

Asociación de Cámaras
Camino Jacobeo



Cámaras
Camino Jacobeo

ÓRGANOS RECTORES

ORGANIGRAMA



COMPOSICION JUNTA DIRECTIVA

Presidencia	CAMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO
Vicepresidencia	CAMARA DE COMERCIO DE LEÓN
Secretaría	CÁMARA DE COEMRCIO DE PONTEVEDRA
Tesorería	CÁMARA DE COMERCIO DE FERROL
Vocalías	CÁMARA DE COMERCIO DE HUESCA
	CÁMARA DE COMERCIO DE LA RIOJA
	CÁMARA DE COMERCIO DE ÁLAVA
	CÁMARA DE COMERCIO DE BURGOS
	CÁMARA DE COMERCIO DE OV IEDO
	CÁMARA DE COMERCIO DE CÁCERES
	CÁMARA DE COMERCIO DE SEVILLA
	CÁMARA DE COMERCIO DE OURENSE

COMPOSICION DE LA ASAMBLEA GENERAL

1. CAMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO
2. CAMARA DE COMERCIO DE LEÓN
3. CÁMARA DE COEMRCIO DE PONTEVEDRA
4. CÁMARA DE COMERCIO DE FERROL
5. CÁMARA DE COMERCIO DE HUESCA
6. CÁMARA DE COMERCIO DE LA RIOJA
7. CÁMARA DE COMERCIO DE ÁLAVA
8. CÁMARA DE COMERCIO DE BURGOS
9. CÁMARA DE COMERCIO DE OV IEDO
10. CÁMARA DE COMERCIO DE CÁCERES
11. CÁMARA DE COMERCIO DE SEVILLA
12. CÁMARA DE COMERCIO DE OURENSE
13. CÁMARA DE COMERCIO DE NAVARRA
14. CÁMARA DE COMERCIO DE GIJÓN
15. CÁMARA DE COMERCIO DE CANTABRIA
16. CÁMARA DE COMERCIO DE A CORUÑA
17. CÁMARA DE COMERCIO DE ASTORGA
18. CÁMARA DE COMERCIO DE AVILÉS
19. CÁMARA DE COMERCIO DE BRIVIESCA
20. CÁMARA DE COEMRCIO DE VIGO
21. CÁMARA DE COMERCIO DE PALENCIA
22. CÁMARA DE COMERCIO DE GUIPÚZCOA
23. CÁMARA DE COMERCIO DE BILBAO
24. CÁMARA DE COMERCIO DE TUI
25. CÁMARA DE COMERCIO DE LUGO
26. CÁMARA DE COMERCIO DE SALAMANCA
27. CÁMARA DE COMERCIO DE BADAJOZ
28. CÁMARA DE COMERCIO DE ZAMORA
29. CÁMARA DE COMERCIO DE VILLAGARCIA
30. CÁMARA DE COMERCIO ESPAÑOLA EN ALEMANIA
31. CÁMARA DE COMERCIO DE CÁDIZ

GRUPOS TÉCNICOS

- I. Grupo Técnico Becas y Premios**
- II. Grupo Técnico Exposiciones**
- III. Grupo Técnico Conferencias**
- IV. Grupo Técnico Participación en Ferias**
- V. Grupo Técnico Estudios y Proyectos**
- VI. Grupo Técnico Señalización**

COMPOSICIÓN DE LOS GRUPOS TÉCNICOS

GRUPO TÉCNICO BECAS Y PREMIOS

Cámara de Comercio de Ferrol
Cámara de Comercio de Santiago de Compostela
Cámara de Comercio de Villagarcía
Cámara de Comercio de Vigo
Cámara de Comercio de Cáceres

GRUPO TÉCNICO EXPOSICIONES

Cámara de Comercio de Santiago de Compostela
Cámara de Comercio de Burgos

GRUPO TÉCNICO CONFERENCIAS

Cámara de Comercio de Sevilla
Cámara de Comercio de Santiago de Compostela
Cámara de Comercio de Burgos
Cámara de Comercio de La Rioja
Cámara de Comercio de Oviedo

GRUPO TÉCNICO PARTICIPACIÓN EN FERIAS

Cámara de Comercio de Ourense
Cámara de Comercio de Santiago de Compostela
Cámara de Comercio de Cantabria
Cámara de Comercio de Pontevedra
Cámara de Comercio de Salamanca
Cámara de Comercio de A Coruña
Cámara de Comercio de Avilés

GRUPO TÉCNICO ESTUDIOS Y PROYECTOS

Cámara de Comercio de Gijón
Cámara de Comercio de Santiago de Compostela
Cámara de Comercio de Burgos
Cámara de Comercio de Brivesca
Cámara de Comercio de Ourense
Cámara de Comercio de Huesca
Cámara de Comercio de Oviedo

GRUPO TÉCNICO SEÑALIZACIÓN

Cámara de Comercio de León
Cámara de Comercio de Santiago de Compostela
Cámara de Comercio de Tuy
Cámara de Comercio de Brivesca
Cámara de Comercio de Huesca

SESIONES DE LA JUNTA DIRECTIVA 2007

SESIÓN ORDINARIA 16/03/2007 (Cámara de Comercio de Santiago de Compostela)

Orden del día:

1. Lectura y aprobación, si procede del acta de la sesión anterior
2. Estado de tesorería
3. Formulación de cuentas
4. Plan de actividades 2007 y su financiación
5. Designación de comisiones de trabajo

SESIÓN ORDINARIA 19/06/2007 (Cámara de Comercio de Sevilla)

Orden del día:

1. Lectura y aprobación, si procede del acta de la sesión anterior
2. Informe de tesorería y situación económica
3. Estado de ejecución de acuerdos adoptados
4. Propuesta: facultar al Presidente para la presentación y suscripción de los acuerdos adoptados
5. Informes y propuestas de los grupos de trabajo
6. Ruegos y preguntas

SESIÓN ORDINARIA D15/10/2007 (Cámara de Comercio de Bilbao)

Orden del día:

1. Lectura y aprobación, si procede del acta de la sesión anterior
2. Informe de tesorería y situación económica
3. Informes grupos de trabajo: actividades 2007
4. Designación Jurado premio de investigación caminos jacobeos
5. Plan de actividades 2008 y su financiación
6. Ruegos y preguntas

SESIONES DE LA ASAMBLEA GENERAL 2007

SESIÓN EXTRAORDINARIA 16/03/2007(Cámara de Comercio de Santiago de Compostela)

Orden del día:

1. Modificación estatutaria: acuerdos a adoptar
2. Renovación de la Junta Directiva

SESIÓN ORDINARIA 16/03/2007(Cámara de Comercio de Santiago de Compostela)

Orden del día:

1. Lectura y aprobación, si procede del acta de la sesión anterior
2. Presentación de cuentas últimos ejercicios: acuerdos a adoptar
3. Presupuestos 2007: acuerdos a adoptar
4. Propuesta plan de actividades 2007: acuerdos a adoptar
5. Propuesta de acuerdo marco y convenio anual con la Dirección Xeral de turismo de la Xunta de Galicia y la S.A. de Xestión do Plan Xacobeo. Acuerdos a adoptar.
6. Fijación de cuotas 2007
7. Ruegos y preguntas

SESIÓN ORDINARIA 19/06/2007 (Cámara de Comercio de Sevilla)

Orden del día:

1. Lectura y aprobación, si procede del acta de la sesión anterior
2. Informe de tesorería y situación económica
3. Propuesta: facultar al Presidente para la representación y suscripción de los acuerdos adoptados
4. Informes y propuestas de grupos de trabajo
5. Ruegos y preguntas

SESIÓN EXTRAORDINARIA 15/10/2007 (Cámara de Comercio de Bilbao)

Orden del día:

1. Lectura y aprobación, si procede del acta de la sesión anterior
2. Solicitud de nuevas incorporaciones
3. Informe de tesorería y situación económica
4. Informe Grupos de Trabajo: actividades 2007
5. Propuesta Plan de actividades 2008: acuerdos a adoptar
6. Presupuesto 2008: acuerdos a adoptar
7. Ruegos y preguntas

CONVENIOS DE COLABORACIÓN Y CONTRATOS ENTRE LA ASOCIACIÓN DE CÁMARAS DE COMERCIO DE LOS CAMINOS JACOBEOS Y DISTINTOS ORGANISMOS.

▪ CONVENIO DE COLABORACIÓN ENTRE LA ASOCIACIÓN DE CÁMARAS DE LOS CAMINOS JACOBEOS Y LA S.A. DE XESTIÓN DO PLAN XACOBEO

El 16 de marzo de 2007, el presidente de la Asociación, **Jesús Asorey**, firmó un convenio con el conselleiro de Innovación e Industria, **Fernando Blanco**, como presidente de la S.A. de Xestión do Plan Xacobeo, por el que los dos organismos se comprometían a trabajar conjuntamente durante el 2007 en acciones que promuevan el desarrollo empresarial y turístico de los caminos. Así, se trabajaría en un proyecto de plan de dinamización socioeconómico de los caminos de Santiago, en la organización de exposiciones y conferencias.

Además, la Asociación quería trabajar también en la mejora de la señalización de los caminos, en el impulso a las becas de investigación y en la participación en diferentes ferias, por lo que se buscarían otras vías de financiación.

.

.

ACTIVIDADES:

- **CONFERENCIAS Y EXPOSICIONES**

A) CONFERENCIAS:

A-1) “LOS PEREGRINOS JACOBEO. SANTIAGO Y EUROPA”
“EL CAMINO DE SANTIAGO COMO RUTA TURISTICA OCULTA”
“LA VIA DE LA PLATA. ANDALUCIA OCCIDENTAL Y EL CAMINO DE SANTIAGO”
LUGAR: Cámara de Comercio de Sevilla
FECHA: 19 de junio de 2007
PONENTES: D. Francisco Singul – D. Manuel F. Rodríguez –
D. Manuel Marchena

A-2) “LOS PEREGRINOS JACOBEO. SANTIAGO Y EUROPA”
“EL CAMINO DE SANTIAGO COMO RUTA TURISTICA OCULTA”
LUGAR: Monasterio de la Victoria, en el Puerto de Santa María (Cádiz)
FECHA: 13 de agosto de 2007
PONENTES: D. Francisco Singul – D. Manuel F. Rodríguez

A-3) “LOS PEREGRINOS JACOBEO. SANTIAGO Y EUROPA”
“EL CAMINO DE SANTIAGO COMO RUTA TURISTICA OCULTA”
LUGAR: Cámara de Comercio de Cáceres
FECHA: 20 de septiembre de 2007
PONENTES: D. Francisco Singul – D. Manuel F. Rodríguez

A-4) “LA PEREGRINACION JACOBEO. SANTIAGO Y EUROPA”
“CAMINOS Y PEREGRINOS A SANTIAGO EN EL SIGLO XXI”
LUGAR: Cámara de Comercio de Burgos
FECHA: 18 y 25 de octubre de 2007
PONENTES: D. Ovidio Campo – D. Francisco Singul

A-5) “LA PEREGRINACION JACOBES. SANTIAGO Y EUROPA”
LUGAR: Cámara de Comercio de León
FECHA: 14 de noviembre de 2007
PONENTES: D. Francisco Singul

B) EXPOSICIONES

B-1) "EXPOSICIÓN EN CAMINO"
FECHA: Del 19 de junio al 25 de julio de 2007
LUGAR: Cámara de Comercio de Sevilla

B-2) "EXPOSICIÓN EN CAMINO"
FECHA: Del 10 al 29 de julio de 2007
LUGAR: Recinto Ferial de FIMO, en Ferrol
VISITANTES: El número de asistentes a la Feria, alrededor 25.000

B-3) "EXPOSICIÓN EN CAMINO"
FECHA: Del 2 al 28 de agosto de 2007
LUGAR: Monasterio de la Victoria, el Puerto de Santa María (Cádiz)
VISITANTES: 1.100

B-4) "EXPOSICIÓN EN CAMINO"
FECHA: Del 6 al 26 de septiembre de 2007
LUGAR: Cámara de Comercio e Industria de Cáceres
VISITANTES: 800

B-5) "EXPOSICIÓN EN CAMINO"
FECHA: Del 3 al 27 de octubre de 2007
LUGAR: Sala de Exposiciones, Casa Cultura de Gamonal (Burgos)
VISITANTES: 2.000

B-6) "EXPOSICIÓN EN CAMINO"
FECHA: Del 7 al 28 de noviembre
LUGAR: Sala de Exposiciones, Casa de las Carnicerías (León)
VISITANTES: 420

- **BECAS Y PREMIOS**

En el mes de septiembre, la Asociación de Cámaras convocaba 6 becas de investigación, una por cada camino representado en ella: **Camino Francés, Camino Portugués, Camino del Norte, Camino Primitivo, Vía de la Plata y Camino Inglés**. Esta última beca quedó desierta al no presentarse ninguna propuesta. La dotación económica fue de 3.000 euros/beca, y optaron a ellas profesores, estudiantes de tercer ciclo, licenciados y diplomados.

Se presentaron **17 PROPOSTAS**. Los trabajos definitivos deberán ser entregados, según las bases de la convocatoria pública, **antes del 15 de mayo** del año 2008.

El premio de investigación para el mejor trabajo monográfico y con una dotación económica de 4.500 euros fue para **María José Andrade** y su trabajo *Rutas Xacobeas*, sobre el camino francés.

El jurado señaló que el trabajo galardonado aporta un análisis que refleja los problemas estructurales en las zonas rurales y el hecho de que **“és precisamente el turismo basado en el Camino el que define una nueva ruralidad”**.

PATROCINADORES

Esta iniciativa fue posible gracias a la colaboración de las siguientes entidades:

- Banco Espiritu Santo
- Caixa Galicia
- Caixanova
- Cámara de Comercio de Huesca

➤ CAMINO FRANCÉS

Becario: Alberto Gómez García (Jaca, Huesca)

Propuesta: “La hospitalidad y solidaridad jacobea. La asistencia y el auxilio a peregrinos y necesitados en la ruta aragonesa”

Perfil del becario: Alberto Gómez García es licenciado en Historia, miembro fundador y vocal de la junta directiva de la Associació Catalana per la Recerca en Arqueologia Medieval y colaborador habitual de la Asociación de Amigos del Camino de Santiago de Jaca.

Descripción de la propuesta: Está basada en un estudio histórico que pretende analizar la experiencia centenaria de los antepasados, en el contexto de la asistencia y de la hospitalidad jacobea. Pretende obtener pautas, modelos y métodos de actuación que aún hoy pueden ser útiles en el diseño de la reactivación del fenómeno de las peregrinaciones.

El autor pretende ofrecer un instrumento de reflexión, inspiración y guía para los que se encuentren inmersos en la tarea de recuperar los Caminos de Santiago.

Los intereses social y económico se unen al objetivo de conocer y hacer comprender los mecanismos y el funcionamiento de la solidaridad de los antepasados, así como los elementos patrimoniales generados por ellos.

El jurado valoró: El currículum, el expediente investigador, el proyecto, el método de trabajo propuesto y el beneficio para el Camino.

➤ CAMIÑO PORTUGUÉS

Becaria: Luz Fernández Garrido (Santiago de Compostela)

Propuesta: “El Camino Portugués. La gran vía histórica entre Galicia y Portugal. La cultura enológica en el camino portugués. Culto, tradición y leyendas”.

Perfil de la becaria: Luz Fernández Garrido es licenciada en Historia del Arte y, en la actualidad, se dedica a gestionar las visitas a las cubiertas de la Catedral de Santiago. Además es intérprete del patrimonio histórico-artístico y museo de la basílica.

Descripción de la propuesta: El trabajo de investigación versará sobre el camino portugués y se centrará en la cultura enológica, como tema jacobeo destacado e influyente en la historia de la vía lusitana.

Los objetivos son estudiar en profundidad el origen, desarrollo e influencia del vino en el camino luso; conservar, promocionar y difundir las tradiciones vinícolas en el camino portugués; poner al descubierto un patrimonio cultural, de notable singularidad, poco conocido pero de gran relevancia para la zona; así como provocar y estimular sensaciones intelectuales afectivas y estéticas; fidelizar al peregrino e implicar a la población local en los recursos directos e indirectos que genera el Camino.

El jurado valoró: Esta propuesta se adapta perfectamente a las pretensiones de la Asociación de fomentar los aspectos económicos y sociales de las diferentes rutas por su importancia y, sobre todo, por las empresas ubicadas en las mismas.

➤ CAMINO DEL NORTE

Becario: Andrés Romero Trillo (Fisterra)

Propuesta: “El Camino del Norte, la peregrinación de la fachada cantábrica y su relación con las vías del ferrocarril”

Perfil del becario: Andrés Romero Trillo es licenciado en Historia del Arte y trabaja en Santiago como educador de patrimonio.

Descripción de la propuesta: Tiene por objeto crear sinergias entre los peregrinos que viajan por intereses religiosos, culturales y los que tienen otras motivaciones, como el contacto con la naturaleza, a través de las vías de hierro.

El estudio se centra en la reutilización de vías de ferrocarril en desuso; impulsar el conocimiento y mayor desarrollo de los trenes turísticos; potenciar los recorridos ferroviarios de trenes actuales

que circulen cerca del camino del norte; recuperar antiguas estaciones en desuso con fines lúdico-recreativos; y poner en valor el potencial ecológico de la zona, creando ecomuseos y centros de interpretación de la naturaleza. Se trata de crear una fuente de ocio y turismo, es decir, de riqueza.

El jurado valoró: La originalidad del trabajo y que esté destinado únicamente al Camino del Norte. Además, se valoraron positivamente la idea de asociar las vías del tren, construídas en la época industrial y, actualmente, en proceso de abandono, con los senderos del Camino del Norte que corren paralelos a las vías. Desta manera, se podrá impulsar el turismo y la conservación de la naturaleza de la zona.

► CAMINO PRIMITIVO

Becaria: Patricia Cupeiro López (Ferrol)

Propuesta: “Patrimonio y turismo. La intervención arquitectónica en el patrimonio cultural a través del programa de paradores nacionales en las diversas rutas jacobeanas”.

Perfil de la Becaria: Patricia Cupeiro López es licenciada en Historia del Arte. En la actualidad realiza estudios sobre gestión de proyectos culturales.

Descripción de la propuesta: Estudio del reaprovechamiento de edificios históricos de la categoría del Hostal de los Reyes Católicos (antiguo hospital de peregrinos) y las transformaciones que sufrieron, con idea de analizar el proceso que experimentaron estos inmuebles, desde que son escogidos para este fin hasta que se lleva a cabo el proyecto de rehabilitación. Igualmente, se quieren observar los efectos de las actividades turísticas en el patrimonio arquitectónico, así como estudiar la influencia que tuvo esta iniciativa nacional en otros países.

El jurado valoró: Para el jurado este proyecto reúne los requisitos de idoneidad exigidos en la convocatoria, a la vez que pretende analizar el patrimonio cultural del Camino Primitivo. Instalar en la ruta establecimientos hoteleros como los paradores de turismo tiene un gran interés para fomentar el turismo de calidad y para la conservación del patrimonio cultural del Camino.

► VÍA DE LA PLATA

Becario: José Manuel Pérez Pintor (Cáceres)

Propuesta: “El Camino Jacobeano de la Ruta de la Plata: caracterización, estructura y potencialidades socio-económicas”

Perfil del Becario: José Manuel Pérez es licenciado en Geografía y Ordenación del Territorio y, en la actualidad, realiza tareas de investigación.

Descripción de la propuesta: El trabajo pretende ayudar a seleccionar las acciones sinérgicas y distinguirlas de las accesorias con el objetivo de lograr la eficiencia sobre la eficacia. Fundamental para este trabajo es que participen todos los agentes sociales que interactúan en el territorio de este camino jacobeano.

- **FERIAS**

Se pretende aprovechar la celebración de las Ferias y Exposiciones que se organizan en las diferentes ciudades en las que las Cámaras están presentes (como pueden ser las Ferias de Turismo) para divulgar y publicitar las Rutas Jacobeas, mediante la participación de la Asociación en dichos eventos u otros en los que pueda interesar su presencia.

GESTIONES REALIZADAS EN 2007: Se recaba información de todas las Cámaras asociadas sobre las Ferias que se celebran en la demarcación de su Cámara (tipo de feria, fechas, lugar, datos técnicos, etc.) . Por otra parte, se pretende que el coste para la Asociación sea el mínimo posible, por lo que se solicitó también información sobre la posibilidad de que cada Cámara pudiese firmar un convenio con los diversos recintos feriales cediendo un espacio ya fuese de forma gratuita o a un bajo coste. Se obtuvo respuesta de prácticamente todas las Cámaras y con un alto porcentaje de posibilidades de contar con un stand gratuito o cedido por la propia Cámara. Con dicha información, y una vez seleccionadas las Ferias, se confecciona una relación de eventos en los cuales sería interesante, para los fines de la Asociación, estar presentes. Dicha relación con sus respectivos datos, figuraban en la documentación entregada en la Asamblea celebrada en Sevilla el paso 19 de junio, que se concretan en:

	Ferias
Ruta de la Plata	15
Camino Portugués	4
Camino Primitivo	2
Camino Inglés	1
Camino Francés	5
Camino Norte	6
TOTAL	33

SOLICITUD DE SUBVENCIÓN: Ante la necesidad de financiación para confeccionar el material promocional necesario para la participación en las Ferias, se elaboró la documentación, memoria explicativa de las actividades y presupuesto estimado, para la solicitud de una subvención, al amparo de la Orden 27/03/2007, de la Consellería de Cultura y Deportes de la Xunta de Galicia, para elaboración de material promocional, por un importe de 16.150 €. Dicha solicitud se presentó en la Xunta en el mes de mayo. El 3 de agosto, tiene entrada en el registro de la Asociación la resolución de la Consellería de Cultura y Deportes de la Xunta de Galicia denegándose la subvención solicitada, "por no ser considerada por la Comisión de Valoración, prioritaria para la protección o promoción del Camino de Santiago".

Al fallarnos esta vía de financiación y, ante la necesidad de contar con material promocional, tanto de la Asociación como de los Caminos, para poder desarrollar esta actividad, la Cámara de Santiago presenta y solicita del Xacobeo unos bocetos de material promocional (carteles, banderolas, displays, y folletos) de la Asociación, así como aplicaciones en papelería (tarjetas, sobres, folios) con el fin de que nos los editen.

- **SEÑALIZACIÓN**

Reunión preparatoria: 17/09/2007 en los locales de la Cámara de Comercio de Santiago de Compostela.

Se examina la documentación relativa a la señalización de los caminos y se constata que algunos tramos están bien señalizados y en otros no existe ni señalización, ni siquiera trazado.

Por lo que, teniendo en cuenta la entidad y amplitud territorial, se consideró conveniente adaptar acciones conducentes a la concienciación de la necesidad de la señalización.

Por lo cual se propone como una de las acciones a realizar, la referida a que la dotación de becas y premios de investigación se canalice para favorecer la señalización, por lo que, la propuesta es que conjuntamente con el Grupo de Becas y Premios se favorezca la señalización.

- **PLAN DE DINAMIZACIÓN SOCIOECONÓMICA**

La Asociación de Cámaras de Caminos Jacobeos, que engloba a las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación del ámbito geográfico por el que discurren los itinerarios de peregrinación conocidos como el “Camino de Santiago”, ha encargado la realización de un estudio a la consultora **Eutas** que tenga como objetivo la elaboración de un **Plan de Dinamización Socioeconómica** de los seis espacios o rutas jacobeanas que son el Camino Francés, del Norte, el Portugués, el conocido como Vía de la Plata, el Inglés y el Primitivo.

El marco geográfico del proyecto por tanto, incluye un espacio importante de la geografía española, desde los límites fronterizos hasta su llegada a Santiago estamos hablando de 363 municipios implicados directamente en las rutas jacobeanas. La población de dichos municipios alcanza la cifra de 5.516.692 de habitantes que viven en los entornos por los que discurren los Caminos de Santiago.

Dicho espacio geográfico es, en todas sus variantes o rutas, especialmente rico en cuanto a valores patrimoniales, naturales y paisajísticos. Mención aparte de la riqueza cultural de las tierras por las que discurre. Por tanto, el producto Camino de Santiago en su conjunto afecta a una buena parte de la geografía española e incluye a diferentes Comunidades Autónomas con mayor o menor presencia en las diferentes rutas; Galicia, Castilla y León, Navarra, La Rioja, Aragón, Extremadura, Andalucía, País Vasco, Cantabria y Asturias.

Respecto a la capacidad turística de dichos espacios territoriales, la cuantificación de la oferta ha prestado especial atención a los recursos básicos dirigidos al visitante. Entre éstos, el alojamiento, la hostelería y el comercio, junto a los de atención turística han sido los más destacados.

Así, existe una dotación elevada de albergues, públicos o privados; 400 contabilizados. La mayor parte son albergues públicos de gestión pública, si bien también encontramos algunos cedidos a la gestión privada y privados de reciente incorporación. Proporcionalmente esto es más significativo en el caso del Camino Francés que goza de una mayor dotación (un albergue cada 4,5 Km), seguido de la Vía de la Plata (un albergue cada 10,4 Km). El Camino Inglés cuenta con 5 albergues en su más corto recorrido, si bien la tasa de kilómetros y albergues resulta la más baja disponiendo los peregrinos de uno cada 14,9 Km.

En cuanto a otro tipo de oferta en alojamiento, se han contabilizado 126 campings, 852 casas rurales, 966 pensiones, 468 hostales y 1.242 hoteles entre otros tipos de alojamientos turísticos.

Uno de los aspectos fundamentales a la hora de analizar los recursos turísticos de los entornos de los Caminos de Santiago son las oficinas de atención al visitante u oficinas turísticas. Los diferentes municipios que pertenecen a los caminos albergan 163 oficinas. Siendo las más numerosas las del Camino del Norte, debido a que atraviesa localidades con mayor tamaño poblacional y un perfil más turístico.

Respecto a la hostelería, los entornos analizados contienen 45.044 actividades hosteleras, bares, cafeterías y restaurantes. Y junto a éstos, se han contemplado 86.754 actividades comerciales minoristas.

Por otra parte, la Consultora ha realizado durante los meses de julio y agosto de 2007 una **encuesta a los peregrinos** de los diferentes Caminos para conocer aspectos de interés, el motivo y las características de la experiencia – días de duración, etapas, forma de realizarlo, tramo y ruta elegida, etc.-, y especialmente, el grado de utilización de los servicios que los municipios de las rutas les ofrecen y la valoración de sus necesidades y de la experiencia, en general.

Los 1.925 entrevistados en diversos puntos – provincias y Caminos- se identifican en su mayoría con el concepto **peregrino** (el 76,6%). También un 23% de los entrevistados se siente

más próximo al concepto de **deportista**. Por otro lado, también un 20,3% se identifica con el término **turista** y un 14,9% con el de **aventurero**.

El peregrino del Camino de Santiago es fiel a la experiencia que califica en su gran mayoría de muy satisfactoria. Algo más de uno de cada tres (el 37,7%) de los entrevistados ya conocía de antemano la experiencia y estaban repitiendo destino. Entre estos últimos, la mayor parte había realizado anteriormente otra ruta diferente a la del momento de la entrevista. El Camino de Santiago es conocido "de siempre" por una buena parte de los peregrinos (el 35,6%), pero el factor de conocimiento y comunicación más importante es la experiencia relatada por otros peregrinos. La importancia en su difusión de Internet y las campañas publicitarias también obtienen resultados importantes.

Los peregrinos eligen esta experiencia en su mayor parte por la **espiritualidad del viaje** (45,7%). Junto a este aspecto tan característico, nos son pocos los que destacan como factores decisivos el **paisaje** y la **naturaleza** y la posibilidad de **practicar deportes**.

Cerca de la mitad de los peregrinos consultados no ha echado de menos ningún servicio en especial, expresando así su grado de satisfacción. Aquellos que han destacado algo se han centrado principalmente en servicios relacionados con la red de albergues, como más plazas o mejores instalaciones, mejores servicios sanitarios o mejoras en el camino y sus infraestructuras viales como la señalizaciones, la seguridad para el caminante respecto al tráfico rodado, etc. En cuanto a la satisfacción de los peregrinos con la oferta de servicios que ha encontrado a lo largo de las diferentes provincias que conforman las rutas jacobeanas, destacan positivamente; Huesca, Zaragoza, Navarra, Badajoz, Cáceres y Salamanca. Le siguen a cierta distancia; Lugo, A Coruña y La Rioja y Zamora.

Algo más de cuatro de cada diez entrevistados dice que se ha tomado o piensa tomarse un día libre, de éstos, buena parte de serán al final del Camino, es decir en Santiago de Compostela, aunque también hay un buen número que lo hace entre etapas (24,3%) o al final de su viaje (22,1%), no siempre coincidente con la ciudad compostelana. En dicho día libre los visitantes eligen realizar visitas turísticas a los monumentos destacados (65,7%), pasear por los cascos urbanos (60,4%) o el entorno (34,4%).

La consultora ha realizado también un sondeo por medio de **encuesta a 1.200 personas** que proporciona algunos aspectos importantes respecto a potenciales visitantes o peregrinos. Del total de la población entrevistada, el 71,9% ha señalado conocer el Camino de Santiago. Sin embargo, no todos los caminos o rutas jacobeanas existentes son conocidos por igual. El Camino francés es conocido o le suena a la mayoría de la población entrevistada. A partir de ahí, el grado de conocimiento de los diferentes caminos disminuye significativamente, siendo el menos conocido es el Camino Inglés. De ahí la importancia de informar y promocionar la totalidad de las rutas jacobeanas.

La población ha sido permeable a la publicidad ya que el 53,2% de los entrevistados señala que ha visto publicidad del Camino de Santiago, durante el pasado año. Las acciones publicitarias deben incidir también en los aspectos que para la población en general han tenido mayor relevancia y parecen motivar una experiencia de estas características; la importancia de los parajes por los que transcurren y el paisaje y la naturaleza.

El 80,6% de los entrevistados considera que sería conveniente proporcionar más información de los entornos, los pueblos y ciudades por donde pasan las rutas jacobeanas. Asimismo, les parece en general positivo promocionar los diferentes Caminos como un producto turístico único. Y los únicos reparos en este sentido son que pierda su carácter especial y su halo de espiritualidad debido a la masificación del producto.

Con estos datos, el **Plan de Dinamización** aboga por la creación de un sistema de dinamización de la actividad económica y turística de los diferentes entornos por los que discurre el camino de Santiago. El plan establece tres **líneas estratégicas básicas** con sus acciones y objetivos que van dirigidas a la gestión integral del proyecto, al posicionamiento de la imagen del producto en nuevos nichos, y al desarrollo del tejido empresarial ligado a la prestación de servicios al peregrino o visitante.

La gestión integral expone el modelo de participación de los organismos implicados y las responsabilidades. El posicionamiento del producto pasa en primer lugar por su definición,

abriendo el producto Camino de Santiago a otros tipos de visitantes, insistiendo en las diferentes formas de realizar el Camino y las diferentes rutas existentes. El posicionamiento incide en la necesidad de elaborar un catálogo de los recursos disponibles en las seis rutas, haciendo hincapié en los establecimientos de hostelería, alojamiento, etc que sean de interés para el potencial visitante. El Plan señala la conveniencia de elaborar una plataforma web de los seis entornos a través de las diferentes comunidades autónomas por las que transcurren para integrar a las empresas que dan servicios al peregrino y visitante e informar del patrimonio cultural y de los recursos paisajísticos y naturales.

La comunicación es otro de los aspectos destacados del plan, tanto comunicación interna a las empresas y organismos que forman parte del proyecto, como a los medios y agentes de la actividad turística. Asimismo, la eficacia de las acciones publicitarias ha sido positiva por tanto es conveniente diseñar y lanzar una campaña de comunicación.

Las alianzas con otros operadores turísticos vinculados a otro tipo de turista o visitante pueden contribuir a aumentar el posicionamiento del producto en otro perfil de la demanda. En este caso, iniciativas para llegar a acuerdos con los paradores de turismo, que se sitúan en puntos estratégicos de diferentes rutas jacobinas, puede contribuir en gran medida a ello.

Por último, teniendo en cuenta que uno de los objetivos es potenciar el tejido empresarial de los entornos, mejorando así los servicios para los visitantes, a la vez que revirtiendo en la mejora de su competitividad, el plan establece la necesidad de crear diferentes productos en función de los sectores afectados. Así nombra la creación de un sello de atención al peregrino para la hostelería y los alojamientos o un sistema de transporte y consigna de las compras realizadas por los visitantes, no tan frecuentes actualmente por la imposibilidad de transportar más carga.

La información sobre recursos al visitante in situ es otro de los aspectos que destaca el plan, para lo que considera oportuno crear una red de información turística telemática mediante la incorporación de mobiliario urbano con pantalla táctil en diferentes puntos de los Caminos de Santiago. Estos elementos contribuirían igualmente a proporcionar una imagen conjunta a las seis rutas jacobinas integradas.

El Plan de Dinamización podrá completarse en un futuro cercano ya que la Asociación de Cámaras de Comercio de los Caminos de Santiago tiene previsto analizar durante el 2008, la situación y características del empresariado adscrito a las rutas Jacobinas.