carácter informal, aparece recogida en los medios de comunicación, no es la Iglesia sino las administraciones públicas, Ayuntamiento de Santiago y Xunta, las que la han sugerido. Mientras, en una nota del Cabildo catedralicio se deja muy claro que tal decisión corresponde exclusivamente a la Santa Sede y que la solicitud compete al Cabildo que ni se ha reunido y, de hacerlo, no tienen ese punto en su agenda. Con todo, se especifica que el arzobispo podría hacer una consulta al respecto al Cabildo<sup>8</sup>.

En este contexto de dificultad sobrevenida, surge la necesidad de una rápida respuesta a una situación que ha trastocado completamente los fundamentos de la política cultural y turística de Galicia con sus consecuentes impactos económicos. Desde la administración autonómica se ha creado un grupo de trabajo específico para adaptar el Xacobeo 2021 al escenario pos-COVID-19 y, sobre todo, se ha aprobado un Plan de Reactivación de los sectores cultural y turístico<sup>9</sup> que tiene un capítulo exclusivo dedicado al Xacobeo 2021. En dicho documento se habla también de la elaboración, sin finalizar, de un estudio sobre la exposición del Camino de Santiago a los efectos del COVID-19.

A falta de los resultados de este estudio, a cargo de un grupo de investigación sobre análisis y modelización económica de la USC, las estimaciones y las medidas de referencia son las que aparecen en el plan de Reactivación que toma como alusión un documento elaborado por el Clúster de Turismo de Galicia que analiza las previsiones que la pandemia puede tener sobre el sector<sup>10</sup>. El Clúster, a partir de estimaciones realizadas por la OMT, el FMI, Exceltur y otras organizaciones, dibuja cuatro escenarios posibles que en orden ascendente va incorporando elementos cada vez más pesimistas. Aunque el informe del Clúster fue realizado en el mes de abril de 2020, el escenario 1 que preveía el fin del confinamiento como muy tarde a principios de mayo, no se ha cumplido. Tampoco es real el escenario 3 que considera el levantamiento de las restricciones a mediados de mayo. Los escenarios 2 y 4 hacen referencia a rebrotes en otoño. Por lo tanto, ninguna de las previsiones realizadas (1 y 3) son plausibles.

5 [https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/galicia/2019/12/17/xacobeo-2021-llegara-concellos-diez-actividades-dia/0003\\_201912G17P6991.htm](https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/galicia/2019/12/17/xacobeo-2021-llegara-concellos-diez-actividades-dia/0003_201912G17P6991.htm) y [https://www.xunta.gal/notas-de-prensa/-/nova/45678/comision-organizadora-del-xacobeo-21-presentara-manana-avance-programacion-del?langId=es\\_ES](https://www.xunta.gal/notas-de-prensa/-/nova/45678/comision-organizadora-del-xacobeo-21-presentara-manana-avance-programacion-del?langId=es_ES)

6 <https://anosantocompostelano.org/carta-pastoral-en-el-ano-santo-compostelano-2021-de-mons-julian-barrio-barrio/>

7 <https://anosantocompostelano.org/>

8 <http://catedraldesantiago.es/nota-del-cabildo-de-la-catedral-de-santiago-2/>

9 [https://www.turismo.gal/osdam/filestore/2/0/0/1/3\\_ca5875058a12b42/20013\\_b03a7f19714b8c9.pdf](https://www.turismo.gal/osdam/filestore/2/0/0/1/3_ca5875058a12b42/20013_b03a7f19714b8c9.pdf)

10 [http://clusterturismogalicia.com/wp-content/uploads/2020/04/2020\\_04\\_14\\_Previsio%CC%81n\\_COVID\\_v4\\_FINAL.pdf](http://clusterturismogalicia.com/wp-content/uploads/2020/04/2020_04_14_Previsio%CC%81n_COVID_v4_FINAL.pdf)

En el documento del Clúster se hace una referencia explícita al Camino de Santiago considerando el escenario 1 (fin del confinamiento a principios de mayo) y sin valorar la posibilidad de rebrotes en otoño. Tomado como base el medio millón de peregrinos que estimaba para 2021 el Plan Estratégico del Xacobeo 2021, el Clúster cifra el número de peregrinos en 131 mil para 2020 y casi 265 mil para 2021, es decir, poco más de la mitad de lo esperado para el año santo y un valor mucho mayor para 2020 debido a que la dependencia de los mercados internacionales es más elevada en años no jubilares.

Tomando como base este documento del Clúster, la Xunta de Galicia elaboró su plan de Reactivación al que hemos hecho referencia unos párrafos más arriba. Uno de los puntos fundamentales referidos al año santo de 2021 es que se mantiene, en buena medida, la vigencia tanto del Plan Estratégico como del Avance de la Programación, a pesar de que sería necesario modificar prioridades y dar un nuevo enfoque en función de la situación sobrevenida. La importancia que se le da al año santo es tal que se afirma que representa el eje transversal vertebrador de todo el plan. Se concretan 11 medidas con un presupuesto total de algo más de 5,5 millones de euros sobre un total de 26 millones, si bien es cierto que el carácter transversal de muchas acciones hace difícil establecer compartimentos estancos.

De las 11 medidas propuestas en el Plan de Reactivación, la mayor parte tienen que ver con las de carácter cultural que incluye actividades online y otras presenciales adaptadas a las nuevas circunstancias. En estas medidas se incluye, por ejemplo, un fondo para proyectos culturales Xacobeo 2021, que tiene el mayor de los presupuestos con 1,5 millones de euros, la adquisición de obras de arte o ciclos musicales, suponiendo en algunos casos el refuerzo de actividades ya previstas y, en otros, nuevas propuestas. En el campo específico de la inversión en servicios o infraestructuras directamente relacionadas con el evento, solo nos encontramos con dos medidas que suman 320 mil euros y que hacen referencia a la red de albergues; en concreto son de carácter higiénico-sanitario y tecnológico.

Es cierto que existen en el apartado de turismo, al igual que en el de cultura, otras muchas medidas que afectan de manera directa al Camino de Santiago, como puede ser la redacción de la estrategia de turismo 2030 pos-COVID (medida 33) o el programa "Galicia destino seguro" (medida 27) dotado con casi 3 millones de euros, así como otras relativas a la comercialización, creación de nuevos productos o iniciativas de carácter higiénico-sanitario. La importancia adquirida por el Xacobeo, llevó a afirmar al titular del departamento de Turismo de la Xunta en el Parlamento, que la necesidad de repensar y reorientar este evento es de vital relevancia ya que se pretende que sirva como motor para la "reactivación económica y emocional" de Galicia<sup>11</sup>.

## El futuro del Camino de Santiago

Uno de los ejercicios preferidos en estos tiempos de incertidumbre es el de fantasear, imaginar o prever como será el futuro una vez que se adopte una *nueva normalidad*. Nos encontramos saturados de encuestas, algunas directamente relacionadas con el turismo, que intentan darle una base racional, científica, a lo que nos espera. Proliferan las modelizaciones, que toman a las matemáticas como ancla para dibujar escenarios basados en la rigurosidad de la ciencia. Sin embargo, debemos de reconocer que casi todos estos estudios no dejan de ser bienintencionados intentos que buscan despejar caminos que no sabemos bien hacia donde nos llevan.

<sup>11</sup> <https://www.europapress.es/galicia/noticia-xunta-trabaja-reorientar-xacobeo-reactivacion-economica-emocional-galicia-20200513153059.html>

En la maraña de informaciones que nos abrumba a diario, los resultados que arrojan los estudios de ciencias que se consideran exactas llegan a ser contradictorios, generando una enorme confusión y desconfianza. Cuando nos enfrentamos al desafío de abordar una actividad, como el turismo, que afecta al comportamiento humano, las variables de carácter social y cultural son absolutamente imprescindibles haciendo muy complejo, sino imposible, desbrozar las pautas que definirán a la movilidad y al comportamiento del consumo turístico. Las dificultades añadidas provienen, fundamentalmente, de las soluciones que nos aporte la medicina. En todo caso, se puede prever que el shock al que nos ha sometido el virus, junto con otras variables que ya estaban presentes pero escasamente llevadas a la acción, como el cambio climático, van a provocar que se acelere la transformación de la actividad turística hacia nuevos parámetros difíciles de precisar en estos momentos.

En relación al Camino de Santiago y, de manera especial, al Xacobeo 2021, ya hemos visto la reacción de las administraciones públicas. Nos hemos centrado en Galicia, pero todas las comunidades autónomas, en el caso español, han tenido que dar respuestas más o menos acertadas a los cambios impuestos por la enfermedad. La rapidez exigida en las actuaciones se limita fundamentalmente a la cancelación o traslado de fecha de actividades ya programadas y a la aprobación de normas que sirvan para cumplir la distancia física entre personas, que es la medida más eficaz hasta el momento. En todo caso, de lo que se trata siempre es de reactivar el turismo de un modo lento, seguro, pero que nos lleve de nuevo a escenarios de crecimiento económico.

Entre las primeras reflexiones de urgencia que se hacen sobre el turismo, hay algunas constantes que se repiten y que respoden a la lógica del miedo al contacto físico, que es la forma en la que se expande el virus. Los destinos de proximidad y no masificados, como el turismo rural, aparecen como los más beneficiados en el nuevo escenario. El Plan Renacer del Turismo Español, 2020-2023, elaborado por Exceltur<sup>12</sup>, aunque está más pensado para los grandes destinos de sol y playa y urbanos, nos da alguna orientación sobre la recuperación, al menos en sus fases iniciales. Así, por ejemplo, se insiste en la demanda doméstica de proximidad como la primera que se reactivará. Las dificultades económicas, el cierre de los mercados internacionales y el miedo al contagio, pendientes de los protocolos de seguridad de los establecimientos y de los modos colectivos de transporte, son puntos clave en los primeros pasos hacia un nuevo escenario. En todo caso, Exceltur estima que la recuperación de la facturación a niveles de 2019 no llegará hasta la segunda mitad de 2021 cuando el año jubilar esté muy avanzado. En líneas parecidas se mueven otros estudios realizados, como el de Hosteltur<sup>13</sup>.

Centrándonos específicamente en el caso del Camino de Santiago, iremos analizando los pros y los contras que tiene la ruta jacobea en el nuevo escenario que, al menos inicialmente, parece que se va a instalar en el turismo; y siempre teniendo como fondo el año jubilar de 2021. Insistimos en la idea de que se trata de especulaciones que se basan en un debilitamiento progresivo del virus aunque con riesgos permanentes de rebrote, si es que no se descubre una vacuna que haga desaparecer el problema.

Como destino turístico, el Camino de Santiago presenta alguna singularidad muy marcada. Recordemos que estamos ante un itinerario cultural y, por lo tanto, no existe un punto específico que actúe como destino; al contrario, este está representado por la linealidad que marca su propio concepto. Así lo define la UNESCO para quien se trata de un "conjunto"<sup>14</sup>, donde la ruta tiene una valía superior a la suma de los elementos que

<sup>12</sup> <https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2020/04/EXCELTUR-Plan-Renacer-Turismo-30042020.pdf>

<sup>13</sup> [https://www.hosteltur.com/136774\\_como-viajaran-los-espanoles-este-verano.html](https://www.hosteltur.com/136774_como-viajaran-los-espanoles-este-verano.html)

<sup>14</sup> **Negrita en el texto original**

la componen”<sup>15</sup>. Así entendido el destino como ruta, la concentración de turistas no se produciría en un solo punto sino que se extendería a lo largo del trazado que, en nuestro caso, tiene una longitud mínima de 100 km. Es una evidente ventaja en la medida en la que, como hemos visto, la concentración de personas no solo está limitada por el COVID-19, sino que representa uno de los riesgos más evidente para la expansión del virus.

A lo anterior, se une una característica intrínseca al Camino que figura en todos los estudios e informaciones sobre las motivaciones de los peregrinos: la espiritualidad. Entre otras cosas, este concepto nos remite a un encuentro con uno mismo a través de un proceso de reflexión personal. Aunque se puede llegar a ese momento de muy diversas formas, suele implicar un cierto estado de tranquilidad que conlleva, en muchas ocasiones, unos límites temporales en la sociabilidad. De hecho, es muy significativo el volumen de peregrinos que caminan solos. En los estudios sobre el perfil de la demanda turística en Santiago de Compostela<sup>16</sup>, se observa que un 30% de las personas entrevistadas llegaron solas a la ciudad. Obviamente, en muchos casos puede tratarse de gente de negocios, congresos, etc., pero también peregrinos. Aunque los datos ya tienen algunos años, el Observatorio Turístico del Camino<sup>17</sup> señalaba que sobre el 30% del total de peregrinos caminaban sin compañía (CETUR, 2007-2010).

Por lo tanto, el Camino de Santiago ofrece algunos elementos que son muy valorados en la nueva situación turística: naturaleza, encuentro con uno mismo o inexistencia de masificación que, en el peor de los casos, se limitaría a tramos muy concretos y en épocas determinadas del año. A esto hay que añadirle dos características más. En primer lugar el precio. La peregrinación a Compostela representa, generalmente, un gasto medio por persona y día más bien bajo, de unos 30 euros. El Plan Director y Estratégico del Camino 2015-2021<sup>18</sup> estima un gasto medio más elevado, de 44 euros/día, tomando como referencia el Estudio de Impacto Socioeconómico del Camino de Santiago<sup>19</sup>. Sin considerar ahora otro tipo de impactos de carácter local o autonómico o, incluso, la existencia de elevados presupuestos para el Camino, lo cierto es que la ruta puede hacerse de una forma muy económica, teniendo en cuenta que la red de albergues representa una manera barata de alojarse, evitando así uno de los ítems que genera más gasto.

Un segundo punto que resulta favorable para explicar una recuperación de la peregrinación en el escenario pos-COVID-19 tiene que ver con las motivaciones y el origen de la ruta. Las incertidumbres existenciales que ha dejado la enfermedad llevan a buscar refugio en la religión o, al menos, en la espiritualidad, que son dos de los motores que empujan a muchas personas a realizar el Camino. Siegel, Anderman y Schrimshaw (2001: 647), después de una amplia revisión bibliográfica, señalan que “there appears to already be considerable evidence than religious beliefs and activities may be valuable resources in coping with illness-related stress”. De hecho, trabajos como los de Terzidou, Scarles y Saunders (2018) han evidenciado que una de las motivaciones para realizar una peregrinación tiene que ver con situaciones traumáticas e importantes en la vida, como superar una grave enfermedad o la pérdida de un ser querido, como muestra, por ejemplo, la película *The Way*.

Frente a estos aspectos que podemos considerar positivos, existen otros que podrían actuar en sentido contrario y representar un freno para la recuperación de la peregrina-

15 Punto 24 (ii) del anexo 3 de las Directrices para la inscripción de tipos específicos de bienes en la Lista del Patrimonio Mundial. <http://whc.unesco.org/archive/opguide08-es.pdf>

16 <https://www.santiagoturismo.com/files/2019/08/INFORMEANUAL2018.pdf>

17 Último informe año 2010

18 [https://www.turismo.gal/osdam/filestore/1/6/1/9/7\\_ea6b4c1cd5c2132/16197\\_f55ecb4c0306bdd.pdf](https://www.turismo.gal/osdam/filestore/1/6/1/9/7_ea6b4c1cd5c2132/16197_f55ecb4c0306bdd.pdf)

19 [https://www.eixoatlantico.com/images/SIE/181129-sie-turismo-barcelos/informe\\_estudio\\_camino\\_santiago-esp\\_laura-dopeso.pdf](https://www.eixoatlantico.com/images/SIE/181129-sie-turismo-barcelos/informe_estudio_camino_santiago-esp_laura-dopeso.pdf)

ción, especialmente para el año santo de 2021. El más evidente es el que afecta al mercado extranjero que representa algo más de la mitad del total de caminantes. El cierre de fronteras o el turismo de proximidad muy probablemente incidirán en que el volumen de peregrinos procedentes de Europa, Asia o América sufra una bajada considerable. Sin embargo, hay una baza interesante que, bien jugada, puede resultar de gran ayuda. Las Asociaciones de Amigos del Camino desempeñan un papel fundamental en la promoción, ayuda y canalización de peregrinos. Algunas de ellas, como las de Estados Unidos, Canadá, Alemania, Francia o Reino Unido, están muy bien organizadas y reparten un número considerable de credenciales. Si estas asociaciones consideran que las condiciones para realizar el Camino son seguras, con toda probabilidad activarán los mecanismos necesarios para reiniciar sus tareas propias de apoyo a la peregrinación jacobea. En su contra está el envejecimiento generalizado de estas asociaciones que hace que muchos de sus miembros sean especialmente sensibles a las consecuencias del virus.

A falta de peregrinos extranjeros, el mercado doméstico y de proximidad representa otra posibilidad para fortalecer la peregrinación. La evolución de los datos desde la década de 1990 permite observar muy claramente que en los años santos el crecimiento de las cifras se sustenta básicamente en peregrinos españoles. Si estos últimos vienen representando menos del 50%, en el año santo de 2010 fueron el 69% y el 74% en 2004. Por lo tanto, cabría esperar que, si bien no se llegará ni mucho menos a las expectativas generadas, la caída en 2021 estaría amortiguada por el peso de la peregrinación española en los años jubilares. Sin embargo, de nuevo hay que introducir matices. Las informaciones del Observatorio del Camino nos indican que el peregrino español realiza, en general, recorridos más cortos, frecuentemente en el entorno de los 100 km y muy centrado en los meses estivales. Por ejemplo, en 2010, y según los datos de la Oficina del Peregrino, el 50% del total empezó la ruta en algún punto de Galicia, ocupando el primer puesto en el conjunto de lugares de inicio la localidad lucense de Sarria (24,94%) que es la más importante del Camino Francés a poco más de los 100 km necesarios para obtener la Compostela. En 2018, aunque Sarria se refuerza (27,04%), ganan peso los puntos de inicio de la ruta más lejanos, como Saint-Jean-de-Pie-de-Port que pasa del 6,55% al 10,05%. Además, el peregrino español es mucho más estacional de tal forma que sólo en dos meses, julio y agosto, concentra más del 40% del total anual.

Los datos descritos en el párrafo anterior confirman que, en caso de pérdida del mercado internacional, el español podría evitar la debacle del año santo pero, de repetirse el patrón de años anteriores, a costa de una masificación espacialmente concentrada en los últimos 100 km y, desde el punto de vista temporal, muy estacional en los meses de verano. Estaríamos, por lo tanto, ante una situación muy poco favorable para lo que se quiere evitar e implicaría la aplicación de medidas que favorezcan la descongestión.

Otra cuestión de gran importancia que afecta al Camino es la que hace referencia al tipo de alojamiento más popular y singular a lo largo de la ruta y que contribuye, en gran medida, a que el gasto por peregrino sea más bajo de lo habitual. Se trata de los albergues, ya sean de gestión pública o privada. Por sus características, estamos ante un tipo de establecimiento que es especialmente vulnerable a los efectos psicológicos (y probablemente también al contagio) creados por la pandemia. El hecho del carácter comunitario de la mayor parte de las piezas de estos edificios, sobre todo los dormitorios, resulta un inconveniente para estos establecimientos. Autoras como Frey (1998) habían destacado el papel de los albergues como lugares de encuentro, de intercambio de experiencias y de enriquecimiento mutuo entre los peregrinos. Aunque las administraciones públicas están trabajando en protocolos de seguridad, su adaptación a la nueva realidad resulta más compleja que la de los hoteles, por ejemplo.

Por último, haremos referencia a un aspecto de la peregrinación que es ambiguo y más especulativo que los otros ya mencionados. La historia de la ruta a Compostela evidenció

que el temor a la expansión de enfermedades fue una causa para su declive en ciertos momentos del pasado. Obviamente, nada tiene que ver, por ejemplo, la peste negra con el COVID-19; las circunstancias sociales, técnicas o económicas son completamente diferentes. Sin embargo, si consideramos que la historia nos da continuas lecciones, tampoco parece exagerado plantearnos los posibles efectos negativos que la pandemia puede tener sobre la ruta, independientemente de otras consideraciones. Estamos observando reacciones de desconfianza de zonas rurales o litorales hacia la llegada de gente de fuera que busca entornos más seguros. Por lo tanto, no resulta difícil pensar si esa misma reacción va a aparecer a lo largo de las localidades atravesadas por el Camino, uniéndose así a otros efectos reactivos.

## Conclusiones

**A** lo largo de este texto hemos hecho unas reflexiones que, aunque apoyadas en comportamientos, tendencias o proyecciones, no dejan de ser ideas poco consistentes debido a la gran incertidumbre en la que nos movemos. Es cierto que el Camino de Santiago, al igual que el turismo en general, va a tener un comportamiento muy anómalo en 2020. Parece que únicamente una vacuna eficaz podría hacernos volver a una cierta normalidad, pero los avances en ese sentido son necesariamente lentos. Lo más interesante será ver cómo el turismo se va adaptando a la nueva realidad y cómo responden los destinos a la misma.

En todo caso, como hemos visto, y con todas las precauciones posibles, se van dibujando escenarios de transformación a más largo plazo que tienen que ver también con la necesidad de ir hacia nuevos modelos de sociedad en las que el consumo tiene que ser reorientado para evitar amenazas todavía más graves que la actual. El cambio climático es la principal. En este sentido, la sostenibilidad vuelve a ser la palabra clave. La OMT señala que cuando volvamos a viajar lo haremos de una forma más consciente, más sostenible y con un mayor sentido de la solidaridad que nunca<sup>20</sup>. La consultora Verne, en su documento titulado Claves del turismo en tiempos de coronavirus<sup>21</sup>, reflexiona sobre lo que está pasando y sobre las oportunidades que se abren para el cambio. Entre otras cosas señala el cambio de paradigma de las 4S (solidaridad, salud, sostenibilidad y seguridad) que sustituirá a las 4C (cliente, coste, conveniencia y comunicación) y 4P (precio, producto, place y promoción).

El Camino de Santiago, como la mayoría de los destinos, tiene el enorme desafío de enfrentarse a estos cambios y de aprovechar las oportunidades que se van abriendo. Por sus propias características está muy cerca de cumplir con las 4S que se citaban en el párrafo anterior. Pero ello requiere no solo esfuerzos económicos para adaptarse, sino también reflexiones más profundas que permitan salir reforzados de la crisis. Tal vez sea un error pensar en repetir el año santo en 2022 o incluso tratar de salvar los muebles en 2021 en base a unos objetivos similares, aunque aminorados, a los previos a marzo de 2020. Aun con todos los riesgos que pueda implicar adentrarse por itinerarios desconocidos, puede que sea más interesante abrir un nuevo periodo que no se limite a repetir el esquema de 1993 y sí a innovar en un contexto de cambio profundo, de incertidumbre en el futuro, no solo por el COVID-19, sino por otras amenazas más graves e irreversibles.

---

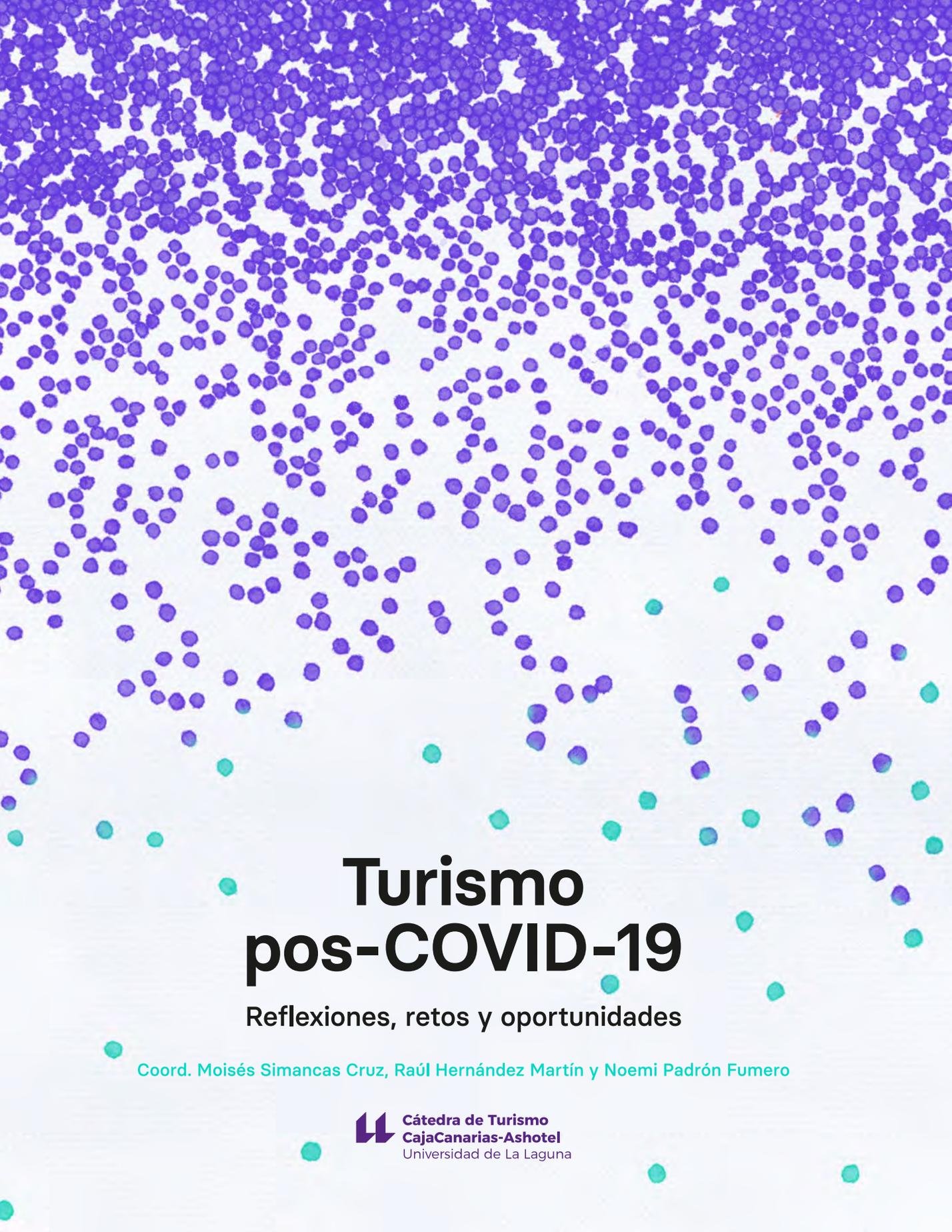
20 <https://www.unwto.org/es/turismo-COVID-19>

21 <https://www.emoturismo.com/claves-del-turismo-en-tiempo-de-coronavirus/>

## Bibliografía

- Blom, T., Nilsson, M., y Santos, X. (2016). The Way to Santiago beyond Santiago. Fisterra and the pilgrimage's post-secular meaning. *European Journal of Tourism Research*, 12, 133-146.
- CETUR. (2007-2010). *Informe do Perfil do Peregrino 2007-2010*. Santiago de Compostela: Centro de Estudos Turísticos-Axencia Galega de Turismo.
- Frey, N. (1998). *Pilgrim stories: On and off the road to Santiago*. Berkeley: University of California Press.
- Lois-González, R.C., y Santos, X.M. (2015). Tourists and pilgrims on their way to Santiago. Motives, Caminos and final destinations. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 13, 149-164. doi: 10.1080/14766825.2014.918985
- Lopez, L., y Santos, X.M. (2019). Analysis of territorial development and management practices along the Way of St. James in Galicia (Spain). En M. Griffiths y P. Wiltshier (Eds.), *Managing Religious Tourism* (pp. 112-123). Wallingford: Cabi.
- Nilsson, M., y Tesfahuney, M. (2016). Performing the "post-secular" in Santiago de Compostela. *Annals of Tourism Research*, 57, 18-30. doi: 10.1177/1468797617723467
- Rodríguez, M.F. (2004). *Los años santos compostelanos del siglo XX. Crónica de un renacimiento*. Santiago: Xunta de Galicia.
- Santos, X. M. (2016). The Way of Saint James as an event: Politics and nation. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 8, 233-248. doi: 10.1080/19407963.2016.1214960
- Siegel, K., Anderman, S.J., y Schrimshaw, E.W. (2001). Religion and coping with health-related stress. *Psychology & Health*, 16, 631-653. doi: 10.1080/08870440108405864
- Terzidou, M., Scarles, C., y Saunders, M.N.K. (2018). The complexities of religious tourism motivations: Sacred places, vows and visions. *Annals of Tourism Research*, 70, 54-65. doi: 10.1016/j.annals.2018.02.011



The background of the cover is a dense field of small, semi-transparent dots. The dots are primarily purple, with a concentration in the upper half of the page. Scattered throughout the lower half are teal-colored dots. The overall effect is a textured, abstract pattern that suggests movement and a transition from a dense state to a more dispersed one.

# Turismo pos-COVID-19

Reflexiones, retos y oportunidades

Coord. Moisés Simancas Cruz, Raúl Hernández Martín y Noemi Padrón Fumero



Cátedra de Turismo  
CajaCanarias-Ashotel  
Universidad de La Laguna



# **Turismo pos-COVID-19**

Reflexiones, retos y oportunidades

Turismo pos-COVID-19  
Reflexiones, retos y oportunidades

Copyright © de los autores

1ª edición, julio 2020

Coordinadores:

Moisés Simancas Cruz

Raúl Hernández Martín

Noemi Padrón Fumero

Edita: Cátedra de Turismo CajaCanarias-Ashotel de la Universidad  
de La Laguna

Publicado en La Laguna, España en 2020.

Diseño y maquetación: Proyectran

ISBN: 978-84-09-21816-5

DOI: <https://doi.org/10.25145/b.Turismopos-COVID-19.2020>

Impreso en Canarias

# Turismo pos-COVID-19

Reflexiones, retos y oportunidades

Coord.

Moisés Simancas Cruz

Raúl Hernández Martín

Noemi Padrón Fumero



**Cátedra de Turismo**  
**CajaCanarias-Ashotel**  
Universidad de La Laguna

# Índice

- 011 Prólogo**  
*Rosa Aguilar Chinae*  
*Rectora de la Universidad de La Laguna*
- 012 Prólogo**  
*Yaiza Castilla Herrera*  
*Consejera de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias*
- 013 Introducción**  
*Moisés Simancas Cruz, Raúl Hernández Martín y Noemi Padrón Fumero*  
*Cátedra de Turismo CajaCanarias-Ashotel de la*  
*Universidad de La Laguna*

## Parte I. Repensando el turismo en el escenario de incertidumbre de la COVID-19

---

- Capítulo 1** 019 La crisis sistémica del turismo: una perspectiva global en tiempos de pandemia  
*Alejandro Mantecón*
- Capítulo 2** 031 Pandemia, cambio climático y turismo: acciones para lo inmediato y para lo próximo  
*Jorge Olcina Cantos*
- Capítulo 3** 045 Un enfoque sistémico para entender y afrontar la crisis turística  
*Raúl Hernández Martín*
- Capítulo 4** 051 Utilidad, expectativas ficcionales y consumo turístico: escenarios poscoronavirus  
*Manuel Ángel Santana Turégano*
- Capítulo 5** 063 Una breve reflexión desde el cero turístico  
*José Luis Rivero Ceballos, Jesús Hernández, Serafín Corral y Manuel Navarro*
- Capítulo 6** 069 De la vergüenza al miedo a volar  
*Juan Carlos Martín Hernández*
- Capítulo 7** 083 Para viajar será necesario más que un pasaporte y solvencia económica  
*César Sar Rivera*
- Capítulo 8** 093 Ciudad saludable en una sociedad del riesgo  
*Joaquín Mañoso Valderrama*
- Capítulo 9** 107 La seguridad y continuidad de los negocios como efecto dinamizador para los destinos en la etapa pos-COVID  
*Alexis Robles*
- Capítulo 10** 119 Algunas reflexiones sobre las implicaciones culturales de la adaptación del turismo tras la pandemia  
*Alberto Jonay Rodríguez Darías*

## Parte II. Planteando retos y oportunidades para el turismo en el escenario de la COVID-19

---

### Políticas, planes y estrategias de reactivación del turismo

- Capítulo 11** 131 Políticas turísticas ante una pandemia  
*María Velasco González*
- Capítulo 12** 147 Estrategias de destinos y empresas en el mercado turístico pos-COVID-19  
*Alfonso Vargas Sánchez*
- Capítulo 13** 161 Turismo poscoronavirus: ¿una oportunidad para el Poscrecimiento?  
*Germán Palomo Ortega, Enrique Navarro Jurado, Alfonso Cerezo Medina y Enrique Torres Bernier.*
- Capítulo 14** 175 El papel de los datos en la gestión y recuperación de los destinos turísticos en la crisis de la COVID-19  
*Carlos Sintés González*
- Capítulo 15** 183 Efectividad de las soluciones inteligentes frente a la COVID-19: ¿puede realmente la tecnología ayudar a la recuperación del sector?  
*Félix Herrera Priano e Iván González Aguiar*
- Capítulo 16** 191 El amargo despertar del turismo mexicano pos-COVID-19  
*Daniel Hiernaux-Nicolas*
- Capítulo 17** 201 El turismo poscoronavirus en Galicia. Plan de reactivación  
*Noelia Araújo Vila, Jose Antonio Fraiz Brea y Diego R. Toubes*

### Destinos turísticos

- Capítulo 18** 211 Turismo y vulnerabilidad territorial: capacidad de resiliencia de los diferentes modelos turísticos frente a la crisis pandémica del coronavirus en España  
*María Dolores Pitarch Garrido*
- Capítulo 19** 225 Arquitectura y salud. Aprendiendo de la enfermedad  
*Ricard Pié, Mónica Batalla, Carlos Rosa, Josep Maria Vilanova i Claret, Enrico Porfido y Nuria Nebot Gómez de Salazar*
- Capítulo 20** 239 Las playas inteligentes: la mejor alternativa para la gestión de playas poscoronavirus  
*Adrián Ferrandis Martínez, José Vicente Sánchez Cabrera, Álvaro Torres Puche y Luís Quesada Muelas*

### Sostenibilidad y gobernanza

- Capítulo 21** 255 Reflexiones sobre sostenibilidad turística durante la pandemia: una agenda para el sector frente a los ODS  
*Noemí Padrón Fumero y Raúl Hernández Martín*
- Capítulo 22** 265 La Agenda 2030 en el turismo pospandemia: Biosphere lifestyle  
*Patricio Azcárate Díaz de Losada*
- Capítulo 23** 271 La sostenibilidad como apoyo en la desescalada de la COVID-19: una comparación al modelo de Doxey  
*Danielle Pimentel de Oliveira*
- Capítulo 24** 283 La hora del turismo sostenible y de las personas  
*Sergio Suárez Rosa y Enrique Fumero González*

<b>Capítulo 25</b>	293	De espectadora a protagonista: la sociedad en la reformulación del turismo tras el coronavirus <i>Vicente Manuel Zapata Hernández</i>
<b>Capítulo 26</b>	305	Era pos-COVID-19: propuestas para acelerar la recuperación del travel desde el punto de vista de los profesionales del sector <i>Eric López C.</i>
<b>Capítulo 27</b>	311	El rol del residente en la recuperación de los destinos turísticos <i>Desiderio Gutiérrez Taño, Ricardo J. Díaz Armas y Joan B. Garau Vadell</i>
<b>Economía y empresa</b>		
<b>Capítulo 28</b>	319	Impacto de la COVID en el PIB turístico. Análisis de la situación y propuestas de recuperación del turismo español <i>Raquel García Revilla, Olga Martínez Moure y Pedro Aceituno Aceituno</i>
<b>Capítulo 29</b>	331	Ha llegado la hora de ser competitiv@s <i>Nagore Espinosa Uresandi</i>
<b>Capítulo 30</b>	339	La financiación en empresas turísticas en la fase de recuperación. Prestamos ICO y su efecto en la tesorería de las empresas <i>Francisco Rodríguez Serrano</i>
<b>Capítulo 31</b>	351	Viajes, bonos y COVID: algunas reflexiones transitorias <i>Inmaculada González Cabrera y María del Mar Gómez Lozano</i>
<b>Capítulo 32</b>	365	Análisis de la problemática derivada de la unilateralidad negocial a raíz de la crisis por el COVID-19 en los contratos de touroperación y explotación turística en Canarias y la figura de la sumisión jurisdiccional <i>Carlos Bethencourt González</i>
<b>Empleo y formación</b>		
<b>Capítulo 33</b>	375	Impacto de la COVID-19 en las relaciones laborales del turismo en España <i>José Luís Rivero Ceballos y Noemi Padrón Fumero</i>
<b>Capítulo 34</b>	385	Retos para el empleo y la formación posteriores al cero turístico: ¿continuidad o cambio? <i>J. Rosa Marrero Rodríguez</i>
<b>Capítulo 35</b>	397	¿Influye la justicia organizacional percibida por los empleados del sector hotelero sobre su compromiso y su comportamiento cívico en tiempos de COVID-19? <i>Teresa Aguiar Quintana y Yasmina Araujo</i>
<b>Capítulo 36</b>	407	La consolidación de la formación online para la reactivación y recuperación turística de América Latina y España <i>Daniel Celis Sosa</i>
<b>Alojamiento</b>		
<b>Capítulo 37</b>	417	Los hoteles ante la nueva normalidad turística: reflexiones para el aprendizaje <i>Juan Pablo González Cruz</i>
<b>Capítulo 38</b>	427	Construir hoteles sin contactos: una visión desde la RSE <i>Marta Mª Domínguez Herrera y Olga González Morales</i>
<b>Capítulo 39</b>	443	El Revenue Management en tiempos de volatilidad e incertidumbre <i>Pilar Talón Ballestero, Dolores Flecha Barrio y Lydia González Serrano.</i>

<b>Capítulo 40</b>	451	La comunicación como herramienta de desarrollo estratégico del sector hotelero en el contexto pos-COVID-19 <i>Manuel de la Hoz Hernández</i>
<b>Capítulo 41</b>	461	Diseñando el alojamiento turístico: tendencias en la renovación turística ante el COVID-19 <i>Fernando Garasa López y Ana Tiestos Naranjo</i>
<b>Capítulo 42</b>	469	El alquiler vacacional frente al espejo <i>Alicia García Amaya y Rafael Temes Cordovez</i>
<b>Productos turísticos</b>		
<b>Capítulo 43</b>	489	Economía de un destino turístico seguro en tiempos de pandemia: el caso del todo incluido en las Islas Baleares <i>Aleix Calveras Maristany</i>
<b>Capítulo 44</b>	499	Estrategias de marketing turístico destinadas al turista local tras la COVID-19 <i>María Teresa Fernández Alles</i>
<b>Capítulo 45</b>	507	Aprender en la crisis para planificar el turismo de reuniones y eventos <i>Raúl García López y Raquel Huete Nieves</i>
<b>Capítulo 46</b>	523	Estrategia de transformación del turismo rural frente al COVID-19 <i>Raquel Santos Lacueva</i>
<b>Capítulo 47</b>	535	Astroturismo rural: nuevas experiencias en tiempos pos-COVID <i>Carlos Fernández Hernández</i>
<b>Capítulo 48</b>	545	Revalorización del producto turístico a través del turismo de salud <i>Antonio Ángel Moreno González, Carmelo León González y Carlos Fernández Hernández</i>
<b>Capítulo 49</b>	559	El turismo de bienestar y mindful travel en el nuevo escenario pos-COVID-19 <i>Jose Antonio Fraiz Brea, Edgar Tarrés Falcó y Noelia Araújo Vila</i>
<b>Capítulo 50</b>	571	Posibles impactos de la crisis generada por la COVID-19 sobre el Camino de Santiago <i>Xose Manuel Santos</i>
<b>Capítulo 51</b>	581	Experiencias virtuales en turismo cultural en un nuevo escenario pos-COVID-19. El caso de las visitas virtuales de la Torre de Hércules <i>Nuria Morère-Moliner, Laura Fuentes-Moraleda y Erica Ferrerio Rosende</i>
<b>Capítulo 52</b>	597	La oportunidad para los geoparques en la era poscoronavirus. Repensar a partir del caso de Montañas do Courel (Galicia) <i>Miguel Pazos Otón, Lucrezia Lopez y María de los Ángeles Piñeiro Antelo</i>

## Parte III. Analizando los efectos y las oportunidades de la crisis de la COVID-19 sobre el turismo de Canarias

---

### Impactos de la crisis de la COVID-19 sobre el turista de Canarias

<b>Capítulo 53</b>	613	Deconstruyendo una crisis turística <i>Moisés Simancas Cruz</i>
<b>Capítulo 54</b>	639	La crisis turística y las singularidades del modelo de Canarias <i>Yurena Rodríguez Rodríguez, Hugo Padrón Ávila y Raúl Hernández Martín</i>
<b>Capítulo 55</b>	653	El turismo en Canarias frente a la COVID-19 <i>Javier Gómez Burzaco</i>

<b>Capítulo 56</b>	661	Estudio del impacto económico de la crisis sanitaria de la COVID-19 en Canarias <i>Juan José Díaz Hernández, Domingo Jesús Lorenzo Díaz y Eugenio Díaz Fariña</i>
<b>Capítulo 57</b>	675	El empleo turístico ante una nueva encrucijada: ¿oportunidad o debacle? <i>Manuel González de la Rosa, Daniel Dorta Afonso y Javier Mendoza Jiménez</i>
<b>Oportunidades del escenario pos-COVID-19</b>		
<b>Capítulo 58</b>	689	Parar para repensar: ¿el fin del turismo como lo conocemos? Puntos fuertes del modelo turístico canario ante el escenario de incertidumbre de la crisis de la COVID-19 <i>Moisés Simancas Cruz</i>
<b>Capítulo 59</b>	709	La resiliencia del sistema turístico: salud, biodiversidad y clima <i>Matías González y Carmelo J. León</i>
<b>Capítulo 60</b>	725	Turismo, COVID-19 y la diversificación inteligente de la economía canaria <i>Raúl Hernández Martín y Noemí Padrón Fumero</i>
<b>Capítulo 61</b>	737	Nuevos análisis de marketing turístico ante los futuros retos: el destino como laboratorio viviente y los análisis biométricos <i>Tatiana David-Negre, Arminda Almeida-Santana, Patricia Picazo-Peral y Sergio Moreno-Gil</i>
<b>Capítulo 62</b>	755	La participación de los millennials en el desarrollo turístico de Canarias: un análisis a partir de la COVID-19 <i>José Alberto Martínez González, Francisco J. García Rodríguez y Desiderio Gutiérrez Taño</i>
<b>Capítulo 63</b>	765	La urgencia de una política propia del transporte aéreo en Canarias <i>José Joaquín Díaz de Aguilar, Juan Carlos Martín, Sebastián Pérez y Tomás Van de Walle</i>
<b>Capítulo 64</b>	781	La adecuación de los espacios públicos de las áreas turísticas de litoral al comportamiento del turista pos-COVID-19 <i>Moisés Simancas Cruz, Carlos Flores Rodríguez, María Pilar Peñarrubia Zaragoza, David Suárez Perera y Margarita Núñez Cano</i>