



O IMPACTO DO TURISMO

Galicia como destino turístico

Nava Castro

O Caminho Português de Santiago

Francisco de Calheiros

O impacto socioeconómico do
Camiño de Santiago

Melchor Fernández

•c•a•d•e•r•n•o•s•

é unha publicación do Consello Económico e Social de Galicia

A responsabilidade das opinións expresadas nesta publicación corresponde exclusivamente a os seus autores e en caso ningún supoñen que o Consello Económico e Social de Galicia se identifique coas mesmas.



Algalia de abaixo, nº 24
15704 - Santiago de Compostela
981 54 16 50
e-mail: cadernos@ces-galicia.org

Todos os traballos do CES-Galicia poden atoparse en

www.ces-galicia.org

• c • a • d • e • r • n • o • s •

Nº 7 • ANO 2018

4 Limiar

5 Galicia como destino turístico

Nava Castro

9 O impacto socioeconómico do Camiño de Santiago

Melchor Fernández

17 Caminho Português de Santiago

Francisco de Calheiros

Limiar

A actividade turística ten repercusións salientables en eidos tan variados como o cultural, o ambiental e, por suposto, o económico e social. Este sector estratéxico é protagonista deste novo número da colección *• c • a • d • e • r • n • o • s •* do Consello Económico e Social de Galicia, que recolle as intervencións da xornada que organizou o CES, en colaboración coa Axencia de Turismo de Galicia, en novembro de 2018.

O obxectivo da xornada e deste documento é analizar ese impacto socioeconómico do turismo en Galicia, tanto en conxunto como no caso particular do protagonismo do Camiño de Santiago, que mira xa ao vindeiro Xacobeo.

Como lembran as empresas agrupadas no cluster de turismo, “o sector turístico constitúe un dos alicerces da economía galega, con cifras de actividade xerada que ascenden a máis de 6 mil millóns de euros, o que representa o 10,6% do Produto Interior Bruto e o 11,5% do emprego, cifras que fan do turismo una das industrias máis potentes na nosa Comunidade e un dos sectores que está a ser capaz de xerar emprego en Galicia”.

Nun contexto de forte competencia internacional, o fomento da cadea de valor –que inclúe a oferta principal, as actividades complementarias e tamén os servizos e equipamentos– é un dos obxectivos compartidos polas empresas do sector e a administración, que tentan acadar unha marca de Galicia como destino de calidade cunha oferta variada e sostible.

Como sempre, tentamos reflectir unha realidade plural desde distintos puntos de vista, de xeito que o lector poda ter unha imaxe fiel do tema que eliximos.

Corina Porro Martínez

PRESIDENTA

NOTA:

Por causas alleas ao CES, este caderno non se poido publicar ata xaneiro de 2021.

Agustín Hernández Fernández de Rojas

PRESIDENTE

Galicia como destino turístico

Nava Castro

O territorio é un dos principais sinais de identidade de Galicia. A nosa natureza é un recurso de primeira orde e é sinalado frecuentemente polos nosos visitantes como o principal motivo polo que nos escollen como destino. Desde a Xunta de Galicia somos conscientes do valor que isto representa, como tamén o somos da súa fragilidade e, por tanto, da importancia de que nos comprometamos de xeito institucional e social para a súa salvagarda.

Nava Castro

Directora da
Axencia de
Turismo de Galicia

Consellería de
Cultura e Turismo

Xunta de Galicia

Este é tamén un dos elementos aos que, ademais, máis importancia concedemos na nosa Estratexia do Turismo de Galicia 2020, o documento que guía o noso traballo para consolidarnos como un destino de calidade e responsable, un destino, en definitiva, sustentable. E cando falamos de sustentabilidade, falamos de algo que trascende ao seu impacto sobre o medio ambiente. Defíneo moi ben a Organización Mundial do Turismo cando sinala que *“o turismo sustentable é aquel que ten plenamente en conta as repercusións actuais e futuras económicas, sociais e medioambientais para satisfacer as necesidades dos visitantes, da industria, do entorno e tamén das comunidades anfitrías”*.

Por iso en Galicia traballamos por un turismo de baixo impacto no medio ambiente, que favorece o consumo responsable e que respecta a

autenticidade de Galicia. Un turismo que integra ás comunidades locais e mellora a calidade de vida da poboación local xerando emprego, potenciando o consumo de produtos autóctonos e impulsando as nosas comarcas rurais.

Destacado impacto económico

Non cabe dúbida de que o turismo é fundamental e estratéxico para Galicia. Supón o 11% do PIB e o 12% do emprego e é unha oportunidade excepcional en moitos eidos. O compromiso do Goberno galego materialízase nos máis de 141 millóns de euros dos que disporá a Consellería de Cultura e Turismo da Xunta de Galicia en 2019 para levar adiante todas as accións previstas tanto culturais como turísticas. Este investimento fará posible que o noso sector se manteña cada vez máis forte. E temos xa datos

que así o constatan. O ano pasado, o turismo galego rexistrou máis de 113.000 ocupados, o que supuxo un incremento dun 4,6% en relación a 2016. Esta melloría repítese en 2018. Así o releva a Enquisa de Poboación Activa do terceiro trimestre: os traballadores ocupados neste sector roldaron as 130.000 persoas, cifra un 7,4% superior á do ano pasado.

Comprobamos tamén que a actividade turística emprega cada vez a máis traballadores nun sector que é cada vez máis competitivo. E engado outro dato, as tarifas hoteleiras subiron no que vai de ano un 2,2% e a rendibilidade mantívose estable despois de incrementarse un 10% no ano 2017.

Máis traballo e máis competitividade tradúcese



en optimismo por parte do sector. De feito, Galicia é o segundo destino da España verde e o sexto do resto de España con mellores expectativas por parte dos profesionais para este último trimestre do ano. Así se desprende da última Enquisa de Confianza Turística Empresarial publicada por Exceltur, que advirte que o 79,1% dos empresarios galegos amosa o seu optimismo de cara a manter u mellorar resultados, por riba do resto de destinos da España Verde, agás do País Vasco (cun 83,4%).

Todas estas cifras son, sen dúbida, relevantes desde o punto de vista económico e detrás delas temos dous factores moi importantes: os nosos recursos e o noso traballo e xestión coordinada.

Unha terra rica en recursos

En Galicia temos a sorte de proceder dunha terra xenerosa por mar e terra, na costa e no interior. Por iso gústanos compartir toda esta riqueza cos millóns de persoas que nos visitan cada ano. Temos máis de 1.500 km de costa, con 16 rías navegables boa parte do ano. Tamén máis de 800 praias de prestixio internacional, das que máis de 100 están distinguidas con bandeira azul e repartidas ao longo de 38 municipios de tres provincias diferentes.

Os nosos profesionais destacan tamén pola excelencia. Somos, por exemplo, líderes nacionais en distincións Q de Calidade Turística, con 273, destacando en ámbitos estratéxicos como as instalación náutico deportivas, as casas de turismo rural ou os balnearios, entre outras. Tamén temos 11 restaurantes Estrella Michelin, máis de 300 festas enogastronómicas e máis de 140 de interese turístico.

Os nosos recursos termais supoñen o 20% da oferta termal de España e a segunda de Europa, con máis de 300 mananciais e unha infraestrutura moderna e diversificada, con máis de 20 balnearios e talasos con 3.000 prazas de aloxamento. Tamén Galicia ten seis parques naturais, nos que creamos unha vintena de novas experiencias turísticas sustentables, ademais de seis reservas da biosfera e oito monumentos naturais. Sumámoslle a todo isto o noso Parque Nacional das Illas Atlánticas e os nosos Patrimonios Mundiais: o Camiño Francés, a cidade vella de Santiago de Compostela, a Muralla de Lugo, a Torre de Hércules, o Camiño do Norte e o Camiño Primitivo así como un Rexistro da Memoria da Unesco (o Códice Calixtino) ou case 700 Bens de Interese Cultural (BIC).



A estratexia
aposta por un
turismo
tranquilo no
que o visitante
pode inte-
grarse na cul-
tura, as
tradicións e
enogastrono-
mía local

Para poñelos en valor traballamos dun xeito coordinado coas diferentes administracións e co sector creando experiencias turísticas que teñan especial transcendencia tamén nas comunidades locais. Botamos man da autenticidade, que é un dos atributos máis relevantes da nosa Estratexia do Turismo de Galicia 2020, o documento redactado en diálogo co sector no que tivemos moi en conta tamén as achegas doutros axentes, das universidades e da sociedade en xeral para establecer os retos e as oportunidades do turismo na nosa Comunidade para os vindeiros anos.

O resultado é unha eficaz estratexia que, baixo parámetros de calidade e sustentabilidade, aposta polo *slow* turismo, un turismo tranquilo no que o visitante pode desconectar e integrarse na cultura, as tradicións e enogastronomía local.

Da man desta folla de ruta, desde o Goberno galego traballamos con iniciativas como por exemplo, a Ruta da Camelia, o itinerario que permite percorrer Galicia de norte a sur a través de 12 parques, xardíns e pazos nos que contemplar esta especie, un recurso perfecto fóra da tempada estival nun entorno rural que dinamiza estas zonas e facendo desta ruta o fío condutor para descubrir o noso patrimonio natural, a arquitectura ou a nosa enogastronomía.

Un proxecto similar vimos desenvolvendo en colaboración coas cinco denominacións de orixe

vitivinícolas galegas Monterrei, Rías Baixas, Ribeira Sacra, Ribeiro e Valdeorras. Con elas fomentamos as Rutas do Viño, unha das nosas apostas que máis se están consolidando nos últimos anos, implicando tamén a un tipo de viaxeiro de gran interese polas súas inxerencias e capacidade de gasto. É un recurso que favorece a mestura con outras actividades, repercute favorablemente no sector primario, permite descubrir todo un patrimonio industrial de gran valor ou incluso vestixios da fabricación do viño dos lagares rupestres, moi abundantes no sur de Galicia.

Podemos citar igualmente a Ruta da Lamprea, tras a recuperación das pesqueiras no Baixo Miño que impulsamos desde a Consellería de Cultura e Turismo da Xunta de Galicia e a divulgación das artes de pesca e receitairos tradicionais ao redor desta especie, un peixe que habita nos nosos ríos desde hai máis de 500 millóns de anos.

Unha oferta diversificada

Este formato de itinerarios ao redor dos nosos recursos é inagotable. Por iso, entre outros, agora tamén estamos a traballar en ambiciosos proxectos de futuro como a *Wildsea Atlantic Ocean Heritage Route (WAOH! Route)*, a primeira ruta atlántica de turismo submarino que estamos desenvolvendo con rexións de Portugal, Reino Unido e Irlanda. Está en fase de planificación e deseño e con ela aspiramos a combinar actividades náuticas como recorridos en *kaiak* polas rías con avistamento de cetáceos ou actividades para descubrir o patrimonio marítimo.

Xunto a itinerarios específicos tamén podemos citar diferentes produtos de éxito que impulsamos como os *Trens Turísticos de Galicia*, que permiten percorrer a Comunidade en tren coñecendo gran parte dos nosos recursos patrimoniais, culturais e naturais. Vimos de pechar este ano a sexta edición cos mellores resultados

da súa historia, con máis de 2.300 viaxeiros e unha ocupación superior ao 90% nas 12 rutas que percorreron Galicia de xuño a outubro.

Tamén en Galicia temos opcións especificamente centradas no medio rural como o *Outono Gastronómico en Turismo Rural*, que está a celebrar a súa duodécima edición e que ten un éxito avalado polas case 60.000 persoas que participaron os anos anteriores e que o ano pasado acabou, por exemplo, con máis de 200.000 euros de facturación. Este ano participan un total de 86 establecementos de turismo rural, que ofertan ata 172 menús diferentes cos que poñemos en valor a nosa enogastronomía e potenciamos as estancias no noso medio rural.

En definitiva, o que vimos de expor son só unha pequena mostra do que facemos desde a Consellería de Cultura e Turismo da Xunta de Galicia, e reflexa á perfección o modelo de turismo

que levamos a cabo. Estanos a permitir que, por un lado, a nosa oferta turística se diversifique xeograficamente polos puntos principais de interese e tamén nos axuda a atraer visitantes os 365 días do ano. E as cifras tamén o constatan xa que a tempada media e baixa en Galicia é cada vez máis importante, ao concentrar máis do 60% dos visitantes que chegan á Comunidade ao longo do ano.

Despois dun lustro de intensos crecementos, en Galicia estamos a consolidar as cifras e temos por diante retos e oportunidades que debemos saber aproveitar. Destaca especialmente a celebración do Xacobeo 21, un evento no que xa estamos a traballar de xeito coordinado e participativo e que será, sen dúbida, unha cita estratéxica desde todos os eidos, tamén socioeconómico.

De feito, xa temos operativo o programa de beneficios fiscais, que permanecerá vixente ata o 30 de setembro de 2021 e que está a ser executado pola Consellería de Cultura e Turismo, a través da Axencia de Turismo de Galicia. As doazóns para o Xacobeo 21 implicarán desgravacións do 40% no imposto de sociedades e de ata o 80% no IRPF e favorecerán un maior alcance



A celebración do Xacobeo 21 será unha cita estratéxica desde todos os eidos, tamén do socioeconómico

para a promoción e organización desta cita ao tempo que repercutirá na sustentabilidade do evento.

En definitiva, desde o goberno da Xunta de Galicia continuaremos buscando a especialización da nosa oferta turística, poñendo en valor aqueles recursos e atractivos máis salientables dos diferentes territorios da Comunidade coa posta en marcha de novas experiencias que repercutan nun desenvolvemento do noso territorio a todos os niveis. E o faremos tamén renovando o impulso económico ao sector e aos concellos, a través de convenios e liñas de axuda que asinamos anualmente, para que así tamén o fagan. Desde xeito seguiremos facendo de Galicia un destino cada vez mellor para quen nos visite e tamén garantiremos así o benestar dos galegos e galegas. ■

O impacto socioeconómico do Camiño de Santiago

Melchor Fernández

Con 1.200 anos de historia, o Camiño de Santiago non é só a imaxe máis coñecida de Galicia, senón que é símbolo da construción e a identidade cultural europea. O fluxo ininterrompido de peregrinos procedentes de toda Europa actuou como unha verdadeira “vía do coñecemento”, que difundiu por todo o percorrido os grandes movementos culturais e artísticos que ían xurdindo no continente. Fai xa máis de 30 anos, o Consejo de Europa declarou o Camiño de Santiago como primeiro Itinerario Cultural Europeo nun texto onde recoñécese o carácter altamente simbólico do Camiño no proceso de construción de Europa.

**Melchor
Fernández
Fernández**

GAME-IDEGA/
Departamento de
Fundamentos da
Análise
Económica/
Universidad de
Santiago de Com-
postela

O Camiño é hoxe moito máis que unha expresión relixiosa, cultural ou europea. A multitude de peregrinos e visitantes que recorre a ampla rede das distintas rutas do Camiño de Santiago tende a crear, dunha ou outra forma, riqueza. Neste contexto, o potencial turístico gaña cada vez máis importancia xa que as zonas rurais polas que discorren estes visitantes dispoñen, en moitos casos, dun enorme patrimonio natural e cultural que pode aproveitarse, o que a súa vez podería estimular a produción de bens e servicios no propio territorio. Dende sempre mostrouse o Camiño como unha posibilidade socioeconómica única que debe repercutir visiblemente na sociedade galega e sobre todo nos territorios polos que discorre, co valor engadido

de que en moitos casos son zoas rurais onde a posibilidade de atopar outras fontes substitutivas de riqueza e benestar poida que non exista. Son moitos os núcleos rurais do Camiño que se benefician directa e indirectamente do paso dos peregrinos, pero tamén é certo, que pode ser posible que non todos os impactos do Camiño teñan un signo positivo. Cuantificalos é esencial para valorar as oportunidades que ofrece o Camiño para o desenvolvemento local o ter en conta todos os problemas que pode ocasionar. A intensificación da actividade dos peregrinos pode provocar un aumento dos prezos, cambiar a estrutura produtiva cara unha situación de monocultivo turístico, agravar o desemprego e a estacionalidade, facilitar o abandono de acti-

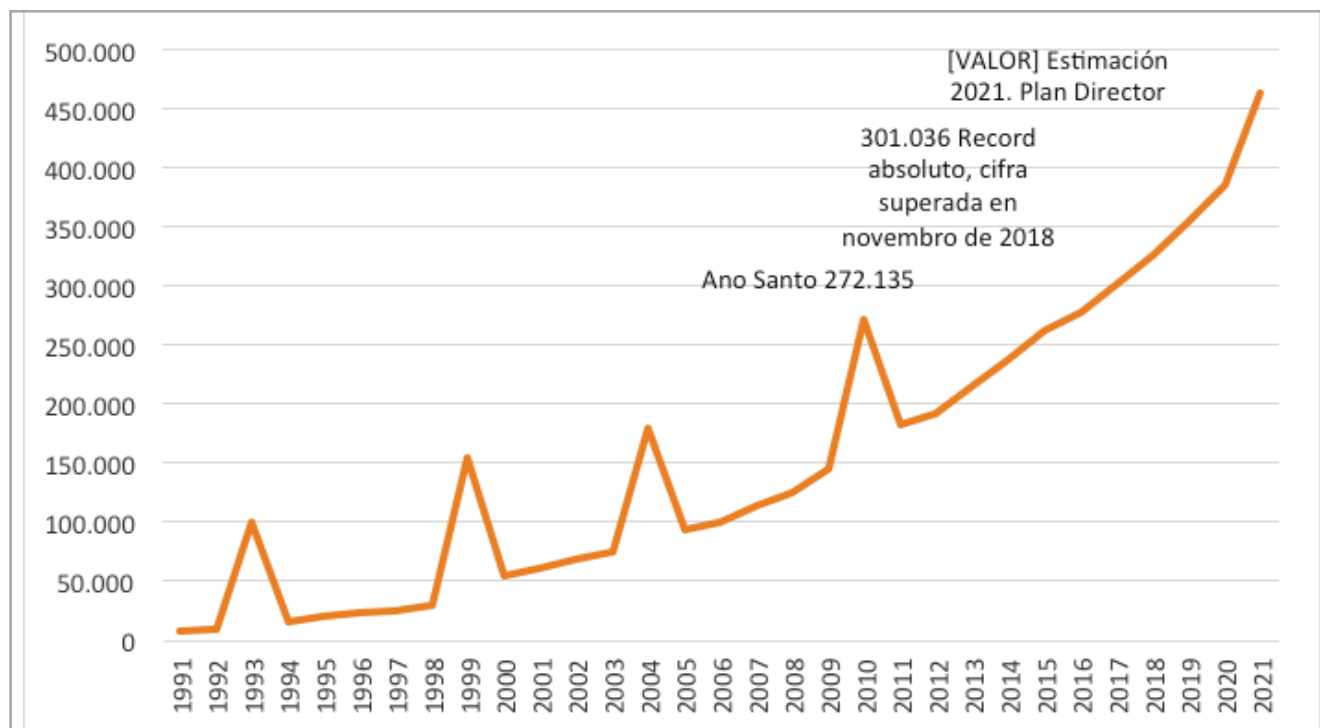


Gráfico 1- Evolución do número de peregrinos que solicitan a Compostela.

Fonte: Elaboración propia a partir Estadísticas Peregrinos y Plan director del Camiño de Santiago.

vidades tradicionais ou incluso provocar unha perda de identidade. Chegados a este punto a cuestión a responder é evidente: podemos cuantificar o impacto socioeconómico a escala local da existencia do Camiño?

Ofrecer resposta a esta cuestión é o obxectivo central do convenio de colaboración entre a Axencia Turismo de Galicia e a Universidade de Santiago de Compostela para o *Desenvolvemento dunha metodoloxía para o estudo dos impactos do Camiño de Santiago a escala local*¹. Tras un período de arduo traballo metodolóxico e de xeración de información primaria o proxecto pode ofrecer xa respostas a preguntas que durante os últimos anos repetíronse con crecente intensidade a medida que o número de peregrinos aumentaba ano tras ano (ver **gráfico 1**). Este exemplo de colaboración entre entidades con obxectivos comúns e evidentes complementariedades permitiu un gran avance na comprensión en moitas das dimensións máis

descoñecidas da realidade do Camiño, o que está a facilitar a toma de decisións para unha mellor ordenación e dinamización do Camiño. Pero aínda queda moito por facer. O Camiño é unha realidade complexa en continua evolución que ofrece experiencias únicas, irrepetibles e intransferibles. Unha realidade que require dunha análise continua para anticipar respostas aos retos, ameazas e oportunidades que ofrece a todas as sociedades por onde discorre.

A orixe do Camiño é sen dúbida relixiosa, pero actualmente evolucionou, converténdose co paso dos anos nun dos principais atractivos de Galicia e de España, e nun fenómeno económico que xera rendas e empregos, coa consecuente dinamización e desenvolvemento das localidades por onde discorre. Desenvolver e xestionar actividades e recursos turísticos, especialmente no caso daquelas baseadas na natureza e o patrimonio histórico tanxible e intanxible, require de información continua e

1 A colaboración entre a Axencia Turismo de Galicia e a Universidade de Santiago de Compostela responde ao interese común de profundar no coñecemento das dimensións socioeconómicas, demográficas e de sustentabilidade do Camiño de Santiago en Galicia a escala local, carentes ata agora de análises con evidencia empírica destacable. Pretendese de este xeito ofrecer información a todos os axentes implicados para facilitar a toma de decisións.

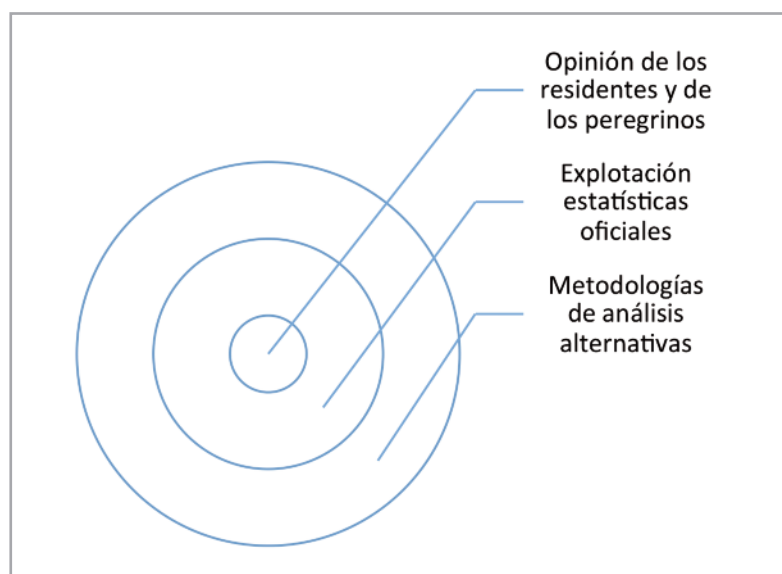


Figura 1: Estratexia de Análise do Impacto Socioeconómico do Camiño a Escala local

veraz sobre múltiples aspectos vinculados ás relacións que se establecen entre visitantes e residentes para asegurar a súa sustentabilidade social. No caso do Camiño de Santiago, cabe esperar que a presenza de peregrinos, e a súa interacción co territorio que percorren e coa poboación residente, xere impactos económicos, sociais e ambientais importantes, moi especialmente naquelas localidades nas que o fluxo diario de visitantes durante boa parte do ano é superior ao volume de residentes. Non se pode negar unha nova visión do Camiño como atracción turística, con connotacións culturais e espirituais.

Pero o éxito do Camiño a escala global pode ser unha realidade moi distinta a escala local. Son moitas as voces que se teñen alzado para esixir o desenvolvemento de estratexias e instrumentos que garantiren a sustentabilidade do Camiño. É preciso evitar a masificación e a banalización do Camiño, xa que perdería o seu “ser” diferencial. A ameaza dun Camiño que se vaia convertendo nunha gran arteria turística de masas, é real; defender a súa sustentabilidade, mantendo a súa esencia e globalizando o seu

goce, un obxectivo para todos os axentes implicados.

Para poder alcanzar o obxectivo proposto desenvolveuse unha metodoloxía de análise que ten como punto de partida a percepción dos axentes implicados (poboación residentes e peregrinos) sobre todos os impactos que ten o Camiño tanto sobre a súa vida diaria como a escala global. A esta información sumouse un copioso volume de datos complementarios, obtidos principalmente da estatística oficial dispoñible a nivel local (rexistros administrativos de carácter económico e sociodemográfico), o que permitiu desenvolver diferentes modelos para estimar o impacto socioeconómico a escala local (análise *input-output*, técnicas de *machine learning*, “veciño máis próximo” ou técnicas de *clustering*).

O Camiño ten moitas dimensións que deben ser valoradas. En moitas delas (emprego, actividade produtiva, mantemento de servizos e infraestruturas básicas) os impactos a escala local do Camiño son moi evidentes, e un simple repaso ás cifras que mostran as estatísticas oficiais ou os rexistros administrativos permítenos confirmalo. Con todo, noutras dimensións como a demográfica ou a sustentabilidade social e ambiental a información dispoñible ou é contraria (declive poboacional) ou non existe, o que parece poñer en dúbida a capacidade do Camiño como elemento esencial na articulación da Galicia interior. Neste caso é necesario, primeiro escoitar aos residentes, e en segundo lugar ofrecer modelos alternativos de análise que superen as limitacións da estatística oficial. O modelo de avaliación debe pensarse en global para permitir o seguimento e avaliación das diferentes rutas, pero debe ser o suficientemente flexible para incorporar as importantes diferenzas entre os territorios polos que discorre.

A continuación resumimos brevemente os principais resultados dos análises realizados (**figura 2**). O camiño é unha realidade diversa en conti-



Figura 2: Resume dos principais resultados do Impacto Socioeconómico do Camiño de Santiago

nua evolución que ten un impacto económico agregado cuantitativamente modesto pero cualitativamente moi relevante, un intenso impacto a escala local (confirmado nos concellos do Camiño Francés), conta cun elevado nivel de satisfacción tanto por parte dos residentes como dos peregrinos e ten unha clara influencia positiva na sustentabilidade do medio rural.

(1) Impacto económico agregado cuantitativamente modesto, pero cualitativamente moi significativo.

A partir do desenvolvemento dun modelo de demanda Input- Output confírmase que un peregrino ten un impacto económico por unidade de demanda (multiplicador do gasto) superior á media de visitantes. En concreto, por euro gastado o seu impacto sobre o emprego é un 18% superior ao do turista convencional. Este resultado explícase pola maior participación na cesta de consumo do peregrino de bens e servizos máis intensivos en emprego, como os servizos

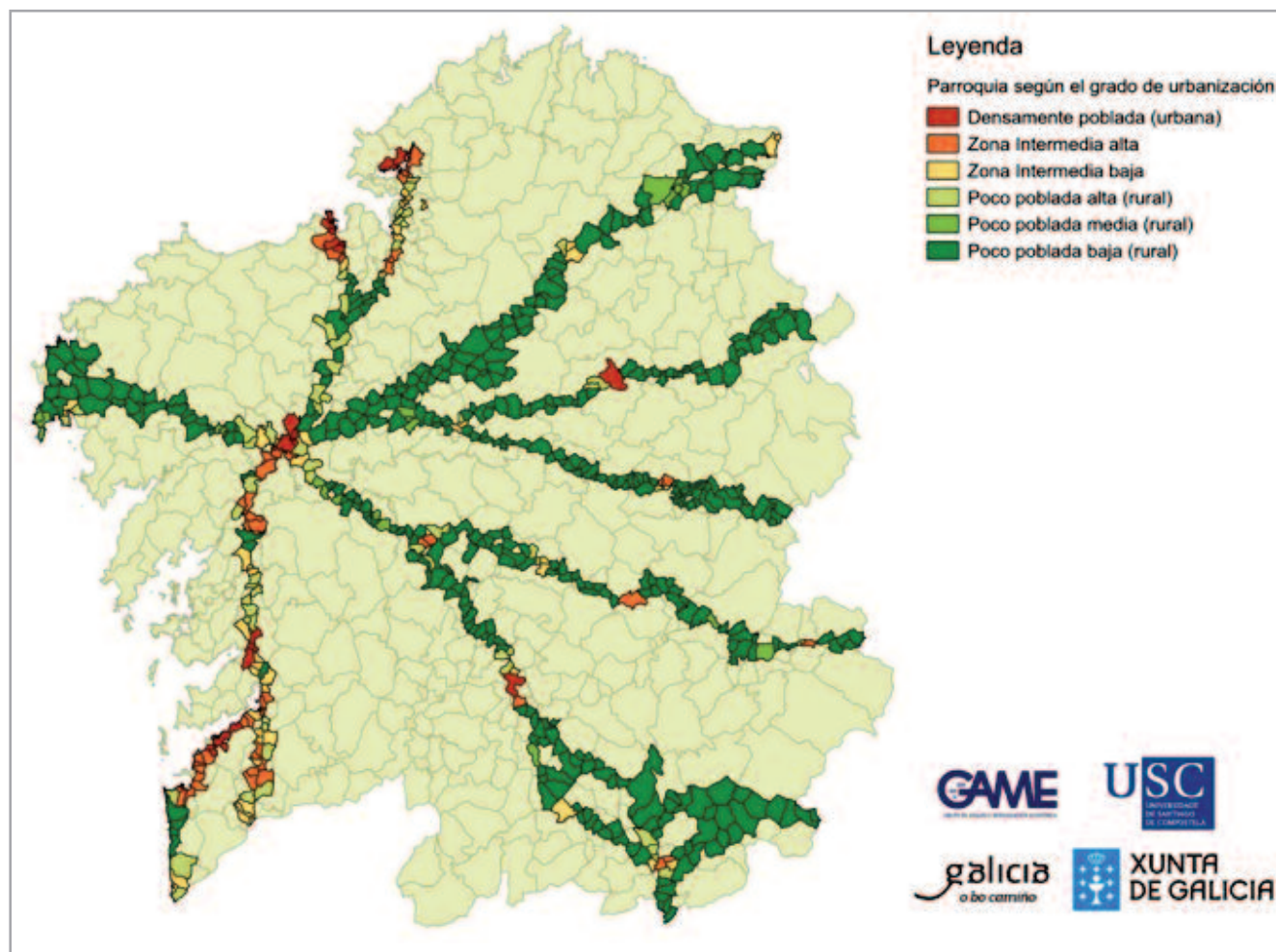
2 O gasto estimado para o total de peregrinos durante o seu percorrido por Galicia é aproximadamente o 2,3% do total do gasto realizado polos turistas. Por cada peregrino Galicia recibe aproximadamente 32 visitantes nacionais e 6 visitantes internacionais.

de comida e bebida (un 61% do seu gasto fronte ao 26% nun turista non residente) e que ademais se producen localmente (en xeral, o peregrino prefere alimentos frescos producidos no entorno a alimentos procesados de orixe externo). Ademais, o turista convencional ten un elevado gasto en transporte (aproximadamente un 23%) con limitada capacidade de arrastre sobre as economías locais. Este gasto é case nulo no caso do peregrino no seu percorrido por Galicia. Dadas as diferenzas na estancia media, o gasto medio e o multiplicador, podemos confirmar que cada peregrino supón un impacto económico equivalente a 2,3 turistas nacionais. Con todo, o seu impacto agregado é cuantitativamente modesto².

(2) O Camiño é moito máis que actividade económica, pero o seu impacto económico a escala local é moi significativo.

Nun contexto de elevadísima heteroxeneidade xeográfica (ver **mapa 1** coa clasificación das “entidades colectivas” por onde discorre o Camiño clasificadas segundo o grao de urbanización), o impacto a escala local da existencia do camiño é moi intenso tanto na dimensión puramente económica como nas dimensións social, cultural e demográfica, tanto segundo a opinión dos residentes como a información estatística dispoñible sobre a evolución do emprego e a actividade produtiva.

O Camiño é unha realidade que destaca pola súa diversidade. Contamos con camiños que supoñen aproximadamente 1.500 km de percorrido, que atravesan maioritariamente áreas rurais de moi baixa poboación (en verde escuro no mapa, e que supoñen máis do 40% do total de poboación rural), aínda que tamén contamos con percorridos importantes en áreas intermedias e áreas densamente poboadas, especialmente no caso do Camiño Portugués. Esta diversidade é unha riqueza do Camiño e abre unha posibilidade de desenvolvemento endó-



Mapa 1: O Camiño de Santiago en Galicia

xeno nunha ampla parte do territorio máis rural de Galicia con enormes dificultades de seguir a dinámica económica e demográfica da fachada atlántica.

Centrados no Camiño Francés, estimamos un modelo de impacto local a partir do gasto xerado en cada concello polos peregrinos. Para ilustrar a relevancia do impacto económico e demográfico un par de datos. A poboación equivalente vinculada ao camiño (un peregrino que pasa a noite no municipio é equivalente a 1/365 residentes) supera o 10% da poboación residente para máis da metade dos municipios do camiño Francés, sendo especialmente relevante para Triacastela, Portomarín e Pedrafita do Cebreiro onde supoñen entre un 15 e un

25% da poboación empadroadada (**gráfico 2**). En termos de renda, o consumo estimado polos peregrinos en Triacastela supón máis do 20% do seu produto interior bruto (**gráfico 3**).

(3) Elevada satisfacción da poboación residente e dos peregrinos.

Ao contrario do que pode ocorrer noutras zonas onde os visitantes poden xerar problemas de convivencia, a poboación residente está moi satisfeita cos peregrinos e co Camiño. A partir dunha enquisa sobre a percepción dos residentes, realizada en Pedrafita do Cebreiro e Melide, dous municipios que son representativos do tramo galego do Camiño Francés, os resultados mostran que os residentes perciben un impacto

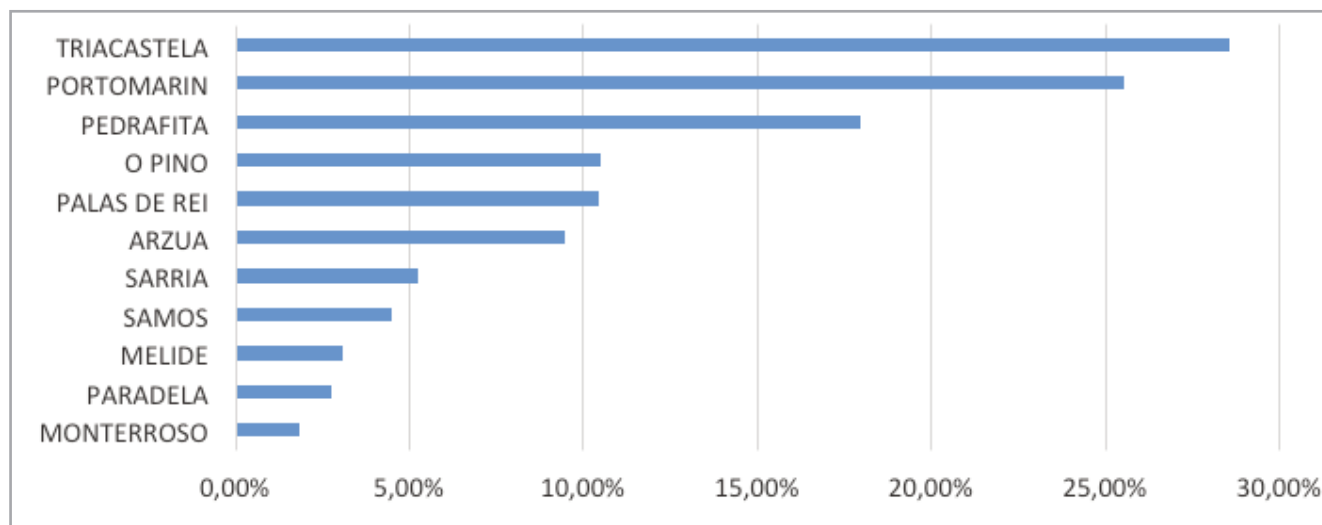


Gráfico 2- Poboación equivalente vinculada polo Camiño.

Fonte: Elaboración propia.

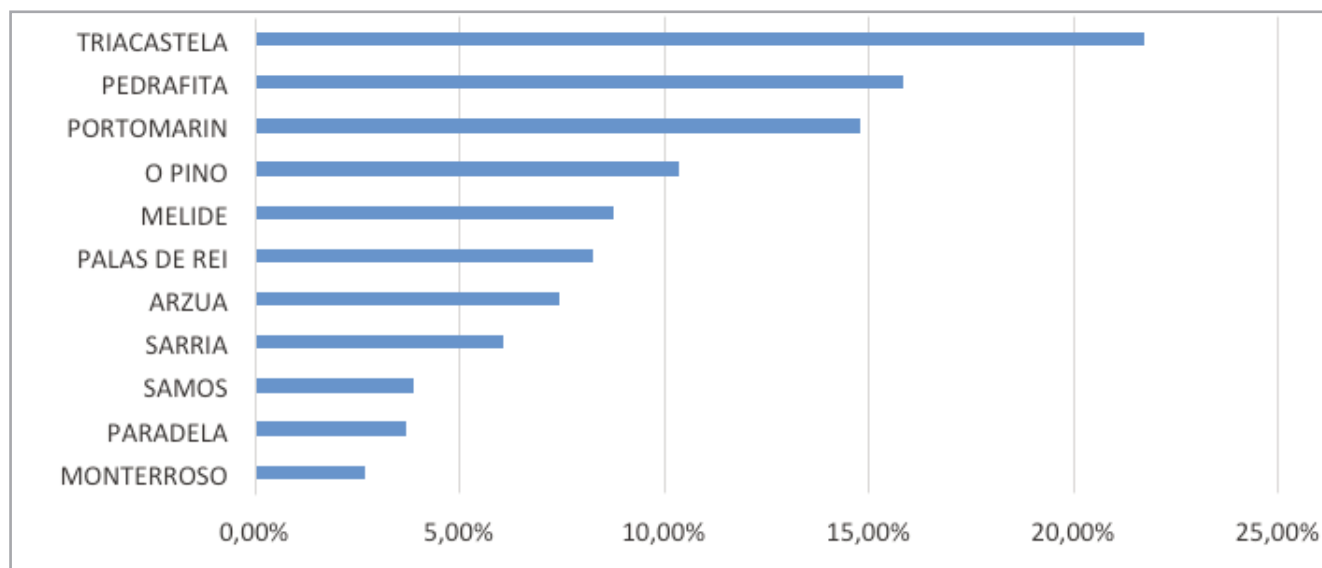


Gráfico 2- Relación entre o gasto directo do peregrino e o PIB do municipio.

Fonte: Elaboración propia.

positivo do Camiño nas distintas dimensións e teñen unha actitude favorable cara ao Camiño e os peregrinos. En particular, os residentes dos dous concellos consideran que a existencia do Camiño de Santiago e a afluencia de peregrinos xeran máis beneficios que prexuízos, e que contribuíu á prosperidade destes municipios. Hai tamén unha percepción maioritaria dun impacto positivo do Camiño en relación coa con-

servación do patrimonio cultural e ás oportunidades de intercambio cultural que ofrece. Maioritariamente, non se perciben efectos negativos sobre o medioambiente (para a xestión de residuos ou os niveis de contaminación) e tampouco perciben que exista saturación do Camiño, nin sequera nos meses de maior afluencia. Todo iso explicaría a actitude tan favorable cara ao Camiño e os peregrinos que

mostran os resultados de ambos os municipios. O Camiño non é en ningún caso un problema, máis ben pode ser a solución. De feito, a maioría dos residentes consultados considera que o Camiño si pode ser un elemento diferenciador para alcanzar un desenvolvemento socioeconómico sustentable.

Respecto a percepción dos peregrinos, en primeiro lugar, indicar que os peregrinos non se consideran así mesmo como turistas, algo que debe subliñarse e terse en conta en calquera intervención sobre o camiño. Só unha fracción moi minoritaria (4%) identifícase como tales, aínda que ben é certo que, para outros moitos, en moitos aspectos, o seu comportamento é similar ao dun visitante ou turista. Onde non hai dúbida é en afirmar que son futuros turistas e visitantes de Galicia, xa que un 83% confirma que volverá a Galicia como turista. Este dato confirma a elevada satisfacción do peregrino coa súa experiencia no Camiño. Para dous de cada tres o seu nivel de satisfacción é maior ou moito maior que o esperado e practicamente todos (98%) recomendarían facer o Camiño. Só para un 5% a experiencia supuxo un nivel de satisfacción inferior ao esperado. Repiten o camiño o 36% dos peregrinos entrevistados, volverían repetir a experiencia no mesmo camiño o 31% con seguridade e o 28% probablemente si, e pensan facer outro camiño o 53% con total seguridade e probablemente un 33% máis. Os peregrinos valoran especialmente o contorno natural, a interacción con outros peregrinos e a seguridade. Son resultados moi consistentes e que confirman a boa saúde do Camiño en relación aos seus usuarios principais, os peregrinos.

(4) Influencia positiva na sustentabilidade do medio rural.

O camiño ten tamén un papel crucial para preservar a paisaxe ou os núcleos de poboación máis rurais. En relación a este último punto, as

cifras oficiais de poboación mostran que a maior parte da Galicia interior está a sufrir unha continua perda de residentes e o Camiño non parece suficiente para investir esta dinámica. Os datos do Padrón municipal e do Censo confirman que os residentes dos municipios interiores do Camiño Francés por onde chegan a pasar anualmente entre 100.000 (nos máis afastados de Santiago) e máis de 200.000 peregrinos (nos máis próximos) diminuíron no período 2001-2016 exceptuando o municipio de Sarria, único municipio non rural do camiño Francés e inicio da peregrinación para o 27% do total de peregrinos. Pero cando preguntamos á poboación a súa percepción do ocorrido é moi diferente. Os residentes dos concellos máis pequenos e afastados das áreas urbanas teñen moi claro que o Camiño contribúe moi significativamente a manter a poboación do concello e á súa sustentabilidade. A estimación da poboación dos concellos do camiño Francés a partir das características dos seus “veciños máis próximos” (por onde non discorre o Camiño) empregando un algoritmo de *machine learning* denominado *K-nearest neighbours* confirma esta percepción. A evolución da poboación fose moito máis negativa de non existir o Camiño.

(5) O éxito actual do Camiño, é sustentable?

Fai xa bastantes anos (desde que se superou por primeira vez a cifra de 150.00 peregrinos) que se pon en dúbida a sustentabilidade do Camiño. Son moitas as organizacións que denuncian que o aumento do número de peregrinos pode supoñer a perda da identidade propia do Camiño. Efectivamente, o número de peregrinos esta aumentando constantemente e xerase dificultades de xestión para as distintas administracións implicadas. O éxito do Camiño non debe ser considerado como un problema senón como un reto que debe ser tratado coa máxima prudencia. O Camiño esta vivo e evoluciona constantemente. Na súa identidade sobresaie a

O éxito actual
do Camiño
debe ser
considerado
como un reto
que haberá
que tratar coa
máxima
prudencia

capacidade de integrar a todos. O Camiño é de todos e para todos. A prioridade debe ser asegurar a súa esencia, sen negar a participación a ninguén. O enorme potencial distributivo a escala territorial do Camiño pode e debe ser aproveitado favorecendo un crecemento equilibrado das diferentes rutas existentes.

Se atendemos a información obtida das entrevistas os peregrinos nos meses de máxima afluencia (xullo e agosto) é importante destacar que a percepción de alta afluencia é unha realidade para un amplo número de peregrinos, pero que en calquera caso non consideran que sexa un elemento que modifique a positiva valoración da súa experiencia, e tampouco a súa elección do camiño (só o 7,5% indican como motivo para elixir unha ruta específica que conte con menor afluencia de peregrinos). A percepción dunha elevada afluencia é unha variable subxectiva, que obedece a preferencias particulares e non á densidade real de camiñantes. As diferenzas entre peregrinos sobre esta cuestión en función da distancia percorrida e do tamaño do grupo en que se realiza alértanos desta realidade (a maior distancia percorrida e menor tamaño do grupo de camiñantes aumenta a percepción de saturación). Moito máis cando ao analizar as diferenzas entre distintas épocas do ano (xullo-agosto fronte outubro-novembro), observamos como esta percepción é claramente independente do número real de peregrinos e parece depender máis de cales son as súas preferencias e as súas expectativas.

Este resultado confírmase, ao calcular a capacidade de acollida real do camiño (número máximo de peregrinos que poderían realizar o percorrido de cada etapa garantindo que o fan con luz diúrna, que manteñen unha distancia mínima entre grupos e tendo en conta os condicionantes meteorolóxicos) para cada unha das etapas e para cada un dos meses. Estas cifras son moi superiores o número efectivo de peregrinos en todas as etapas, aínda que iso non im-

O Camiño vese polos residentes como unha oportunidade e parte da solución dos problemas do rural

pide que existan elevadas densidades de ocupación do camiño puntuais tanto temporal como por etapas nos meses de verán. Neste caso debemos ter en conta que en gran medida a intensidade de afluencia debese ao propio comportamento efectivo dos visitantes, xa que maioritariamente reducen as horas de camiñar só as mañás. Por último, indicar que mesmo nos momentos de maior intensidade, o camiño e a afluencia de peregrinos non son vistos como un problema pola poboación residente entrevistada.

Resumindo...

O Camiño é unha realidade que destaca pola súa diversidade que conta cun impacto económico agregado cuantitativamente modesto pero cualitativamente moi relevante e un impacto a escala local moi intenso (claramente contrastado nos concellos do Camiño Francés). A riqueza e diversidade do camiño tamén ten reflexo directo nos peregrinos que cun obxectivo común difiren na motivación, na forma en que fan o camiño, na distancia percorrida, na duración, no punto de partida, no tipo de aloxamento preferido, no gasto medio, na súa orixe ou procedencia e na utilización de novas tecnoloxías. Esta heteroxeneidade e a constatación de que os peregrinos non se identifican como turistas, deben ser consideradas como puntos de partida na xestión de esta realidade. A satisfacción coa experiencia do camiño é moi elevada tanto por parte dos peregrinos como por parte dos residentes. De feito, o Camiño vese polo residente como unha oportunidade ou parte da solución dos problemas do rural e moi maioritariamente, e de xeito persoal están contentos coa presenza de peregrinos. ■

Caminho Português de Santiago

Francisco de Calheiros

O Caminho de Santiago foi um dos principais factores da congregação europeia. Foi-o no passado como o pode ser também no presente e no futuro, na medida em que se constitui como um denominador comum da cultura ocidental, que une e aproxima populações aparentemente tão distintas, justifica as suas diferenças e estimula as suas afinidades. Por potenciar a aproximação mútua, a troca de experiências, a cooperação e a parceria é, com certeza, um meio privilegiado de promoção do desenvolvimento e de afirmação da ruralidade.

**Francisco
de Calheiros**

Presidente da
Direção I
Coordenador
ADRIL-
Assoc. de
Desenv. Rural
Integrado do Lima

Mas foquemos a atenção no Caminho Português.

Não há, de facto, um caminho português, como não há um caminho francês ou inglês. Há percursos diferentes provenientes de cada região com o destino – Santiago de Compostela, que se encontram nesta cidade ou, antes de a alcançarem, confluem e vão constituindo trajectos cada vez mais expressivos. Os quatro principais caminhos provenientes da Europa por França constituem um só trajecto a partir de Puente la Reina, na Navarra. Se considerarmos que em Portugal o principal trajecto provem de Lisboa e passa em Coimbra e Porto, ele vai recebendo contributos do interior e do litoral em Barcelos, em Ponte de Lima, em Valença,

em Redondela e em Padrón, adquirindo expressão cada vez mais significativa com a aproximação a Santiago. Ressalva-se, contudo, Trás-os-Montes e as Beiras interiores, que recorriam com mais facilidade ao caminho designado por Via de la Plata, que provem da Andaluzia e se articula no Caminho Francês pouco antes de este alcançar Santiago.

Un percorrido consolidado

A espinha dorsal da rede jacobea portuguesa (Lisboa – Coimbra – Porto – Barcelos – Ponte de Lima – Valença – Tui – Redondela – Pontevedra – Padrón – Santiago) é hoje já bem conhecida e regista uma procura crescente de

peregrinos, sendo considerada o mais importante trajecto depois do Caminho Francês. Falta, contudo, conhecer e explorar os itinerários que nele convergem – o que provinha da Beira e, por Entre-os-Rios, Penafiel, Vizela e Guimarães, chegava a Braga; o que vinha do Alto Douro e alcançava Braga por Amarante e Guimarães, os que de Basto se dirigiam a Braga ou a Chaves (via Ourense); o que, em alternativa a Barcelos, ligava Porto a Braga pela Trofa e Famalicão; a via litoral que, por Viana e Caminha, chegava a Valença; as derivações de Braga, por Ponte de Lima ou pela Portela do Homem (Geira), etc.

Varios itinerarios alternativos

Quando se faz referência a este itinerário sul-norte com as suas ramificações convergentes, como Caminho Português de Santiago, não se pretende anular, naturalmente, a existência, nem mesmo a importância de outros itinerários alternativos. A rede portuguesa de percursos jacobiteus é até muito abrangente e ramificada. Contudo, este eixo sistémico congrega em si quase todas as derivações provenientes das mais variadas regiões do país e foi, ao longo de mil anos, o recurso da maioria dos peregrinos que iniciaram em Portugal a sua viagem, como o levam a crer os relatos coevos que se conhecem e que têm vindo a ser publicados. A designação enfática de “Caminho Português” pretende apenas afirmar num contexto alargado a importância das peregrinações portuguesas a Santiago. No fundo, passa-se o mesmo com o Caminho Francês, que conhece também diferentes percursos convergentes com a aproximação a Santiago, e tem contudo uma só designação.

A saturação do Caminho Francês, principalmente no período Maio-Outubro e sem ser mesmo necessário aludir ao entusiasmo excep-



A rede portuguesa de percursos jacobiteus é até muito abrangente e ramificada.

cional dos Anos Santos Jacobiteus, tem colocado o Caminho Português como uma alternativa válida, cada vez mais procurada. E mais não é, pela circunstância dos troços sinalizados em Portugal não disporem ainda do apoio logístico necessário, não obstante a disponibilidade que as Câmaras Municipais, as corporações de Bombeiros e as Misericórdias, tão generosamente têm manifestado.

Forte demanda

O entusiasmo que crescentemente se vem registando em torno da problemática do Caminho Português de Santiago, augura, num futuro a curto prazo, uma forte demanda mas, se não estivermos preparados com uma resposta bem dimensionada, perderemos uma excelente oportunidade de colocar no mapa da Europa regiões portuguesas que têm tido pouca visibilidade e fraco recurso a outras alternativas de desenvolvimento sustentável. ■

•c•a•d•e•r•n•o•s•

CONSELLO ECONÓMICO E SOCIAL

• c • a • d • e • r • n • o • s •



C|E|S
GALICIA
Consello Económico e Social de Galicia

www.ces-galicia.org