

LA SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA Y SOCIAL DEL CAMINO DE SANTIAGO FRANCÉS



Asociación de Municipios
del Camino de Santiago



GOBIERNO
DE ESPAÑA



MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO



Elaborado por Abay Analistas

Equipo de trabajo:

Pablo Soria Lavara
M^a Isabel Martínez Martín
Gema de Cabo Serrano
Rosa Santero Sánchez (Universidad Rey Juan Carlos)

Este informe ha sido elaborado por Abay Analistas. Los hallazgos, análisis y conclusiones presentados se basan en la información disponible (obtenida de fuentes públicas y/o de otras investigaciones citadas en el informe, consideradas precisas y fiables) y en las metodologías aplicadas durante el proceso de investigación. Ni Abay Analistas ni las personas de su equipo que han realizado este informe serán responsables de la interpretación que se haga de la información contenida en el presente documento, así como tampoco de ninguna consecuencia de la toma de decisiones de ningún tipo sobre la base de la información contenida en el presente informe.



Asociación de Municipios
del Camino de Santiago



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

ÍNDICE

| | |
|---|-----------|
| 0. INTRODUCCIÓN..... | 4 |
| 1. EL CAMINO DE SANTIAGO FRANCÉS EN EL MARCO DEL DESARROLLO SOSTENIBLE..... | 7 |
| Introducción..... | 8 |
| 1. Dimensiones del camino | 8 |
| 2. El camino de santiago francés en cifras | 10 |
| 3. El camino de santiago francés y la sostenibilidad local. Una relación bidireccional | 14 |
| 4. Marco estratégico y normativo del camino de santiago francés | 18 |
| 2. PERFILES SOCIOECONÓMICOS DE LOS MUNICIPIOS DEL CAMINO DE SANTIAGO FRANCÉS. UNA APROXIMACIÓN TERRITORIAL | 21 |
| 1. Metodología para una aproximación cuantitativa a los municipios del csf | 22 |
| 2. Principales perfiles de los municipios del camino | 23 |
| Clúster 1. Nodos Estructurales | 25 |
| Clúster 2. Municipios industriales, en transformación y con desafíos demográficos moderados | 29 |
| Clúster 3. Municipios rurales funcionales con fragilidades | 32 |
| Clúster 4. Municipios rurales con demografía adversa que amenaza su funcionalidad a medio-largo plazo..... | 35 |
| 3. LA SOSTENIBILIDAD DE LOS MUNICIPIOS DEL CAMINO DE SANTIAGO FRANCÉS DESDE EL PUNTO DE VISTA DE ACTORES CLAVE | 38 |
| 1. Elementos diferenciales del camino de santiago francés | 40 |
| Sentimiento de identidad y pertenencia..... | 40 |
| Hospitalidad y atención al peregrino | 41 |
| Contribución a la preservación del patrimonio y del entorno rural..... | 41 |
| Modelo de desarrollo territorial distribuido | 42 |
| Referencia como vía de peregrinación | 42 |
| 2. Sostenibilidad socioeconómica en los municipios del camino de santiago francés..... | 43 |
| Relevo generacional y emprendimiento en el CSF..... | 43 |
| Cambio en la forma de recorrer el Camino y sus implicaciones locales | 47 |
| Implicación institucional | 48 |
| 4. DAFO SOBRE LA SOSTENIBILIDAD SOCIOECONÓMICA DE LOS MUNICIPIOS DEL CSF | 52 |
| 5. PUNTOS CLAVE Y RECOMENDACIONES | 62 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 67 |
| ANEXO 1. ANÁLISIS DE EXPERIENCIAS ANÁLOGAS | 70 |
| ANEXO 2. METODOLOGÍA DEL ANÁLISIS CUANTITATIVO..... | 73 |
| LISTA DE GRÁFICOS..... | 75 |
| LISTA DE TABLAS | 75 |



0.

Introducción



Asociación de Municipios
del Camino de Santiago



El Camino de Santiago Francés (CSF) es más que una ruta de peregrinación. Constituye una realidad histórica compleja, cuyo significado sigue proyectándose en el presente. A lo largo del tiempo, se ha tejido una red territorial y cultural que conecta municipios y personas, generando espacios de encuentro, tránsito y transformación. Para los pueblos que atraviesa, el CSF representa una fuente de identidad colectiva y de generación de vínculos sociales. El Camino forma parte del día a día de quienes lo habitan, no como un vestigio del pasado, sino como una realidad viva que condiciona, estimula y transforma la vida local.

Este vínculo entre **territorio y Camino** adquiere una **relevancia especial en un contexto como el actual, en el que los municipios rurales afrontan importantes desafíos sociales, económicos y demográficos** (MITECO, 2020). Para muchos de ellos, el CSF no solo es un elemento patrimonial, sino también una posibilidad concreta de futuro. Aun así, el impacto del Camino no es homogéneo ni lineal, pues varía según el contexto local, el perfil de los visitantes, las dinámicas económicas, su estacionalidad o la implicación institucional. Esta complejidad hace que resulte imprescindible mirar al Camino como **un mosaico de realidades interconectadas**.

Desde esta perspectiva, surge la **necesidad de analizar en profundidad cómo se manifiesta y se gestiona la sostenibilidad del Camino de Santiago Francés**, especialmente en lo que respecta a la realidad de los municipios que lo conforman. Aunque el CSF ha sido objeto de numerosos estudios desde enfoques históricos, culturales, turísticos o espirituales, siguen existiendo importantes vacíos en el análisis integral y detallado de sus efectos a escala local. **La mayoría de investigaciones disponibles se centran en los tramos más conocidos o en los puntos de mayor afluencia, dejando en segundo plano a los municipios más pequeños y generando escasa información comparada entre territorios.**

En este contexto, el presente estudio tiene como **objetivo principal** elaborar un **diagnóstico sobre la sostenibilidad económica y social del CSF**, que permita **mejorar la comprensión del Camino desde lo local**, identificar **retos y oportunidades**, y definir **líneas de acción para reforzarla**. Con ello se pretende avanzar hacia una visión más completa que reconozca su diversidad territorial y permita orientar políticas que fortalezcan tanto el Camino como las comunidades que lo sostienen.

El análisis desarrollado se fundamenta en una serie de **principios metodológicos y conceptuales** que definen su enfoque y delimitan su alcance. En primer lugar, considera el **CSF como un fenómeno conformado por la totalidad de los municipios por los que discurre**, superando divisiones administrativas o institucionales. La **unidad de análisis** adoptada es el **municipio**, bajo la premisa de que la sostenibilidad del Camino solo puede comprenderse desde el conocimiento detallado de las realidades locales. Así, se reconoce la diversidad y complejidad interna del trazado, y se construye el análisis general desde esta escala municipal.

Aunque el Camino integra dimensiones históricas, culturales, espirituales y sociales (cuestión abordada en el primer capítulo de este informe), para efectos del análisis operativo de este estudio, **se pone el foco la dimensión más turística del CSF**, entendiéndolo como un flujo de personas que consumen servicios, generan empleo y dinamizan los territorios. Asimismo, la sostenibilidad se aborda desde una **perspectiva socioeconómica integrada**, en la que aspectos como el empleo, la población, los servicios o las desigualdades se analizan de forma conjunta. Finalmente, se subraya que **la sostenibilidad del Camino y la de sus municipios están estrechamente**



interrelacionadas. El Camino transforma a las comunidades locales, pero también es moldeado por ellas, en un proceso de influencia mutua y continua.

El informe se estructura en cuatro capítulos. El primero ofrece un marco contextual sobre el CSF en relación con el desarrollo sostenible. Se analizan sus distintas dimensiones, sus cifras actuales y su inserción en los marcos estratégicos y normativos vigentes. También se introduce el concepto de bidireccionalidad entre el Camino y los municipios, que guía todo el análisis posterior. El segundo capítulo presenta un diagnóstico sociodemográfico y económico de 115 municipios del CSF, a partir de una base de datos elaborada ad hoc para este proyecto. A continuación, utilizando técnicas estadísticas multivariantes se identifican cuatro grandes perfiles territoriales (clústeres) que agrupan a los municipios según sus características y situación.

El tercer capítulo, a partir de la realización de entrevistas a actores clave, recoge las percepciones que estos tienen sobre la sostenibilidad del Camino. Sus testimonios permiten aproximarse a cuestiones como la identidad local, la hospitalidad, el emprendimiento, el cambio de modelo o la participación ciudadana. El cuarto capítulo presenta un análisis DAFO en el que se identifican las principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para la sostenibilidad del CSF y de los municipios que lo conforman. Este DAFO se ha elaborado a partir de la información obtenida mediante las diferentes aproximaciones analíticas realizadas en el marco de este estudio (revisión documental, análisis estadístico y entrevistas a actores clave), cuyos resultados se exponen en los tres capítulos previos. Finalmente, el quinto capítulo recoge las principales conclusiones del estudio, mediante una identificación de puntos clave y recomendaciones orientadas reforzar la sostenibilidad del CSF y de los municipios que lo conforman.



01.

El Camino de Santiago Francés en el marco del desarrollo sostenible



Asociación de Municipios
del Camino de Santiago



GOBIERNO
DE ESPAÑA
MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

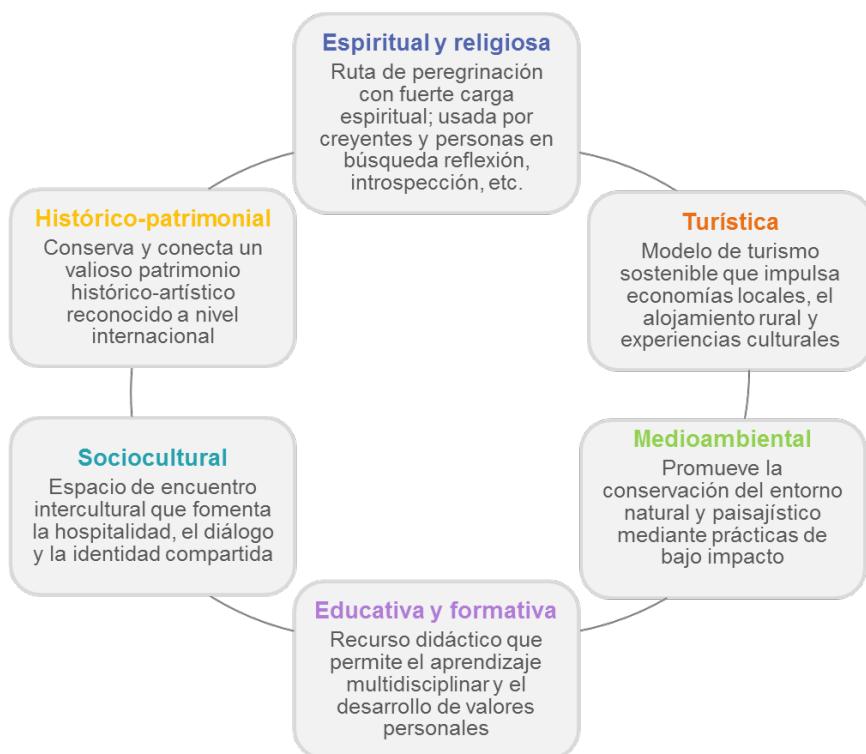
INTRODUCCIÓN

El Camino de Santiago Francés (CSF) constituye uno de los principales ejes vertebradores del fenómeno jacobeo contemporáneo y un referente de proyección internacional dentro del ámbito del desarrollo territorial. Su análisis revela una realidad compleja, caracterizada por la coexistencia de múltiples funciones y una dinámica cambiante en términos de uso y significado, y una creciente presencia en estrategias de planificación y marcos normativos a escala estatal y autonómica. En este capítulo, se abordan estos aspectos como base contextual para la comprensión integral del CSF y su papel en la sostenibilidad de los territorios que atraviesa.

1. DIMENSIONES DEL CAMINO

Con el paso del tiempo, el CSF ha adquirido una dimensión compleja y diversa, en la que confluyen elementos espirituales, culturales, patrimoniales, turísticos, educativos y medioambientales. Esta pluralidad de significados y funciones convierte al CSF en un fenómeno multidimensional, con capacidad de impactar en múltiples aspectos de la vida social y territorial de los municipios por los que discurre.

Gráfico 1. Dimensiones del Camino de Santiago Francés.



Fuente: Abay Analistas.

En primer lugar, cabe destacar su dimensión **espiritual y religiosa**, que ha tenido gran importancia en el pasado y vigencia en la actualidad. Aunque el número de peregrinos motivados exclusivamente por la fe ha disminuido proporcionalmente, muchas personas continúan recorriendo el Camino como una experiencia de búsqueda interior, introspección o conexión espiritual. En este sentido, el CSF mantiene su condición de



ruta de peregrinación reconocida por la Iglesia y conserva una fuerte carga simbólica tanto para creyentes como para no creyentes (Amaro et al., 2018).

Desde una perspectiva **histórico-patrimonial**, el Camino ha contribuido a conservar y valorizar un extenso conjunto de bienes culturales, arquitectónicos y artísticos. Iglesias románicas, puentes medievales, hospitales de peregrinos o conjuntos históricos forman parte de un patrimonio que ha sido reconocido por instituciones como la UNESCO, que declaró al Camino Francés Patrimonio de la Humanidad en 1993 (UNESCO, 1993).

El CSF es también un espacio **sociocultural**, donde se producen intercambios constantes entre personas de distintas procedencias. El diálogo, la convivencia y la hospitalidad son valores que han caracterizado históricamente al Camino, y que todavía hoy se manifiestan en muchas localidades a través de formas espontáneas de acogida y participación comunitaria (Frey, 1998). Esta dimensión favorece la construcción de una identidad compartida, tanto entre peregrinos como entre los pueblos que forman parte del trazado.

En el plano **educativo y formativo**, el Camino ofrece un recurso único para el aprendizaje, tanto en contextos formales (programas escolares, universitarios o patrimoniales), como informales (vivencias personales que transforman valores, comportamientos o relaciones con el entorno). Algunas experiencias educativas en el Camino han demostrado su potencial como herramienta para fomentar el pensamiento crítico, el respeto cultural o la conciencia ambiental (Lois-González y Santos-Solla, 2015).

Asimismo, la dimensión **medioambiental** del Camino no puede ser ignorada. Su recorrido atraviesa espacios naturales de alto valor ecológico, cuya conservación requiere una gestión adecuada. La promoción de prácticas de bajo impacto, la educación ambiental y la integración del patrimonio natural en la experiencia peregrina son aspectos clave para garantizar la sostenibilidad del Camino (Folgado-Fernández et al., 2022).

Por último, y de manera especialmente relevante para este informe, el CSF desempeña una función **turística** que se ha intensificado en las últimas décadas. El Camino ha sido impulsado como un modelo de turismo alternativo, con capacidad para dinamizar economías locales, mayoritariamente ubicadas en el medio rural, y ofrecer experiencias culturales y de contacto con la naturaleza. Esta dimensión turística se configura como un eje vertebrador del desarrollo socioeconómico en numerosos municipios del Camino.

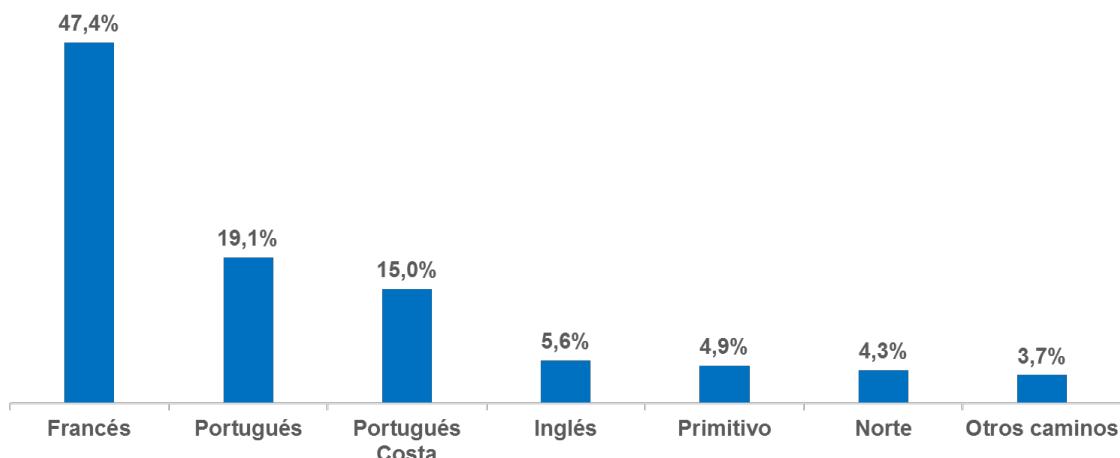
En conjunto, estas dimensiones no son excluyentes, sino que conviven, se cruzan y se fortalecen unas a otras. El Camino es, por tanto, un fenómeno poliédrico cuya riqueza reside en esa convivencia de funciones. Sin embargo, dado el objetivo de este estudio, **este informe se centra especialmente en la dimensión turística del Camino**, por su impacto directo sobre la sostenibilidad económica y social de los municipios por los que discurre.



2. EL CAMINO DE SANTIAGO FRANCÉS EN CIFRAS

En el año 2024, un total de 236.262¹ peregrinos recorrieron el Camino de Santiago Francés, lo que representa el 47,4% del total de peregrinos que recorrieron el Camino de Santiago en 2024 (Gráfico 2). Esta cifra lo consolida como la ruta más relevante, superando ampliamente al resto de itinerarios: el camino portugués (19,1%) y el camino portugués de la costa (15,0%) ocupan posiciones secundarias, seguidos, a distancia, por el inglés (5,6%), el primitivo (4,9%) y el del norte (4,3%). Estos datos reflejan claramente el peso específico del CSF como eje principal del fenómeno jacobeo contemporáneo.

Gráfico 2. Distribución de peregrinos según el itinerario del Camino de Santiago recorrido. Año 2024. Porcentaje sobre el total de peregrinos del Camino de Santiago.



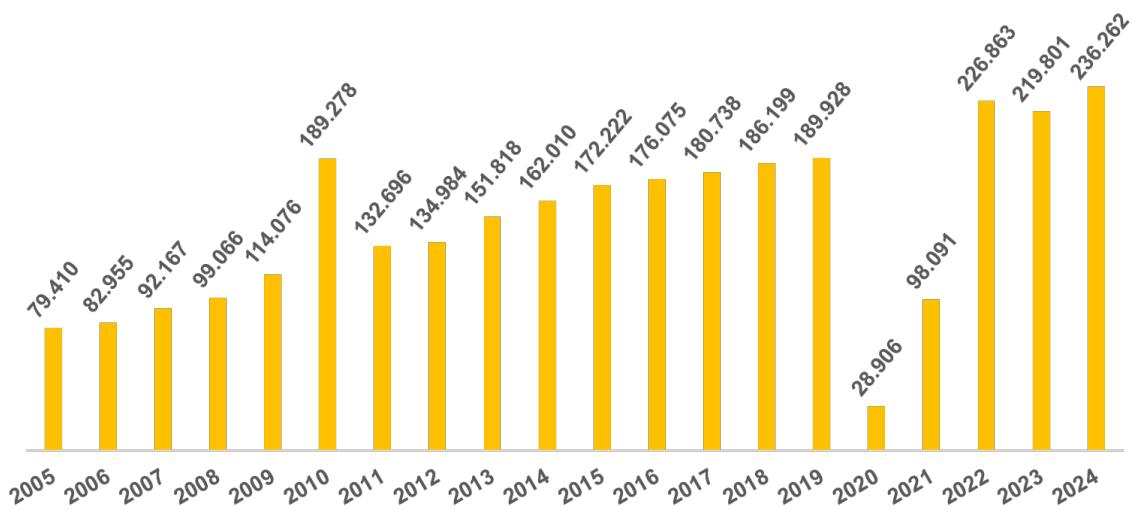
Fuente: Estadísticas de la Oficina de Acogida al Peregrino.

La evolución histórica del número de peregrinos que recorren el Camino Francés muestra un **crecimiento sostenido durante los últimos 20 años, con especial incidencia en los años santos compostelanos** (jacobeos), como fue el caso de 2010 o 2022 (Gráfico 3). Tras un descenso abrupto en 2020 por la pandemia de COVID-19, la recuperación fue rápida y contundente. En 2024 se alcanzaron cifras récord, triplicando el número de peregrinos del año 2005.

¹ Los datos empleados en este apartado provienen de las estadísticas oficiales elaboradas por la Oficina del Peregrino de Santiago de Compostela. Estas cifras se basan en las credenciales presentadas por los peregrinos a su llegada a la Oficina, tras completar el recorrido y solicitar la Compostela. Por este motivo, los datos pueden presentar un cierto sesgo, pues en estas estadísticas únicamente se contabilizan los peregrinos que llegaron a Santiago y solicitaron la Compostela.



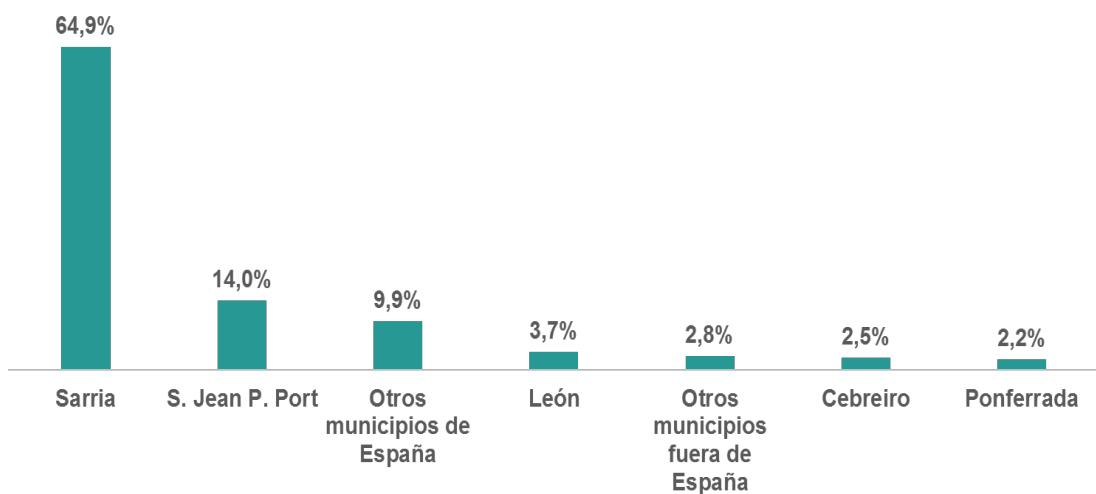
Gráfico 3. Evolución anual del número de peregrinos en el Camino Francés. Años 2005-2024.



Fuente: Estadísticas de la Oficina de Acogida al Peregrino.

Los datos también revelan una **fuerte concentración de peregrinos en determinados puntos de inicio del CSF**. Sarria destaca como el más relevante, con un 64,9% del total, debido a su ubicación a poco más de 100 km de Santiago, el mínimo requerido para obtener la Compostela. Le sigue Saint-Jean-Pied-de-Port (14%) (Gráfico 4).

Gráfico 4. Principales puntos de inicio de los peregrinos en el Camino Francés. Año 2024. Porcentaje sobre el número total de peregrinos que recorrieron el Camino Francés.

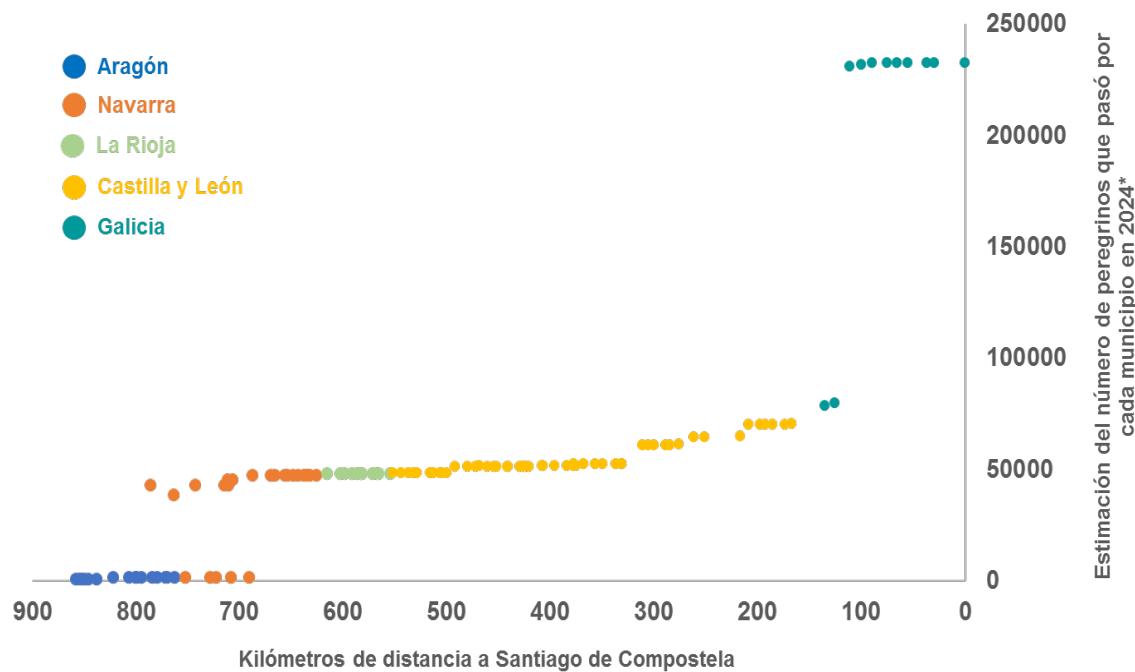


Fuente: Estadísticas de la Oficina de Acogida al Peregrino.

Este patrón se ve reforzado por el análisis territorial, que muestra cómo la gran mayoría de los peregrinos se concentran en los municipios gallegos, especialmente en los últimos tramos del camino. Por el contrario, zonas más alejadas, como Navarra o Aragón, presentan un tránsito mucho más reducido, lo que evidencia que la gran mayoría de peregrinos recorren una parte parcial del camino, concretamente la parte final (Gráfico 5).



Gráfico 5. Distribución de los municipios del Camino de Santiago Francés en función de su distancia a Santiago y el número de peregrinos que pasan por ellos. Año 2024. Detalle por Comunidades Autónomas.

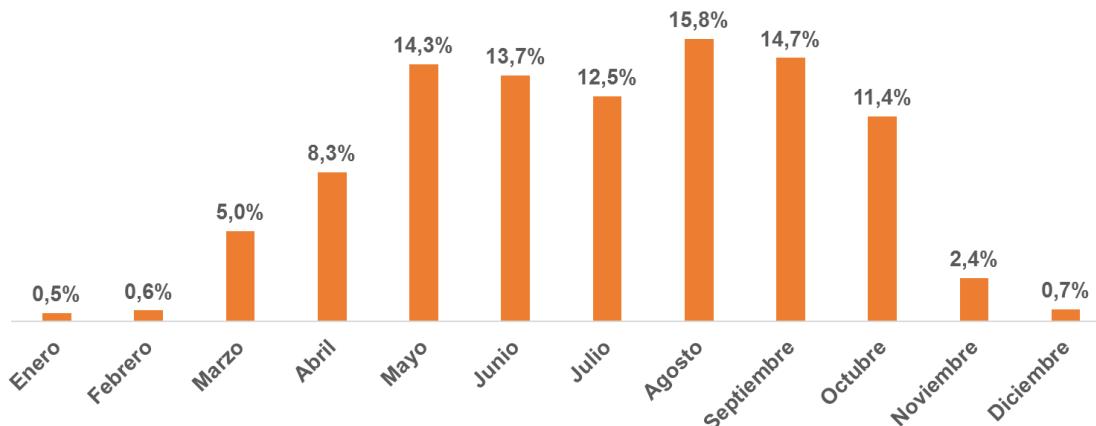


Fuente: Abay Analistas a partir de las estadísticas de la Oficina de Acogida al Peregrino.

El análisis de la distribución mensual de peregrinos revela una **ligera estacionalidad, caracterizada por una mayor afluencia durante los meses de mejor climatología**. Agosto (15,8%), septiembre (14,7%) y mayo (14,3%) concentran el grueso de los desplazamientos, seguidos por junio (13,7%) y julio (12,5%) (Gráfico 6). Los meses más fríos, como enero, febrero o diciembre, presentan cifras testimoniales (0,5%, 0,6% y 0,7% respectivamente), mientras que el resto del año mantiene un flujo razonablemente equilibrado, con una distribución bastante homogénea entre primavera y otoño.



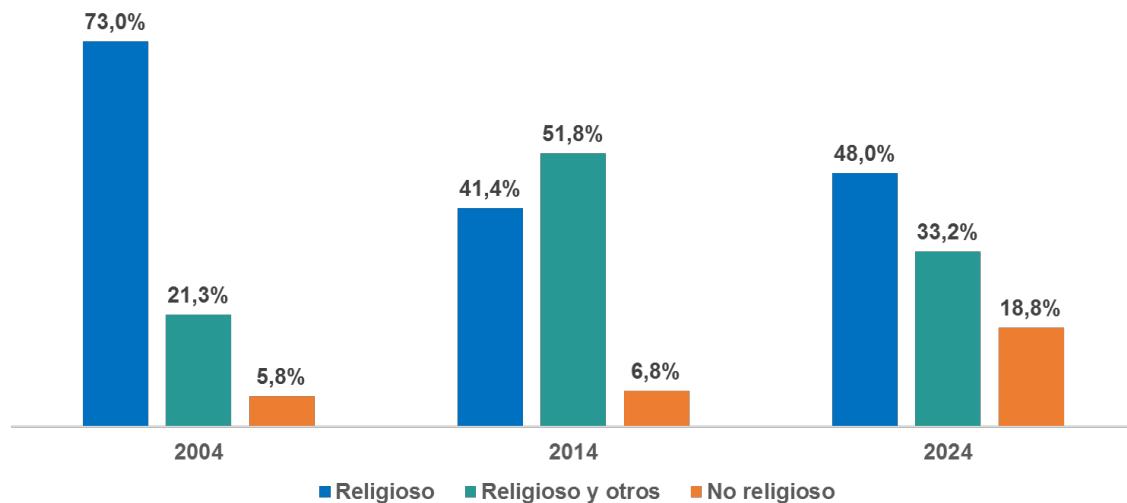
Gráfico 6. Distribución mensual de los peregrinos en el Camino Francés. Año 2024. Porcentaje sobre el número total de peregrinos que recorrieron el Camino Francés.



Fuente: Estadísticas de la Oficina de Acogida al Peregrino.

En cuanto a la motivación declarada, se observa una **transformación en el perfil del peregrino**. Si en 2004 el 73% realizaba la ruta por motivos religiosos, esta cifra ha caído al 48% en 2024 (Gráfico 7). Paralelamente, ha crecido el número de peregrinos que combinan lo religioso con otros motivos (33,2%) y, especialmente, los que reconocen motivaciones no religiosas, que representan ya el 18,8%. Este cambio evidencia una diversificación del fenómeno jacobeo, donde el componente espiritual convive cada vez más con otro tipo de motivaciones.

Gráfico 7. Motivaciones de los peregrinos en el Camino Francés. Años 2004. 2014 y 2024. Porcentaje sobre el número total de peregrinos que recorrieron el Camino Francés cada año.



Fuente: Estadísticas de la Oficina de Acogida al Peregrino.



3. EL CAMINO DE SANTIAGO FRANCÉS Y LA SOSTENIBILIDAD LOCAL. UNA RELACIÓN BIDIRECCIONAL

La sostenibilidad y sus dimensiones.

La **sostenibilidad**, entendida como condición necesaria para la perdurabilidad de los sistemas territoriales, **se articula en tres grandes dimensiones: económica, social y ambiental**. Estas no deben concebirse de forma aislada, sino como **componentes interdependientes** que inciden de forma conjunta en la viabilidad de los territorios, especialmente en contextos locales. En este marco, resulta fundamental analizar cada una de estas dimensiones:

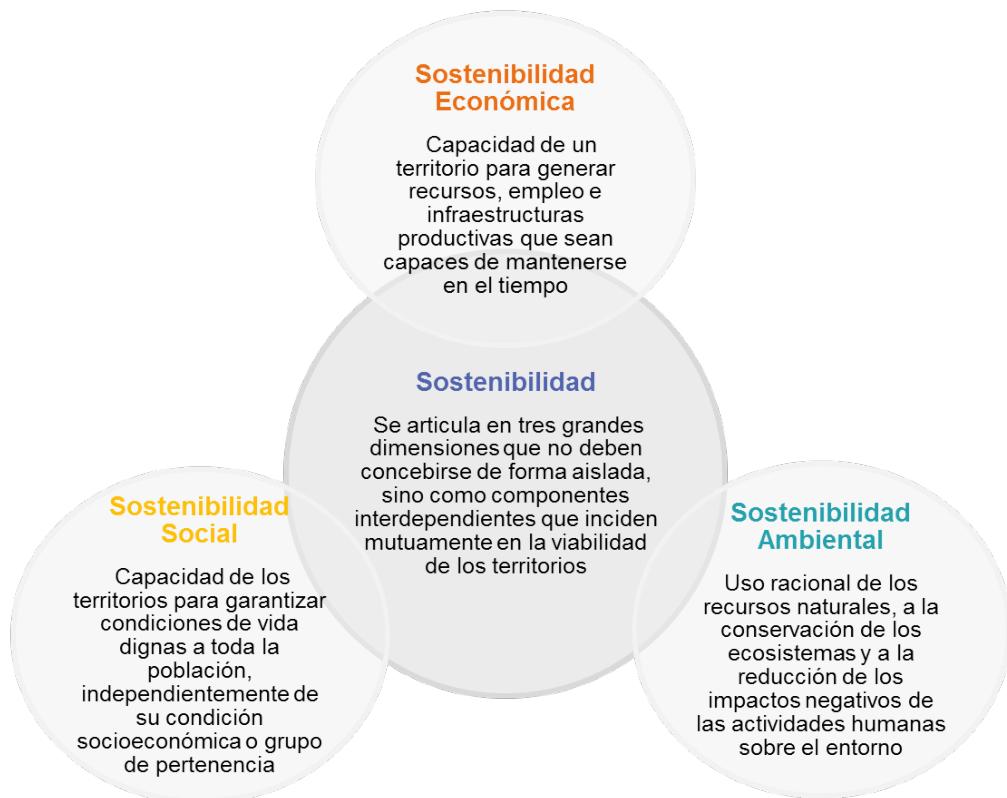
- La sostenibilidad económica hace referencia a la capacidad de un sistema local para generar recursos, empleo e infraestructuras productivas que puedan mantenerse en el tiempo sin comprometer los activos necesarios para su reproducción futura. En territorios rurales, esto implica consolidar modelos económicos resilientes y diversificados que eviten la excesiva dependencia en determinadas actividades, apostando por alternativas como valorización de los productos locales o la cooperación empresarial basada en recursos endógenos. La economía sostenible debe, por tanto, integrarse en las dinámicas locales desde una lógica de eficiencia, equidad y estabilidad, articulando los recursos financieros con una planificación estratégica orientada al largo plazo (Costamagna y Larrea, 2024).
- Por su parte, la **sostenibilidad social** se relaciona con la **capacidad de los territorios para garantizar condiciones de vida dignas a toda la población**, independientemente de su condición socioeconómica o grupo de pertenencia. Esta dimensión pone en valor la participación ciudadana, la equidad en el acceso a los servicios, la conservación del capital social y la prevención de fenómenos de exclusión o marginación. En contextos locales, la sostenibilidad social se refleja, por ejemplo, en la fijación de población en áreas rurales, el fortalecimiento de las redes comunitarias o la inclusión de colectivos vulnerables en la vida económica y política del territorio (Rivera Mateos y Rodríguez García, 2012). La sostenibilidad social, por tanto, requiere políticas y mecanismos de gobernanza inclusiva que fortalezcan las capacidades locales y reduzcan las desigualdades estructurales (Navarro Arancegui, 2024).
- La tercera dimensión, la **sostenibilidad ambiental**, alude al **uso racional de los recursos naturales**, a la **conservación de los ecosistemas** y a la reducción de los impactos negativos de las actividades humanas sobre el entorno. A nivel local, esta sostenibilidad exige estrategias de gestión territorial adaptadas al contexto físico y ecológico, que integren la planificación del uso del suelo, la protección de la biodiversidad, la eficiencia energética y la mitigación del cambio climático (Alburquerque Llorens, 2024). Del mismo modo, la aplicación de principios de inteligencia territorial permite evaluar empíricamente los impactos ecológicos del desarrollo local, mejorando la toma de decisiones (Fernández-Tabales y Navarro-Jurado, 2022).

La **interrelación entre estas tres dimensiones es clave para comprender su contribución conjunta a la sostenibilidad territorial**. Un sistema económicamente viable que degrada el entorno natural compromete su propia perdurabilidad. A su vez, un entorno ambientalmente protegido pero desvinculado de la realidad social y productiva genera tensiones que pueden traducirse en su abandono o en conflictos sociales. De igual manera, una comunidad cohesionada pero carente de opciones económicas viables no podrá sostener sus dinámicas demográficas ni sus estructuras sociales. Por ello,



resulta imprescindible adoptar **enfoques integrados**, que articulen la **sostenibilidad económica, social y ambiental como parte de un mismo proceso** de gobernanza transformadora (Arrona, 2024).

Gráfico 8. Dimensiones de la sostenibilidad: Económica, social y ambiental.



Fuente: Abay Analistas.

CSF y sostenibilidad. Una relación bilateral

La relación entre el CSF y la sostenibilidad de los municipios por los que discurre es una relación de doble dirección. Por un lado, el Camino puede tener un impacto directo sobre la vida económica, social y ambiental de estos territorios, generando oportunidades, pero también planteando algunos riesgos. Por otro, las condiciones locales (su contexto demográfico, económico, institucional o ambiental) influyen en cómo se vive, se percibe y se gestiona el propio Camino. Así, no se puede entender la evolución del CSF sin tener en cuenta el entorno que lo acoge, ni se puede hablar de desarrollo local sin considerar el papel que desempeña el Camino en la vida de estos municipios.

Esta relación bidireccional hace que el CSF no sea un elemento aislado ni homogéneo, sino un **fenómeno que se transforma y, a su vez, transforma el territorio**. Según cómo se gestione y según las condiciones de cada zona, el Camino puede actuar como un factor que refuerza la sostenibilidad local o, por el contrario, puede contribuir a generar nuevas desigualdades, tensiones o desequilibrios. Comprender estos efectos cruzados es clave para pensar en un modelo de desarrollo más sostenible.



Gráfico 9. Bidireccionalidad de la sostenibilidad socioeconómica local y la sostenibilidad del CSF.



Fuente: Abay Analistas.

Efectos potenciales del CSF sobre la sostenibilidad local

En muchos municipios, especialmente en zonas rurales o de menor tamaño, el Camino supone una oportunidad real para revitalizar la economía local. El paso continuo de peregrinos y visitantes puede generar **empleo directo e indirecto**, impulsar la apertura de negocios (albergues, bares, tiendas, servicios especializados) o **dinamizar el tejido económico**, que de otro modo podría desaparecer. También puede contribuir a la **revalorización de activos locales** como el patrimonio histórico, los productos gastronómicos o las tradiciones culturales, ayudando a que sean reconocidos y aprovechados por la población y por quienes visitan el territorio.

En el ámbito social, el Camino puede jugar un papel importante para **fijar o atraer población**, especialmente si las oportunidades económicas se traducen en proyectos de vida sostenibles. Además, en muchos municipios el Camino puede servir como herramienta para reforzar un sentimiento de pertenencia en torno al cual se articule el cuidado del entorno o la participación comunitaria.

En el plano ambiental, el CSF puede contribuir en algunos casos a impulsar la **conservación del patrimonio natural**, ya que pone en valor paisajes, senderos y ecosistemas que, sin esa visibilidad, podrían quedar olvidados. El reconocimiento del Camino como un recurso cultural y turístico también puede abrir puertas a proyectos de restauración, señalización o protección medioambiental.

Sin embargo, estos efectos positivos conviven con riesgos que es importante tener en cuenta. En lo económico, el crecimiento de la actividad vinculada al Camino puede provocar aumentar **los precios locales**, una dependencia excesiva del turismo o el desplazamiento de otras actividades productivas. También hay zonas que sufren una



fuerte **estacionalidad**, lo que genera ingresos desiguales a lo largo del año y puede poner en peligro la viabilidad de los negocios fuera de la temporada alta. Además, los beneficios generados no tienen por qué quedarse en el territorio, sino que pueden acabar en manos de plataformas o empresas externas.

Desde el punto de vista social, hay efectos como la **gentrificación**, la **pérdida de identidad local** o el malestar social por la **masificación** que deben gestionarse con cuidado. El creciente número de peregrinos en algunos tramos del camino puede alterar los equilibrios comunitarios, reducir los espacios de convivencia y aumentar la sensación de desconexión entre vecinos y visitantes. Estos efectos, si no se abordan de forma participativa y coordinada, pueden deteriorar la base social sobre la que se ha construido tradicionalmente el Camino.

A nivel ambiental, la intensificación del tránsito en determinados tramos puede generar **sobrecarga sobre los recursos naturales**, dificultar su conservación y poner en riesgo el equilibrio ecológico de zonas especialmente sensibles.

En definitiva, el CSF tiene un **potencial importante para reforzar la sostenibilidad socioeconómica local**, pero para que esto ocurra es necesario contar con políticas públicas adecuadas, gobernanza territorial sólida y una implicación activa de las comunidades locales.

Efectos potenciales del contexto socioeconómico local sobre la sostenibilidad del CSF

El contexto socioeconómico de los municipios también ejerce una influencia decisiva sobre el propio Camino. La disponibilidad de recursos, la **calidad de los servicios locales** o la **existencia de políticas públicas activas** pueden potenciar su atractivo y consolidarlo como experiencia sostenible. En particular, factores como el acceso a **fondos europeos** para rehabilitación patrimonial, la conectividad digital o la diversificación de motivaciones para recorrer el Camino contribuyen a reforzar su valor como producto turístico y cultural.

Del mismo modo, la percepción del CSF como **alternativa segura frente a otros destinos masificados** ha aumentado su proyección internacional, especialmente entre ciertos perfiles, como personas mayores o viajeros en busca de experiencias auténticas. Esto permite al CSF posicionarse como un modelo turístico de bajo impacto ambiental y con valor añadido.

También en esta dirección se observan potenciales **impactos negativos**. La **saturación de determinados tramos**, especialmente en temporada alta, la **pérdida de la dimensión espiritual**, la **falta de servicios en zonas despobladas**, la **dependencia de plataformas externas** o la **falta de capacidades técnicas locales**, pueden debilitar el atractivo del Camino y comprometer su sostenibilidad futura. A ello se suman fenómenos externos, como el **aumento de olas de calor, incendios forestales o eventos climáticos extremos**, que afectan a la seguridad y viabilidad del recorrido.

En este contexto, resulta evidente que el equilibrio entre el Camino y su territorio depende de la capacidad de ambos (Camino y municipios) para adaptarse y fortalecerse mutuamente. Esta visión relacional es coherente con los enfoques actuales del desarrollo sostenible, que insisten en la necesidad de integrar las dimensiones económica, social y



ambiental bajo una lógica territorial (Costamagna y Larrea, 2024; CEPAL, 2016; Alburquerque Llorens, 2024). La sostenibilidad del CSF y la de los municipios que lo acogen son, por tanto, procesos que deben ser abordados desde una perspectiva coordinada.

4. MARCO ESTRATÉGICO Y NORMATIVO DEL CAMINO DE SANTIAGO FRANCÉS

Marco estratégico

Tabla 1. Principales estrategias vinculadas a la sostenibilidad del CSF.

| Ámbito | Estrategia | Organismo |
|------------|--|---------------------------------|
| Nacional | Estrategia de sostenibilidad turística en destino | MICT (2023) |
| Nacional | Plan de modernización y competitividad del sector turístico | MICT (2022) |
| Nacional | Plan turístico nacional Xacobeo | MICT (2021) |
| Autonómica | Plan director del Camino de Santiago en Galicia (2022–2027) | Xunta de Galicia (2022) |
| Autonómica | Plan director del Camino de Santiago Francés en Castilla y León | Junta de Castilla y León (2021) |
| Autonómica | Plan de trabajo integral del Camino de Santiago en Navarra | Gobierno de Navarra (2019) |
| Autonómica | Directriz de ordenación territorial del Camino de Santiago Francés en Aragón | Gobierno de Aragón (2018) |

Fuente: Abay Analistas.

El documento clave que articula el marco de actuación actual del CSF es la **Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos** (MICT, 2023), integrada en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR). Esta estrategia se basa en cuatro ejes principales:

- **La transición verde y sostenible** incluye actuaciones de restauración ambiental, rehabilitación de edificios y adaptación al cambio climático. Para los municipios del Camino, esto se traduce en la gestión de espacios naturales sensibles, la regulación del acceso y la promoción de infraestructuras verdes.
- **La eficiencia energética** contempla propuestas concretas para la movilidad sostenible, la implantación de energías renovables y la descarbonización de servicios turísticos, elementos fundamentales para mitigar el impacto medioambiental del aumento de peregrinos.



- **La transformación digital** fomenta el uso de tecnologías para mejorar la gestión turística local, la interpretación del patrimonio y la interacción con los visitantes mediante plataformas o sistemas de escucha activa.
- **La competitividad del destino** incluye la diversificación de la oferta turística, la profesionalización del sector y el impulso a productos locales y de proximidad.

El **Plan de Modernización y Competitividad del Sector Turístico** (MICT, 2022), por su parte, aporta financiación y estrategias para desarrollar planes de sostenibilidad local, promover la cohesión territorial y digitalizar el sector turístico. Entre sus componentes figura la creación de un sistema integral de sostenibilidad turística y la capacitación tecnológica de los actores locales.

A ello se suman los **planes territoriales y directrices regionales**, como el **Plan director del Camino de Santiago en Castilla y León** o el **Plan Integral de Navarra**, que establecen medidas específicas adaptadas a las realidades locales, o el **Plan director de Galicia 2022-2027**, que promueve la cooperación interadministrativa, la colaboración público-privada y la implicación de la comunidad local en la toma de decisiones.

Aunque las estrategias presentan diferencias en cuanto a su propósito, objetivos, ámbito de aplicación o alcance territorial, coinciden en una serie de ejes que resultan plenamente aplicables al Camino de Santiago Francés, especialmente desde una perspectiva de sostenibilidad socioeconómica, territorial y ambiental:

- En primer lugar, se refuerza el papel del turismo como herramienta para el **reequilibrio territorial y la lucha contra la despoblación**. Se promueve el desarrollo en áreas rurales mediante el impulso económico y la creación de empleo, una prioridad en municipios por los que discurre el Camino.
- También se prioriza la **gobernanza multinivel y la implicación local**, fomentando la cooperación entre administraciones, sector privado y ciudadanía. Este enfoque facilita una gestión coordinada, especialmente útil en un itinerario con múltiples actores implicados.
- En cuanto a la **sostenibilidad ambiental**, se proponen medidas como la movilidad sostenible, la eficiencia energética y el control de flujos turísticos. Estas acciones buscan proteger el entorno natural y mitigar el impacto del turismo masivo.
- Todos los planes impulsan la **diversificación turística y la desestacionalización**, desarrollando productos culturales, espirituales o enogastronómicos. Este enfoque permite repartir el turismo en el tiempo y en el territorio, evitando la concentración excesiva.
- El uso de tecnologías es clave para una **gestión turística inteligente y digitalizada**. Se plantea la aplicación de sistemas de seguimiento, señalética interactiva o promoción segmentada para mejorar la experiencia y sostenibilidad del destino.
- Desde los ámbitos autonómicos, se subraya la necesidad de **proteger el patrimonio cultural y paisajístico**, conservando trazados históricos, bienes asociados y valores intangibles. Esto refuerza la identidad del Camino como itinerario cultural singular.
- Por último, se promueve el **empleo local y el emprendimiento vinculado al turismo**, apoyando negocios relacionados con la acogida, la producción artesanal o agroalimentaria. El objetivo es maximizar el impacto económico positivo a escala local.



Marco normativo

Tabla 2. Normativa principal vinculada a la sostenibilidad de modelos como el del CSF.

| Ámbito | Normativa |
|------------|---|
| Nacional | Orden ICT/1528/2021, de 30 de diciembre |
| Nacional | Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español |
| Nacional | Ley 10/2015, de 26 de mayo, para la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial |
| Nacional | Ley 45/2007, de 13 de diciembre, para el desarrollo sostenible del medio rural. |
| Nacional | Ley 14/2010, sobre servicios de información geográfica en España (LISIGE) |
| Autonómica | Ley 5/2016, de 4 de mayo, del Patrimonio Cultural de Galicia |
| Autonómica | Ley 12/2002, de 11 de julio, del Patrimonio Cultural de Castilla y León |
| Autonómica | Ley Foral 14/2005, de 22 de noviembre, del Patrimonio Cultural de Navarra |

Fuente: Abay Analistas.

En relación con la normativa, destacan regulaciones como la **Orden ICT/1528/2021 (BOE-A-2022-553)**, que establece las bases reguladoras para la concesión de ayudas a entidades locales del Camino de Santiago para su transformación digital y modernización. Estas ayudas promueven un modelo de desarrollo basado en la sostenibilidad territorial, ambiental y económica, dentro de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes. Este planteamiento se ve reforzado por la **Ley 45/2007, para el desarrollo sostenible del medio rural**, que promueve la integración de políticas sectoriales en territorios en declive demográfico, y por la **Ley 10/2015, para la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial**, que protege expresiones vivas asociadas al Camino como la hospitalidad, la espiritualidad o las tradiciones locales. Asimismo, la **Ley 16/1985, del Patrimonio Histórico Español**, ofrece un marco común para la conservación de los trazados históricos y bienes culturales que conforman el itinerario, contribuyendo así a su sostenibilidad a largo plazo.



02.

Perfiles socioeconómicos de los municipios del Camino de Santiago Francés. Una aproximación territorial



1. METODOLOGÍA PARA UNA APROXIMACIÓN CUANTITATIVA A LOS MUNICIPIOS DEL CSF

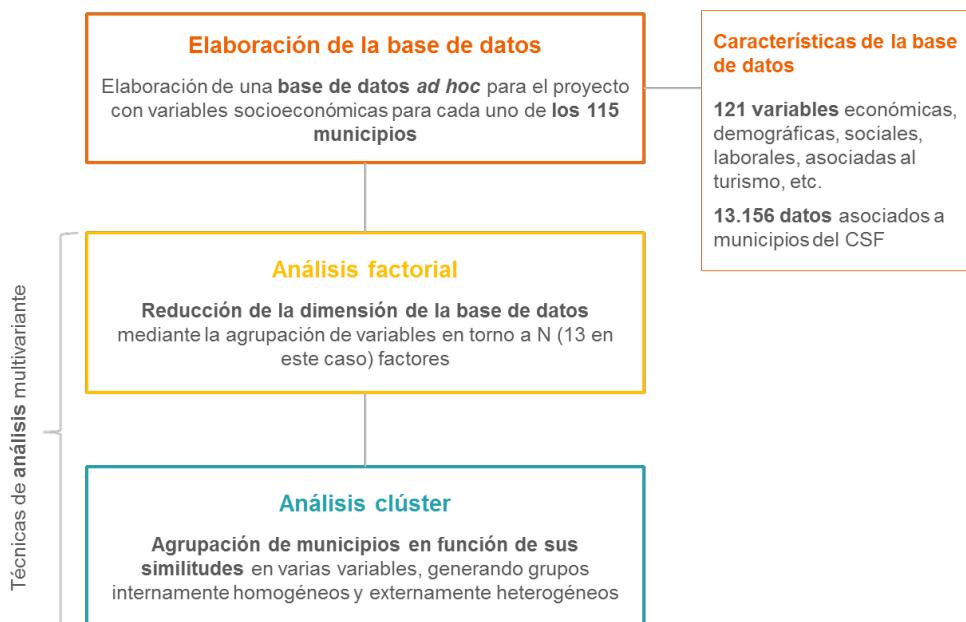
Con el objetivo de comprender mejor la situación específica de cada municipio del CSF se ha realizado una aproximación cuantitativa que consta de varias fases (Gráfico 10). El punto de partida fue la creación de una base de datos elaborada expresamente para este estudio, denominada **Base de Datos Municipal de la Sostenibilidad del CSF** (BDS-CSF), constituye un recurso pionero y de gran valor añadido para el análisis socioeconómico de **115 municipios del Camino de Santiago Francés**. Su elaboración ha requerido un esfuerzo de recopilación, depuración y sistematización de información procedente de múltiples fuentes estadísticas oficiales, integrando **121 indicadores** y más de **13.000 registros** (datos recopilados) en ámbitos como demografía, turismo, empleo, servicios públicos o tejido empresarial. La base de datos recoge variables referidas a dos momentos del tiempo (años 2014 y 2024, principalmente), aunque varía en función de las variables) que busca captar la dinámica en la última década. Este trabajo constituye el **soporte fundamental para comprender la realidad municipal del Camino**, ya que permite, por primera vez, disponer de una **visión homogénea y comparativa de todos los municipios que conforman el Camino**, superando la fragmentación de datos entre comunidades autónomas y provincias.

A partir de ahí, se aplicaron técnicas estadísticas avanzadas que ayudan a **resumir y organizar la información**. En primer lugar, el **análisis factorial** permitió reducir la complejidad de la base de datos agrupando las variables en un conjunto más manejable de **13 factores clave**, que concentran las principales dimensiones de la sostenibilidad municipal (ver Anexo estadístico).

Posteriormente, se llevó a cabo un **análisis clúster**, mediante el cual se agruparon los municipios según sus similitudes. De este modo, se identificaron conjuntos de localidades con características comunes, lo que facilita tanto la comparación entre ellas como la detección de diferencias significativas.



Gráfico 10. Aproximación metodológica al análisis cuantitativo de la sostenibilidad del CSF



Fuente: Abay Analistas.

2. PRINCIPALES PERFILES DE LOS MUNICIPIOS DEL CAMINO

El conjunto de los municipios del Camino Francés analizados en este estudio agrupa un total de **115 localidades**, en las que residen aproximadamente **1,03 millones de habitantes**. En ellos se concentran más de **510.000 empleos**, de los cuales cerca de **86.600** están vinculados directamente con el sector turístico. Cabe señalar que **94 municipios** (cerca del 82% del total) se clasifican como **rurales**, lo que refuerza la aportación del Camino al territorio.

Es precisamente la heterogeneidad de los municipios, con realidades sociales, económicas y demográficas muy distintas, lo que requiere su consideración y análisis específico, apoyado en información particular, tal como se ha hecho en la aproximación metodológica de este estudio y que ha permitido una **clasificación de municipios** basada en casi 50 variables, agrupadas en 13 factores clave (ver Anexo metodológico).

Este análisis ha permitido identificar **cuatro grandes perfiles de municipio**², o clústeres, que comparten características estructurales similares. A cada uno se le ha asignado una **denominación interpretativa**, vinculada a su **papel dentro del Camino** y al tipo de impacto (positivo o limitado) que puede tener el Camino sobre ellos. Esta segmentación

² Cabe tener en cuenta que la técnica de clústeres permite organizar elementos (en este caso, municipios) en grupos según su similitud en múltiples dimensiones (demográficas, económicas, sociales, etc.). Los municipios de un mismo clúster no son idénticos, pero comparten patrones comunes que los hacen más parecidos entre sí que con los municipios de otros grupos. Es importante entender que esta clasificación no es absoluta ni cerrada: cada clúster representa una tendencia general, pero puede haber excepciones dentro de cada grupo. En otras palabras, los clústeres ayudan a simplificar la complejidad territorial, sin ignorar la diversidad interna de cada grupo.

permite diseñar **estrategias diferenciadas y más eficaces** para que el Camino de Santiago contribuya al desarrollo de todos los territorios que atraviesa.

Atendiendo al análisis, los cuatro perfiles de municipios, o clústeres son los siguientes:

- **Nodos estructurales** (clúster 1): Municipios grandes, con muchos servicios, empleo estable y un papel clave en el territorio.
- **Municipios industriales en transformación** (clúster 2): Municipios con base industrial y servicios, que mantienen cierta actividad, pero con desafíos de empleo y de adaptación económica.
- **Municipios rurales funcionales con fragilidades** (clúster 3): Municipios pequeños con algo de actividad económica, pero con pocos habitantes y recursos limitados.
- **Municipios rurales con demografía adversa** (clúster 4): Municipios muy envejecidos y con poca población, donde cada vez cuesta más mantener la actividad.

Esta agrupación se fundamenta exclusivamente en **variables socioeconómicas**, sin atender a divisiones geográficas ni administrativas. Esto permite concebir el Camino como **una única unidad** de análisis, situada por encima de los límites autonómicos y de otras delimitaciones institucionales y centrar la investigación en las **dinámicas reales de los municipios** (Gráfico 11).

Gráfico 11. Ubicación territorial de los municipios del CSF. Clasificación por clúster.



Fuente: Abay Analistas a partir de la BDM-CSF.

Una primera **visión de conjunto** de los municipios del CSF, a partir de la distribución de su población y la relación entre el empleo turístico y el grado de ruralidad de los municipios que integran cada clúster, permite identificar de manera rápida dónde se concentran la población y la actividad económica, así como la posición relativa de los clústeres de municipios en relación con el turismo y la ruralidad (Gráfico 12).

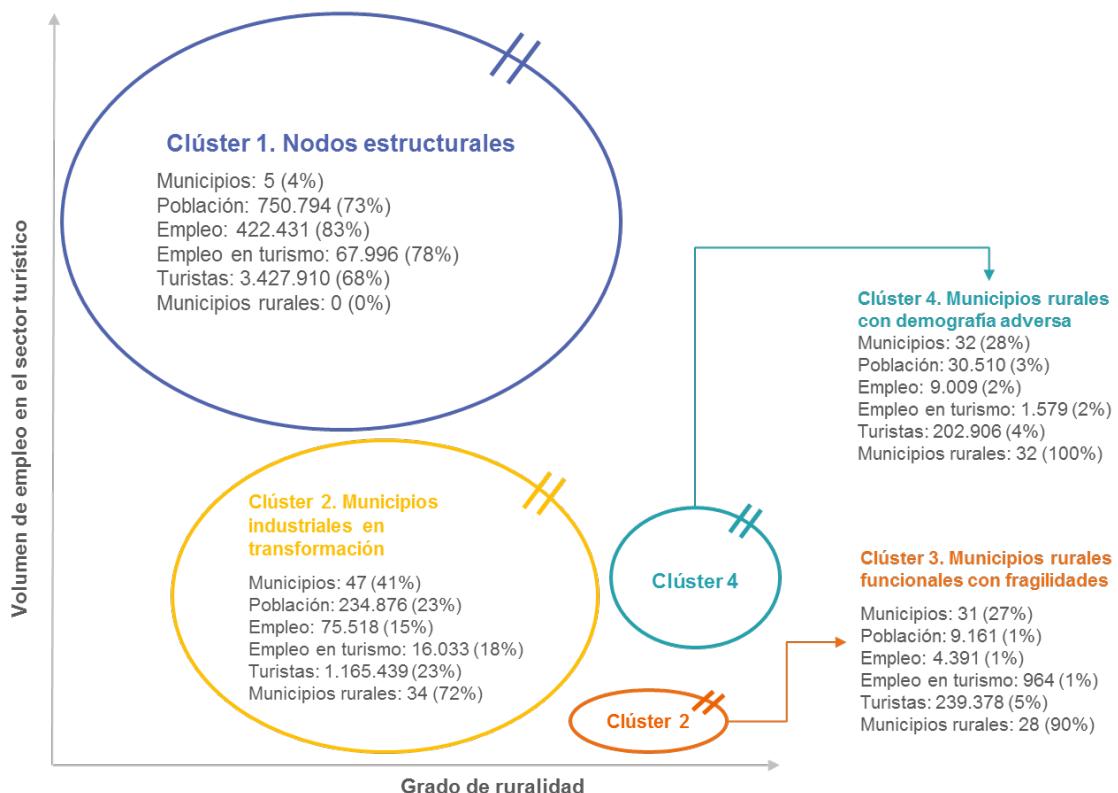
Más allá de los detalles de cada grupo, la relación sintetizada en el gráfico ilustra con claridad la **asimetría del territorio**: mientras unos pocos núcleos concentran la mayor parte de la población y del empleo, una mayoría de municipios pequeños se sitúa en el extremo opuesto, con fuerte componente rural y menor peso en términos socioeconómicos.

En conjunto, esta primera visión general ayuda a **visualizar las diferencias estructurales** entre los clústeres y a contextualizar el análisis detallado de cada uno que



se realiza a continuación, mostrando que **los contrastes entre lo urbano, lo industrial y lo rural son un rasgo definitorio del Camino Francés**.

Gráfico 12. Cifras agregadas sobre los clústeres de municipios del CSF. Representación según volumen de población (tamaño de las esferas), empleo en turismo (eje vertical) y grado de ruralidad (eje horizontal).



Fuente: Abay Analistas a partir de la BDM-CSF.

Clúster 1. Nodos Estructurales

Los municipios incluidos en el clúster 1 son los de **mayor tamaño y peso poblacional** dentro del conjunto analizado. Tienen un alto nivel de actividad **económica**, donde el sector servicios ocupa un lugar central, especialmente todo lo relacionado con el **turismo**, que tiene una presencia destacada en términos de visitantes y empleo.

Se trata de municipios que cuentan con **una amplia dotación de servicios públicos**, como centros educativos, sanitarios y otros equipamientos clave para la calidad de vida. Esta oferta de servicios suele estar bien desarrollada y accesible para la población.

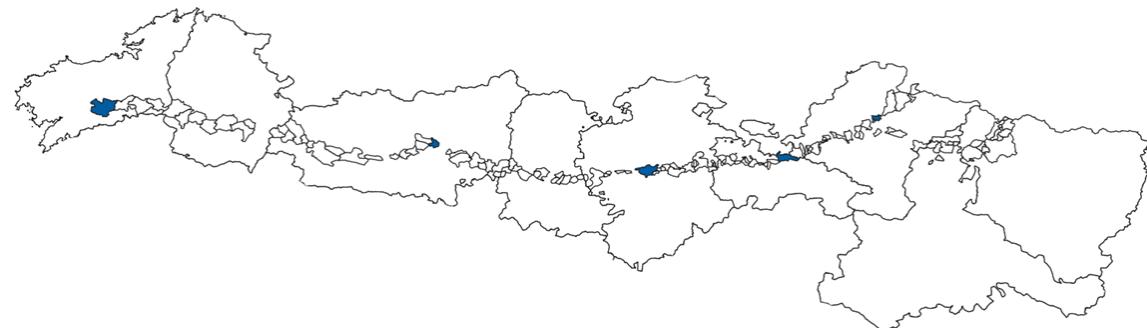
Otro rasgo común es su **capacidad para generar nuevas actividades económicas** en términos absolutos. Son municipios en los que se crean nuevas empresas de forma regular, lo que refleja cierta vitalidad económica y posibilidad de adaptación a nuevas demandas o sectores.



En conjunto, este clúster agrupa a **ciudades y grandes núcleos urbanos** con una estructura sólida desde el punto de vista poblacional y económico, bien conectados y con una oferta de servicios diversificada y amplia.

Municipios del Clúster 1

Gráfico 13. Municipios del Clúster 1



- Burgos
- León
- Logroño
- Pamplona/Iruña
- Santiago de Compostela

Fuente: Abay Analistas a partir de la BDM-CSF.

Este clúster está formado por **cinco municipios**, lo que representa apenas el **4% del total de municipios** del Camino de Santiago Francés. A pesar de su reducido número, concentran **más del 70% de la población total** del trazado (750.794 personas), lo que refleja su carácter eminentemente urbano.

Su peso en términos laborales es aún más notable: **más del 80% del empleo total** del Camino se localiza en estos municipios (422.431 personas), y casi el **80% del empleo turístico** también se genera en ellos (67.996 empleos). Asimismo, atraen al **68% del total de turistas**, lo que los convierte en los principales focos de actividad dentro del Camino.

Estos municipios son grandes ciudades, **centros urbanos vertebradores** del Camino, tanto desde el punto de vista poblacional como económico.

Características socioeconómicas de los municipios del Clúster 1

Demografía

En comparación con el conjunto del CSF, los municipios de este clúster presentan una **situación demográfica más equilibrada y dinámica**. La **evolución de la población** ha sido ligeramente positiva en el periodo 2014-2022 (0,2%), mientras que en otros municipios del Camino la tendencia ha sido de pérdida poblacional. Estos municipios tienen una **estructura por edad más joven**, con una **tasa de envejecimiento del 23,7%**, inferior a la media del CSF (31,1%). Además, la **tasa de masculinización** es la más baja de todos los clústeres (46,4%).

Economía



Desde el punto de vista económico, los municipios del clúster 1 se distinguen por un **fuerte peso del sector servicios**, que representa **más del 84% del empleo**, muy por encima de la media del Camino (56,2%). A ello se suma una **renta media neta por unidad de consumo de 23.128€**, la más alta entre todos los grupos. Otros sectores como la agricultura o la construcción tienen un peso relativo residual. En cuanto al **dinamismo emprendedor relativo**, estos municipios muestran una tasa interanual de creación de empresas del 4,2%, inferior a la media del Camino, lo cual puede explicarse por su mayor grado de madurez económica.

Turismo

El perfil turístico de estos municipios es muy marcado. Aglutinan un elevado número de visitantes y presentan un alto **grado de desarrollo de la oferta turística**, con **20 personas empleadas por cada 1.000 turistas**. También destacan por su **alta especialización turística** (94 empleos turísticos por cada 1.000 habitantes) y una **baja estacionalidad** (0,06), lo que indica una **actividad turística más constante a lo largo del año**. Aunque la **tasa de intensidad turística** (número de turistas por cada 1.000 habitantes) es menor que en otros clústeres más pequeños, su volumen total de turistas sigue siendo el más alto del CSF.

Equidad

En términos de equidad, estos municipios presentan mejores indicadores sociales que el conjunto del Camino. La tasa de paro registrado se sitúa en el 7%, ligeramente por encima de la media del CSF, pero inferior a la media nacional. Además, presentan un índice de Gini más bajo (24,7), lo que indica una **menor desigualdad en la distribución de la renta**. También obtienen la **mejor puntuación en acceso a infraestructuras clave de bienestar (cercanía a centros educativos y sanitarios)**, con un valor de 1,0 que marca una situación óptima respecto al resto de municipios analizados.



Tabla 3. Características socioeconómicas de los municipios del Clúster 1. Datos referidos a la media ponderada de los municipios que conforman el clúster.

| | Cluster 1 | Camino Santiago Francés | Total España |
|--|-----------|-------------------------|--------------|
| Indicadores demográficos | | | |
| Evolución de la población - Tasa de variación entre la población de 2014 y 2022 | 0,2% | -3,4% | 2,1% |
| Tasa de masculinización - Peso de la población masculina sobre la población total | 46,4% | 53,0% | 49,1% |
| Tasa de envejecimiento - Peso de la población mayor de 65 años sobre el total | 23,7% | 31,1% | 19,1% |
| Indicadores económicos | | | |
| Agricultura - Peso del empleo en Agricultura sobre el empleo total (2024) | 0,7% | 21,2% | 5,1% |
| Industria - Peso del empleo en Industria sobre el empleo total (2024) | 10,3% | 13,3% | 11,8% |
| Construcción - Peso del empleo en Construcción sobre el empleo total (2024) | 4,7% | 9,3% | 6,4% |
| Servicios - Peso del empleo en Servicios sobre el empleo total (2024) | 84,3% | 56,2% | 76,6% |
| Dinamismo emprendedor - Tasa de crecimiento bruto de unidades empleadoras en 2022 | 4,2% | 12,1% | 21,5% |
| Renta media neta - Renta media neta por unidad de consumo (2022) | 23.128 € | 21.261 € | 18.758 € |
| Indicadores asociados al turismo | | | |
| Grado de desarrollo de la oferta del sector turístico - Nº de personas empleadas en turismo por cada 1.000 turistas (2024) | 20 | 16 | 16 |
| Especialización en el sector turístico - Nº de personas empleadas en turismo por cada 1.000 habitantes (2024) | 94 | 65 | 78 |
| Tasa de intensidad turística - Nº de turistas por cada 1.000 habitantes (2024) | 4.897 | 13.507 | 4.948 |
| Tasa de estacionalidad - Concentración intermensual de la demanda turística (una mayor tasa representa una mayor estacionalidad) (2024) | 0,06 | 0,28 | 0,09 |
| Indicadores sociales | | | |
| Tasa de paro registrado - Nº personas registradas en el paro sobre la población en edad de trabajar (2024) | 7,0% | 5,7% | 8,1% |
| Índice de Gini - Índice que refleja la distribución de la renta entre la población, midiendo la desigualdad general (un valor mayor refleja mayor desigualdad general) (2022) | 24,7 | 26,4 | 28,9 |
| Indicador P80/P20 - Indicador que refleja la distribución de la renta entre la población, comparando extremos de renta (un valor mayor refleja mayor desigualdad entre los ingresos más altos y los más bajos) (2022) | 1,7 | 1,9 | 2,5 |
| Conexión a infraestructuras de bienestar - Distancia del municipio a servicios sanitarios y de educación (valores cercanos a 1 reflejan mejor conectividad; valores cercanos a 4, una conectividad más deficiente) (2024) | 1,0 | 2,7 | - |

Fuente: Abay Analistas a partir de la BDM-CSF.



Clúster 2. Municipios industriales, en transformación y con desafíos demográficos moderados

El clúster 2 agrupa municipios que se caracterizan por tener una **estructura económica más industrializada** que otros del CSF. Son territorios con una base productiva diversa, donde **la industria y el comercio** tienen un peso importante en el empleo.

Una de sus fortalezas es que **cuentan con una población menos envejecida** que la media, lo cual indica cierto relevo generacional y capacidad de renovación social. Al mismo tiempo, presentan **niveles de renta relativamente elevados**, aunque en algunos casos esa mejora económica ha sido algo más contenida en los últimos años.

Aunque su situación general es estable, **el desempleo es algo más alto que en otros clústeres**, lo que puede reflejar tensiones vinculadas a procesos de transformación económica o a la transición entre sectores. En conjunto, se trata de municipios en transición, con una estructura económica moderna, pero que enfrentan algunos retos de ajuste y adaptación.

Municipios del Clúster 2

Gráfico 14. Municipios del Clúster 2



- | | | | |
|-------------------------|-------------------------|---------------------------|---------------------------|
| • Alesanco | • Estella-Lizarra | • Obanos | • Tiebas-Muruarte de Reta |
| • Alesón | • Esteribar | • Ponferrada | • Torres del Río |
| • Arcos, Los | • Ibargoiti | • Puente la Reina/Gares | • Undués de Llerda |
| • Astorga | • Igúzquiza | • Sahagún | • Valverde de la Virgen |
| • Auritz/Burguete | • Jaca | • San Andrés del Rabanedo | • Ventosa |
| • Belorado | • Ledigos | • Sangüesa/Zangoza | • Viana |
| • Cacabelos | • Luquin | • Mansilla de las Mulas | • Villafranca del Bierzo |
| • Camponaraya | • Luzaide/Valcarlos | • Melide | • Villamayor de Monjardín |
| • Cardeñajimeno | • Mansilla de las Mulas | • Monreal/Elo | • Villatuerta |
| • Carrión de los Condes | • Melide | • Nájera | • Villava/Atarrabia |
| • Cirauqui/Zirauki | • Monreal/Elo | • Navarrete | • Viloria de Rioja |
| • Cizur | • Nájera | | |
| • Erro | | | |

Fuente: Abay Analistas a partir de la BDM-CSF.



Este grupo está formado por **47 municipios**, que representan el **41% del total**. En conjunto, acogen al **23% de la población del CSF**, lo que indica un peso poblacional muy significativo. También concentran el **15% del empleo total** y el **18% del empleo en turismo**, aunque reciben solo el **23% de los turistas**, lo que sugiere que el turismo no es su principal motor económico. Cabe destacar que, aunque la mayoría de estos municipios tienen características urbanas o semiurbanas, **más del 70% se consideran rurales**.

Características socioeconómicas de los municipios del Clúster 2

Demografía

Los municipios del clúster 2 muestran **una pérdida de población moderada** (2,4%), más contenida que la media del conjunto del CSF (3,4%). La población está **menos envejecida** (25,3%) y con **un reparto entre hombres y mujeres bastante equilibrado** (51,1% de población masculina), lo que refleja cierta estabilidad demográfica dentro del conjunto analizado.

Economía

Estos municipios presentan una estructura económica **más orientada a la industria** (21,8% del empleo), y también con **una presencia significativa del sector servicios** (60,7%). El empleo en agricultura es muy reducido (10,3%) en comparación con otros clústeres.

Aunque **se crean nuevas empresas de forma regular** (5,2% de crecimiento anual de unidades empleadoras), este ritmo es algo inferior al del conjunto del CSF. En cambio, la **renta media por unidad de consumo** (22.163€) es superior a la media tanto del CSF como de España.

Turismo

A pesar de no ser los municipios más turísticos, **mantienen una oferta consolidada** en este ámbito. Cuentan con un buen número de **empleos vinculados al turismo** y con **una infraestructura hotelera activa**. La **intensidad turística** (9.692 turistas por cada 1.000 habitantes) es significativa, aunque no llega a los niveles del clúster 3, que presenta la mayor tasa. También presentan el **grado más alto de desarrollo de la oferta turística** (22 empleos por cada 1.000 turistas), lo que indica una buena capacidad para absorber visitantes con estructura profesionalizada. Sin embargo, **no destacan especialmente en especialización turística** (66 empleados en turismo por cada 1.000 habitantes), lo que reafirma su carácter diversificado.

Equidad

El **nivel de desempleo** se sitúa en un valor medio (6,6%), por encima de otros clústeres como el 1, pero por debajo de la media nacional. Por otro lado, la **conexión con infraestructuras de bienestar** (cercanía a centros educativas y sanitarios) es adecuada, aunque no tan cercana como en los grandes núcleos del clúster 1.



En cuanto a distribución de renta, el clúster 2 presenta niveles similares al conjunto del CSF: un **índice de Gini de 28,0** y una **relación P80/P20 de 2,0**, lo que sugiere una desigualdad moderada.

Tabla 4. Características socioeconómicas de los municipios del Clúster 2. Datos referidos a la media ponderada de los municipios que conforman el clúster.

| | Cluster 2 | Camino Santiago Francés | Total España |
|--|-----------|-------------------------|--------------|
| Indicadores demográficos | | | |
| Evolución de la población - Tasa de variación entre la población de 2014 y 2022 | -2,4% | -3,4% | 2,1% |
| Tasa de masculinización - Peso de la población masculina sobre la población total | 51,1% | 53,0% | 49,1% |
| Tasa de envejecimiento - Peso de la población mayor de 65 años sobre el total | 25,3% | 31,1% | 19,1% |
| Indicadores económicos | | | |
| Agricultura - Peso del empleo en Agricultura sobre el empleo total (2024) | 10,3% | 21,2% | 5,1% |
| Industria - Peso del empleo en Industria sobre el empleo total (2024) | 21,8% | 13,3% | 11,8% |
| Construcción - Peso del empleo en Construcción sobre el empleo total (2024) | 7,1% | 9,3% | 6,4% |
| Servicios - Peso del empleo en Servicios sobre el empleo total (2024) | 60,7% | 56,2% | 76,6% |
| Dinamismo emprendedor - Tasa de crecimiento bruto de unidades empleadoras en 2022 | 5,2% | 12,1% | 21,5% |
| Renta media neta - Renta media neta por unidad de consumo (2022) | 22.163 € | 21.261 € | 18.758 € |
| Indicadores asociados al turismo | | | |
| Grado de desarrollo de la oferta del sector turístico - Nº de personas empleadas en turismo por cada 1.000 turistas (2024) | 22 | 16 | 16 |
| Especialización en el sector turístico - Nº de personas empleadas en turismo por cada 1.000 habitantes (2024) | 66 | 65 | 78 |
| Tasa de intensidad turística - Nº de turistas por cada 1.000 habitantes (2024) | 9.692 | 13.507 | 4.948 |
| Tasa de estacionalidad - Concentración intermensual de la demanda turística (una mayor tasa representa una mayor estacionalidad) (2024) | 0,26 | 0,28 | 0,09 |
| Indicadores sociales | | | |
| Tasa de paro registrado - Nº personas registradas en el paro sobre la población en edad de trabajar (2024) | 6,6% | 5,7% | 8,1% |
| Índice de Gini - Índice que refleja la distribución de la renta entre la población, midiendo la desigualdad general (un valor mayor refleja mayor desigualdad general) (2022) | 28,0 | 26,4 | 28,9 |
| Indicador P80/P20 - Indicador que refleja la distribución de la renta entre la población, comparando extremos de renta (un valor mayor refleja mayor desigualdad entre los ingresos más altos y los más bajos) (2022) | 2,0 | 1,9 | 2,5 |
| Conexión a infraestructuras de bienestar - Distancia del municipio a servicios sanitarios y de educación (valores cercanos a 1 reflejan mejor conectividad; valores cercanos a 4, una conectividad más deficiente) (2024) | 2,0 | 2,7 | - |

Fuente: Abay Analistas a partir de la BDM-CSF.



Clúster 3. Municipios rurales funcionales con fragilidades

El clúster 3 reúne a un conjunto de municipios rurales que, a pesar de contar con importantes fragilidades demográficas, muestran cierto dinamismo social y económico. Se trata, en su mayoría, de pueblos muy pequeños con una población muy reducida, que **mantienen actividad económica gracias a sectores como la construcción, los servicios locales y, en algunos casos, el turismo.**

Entre sus rasgos comunes destaca una **estructura claramente rural**: la industria está casi ausente y la hostelería apenas genera empleo. No obstante, **existe cierta vitalidad en algunos sectores**, como el comercio o la construcción, que permiten mantener parte del tejido productivo activo.

En muchos de estos municipios se han producido **ligeros crecimientos recientes en empleo, población o renta**, aunque sobre una base tan baja que siguen siendo territorios frágiles. Además, **la población está muy masculinizada** y presenta **serias dificultades de acceso a servicios básicos**, lo que representa un reto importante para su sostenibilidad a medio plazo.

Municipios del Clúster 3

Gráfico 15. Municipios del Clúster 3



Fuente: Abay Analistas a partir de la BDM-CSF.

El tercer clúster está formado por **31 municipios**, lo que supone cerca del **27% del total** de municipios analizados a lo largo del CSF. A pesar de su peso numérico, estos



municipios **concentran tan solo el 1% de la población**, con poco más de 9.000 habitantes en conjunto, lo que indica un perfil claramente disperso y rural.

Este carácter periférico se confirma también en los datos de empleo: **solo el 1% del empleo total del CSF se genera en estos municipios**, una proporción que se mantiene idéntica si se observa únicamente el empleo en el ámbito turístico. La presencia de visitantes, en cambio, es algo más notable: **reciben el 5% de los turistas**, lo que en términos relativos puede suponer una presión importante para entornos tan pequeños.

En cuanto a su estructura territorial, la ruralidad es el rasgo dominante: **el 90% de los municipios del clúster son rurales**, lo que evidencia su lejanía de los grandes centros urbanos y su fuerte dependencia de dinámicas locales para mantener su viabilidad social y económica.

Características socioeconómicas de los municipios del Clúster 3

Demografía

Los municipios de este clúster presentan una **fuerte masculinización de la población** y un **alto envejecimiento**: más de un tercio de sus habitantes (33,9%) tienen más de 65 años. A pesar de esta estructura poco equilibrada, han experimentado un **ligero crecimiento demográfico en los últimos años (1,8%)**, lo que lo diferencia de otros territorios rurales del camino. Aun así, se trata de **poblaciones pequeñas, con problemas de relevo generacional y muy condicionadas por el entorno rural**.

Economía

Su economía se apoya en **sectores tradicionales**, con un **peso importante de la agricultura (20,3%) y de la construcción (13,1%)**, mientras que la industria apenas tiene presencia. El sector servicios, aunque es **mayoritario (61,2%)**, se centra sobre todo en la hostelería (11,5%). Aun así, destaca la **elevada tasa de creación de nuevas actividades económicas**, lo que refleja un entorno con cierta capacidad de iniciativa pese a las dificultades.

Turismo

Estos municipios reciben una **cantidad significativa de turistas en relación con su población**, lo que genera una presión importante sobre los recursos locales. Sin embargo, su **oferta turística está poco desarrollada**: hay pocos empleos ligados al turismo y mucha concentración de visitas en momentos puntuales del año. Esto limita el potencial del sector como fuente estable de actividad económica.

Equidad

En términos de distribución de renta, los **niveles de desigualdad son moderados y similares a los del conjunto del CSF**. El principal desafío está en el acceso a servicios básicos: **presentan la peor conectividad con centros de salud y educación**, lo que supone una barrera importante para garantizar condiciones de vida adecuadas y frena las posibilidades de arraigo poblacional.



Tabla 5. Características socioeconómicas de los municipios del Clúster 3. Datos referidos a la media ponderada de los municipios que conforman el clúster.

| | Cluster 3 | Camino Santiago Francés | Total España |
|--|-----------|-------------------------|--------------|
| Indicadores demográficos | | | |
| Evolución de la población - Tasa de variación entre la población de 2014 y 2022 | 1,8% | -3,4% | 2,1% |
| Tasa de masculinización - Peso de la población masculina sobre la población total | 56,9% | 53,0% | 49,1% |
| Tasa de envejecimiento - Peso de la población mayor de 65 años sobre el total | 33,9% | 31,1% | 19,1% |
| Indicadores económicos | | | |
| Agricultura - Peso del empleo en Agricultura sobre el empleo total (2024) | 20,3% | 21,2% | 5,1% |
| Industria - Peso del empleo en Industria sobre el empleo total (2024) | 5,4% | 13,3% | 11,8% |
| Construcción - Peso del empleo en Construcción sobre el empleo total (2024) | 13,1% | 9,3% | 6,4% |
| Servicios - Peso del empleo en Servicios sobre el empleo total (2024) | 61,2% | 56,2% | 76,6% |
| Dinamismo emprendedor - Tasa de crecimiento bruto de unidades empleadoras en 2022 | 24,3% | 12,1% | 21,5% |
| Renta media neta - Renta media neta por unidad de consumo (2022) | 21.629 € | 21.261 € | 18.758 € |
| Indicadores asociados al turismo | | | |
| Grado de desarrollo de la oferta del sector turístico - Nº de personas empleadas en turismo por cada 1.000 turistas (2024) | 10 | 16 | 16 |
| Especialización en el sector turístico - Nº de personas empleadas en turismo por cada 1.000 habitantes (2024) | 83 | 65 | 78 |
| Tasa de intensidad turística - Nº de turistas por cada 1.000 habitantes (2024) | 23.597 | 13.507 | 4.948 |
| Tasa de estacionalidad - Concentración intermensual de la demanda turística (una mayor tasa representa una mayor estacionalidad) (2024) | 0,33 | 0,28 | 0,09 |
| Indicadores sociales | | | |
| Tasa de paro registrado - Nº personas registradas en el paro sobre la población en edad de trabajar (2024) | 5,5% | 5,7% | 8,1% |
| Índice de Gini - Índice que refleja la distribución de la renta entre la población, midiendo la desigualdad general (un valor mayor refleja mayor desigualdad general) (2022) | 26,0 | 26,4 | 28,9 |
| Indicador P80/P20 - Indicador que refleja la distribución de la renta entre la población, comparando extremos de renta (un valor mayor refleja mayor desigualdad entre los ingresos más altos y los más bajos) (2022) | 1,8 | 1,9 | 2,5 |
| Conexión a infraestructuras de bienestar - Distancia del municipio a servicios sanitarios y de educación (valores cercanos a 1 reflejan mejor conectividad; valores cercanos a 4, una conectividad más deficiente) (2024) | 3,6 | 2,7 | - |

Fuente: Abay Analistas a partir de la BDM-CSF.



Clúster 4. Municipios rurales con demografía adversa que amenaza su funcionalidad a medio-largo plazo

Este grupo de municipios se caracteriza por una situación demográfica particularmente desfavorable. Casi todos cuentan una **población muy envejecida**, que además **ha disminuido notablemente en la última década**. Son municipios rurales, pequeños y con una estructura económica limitada, en los que los jóvenes son cada vez menos y la pérdida de habitantes se convierte en un fenómeno estructural. La **actividad económica es reducida** y el **nivel de renta media es el más bajo** entre los municipios del CSF.

A diferencia de otros territorios rurales, en estos municipios la capacidad de atraer visitantes o generar oportunidades laborales es muy baja. Aunque **el paro no es muy elevado**, el escaso dinamismo económico y la progresiva pérdida de población hacen que su viabilidad futura esté seriamente comprometida si no se aplican medidas específicas.

Municipios del Clúster 4

Gráfico 16. Municipios del Clúster 4



- | | | |
|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">ArtiedaArzúaAzofraBañaresBargotaBurgo Ranero, ElCalzada de los MolinosCalzada del CotoCastrojerizCervatos de la CuezaGrajal de Campos | <ul style="list-style-type: none">GrañónHornillos del CaminoItero del CastilloLagartosMansilla MayorMianosMonterrosoPalas de ReiParadelaPino, OPortomarínPuente la Reina de Jaca | <ul style="list-style-type: none">Revenga de CamposSamosSigüésSotésTriacastelaSanta Marina del ReySantas MartasVillares de ÓrbigoVillovieco• |
|---|---|---|

Fuente: Abay Analistas a partir de la BDM-CSF.

Este clúster está compuesto por **32 municipios**, lo que representa aproximadamente el **28% del total** de municipios analizados en el Camino de Santiago Francés. A pesar de su número, su peso relativo dentro del conjunto es muy reducido en términos poblacionales y económicos.



En total, estos municipios **acogen únicamente al 3% de la población** del conjunto analizado (30.510 personas), lo que da cuenta de su escaso tamaño medio: menos de 1.000 habitantes por municipio. También tienen una **participación muy baja en el empleo**, ya que apenas suponen el **2% del total del empleo** generado por los municipios del Camino.

El turismo tampoco tiene un peso relevante en estos territorios. En conjunto, los municipios del clúster **recibieron el 4% de los turistas** registrados a lo largo del Camino, con un total de 202.906 visitantes. Estos datos reflejan una presencia del turismo más bien testimonial en comparación con otros grupos.

Por último, todos los municipios que forman parte de este clúster tienen un **perfil marcadamente rural**, sin presencia de núcleos urbanos o semiurbanos.

Características socioeconómicas de los municipios del Clúster 4

Demografía

La situación demográfica de estos municipios es especialmente desfavorable. La mayoría de estos muestran **un fuerte retroceso poblacional** en la última década (10,5%), con una **alta tasa de envejecimiento**. De media, más el 37,9% de sus habitantes tiene más de 65 años, mientras que la presencia de personas jóvenes y en edad activa es relativamente baja. Esto afecta a la continuidad de servicios, la vida comunitaria y la posibilidad de emprender nuevos proyectos.

Economía

Generalmente, se trata de municipios con **una actividad económica reducida**. Presentan **una baja presencia de empresas y poca creación de nuevos negocios**, lo que limita las oportunidades laborales. La agricultura tiene un peso muy elevado, y además, sus **niveles de renta son los más bajos de los cuatro clústeres**, lo que refleja también una menor capacidad de gasto y consumo en el territorio.

Turismo

El sector turístico tiene una importancia más limitada en estos municipios. **Reciben pocos turistas en comparación con otros clústeres**, y la **oferta turística es escasa**, tanto en infraestructuras como en empleo generado. Esto hace que el turismo no actúe como motor económico ni como elemento dinamizador del territorio capaz de fijar población o atraer inversiones.

Equidad y servicios

Los municipios del clúster tienen **malas conexiones con servicios clave**, como centros de salud o centros educativos. También presentan **obstáculos en el acceso a oportunidades económicas y sociales**, lo que agrava su situación de vulnerabilidad.



Tabla 6. Características socioeconómicas de los municipios del Clúster 4. Datos referidos a la media ponderada de los municipios que conforman el clúster.

| | Clúster 4 | Camino Santiago Francés | Total España |
|--|-----------|-------------------------|--------------|
| Indicadores demográficos | | | |
| Evolución de la población - Tasa de variación entre la población de 2014 y 2022 | -10,5% | -3,4% | 2,1% |
| Tasa de masculinización - Peso de la población masculina sobre la población total | 53,0% | 53,0% | 49,1% |
| Tasa de envejecimiento - Peso de la población mayor de 65 años sobre el total | 37,9% | 31,1% | 19,1% |
| Indicadores económicos | | | |
| Agricultura - Peso del empleo en Agricultura sobre el empleo total (2024) | 41,3% | 21,2% | 5,1% |
| Industria - Peso del empleo en Industria sobre el empleo total (2024) | 8,9% | 13,3% | 11,8% |
| Construcción - Peso del empleo en Construcción sobre el empleo total (2024) | 9,6% | 9,3% | 6,4% |
| Servicios - Peso del empleo en Servicios sobre el empleo total (2024) | 40,2% | 56,2% | 76,6% |
| Dinamismo emprendedor - Tasa de crecimiento bruto de unidades empleadoras en 2022 | 13,9% | 12,1% | 21,5% |
| Renta media neta - Renta media neta por unidad de consumo (2022) | 19.120 € | 21.261 € | 18.758 € |
| Indicadores asociados al turismo | | | |
| Grado de desarrollo de la oferta del sector turístico - Nº de personas empleadas en turismo por cada 1.000 turistas (2024) | 12 | 16 | 16 |
| Especialización en el sector turístico - Nº de personas empleadas en turismo por cada 1.000 habitantes (2024) | 41 | 65 | 78 |
| Tasa de intensidad turística - Nº de turistas por cada 1.000 habitantes (2024) | 10.682 | 13.507 | 4.948 |
| Tasa de estacionalidad - Concentración intermensual de la demanda turística (una mayor tasa representa una mayor estacionalidad) (2024) | 0,30 | 0,28 | 0,09 |
| Indicadores sociales | | | |
| Tasa de paro registrado - Nº personas registradas en el paro sobre la población en edad de trabajar (2024) | 4,3% | 5,7% | 8,1% |
| Índice de Gini - Índice que refleja la distribución de la renta entre la población, midiendo la desigualdad general (un valor mayor refleja mayor desigualdad general) (2022) | 24,6 | 26,4 | 28,9 |
| Indicador P80/P20 - Indicador que refleja la distribución de la renta entre la población, comparando extremos de renta (un valor mayor refleja mayor desigualdad entre los ingresos más altos y los más bajos) (2022) | 1,7 | 1,9 | 2,5 |
| Conexión a infraestructuras de bienestar - Distancia del municipio a servicios sanitarios y de educación (valores cercanos a 1 reflejan mejor conectividad; valores cercanos a 4, una conectividad más deficiente) (2024) | 3,1 | 2,7 | - |

Fuente: Abay Analistas a partir de la BDM-CSF.



03.

La sostenibilidad de los municipios del Camino de Santiago Francés desde el punto de vista de actores clave



El Camino de Santiago Francés (CSF) no se entiende sin las personas que lo viven, lo gestionan día a día. Escuchar sus voces permite acceder a un conocimiento profundo, contextualizado y cargado de matices sobre lo que ocurre en sus municipios. Este capítulo parte del convencimiento de que quienes forman parte activa del CSF son también quienes mejor pueden ayudar a comprender su situación.

Con ese objetivo **se han realizado entrevistas a nueve personas con perfiles diversos y un amplio conocimiento sobre el CSF y su relación con el territorio**. Aunque su trazado recorre más de 750 kilómetros y atraviesa más de cien municipios, se ha buscado una representación equilibrada entre territorios y tipo de actor, recogiendo testimonios especialmente informados y comprometidos. A través del análisis de estas entrevistas se han identificado las **principales cuestiones** relacionadas con **sostenibilidad del Camino y de sus municipios**.

El capítulo se estructura en tres apartados, que permiten acercarse a la realidad del Camino desde dos perspectivas complementarias. **El primero recoge aquellos elementos que, según las personas entrevistadas, hacen único al Camino de Santiago Francés**: el sentimiento de identidad que genera en los municipios, la hospitalidad como práctica cultural, el cuidado del patrimonio, su papel como modelo de desarrollo que reparte beneficios a lo largo del territorio y su cualidad de ser un referente ante otros itinerarios turísticos y de peregrinación. No se trata solo de describir lo que el Camino tiene, sino de entender qué lo hace especial para quienes lo viven desde dentro y cómo esos elementos alimentan el sentido de pertenencia de los municipios y las personas que los conforman y su contribución a la sostenibilidad local.

El segundo apartado explora cómo la singularidad del Camino se ve tensionada o condicionada por ciertas dinámicas, como la evolución del perfil del peregrino, la aparición de nuevas formas de emprendimiento y la implicación de las instituciones. Más allá de señalar tendencias, este apartado ayuda a identificar los efectos que surgen cuando el Camino se convierte en escenario de intereses diversos, algunos de los cuales pueden entrar en conflicto con su esencia tradicional. Por último, **el tercer apartado recoge las principales propuestas de los actores clave para fortalecer la sostenibilidad socioeconómica de los municipios del Camino**.

En conjunto, el capítulo no solo ofrece testimonios de actores, sino que plantea **cuestiones sobre cómo mantener el equilibrio entre cambio y continuidad, y qué papel pueden jugar los actores locales para desarrollar un modelo sostenible a la vez que coherente con la identidad del CSF**.

Cabe señalar, que al igual que ocurre en el resto del informe el foco del análisis se sitúa en los municipios y su relación con el Camino. Asimismo, los resultados que se presentan en este capítulo no representan la realidad específica de todos los municipios del CSF, pero sí ofrecen una visión pertinente sobre los **procesos de cambio** identificados



1. ELEMENTOS DIFERENCIALES DEL CAMINO DE SANTIAGO FRANCÉS

La identidad del Camino de Santiago Francés se construye a partir de varios aspectos culturales, sociales, patrimoniales y simbólicos que, aunque pueden variar entre territorios, comparten un sentimiento común entre las personas que viven y trabajan en el Camino. Estos aspectos hacen que el CSF sea único y lo diferencian de otras rutas de peregrinación o destinos turísticos más tradicionales.

Sentimiento de identidad y pertenencia

El CSF genera un **sentimiento de identidad** en numerosos municipios por los que pasa, especialmente pueblos pequeños y muy pequeños. Este elemento diferencial **responde a factores históricos o patrimoniales, y también a aspectos culturales y vivenciales de sus gentes**. En estos territorios, el Camino y la relación con los peregrinos es parte del día a día de las personas, y se ve como algo propio. **Esta apropiación simbólica del Camino se traduce en la disposición a conservarlo, protegerlo y transmitirlo a las generaciones futuras, y se convierte en un pilar de la identidad local.**

Sin embargo, esta relación no se produce de forma uniforme. En zonas donde predomina una visión más económica o el Camino se ha integrado en dinámicas más turísticas, este sentimiento identitario se diluye o sustituye por una visión más instrumental del Camino.

Esta distinción, que se identifica por parte de las personas consultadas, entre comunidades autónomas y también entre municipios rurales y urbanos, principalmente, pone de relieve la **relevancia del componente territorial en la configuración del vínculo emocional con el Camino**.

"Sobre todo el que se siente partícipe del Camino de Santiago, creo yo. No digo el municipio, sino sobre todo los habitantes del municipio, que consideran que el Camino de Santiago no es algo ajeno ni de los peregrinos, sino que es suyo. Es una ruta que sienten como suya".

"Es que esto del camino te hace sentir parte de algo grande, y lo ves también en la gente del pueblo. Aquí la gente lo vive, porque forma parte de su día a día desde hace décadas".

"En los pueblos pequeños o muy pequeños, el Camino se visualiza de una manera muy local, de modo que, en general, todo lo que se relaciona con el Camino se circunscribe al pueblo, a su población, a sus negocios y a sus proyectos".

"Siempre hemos apostado, hemos creído que el Camino de Santiago era algo de mucho valor para el territorio, también para el pueblo, y la experiencia ha sido que, en estos casi 30 años, yo tengo muy claro que ese paso de peregrinos por el municipio ha influido en lo que hoy es (el municipio), sin ninguna duda".

"Y siempre hay que diferenciar municipios pequeños o poblaciones pequeñas y los grandes porque en los grandes la vinculación es muy relativa y a veces inexistente con la gente. Pero en los pequeños sí, se nota claramente una vinculación afectiva, una vinculación de identidad".

"No vincularía el sentimiento de identitario con el Camino de Santiago con la economía. Yo creo que, precisamente donde más dinero pueden sacar del Camino de Santiago, no se vinculan con ese sentimiento de identidad. A lo mejor en otros municipios donde no se gana tanto dinero para el municipio, pero sí se sienten, y así hay esa vinculación afectiva".



Hospitalidad y atención al peregrino

El Camino es una vía de peregrinación, por lo que su esencia y sus valores están vinculados a la existencia de peregrinos y a la atención a sus necesidades. **La hospitalidad se erige como uno de los pilares culturales más sólidos del Camino.** La hospitalidad no responde únicamente a ofrecer un servicio o atención, sino que constituye una disposición cultural basada en el respeto mutuo y la empatía con el peregrino.

Este elemento tiene un carácter estructural, que ha sobrevivido a la modernización del Camino y que sigue vigente en muchas localidades. Los testimonios apuntan a que esta hospitalidad no es exclusiva de los alojamientos o los establecimientos comerciales, sino que se manifiesta en el comportamiento de los vecinos, en la disposición a ayudar y en la normalización de gestos como acompañar al peregrino, facilitarle el descanso o atender necesidades imprevistas. **Esta actitud contribuye a generar un espacio de convivencia intercultural donde el peregrino no es tratado como un cliente, sino como una figura reconocida y valorada.**

Los municipios del Camino no se ven a sí mismos como meros destinos turísticos. Distinguen entre peregrinos y turistas de forma clara. Consideran que han de cuidar particularmente al peregrino como actor principal para mantener su idiosincrasia, cultura y diferenciación.

“Sentimientos que unen a la ruta, como la hospitalidad, como el hecho de decir buen camino, como el hecho de tener una disposición de ayudar al peregrino, [...] pues eso les une a todos los municipios, sobre todo, como digo, a los pequeños.”

“Creo que toda su historia (del Camino) está hecha de necesidades. Cada época ha tenido su necesidad y cada época de la historia ha tenido un poco su esencia. Pero lo que sí que tenemos ahora, da lo mismo que sea católico, espiritual, lo que sea, es que se respete al peregrino. Yo creo que el peregrino necesita un reconocimiento porque es un valor añadido, si no nos podemos cargar el Camino.”

“Estas personas (los peregrinos) que normalmente llegan a mediodía, a primera hora de la tarde y hacen la tarde en el pueblo, conversan con la gente del lugar, se acercan al pueblo y al final también nos dejan cada uno un poco de su impronta.”

“Aquí damos conversación, damos historia, damos calor. Eso es lo que buscan muchos peregrinos.”

“Nos esforzamos mucho en que los peregrinos se sientan bienvenidos. Es una parte fundamental de nuestra forma de ser.”

“El camino tiene una singularidad y el peregrino forma parte de ella y entonces distinguir peregrino de turista en plan positivo, no se trata de echar a ningún turista, ni mucho menos, pero no podemos cargarnos el Camino si convertimos a todos los peregrinos en turista o al revés. Es decir, el peregrino forma parte del camino.”

Contribución a la preservación del patrimonio y del entorno rural

El Camino ha desempeñado un importante papel en la **preservación del patrimonio** histórico, cultural y natural de las zonas que atraviesa. Su trazado recorre un **conjunto diverso de paisajes y localidades con un alto valor simbólico y patrimonial**, que ha sido **revalorizado**, en parte, gracias a la **presencia de peregrinos**. A lo largo del Camino, se han llevado a cabo (y se siguen llevando a cabo) actuaciones diversas, desde la rehabilitación de iglesias, puentes, caminos, etc., hasta proyectos de sensibilización,



conservación y dinamización cultural, y a diferentes niveles, tanto a nivel local como incluso europeo. Además, el Camino actúa como catalizador para visibilizar y preservar el patrimonio inmaterial, incluyendo fiestas y tradiciones locales.

"Tenemos un inmenso patrimonio, no ya solamente en el propio Camino, sino en el resto del territorio, en los pueblos vecinos. [...] También tenemos un pequeño incentivo para intentar mantener y para que la gente lo haga suyo, que valore lo que tiene."

"Con el paso del tiempo, la gente se ha dado cuenta de que tener una iglesia románica o un puente medieval en el Camino es un tesoro."

"Se está empezando a valorar más lo nuestro gracias al paso de los peregrinos. Se ha restaurado la ermita y otras zonas gracias a eso."

"Tenemos un valor patrimonial en torno al Camino que no está del todo aprovechado, pero que puede ser clave en el futuro"

"La arquitectura tradicional está más cuidada ahora porque hay un interés por mostrar lo mejor del pueblo a quien pasa."

Modelo de desarrollo territorial distribuido

A diferencia de otros itinerarios turísticos, el Camino constituye un modelo de generación de impacto económico territorial, cuya lógica difiere radicalmente de los esquemas turísticos convencionales centrados en destinos finales o en núcleos urbanos concretos. El Camino despliega un **flujo constante de recursos a lo largo de todo su trazado, generando impactos económicos distribuidos a lo largo del territorio que atraviesa**.

"Una persona que quiera hacer el camino va a estar 15 días o más... y esos 15 días van a ir, desde el punto de vista económico, generando beneficio a lo largo de todo el camino."

"El camino genera un gasto difuso, un uso difuso a lo largo de todo el territorio."

Referencia como vía de peregrinación

El Camino de Santiago Francés constituye **la ruta jacobea más emblemática, consolidada y reconocida a nivel internacional**. Desde la Edad Media, ha sido el itinerario más transitado y documentado, constituyéndose como referente universal de la peregrinación cristiana. Ha de subrayarse la densidad artística del Camino, que se manifiesta en cada tramo con una diversidad de estilos arquitectónicos y manifestaciones culturales a lo largo de los siglos. No solo destaca el patrimonio material en el Camino Francés, sino también su riqueza cultural intangible, que se transmite a través de leyendas, cantos, tradiciones populares y modos de vida.

Su condición de primer itinerario cultural europeo y su declaración como patrimonio mundial por la UNESCO confieren al Camino una legitimidad histórica singular.

El CSF es el camino por el que muchos peregrinos deciden empezar, y es el que reúne más infraestructuras, servicios, señalización y patrimonio. Esta condición le ha otorgado un papel de liderazgo en cuanto a flujos de peregrinos, proyección turística, cobertura mediática y presencia institucional.

Todos estos elementos contribuyen a que otros caminos de Santiago aspiren a asociarse con su prestigio y visibilidad, y también beneficios económicos.



"El denominado Camino de Santiago francés es el Camino de Santiago por excelencia. Es el camino que desde el punto de vista histórico está más documentado."

"El Camino es único. Es fundamental que el peregrino sea consciente de por dónde está pasando, qué tiene en los pueblos y qué tiene en el arte, en la cultura, en las historias, en las leyendas."

"De hecho, es tan atractivo (el Camino de Santiago Francés), que otros caminos a Santiago, que tienen otra denominación, el Camino del Norte o lo que fuera, pues todo el mundo se quiere enganchar también de alguna manera."

"El Camino Francés es el que sale en todas partes, en los medios, en las guías, en los relatos de peregrinos. Es el más conocido, el más transitado y el más documentado."

"Muchos peregrinos hacen primero el Francés, y después prueban otros, pero siempre comparan con este. Es como la referencia."

"Si dices que estás en el Camino de Santiago, lo primero que te preguntan es si es el Francés. Está en el imaginario colectivo."

"Todo el mundo quiere formar parte del Francés, aunque su ruta pase lejos. Tiene un valor simbólico enorme."

"No hay ningún camino, ningún camino, no solo Camino de Santiago, ni prácticamente ningún camino, ruta de peregrinación en el mundo, que tenga las infraestructuras que tiene el tramo francés."

2. SOSTENIBILIDAD SOCIOECONÓMICA EN LOS MUNICIPIOS DEL CSF.

La sostenibilidad de los municipios por los que discurre el CSF está condicionada por una serie de factores que afectan tanto a su estructura económica como a su vida social. Este apartado aborda tres temas centrales en la situación actual de los municipios del Camino: el relevo generacional y el emprendimiento, el cambio en la forma de recorrer el Camino y la implicación institucional. Estas tres cuestiones se articulan sobre una base común: la contribución de diferentes actores (emprendedores, caminantes e instituciones) a un proceso de transformación del CSF y de su identidad, que avanza progresivamente hacia una lógica más mercantil.

Relevo generacional y emprendimiento en el CSF

Falta de relevo generacional en municipios rurales

El relevo generacional representa un gran reto para muchos municipios del CSF. Consiste en la capacidad de transferir la titularidad y gestión de negocios y actividades económicas de una generación a otra, asegurando así la continuidad de servicios y la sostenibilidad socioeconómica del territorio.

En muchos de estos municipios, esta renovación no se está produciendo de forma natural debido a la **despoblación, el envejecimiento y la escasa presencia de jóvenes dispuestos o disponibles para asumir estos negocios**. Como consecuencia, incluso en contextos con cierto potencial económico derivado del paso de peregrinos, se están cerrando bares, comercios, albergues familiares y otros servicios esenciales. Esta situación se ve agravada por la falta de programas institucionales sólidos que faciliten una transición ordenada y atractiva para las nuevas generaciones.



“Hay negocios familiares que cierran porque los hijos se han ido a vivir fuera y no quieren volver.”

“El camino empezó muy bien, muy bien, y, al principio, le dio mucha vida a los pueblos. En ese tiempo, en los años 90, 2000, 2000 y algo, 2007, 2008, el Camino les dio mucha vida. Se está acabando un ciclo de gente de los pueblos, que ha puesto su negocio, pero ahora ya se ha retirado.”

“El problema es que no hay una estrategia de relevo. Todo depende de la iniciativa individual, pero sin apoyos concretos.”

En cambio, **en aquellos municipios donde existe una demanda efectiva o potencial, vinculada en gran parte al flujo constante de peregrinos, se generan oportunidades claras para el emprendimiento.** Esta demanda puede derivar tanto del volumen de personas que transitan por el Camino como del valor patrimonial y cultural del entorno, que atrae visitantes y dinamiza el consumo local.

“El paso del Camino ofrece una ventaja competitiva por encima de otros municipios: hay más necesidades que atender, desde restauración hasta transporte, pasando por actividades culturales, masajes o atención sanitaria ligera.”

“Frente a otros municipios, la ventaja es que hay más demandas que atender, y por tanto más posibilidades de emprender.”

Motivaciones para el emprendimiento en los municipios

Las **motivaciones para emprender en este contexto son diversas** y responden tanto a razones económicas como personales. En el caso de las motivaciones económicas, se observa la presencia de **emprendedores locales que, ante la falta de salidas laborales, encuentran en el Camino una vía de sustento** (como mujeres del entorno o jóvenes que regresan tras estudiar fuera), así como **personas venidas de otros lugares que identifican una oportunidad rentable** para ofrecer servicios vinculados al Camino, como hostelería, masajes, transporte de mochilas, farmacias o pequeños supermercados.

“Yo creo que una motivación es básicamente económica. El fin es siempre ayudar al peregrino y cubrir esa necesidad, pero se necesita que el emprendimiento sea viable económicamente.”

“(Hablando de las personas autóctonas) ... en general, hay una mayoría de mujeres, porque quizás es la persona que no tiene un empleo (en el ámbito) más cercano en el medio rural y se tienen que tirar al emprendimiento. ¿Qué hace? Pues, algo relacionado con el Camino.”

Por otro lado, existen **motivaciones de carácter más personal, asociadas a experiencias vitales.** Muchos de estos casos corresponden a peregrinos que, tras recorrer el Camino, deciden establecerse en alguna de sus localidades atraídos por su estilo de vida, su paisaje o sus valores, y posteriormente emprenden.

“Mientras que los que se quedan en el Camino, aparte de esa necesidad económica, pueden tener una motivación de cambiar de vida, de enamorarse de alguna de las localidades del Camino de Santiago y decidir quedarse y vivir ahí.”

“El bar del pueblo llevaba cerrado años. Nadie del pueblo quería hacerse cargo. Al final lo cogió un chico de Madrid que hizo el Camino y decidió quedarse.”



Facilitadores y barreras para el emprendimiento

La decisión de emprender en el CSF está influida por una combinación de factores facilitadores y barreras. **Entre los elementos que facilitan el emprendimiento destaca**, en primer lugar, **la propia presencia de peregrinos**, que garantiza una demanda constante, aunque con una marcada estacionalidad. Esta característica convierte a los pueblos del Camino en enclaves rurales más dinámicos que otros del entorno. Además, en algunos territorios se cuenta con **apoyo institucional y acceso a financiación europea**, elementos que han favorecido la puesta en marcha de nuevas iniciativas.

“Bueno, son incentivos (fondos europeos) a la inversión, es decir, a la inversión que sea productiva, genere actividad económica y empleo.”

El patrimonio histórico y cultural de muchas localidades cercanas al Camino también actúa como motor para el desarrollo de iniciativas turísticas, que, en ocasiones, se entrelazan con propuestas más centradas en el peregrino.

“El elemento patrimonial no influye tanto en que haya más afluencia de peregrinos, ya que la singularidad que tiene el Camino va más allá de elementos patrimoniales, pues realmente ya es suficientemente por sí mismo. (...) Pero sí en el resto de pueblos.”

No obstante, **también existen barreras que dificultan el emprendimiento**. La más mencionada es **la burocracia**, percibida como compleja y fragmentada por la superposición normativa de diferentes administraciones.

“El problema más gordo es la burocracia. Cada administración tiene su normativa y eso hace muy difícil arrancar un negocio pequeño.”

A esto se suma la **falta de estructuras formales de apoyo empresarial**, que limita las capacidades de los pequeños negocios para acceder a formación, asesoramiento, financiación o para colaborar entre sí.

“La oferta está atomizada y cada uno piensa en sí mismo, pero no piensa en que es una parte del todo y tenemos que buscar manera de que la gente se entienda un poco mejor, que no se hagan la competencia cuando el Camino es para todos.”

“Yo creo que las asociaciones se ven como algo negativo y burocrático que no llega a ser práctico para los que lo componen. (...) Sí, es lo que yo veo (grupos online), en los que la forma de ayudarse unos a otros es más práctica que crear un ente burocrático.”

La integración de emprendedores no locales

La llegada de nuevos emprendedores al Camino, especialmente cuando proceden de fuera del territorio, puede generar un distanciamiento cultural con la población local. Esta desconexión se hace especialmente evidente cuando la motivación principal del emprendimiento es de tipo económico. En estos casos, la visión del Camino como recurso turístico choca con la percepción más tradicional y simbólica que mantienen muchos residentes, quienes valoran el Camino como un espacio de convivencia, acogida y significados compartidos. Esta distancia cultural puede traducirse en una **pérdida de vínculo de la comunidad local con las dinámicas del Camino, reduciendo su implicación y debilitando el capital relacional que lo sostiene**.

“Si mezclamos el turismo con el Camino, pueden ser compatibles, además son compatibles, si se hace bien, pero hay que respetar un poco al peregrino. (...) Yo creo que estar juntos es difícil. Yo lo veo de esta manera, si tú abres un negocio tienes que mirar a



ver a qué enfocas ese negocio, pero si quieres coger todo, pues a lo mejor te puede saltar en las manos.”

La llegada de emprendedores no locales a los municipios del CSF puede abrir oportunidades en distintos ámbitos.

Desde una perspectiva demográfica, por ejemplo, estos nuevos actores pueden representar una **oportunidad para contrarrestar la despoblación, ocupar viviendas vacías y mantener o incluso recuperar ciertos servicios locales.**

“En zonas rurales especialmente afectadas por la despoblación, su presencia ayuda a dinamizar la economía local, recuperar viviendas vacías o contribuir a mantener servicios.”

Sin embargo, cuando estas personas no residen de forma estable en el municipio o no desarrollan vínculos con la comunidad, **sus negocios tienden a operar con una lógica más turística que peregrina.** Esto implica, en muchos casos, un funcionamiento limitado a la temporada alta, dejando los pueblos desprovistos de servicios durante el resto del año.

“Ha venido otra gente de fuera, que lo ha alquilado, y esa gente o está viviendo en el pueblo o sólo tiene un negocio y no hace vida.”

“Hay un pueblo donde no vivía nadie. Entonces dijeron que a través del Camino se iba a poder generar que ese pueblo vuelva otra vez a la vida. Bueno, pues si lo queremos llamar un pueblo, pues lo llamamos un pueblo, pero son 15 negocios que cuando termina septiembre cierran y aquello queda vacío.”

“Yo hago el camino en invierno y he llegado a pueblos en invierno que están abandonados totalmente. Entonces tú tienes un negocio en un pueblo por el negocio, pero no porque vivas en el pueblo.”

“Una cosa es tener población y otra cosa es fijar población. Me decía un señor que un pueblo para ser pueblo tiene que tener niños y viejos, si no, no es un pueblo.”

Además, se detecta una **progresiva transformación del perfil de los servicios ofrecidos:** ya no se adaptan tanto a las necesidades del peregrino tradicional, sino a visitantes con otro tipo de demandas, lo que conlleva un **encarecimiento de los precios y una menor accesibilidad para quienes recorren el Camino.**

“La gente, yo no sé por qué, tiene esa idea de que el peregrino es un turismo barato. El peregrino se queja de que hace 10, 15, 20 años el Camino se podía hacer bien, era asequible para todos, para chicos jóvenes, para todos, pero ahora ya cuesta.”

Este fenómeno contribuye, a su vez, a la **turistificación progresiva de algunos tramos del Camino**, con la consiguiente **pérdida del carácter hospitalario** que históricamente ha definido a muchos municipios del CSF. La sostenibilidad social del CSF depende en gran medida de la implicación activa de las comunidades locales. Esta participación, a menudo espontánea, se manifiesta en gestos cotidianos de hospitalidad hacia los peregrinos.

“La gente del pueblo saluda a los peregrinos, les ayuda si lo necesitan, les indican el camino, les invitan a agua o fruta. Es algo que siempre se ha hecho, está en nuestra cultura.”

“Aquí organizamos todos los años una jornada de bienvenida al peregrino, con una comida comunitaria y un recorrido por el patrimonio local. Es una forma de implicar a la gente, y funciona.”



Sin embargo, esta implicación se está debilitando en aquellas zonas donde predominan negocios gestionados por personas ajenas al territorio, con lógicas de funcionamiento más turísticas.

“Hay pueblos donde el Camino pasa, pero no se siente. La gente no se vincula porque el modelo ha cambiado, ya no es el peregrino sino el cliente, y eso se nota.”

“En algunos sitios se han perdido los vínculos. Se han abierto negocios nuevos, de gente de fuera, y los vecinos ya no participan tanto. Todo se ha profesionalizado demasiado.”

“La mayoría de la gente que ha venido a emprender al Camino no es de aquí. Son gente que ha venido de fuera y que, en muchos casos, no tiene mucho vínculo con la comunidad, hacen su negocio y ya está.”

“Se nota mucho cuando el albergue o el restaurante lo lleva alguien del pueblo. Hay una cercanía diferente, una forma de acoger más personal, más de casa.”

Cambio en la forma de recorrer el Camino y sus implicaciones locales

Cambio en el perfil del peregrino

En los últimos años, se ha producido **una transformación significativa en el perfil del peregrino que recorre el CSF**. Tradicionalmente, predominaban caminantes procedentes de países europeos con una fuerte tradición jacobea, como Francia, Alemania o Bélgica, cuya motivación estaba **más vinculada a aspectos espirituales, culturales o personales, enraizados en la historia del Camino**. Sin embargo, este perfil ha ido dando paso a otros tipos de peregrinos, especialmente provenientes de países asiáticos y americanos, cuya aproximación al Camino se sitúa más cerca del turismo que de la peregrinación tradicional. Esta evolución está relacionada, en parte, con una **desconexión generacional y con la ausencia de mensajes o narrativas que refuerzen la dimensión simbólica, histórica y cultural del Camino**, lo cual, en opinión de algunos actores, contribuye a diluir su esencia original.

“Lo que veo en el Camino es que se nos están metiendo nuevos países, como Indonesia, Hong Kong, Corea, pero estamos perdiendo a los de antes, franceses, alemanes y belgas. Entonces algo estamos haciendo mal.”

“(Lo que) No podemos hacer es que el Camino sea una moda, porque cuando se pase la moda, entonces, qué, ¿vamos a volver otra vez a buscar a los franceses? (...) No es un camino solo de España.”

“Ya no conectamos bien con las nuevas generaciones para venderles lo que le vendimos a las otras, hace años. Es que si sólo hablamos de turismo y si me voy a hacer el Camino a Santiago y veo que me han vendido una película diferente, el boca a boca dice esto se acabó.”

Fuerte aumento de la afluencia de peregrinos en el tramo final los municipios del CSF

Este cambio en el perfil del peregrino se ha visto acompañado por un notable incremento del flujo de personas, especialmente durante los meses de verano. La fuerte estacionalidad condiciona no solo el modelo de funcionamiento de los negocios vinculados al Camino, que adaptan su actividad a la temporada alta, sino también la **dinámica de vida de muchos municipios, que quedan prácticamente desiertos fuera de esos meses**. Esta dependencia del turismo estacional limita la consolidación de una



economía local estable, y convierte a algunas localidades en espacios cuyo ritmo vital se rige casi exclusivamente por la llegada y salida de peregrinos y visitantes.

El aumento de la afluencia, especialmente en los tramos finales del Camino, ha generado diversos impactos sobre las comunidades locales. Uno de los efectos más visibles es la **masificación turística**, que altera la experiencia de convivencia entre población local y peregrinos. La intensidad del tránsito reduce las posibilidades de interacción y de acogida espontánea, elementos que históricamente formaban parte del carácter social del Camino.

“El problema no es que venga mucha gente, sino cómo viene, qué espera, y cómo nos organizamos para recibirla.”

“Vienen solo cinco días, van en grupo, no hablan con nadie, no comen en los bares, van con todo contratado.”

A su vez, la presión que ejerce esta gran demanda sobre recursos y servicios básicos tiene consecuencias directas sobre la población residente, como, por ejemplo, los **efectos sobre el mercado de la vivienda**. En algunos municipios, se ha detectado una transformación del uso de la vivienda, con pisos y establecimientos residenciales que se reconvierten en alojamientos turísticos, dificultando el acceso a vivienda para los habitantes locales. A ello se suma una **presión inflacionaria sobre bienes y servicios básicos**, alimentada por la demanda estacional, que repercute tanto en los propios peregrinos como en los vecinos y vecinas del entorno.

“Muchos de los negocios, pues no sé, residencias, [...] pasaron a ser habitaciones. Pisos, la gran mayoría de pisos en alquiler, pues igual pasan a ser de alquiler turístico.”

“Sí, se incrementan precios y no hay oferta [...] sí que hay que mirar de buscar un poco el equilibrio para que no existan esas tensiones entre peregrinos y visitantes y los habitantes que están todo el año.”

Implicación institucional

La implicación de las instituciones en el CSF varía considerablemente según los territorios, los niveles de la administración y los recursos disponibles. Esta disparidad ha generado percepciones diversas entre los actores del CSF. Mientras que en algunas zonas se reconoce un fuerte compromiso por parte de las administraciones públicas, en otras se evidencian carencias importantes. **Este es el caso del tramo aragonés del Camino, que presenta un menor grado de visibilidad institucional y apoyo operativo** en comparación con otras áreas del trazado. En este territorio, la falta de inversión y de coordinación interterritorial ha motivado la creación de iniciativas locales como la Mesa del Camino de Somport a Puente la Reina, que busca articular una respuesta conjunta desde el ámbito municipal para reforzar el posicionamiento de este tramo.

“La Mesa del Camino de Somport a Puente la Reina ha sido un espacio útil para coordinarse entre municipios. Gracias a ella hemos conseguido que se escuche más nuestra voz.”

En el ámbito local, **muchos ayuntamientos demuestran un elevado nivel de compromiso con el Camino**, a pesar de las limitaciones que enfrentan en términos de recursos humanos y económicos. **Para estos municipios, el Camino representa un eje estratégico para el desarrollo territorial y la cohesión social.** Los testimonios recogen



el esfuerzo cotidiano que se realiza desde lo local para mantener los tramos, preservar el entorno y promover actividades vinculadas a la ruta jacobea. Este esfuerzo sostenido es visto como una forma de asegurar la continuidad de la experiencia peregrina y su vínculo con el territorio.

“En el municipio estamos muy implicados. Desde hace años tenemos un albergue municipal que hemos rehabilitado, tratamos de mantener el tramo en buen estado, participamos activamente en asociaciones del Camino...”

“Nosotros, aunque somos un municipio pequeño, hemos intentado que el Camino esté cuidado, incluso cuando la ayuda del gobierno autonómico no ha llegado como esperábamos. Hacemos lo que podemos.”

“Los ayuntamientos pequeños hacemos más de lo que parece. Hay voluntad, aunque muchas veces faltan manos.”

Sin embargo, este compromiso municipal no siempre se ve acompañado por un respaldo proporcional desde niveles superiores de la administración. En el ámbito autonómico, la implicación es desigual. Si bien en algunos casos se han desplegado políticas que integran el Camino en estrategias de promoción turística, patrimonial y cultural (incluyendo programas de subvención, dinamización o mantenimiento), existen coincidencias en señalar aspectos mejorables. En particular, se apunta que muchas **ayudas no responden** adecuadamente a las **necesidades de los pueblos del Camino**, y que persiste una visión predominantemente turística que desplaza el valor territorial y cultural del Camino a un segundo plano. También se detecta la ausencia de una estrategia global y coordinada que permita sumar esfuerzos y evitar la fragmentación institucional.

“El gobierno autonómico ha hecho cosas importantes. Hay programas de señalización, acciones de promoción turística, incluso ayudas a la rehabilitación de albergues. Pero a veces no se ajustan a lo que necesitamos los pueblos pequeños.”

“El Camino está presente en la política autonómica, pero muchas veces desde una visión turística que deja fuera la parte social y comunitaria, que es fundamental.”

“Lo que falta es una estrategia clara. Las ayudas existen, pero cada uno va por libre. No hay un plan común entre localidades.”

A estas limitaciones se suma un fenómeno creciente: la **transformación progresiva de infraestructuras vinculadas al Camino bajo una lógica cada vez más turística**. Esta tendencia, según varios testimonios, no se debe tanto a una sobrecarga de visitantes como a la **falta de mecanismos eficaces para regular y garantizar la convivencia entre diferentes tipos de usuarios** del Camino. Desde esta perspectiva, el turismo no representa por sí mismo una amenaza, siempre que se mantengan **espacios y servicios específicos orientados a la acogida tradicional del peregrino**. El problema surge cuando esta diferenciación desaparece y las infraestructuras, en especial los albergues, son utilizadas de forma inadecuada o insuficientemente regulada, afectando a la experiencia del peregrino, a la autenticidad del viaje y a la accesibilidad económica que históricamente ha caracterizado al Camino.

“Preservar, en mi opinión. Preservar los espacios de peregrinación. Es decir, que el peregrino tenga garantías de que los albergues o los lugares de acogida sean para peregrinos, no para turistas.”

“Que no llegue a un albergue un autobús de 50 plazas y ocupe las 50 plazas y que el señor que viene andando después de ocho horas no tenga sitio donde dormir.”



“Si existe un espacio de turismo y un espacio de peregrinación, pueden convivir perfectamente. Han convivido siempre.”

“El peregrino andando no deja de ser una modernez. [...] Siempre iban acompañados con gentes a caballo, en carros o en grupos para preservar por seguridad.”

En este sentido, **no se plantea una oposición entre peregrinación y turismo, sino la necesidad de establecer un modelo integrador, complementario y equilibrado**. Un modelo que reconozca la diversidad de usuarios del Camino, pero que, al mismo tiempo, proteja aquellos elementos que lo hacen único y valioso para las comunidades que lo atraviesan.

3. SOSTENIBILIDAD SOCIOECONÓMICA EN LOS MUNICIPIOS DEL CSF.

A lo largo de las entrevistas realizadas a actores clave del CSF se recogieron diversas propuestas orientadas a reforzar su sostenibilidad. Algunas surgieron de forma espontánea a lo largo de la conversación, mientras que otras fueron formuladas al ser preguntados expresamente por aspectos a mejorar, barreras a superar o acciones necesarias por parte de las instituciones. En conjunto, constituyen una visión práctica y situada sobre los desafíos actuales del Camino y posibles vías para abordarlos.

Con el fin de facilitar su lectura y análisis, las propuestas se han agrupado en cuatro bloques, según el tipo de acción que implican.

- **Creación y fortalecimiento de estructuras de coordinación y gobernanza:** reúne medidas orientadas a mejorar la cooperación entre administraciones, actores locales y entidades del Camino, así como a establecer mecanismos que permitan una gestión más coherente y eficiente.
- **Normativa y regulación:** incluye propuestas que plantean ajustes en el marco legal o en las reglas de funcionamiento del Camino.
- **Programas e intervenciones específicas:** engloba acciones concretas de promoción, sensibilización, preservación o gestión activa del Camino, tanto desde lo institucional como desde la sociedad civil.
- **Apoyo y recursos para el territorio:** agrupa medidas centradas en dotar a los municipios y actores locales de los medios necesarios (técnico o económicos) para reforzar su sostenibilidad.

Tabla 7. Propuestas de actores clave del CSF para reforzar su sostenibilidad.

| Bloque | Propuestas |
|--|---|
| Creación y fortalecimiento de estructuras de | <p><i>Establecimiento de mecanismos estables de cooperación entre administraciones y con los actores sociales y económicos del Camino.</i></p> <p><i>Creación de un comité de expertos en el Camino, por tramos o a nivel local, que asesore a las instituciones.</i></p> |



| | |
|---|--|
| coordinación y gobernanza | <p><i>Creación de una figura técnica de coordinación del CSF a escala nacional o interterritorial.</i></p> |
| | <p><i>Planificación estratégica territorial coordinada a partir de un plan integral adaptado a las distintas realidades del Camino.</i></p> |
| | <p><i>Apoyo institucional y coordinación entre actores de diferentes administraciones (ej. Mesa del Camino entre Somport y Puente la Reina).</i></p> |
| | <p><i>Participación de las instituciones locales en la evaluación de grandes proyectos con impacto potencial sobre el Camino.</i></p> |
| Normativa y regulación | <p><i>Revisión crítica del sistema de acreditación de la Compostela para evitar la masificación y distribuir mejor los flujos.</i></p> |
| | <p><i>Revisión de la normativa de protección patrimonial para permitir adaptaciones funcionales sin perjudicar el entorno.</i></p> |
| | <p><i>Regulación del auge de los alojamientos turísticos para evitar que desplacen viviendas y servicios esenciales.</i></p> |
| Programas e intervenciones específicas | <p><i>Fomento del Camino en épocas de menor afluencia mediante promoción dirigida a públicos específicos (jubilados, internacionales, etc.).</i></p> |
| | <p><i>Aprovechamiento del reconocimiento patrimonial, histórico y espiritual del Camino para visibilizar tramos menos conocidos, diversificar públicos y ampliar la temporada.</i></p> |
| | <p><i>Visibilización y diferenciación de alojamientos y servicios orientados al peregrino frente a los destinados al visitante ocasional.</i></p> |
| | <p><i>Implementación de políticas para proteger y fortalecer la dimensión espiritual del Camino.</i></p> |
| | <p><i>Uso del Camino como recurso cultural para programas escolares, iniciativas intergeneracionales o comunitarias.</i></p> |
| | <p><i>Implementación de políticas para afrontar los efectos del cambio climático sobre el Camino: adaptación de infraestructuras, revisión de calendarios y reforestación.</i></p> |
| Apoyo y recursos para el territorio | <p><i>Programas de apoyo a emprendimientos que favorezcan la fijación de población, el empleo estable y la valorización del patrimonio o los recursos locales.</i></p> |
| | <p><i>Apoyo con recursos técnicos, económicos y personales a pequeños municipios para facilitar actuaciones básicas vinculadas al Camino.</i></p> |

Fuente: Abay Analistas



04.

DAFO sobre la sostenibilidad socioeconómica de los municipios del CSF



Asociación de Municipios
del Camino de Santiago



En los capítulos anteriores se han desarrollado diferentes aproximaciones (cuantitativa, cualitativa y documental) para conocer en profundidad la situación de los municipios en términos socioeconómicos, así como su sostenibilidad y la del conjunto del CSF. A partir de estos enfoques complementarios, se han generado múltiples datos, evidencias y valoraciones que requieren una integración coherente.

Este capítulo, mediante la utilización del análisis DAFO, se **sistematizan** e **interrelacionan** los resultados obtenidos en las fases previas del estudio. Este análisis permite identificar las relaciones entre los distintos factores y orientar propuestas estratégicas más integradas y realistas.

- **Fortalezas:** Son los elementos positivos que forman parte de la realidad interna del territorio. Se trata de factores que ya están presentes y que contribuyen de manera favorable al desarrollo socioeconómico. Pueden ser recursos, capacidades organizativas, saberes locales o dinámicas comunitarias que funcionan bien. Reconocer estas fortalezas permite protegerlas y potenciarlas como base para otras acciones.
- **Debilidades:** Son las limitaciones o carencias que existen dentro del propio territorio. A diferencia de las amenazas, son aspectos sobre los que se tiene cierto margen de actuación desde lo local. Identificarlas ayuda a entender qué impide avanzar hacia un modelo más sostenible y a priorizar acciones para mejorar o compensar esas deficiencias.
- **Oportunidades:** Son factores externos al territorio que, si se detectan y se gestionan adecuadamente, pueden ser aprovechados para impulsar cambios positivos. Pueden venir del contexto económico, político, social o tecnológico, y suponen una posibilidad de crecimiento o transformación. Aunque no dependen directamente de la comunidad, su impacto puede ser muy positivo si se alinean con las capacidades locales.
- **Amenazas:** Son condiciones externas que pueden afectar negativamente al desarrollo del territorio. Suelen estar fuera del control directo de la comunidad, pero tienen el potencial de debilitar procesos locales o crear nuevos problemas. Identificarlas permite prepararse, adaptarse o desarrollar estrategias para reducir su impacto.

Este DAFO se aplica al conjunto de los municipios del CSF en su globalidad. No obstante, dada la heterogeneidad territorial existente, cabe tener en cuenta que algunos de los factores identificados son más representativos de determinados contextos locales que de otros. Asimismo, en ocasiones, el DAFO hace referencia explícita, a municipios concretos o a grupos de características similares identificados a través de clústeres (C1, C2, C3 y C4).



FORTALEZAS

Identidad local, acogida y cultura peregrina

- **Fuerte sentimiento de identidad y apropiación simbólica del Camino por parte de la población local**, especialmente en municipios pequeños, donde forma parte de la vida cotidiana y se percibe como un valor comunitario.
- **Alto grado de implicación vecinal en la acogida del peregrino**, que va más allá del intercambio comercial y refuerza la distinción entre este y turista.
- **Hospitalidad como valor cultural arraigado**, manifestada en gestos cotidianos de cercanía, ayuda y respeto hacia los peregrinos.
- **El Camino conserva una experiencia transformadora diferenciada**, que fideliza a los caminantes y refuerza su reputación como ruta espiritual y humana.

Capacidad del Camino como motor socioeconómico territorial

- **El Camino actúa como eje vertebrador del territorio rural**, conectando pequeños municipios, generando demanda constante y activando economías locales.
- Distribución territorial del impacto económico: a diferencia de otros modelos turísticos, el Camino reparte flujos de visitantes y beneficios a lo largo de su trazado. Por ello, cuenta con una capacidad para dinamizar municipios rurales superior a la de otras formas de turismo,
- **Generación de cierta revitalización demográfica** en localidades donde se ha asentado nueva población emprendedora atraída por el Camino.
- Existencia de una demanda constante de productos y servicios vinculada al Camino, que ofrece oportunidades estables a emprendedores de perfiles diversos.

Valor patrimonial, cultural y educativo

- **Importante papel del Camino en la conservación del patrimonio** histórico, natural e inmaterial de las zonas que atraviesa, en parte gracias al paso de peregrinos.
- **El Camino funciona como espacio educativo y de sensibilización cultural**, ambiental e intergeneracional, con alto potencial formativo formal e informal.

- **El CSF posee una identidad singular como ruta jacobea de referencia**, reconocida internacionalmente (primer itinerario cultural europeo y patrimonio mundial por la UNESCO).
- **Alto valor añadido del Camino como recurso cultural intangible**, asociado a la espiritualidad, la transformación personal y el conocimiento del territorio.

Diversidad y resiliencia territorial

- **El Camino se apoya en una red territorial diversa**, desde grandes núcleos urbanos bien dotados (C1), hasta municipios rurales con cierto dinamismo (C3), lo que permite adaptar estrategias a distintos contextos.
- Algunos municipios del CSF cuentan con servicios públicos de calidad y economías diversificadas, que actúan como motores para el conjunto del trazado (C1).
- Municipios con componente industrial o semiurbano muestran capacidad de adaptación económica, renovación demográfica y dinamismo emprendedor (C2).
- Incluso en territorios con fragilidades demográficas(C3), existe iniciativa empresarial, lo que refleja resiliencia local y voluntad de permanencia.

Consolidación del Camino como infraestructura turística y peregrina

- **Presencia de una red consolidada de servicios e infraestructuras** (albergues, señalización, transporte) que garantiza la viabilidad del recorrido.
- **Elevada especialización turística en diversos municipios** con indicadores de empleo turístico y profesionalización por encima de la media nacional.
- **Reconocimiento del peregrino como actor central en la oferta turística**, lo que refuerza la diferenciación frente a otros destinos turísticos masificados.

DEBILIDADES

Desajustes institucionales y carencias de gobernanza

- **Falta de coordinación territorial e interinstitucional** que dificulta una gestión eficiente del Camino, impide una planificación conjunta y refuerza desigualdades entre territorios (incluyendo el tramo aragonés).
- Ausencia de estructuras de gobernanza multinivel estables y escasa implicación de algunos niveles autonómicos, lo que debilita la capacidad de respuesta ante retos comunes.
- **Limitada capacidad administrativa de muchos ayuntamientos rurales** para optar a ayudas, justificar proyectos o asumir la gestión del Camino de forma continuada.

Dinámicas sociales y demográficas desfavorables

- **Despoblación, envejecimiento y baja densidad poblacional en muchos tramos rurales** (C3 y C4), que limitan la sostenibilidad demográfica y económica del Camino a medio plazo.
- **Acceso limitado a servicios básicos** (educación, sanidad, bienestar) en zonas rurales, lo que dificulta el arraigo de población y el establecimiento de nuevos residentes (C3 y C4).
- **Desaparición progresiva de negocios tradicionales y servicios** (alojamiento, alimentación, comercio), especialmente en los tramos menos transitados.

Modelo económico frágil y poco diversificado

- **Economía muy dependiente del turismo en algunos municipios y con fuerte estacionalidad**, especialmente en restauración, alojamiento y pequeño comercio, lo que limita la creación de empleo estable.
- **Atomización de la oferta de servicios turísticos**, escasa planificación y poca adecuación a la demanda real del peregrino.
- **Falta de cultura asociativa y colaboración empresarial**, lo que debilita la competitividad y dificulta el acceso conjunto a formación, financiación o promoción.
- **Escasa digitalización en negocios rurales**, que limita su visibilidad, autonomía y capacidad de adaptación a nuevas formas de consumo.

Débil integración entre actores y desconexión de la comunidad local

- **Discontinuidad generacional y cultural en el tejido empresarial**, tanto por la falta de relevo generacional como por la entrada de nuevos actores poco integrados socialmente.
- Pérdida de implicación de la población local en zonas donde predominan modelos de explotación turística desvinculados del territorio.
- **Fragmentación y falta de coordinación entre actores clave del Camino** (ayuntamientos, asociaciones, técnicos, empresas), con escasa articulación de redes colaborativas estables.
- **Escasa estructura de apoyo al emprendimiento**, que limite la profesionalización del tejido económico, especialmente en municipios más pequeños.

Desigual valorización territorial y cultural del Camino

- **Asimetrías territoriales en recursos, promoción y planificación**, con concentración de estudios, financiación e infraestructuras en algunos tramos (especialmente Galicia).
- Tendencia hacia la transformación del modelo del Camino, con pérdida del enfoque peregrino en parte de la oferta y desnaturalización de su experiencia.
- Infrautilización de activos patrimoniales y culturales en muchos pueblos del Camino, con escasa promoción de elementos singulares que podrían diversificar la oferta.
- **Déficit de actividades** culturales, educativas y académicas ligadas al Camino en algunos municipios, lo que desaprovecha su potencial como espacio formativo y de dinamización local.
- **Desigual mantenimiento y señalización del Camino según municipios**, lo que repercute en la seguridad y la experiencia del peregrino.

OPORTUNIDADES

Camino como eje de desarrollo rural sostenible

- Existencia de **políticas públicas de ámbito europeo, estatal y autonómico** (Fondos Next Generation, marzo 2021–2027, etc.) priorizan la sostenibilidad, la transición verde y la digitalización en entornos rurales, lo que crea un contexto favorable para captar financiación en los municipios más frágiles (especialmente C4).

Mejora del modelo turístico hacia el equilibrado, la diversificación y la sostenibilidad

- **Creciente interés social por estilos de vida más conectados con lo rural y lo sostenible** puede facilitar la atracción de nuevos pobladores y emprendedores hacia el Camino, contribuyendo a su revitalización demográfica y económica.
- **Diversificación de perfiles y motivaciones entre los peregrinos** permite diseñar modelos turísticos que combinen peregrinación, cultura, naturaleza, espiritualidad y calidad de vida.
- **Desestacionalización del flujo turístico** mediante la promoción del componente cultural y espiritual del Camino.
- **Desconcentración territorial del flujo turístico** mediante la promoción de tramos menos saturados, como el aragonés o zonas rurales (C3 y C4) que puedan aliviar la presión sobre áreas con alta afluencia y generar nuevas oportunidades.
- **Existencia de margen para crear rutas complementarias con enfoque temático** (arte, naturaleza, gastronomía, historia), que enriquezcan la experiencia del peregrino y beneficien a los municipios intermedios.
- **Posibilidad de generar experiencias turísticas de alta calidad** en clave local, que valoren el patrimonio, el paisaje y la autenticidad, favoreciendo un tipo de visitante más respetuoso y comprometido.

Revalorización educativa, cultural y patrimonial del Camino

- **Formación y sensibilización de actores clave**, como emprendedores, peregrinos o instituciones, para preservar la identidad del Camino, alineando sus prácticas con los valores culturales, espirituales y comunitarios de la ruta.
- **Consolidación del Camino como espacio formativo y cultural**, integrando programas escolares, voluntariados, actividades intergeneracionales y propuestas comunitarias.

- **Potencial como recurso pedagógico internacional**, debido a su vinculación con la historia, el arte, la medicina, la sostenibilidad, la espiritualidad y la memoria social.
- **Identidad como ruta de peregrinación reconocida** por la UNESCO que facilita su posicionamiento como referencia para un turismo educativo, accesible y de calidad.
- **Recuperación de tramos menos conocidos**, como el aragonés, que contribuya a la diversificación del relato del Camino y la recuperación su riqueza patrimonial, histórica y simbólica.
- **Dimensión simbólica y transformadora del Camino que permite conectar con públicos** jóvenes si se incorporan narrativas contemporáneas que transmitan sus valores esenciales.

Impulso de la competitividad y profesionalización del tejido económico local

- **Digitalización** (reservas, reputación online, redes sociales) como palanca clave para mejorar la competitividad de negocios pequeños y su visibilidad.
- La **diversificación del perfil del peregrino** permite abrir nuevos segmentos de mercado (bienestar, salud, cultura, espiritualidad, alimentación), que den lugar a productos y servicios innovadores.
- **Oportunidades para el desarrollo de emprendimientos con valores sociales y medioambientales** (turismo regenerativo, productos de km0, servicios a colectivos específicos), que generen valor añadido local.
- **Refuerzo de la diferenciación en la oferta** que pueda mejorar la rentabilidad de los negocios sin necesidad de aumentar el volumen de visitantes.

Fomento de la cooperación territorial y gobernanza compartida

- **Eje natural de cooperación intermunicipal**, con potencial para desarrollar proyectos conjuntos, estrategias compartidas y sinergias entre territorios rurales.
- **Establecimiento de redes de colaboración estables entre municipios** de distintos clústeres, lo que contribuiría a equilibrar el desarrollo territorial del trazado.
- **Creación de plataformas de gestión colaborativa**, con participación de actores públicos, privados y sociales, permitiría avanzar hacia modelos de gobernanza más resilientes y eficaces.
- **Acceso a financiación europea y nacional** puede facilitar la implementación de estas alianzas, promoviendo iniciativas en sostenibilidad, cultura, digitalización o movilidad.

AMENAZAS

Pérdida de identidad y banalización del Camino

- **Riesgo de banalización de la experiencia del peregrino** por el auge de modelos turísticos masificados, superficiales y descontextualizados.
- Mercantilización de la ruta y **desvinculación de su carácter cultural y espiritual**, especialmente en tramos con alta presión turística.
- **Desconexión de las nuevas generaciones** y pérdida del vínculo simbólico con el Camino, tanto entre peregrinos como en las comunidades locales.
- **Dilución de la identidad del Camino** por parte de actores económicos ajenos al territorio o centrados exclusivamente en la rentabilidad.

Saturación turística y tensiones sociales

- **Masificación de algunos tramos del camino** (especialmente urbanos) que puede generar malestar vecinal, encarecimiento de precios y pérdida de calidad de vida local.
- **Transformación de municipios en enclaves turísticos** orientados al visitante y no a la comunidad, provocando tensiones sociales y pérdida de cohesión.
- **Gentrificación vinculada al alquiler turístico**, con encarecimiento del acceso a la vivienda para población residente.

Deterioro de la experiencia peregrina

- Progresiva transformación del modelo del Camino, con **desplazamiento del perfil tradicional de peregrino** por visitantes ocasionales o consumidores de ocio.
- Riesgo de que el Camino pierda su atractivo como experiencia transformadora, por su conversión en producto turístico estandarizado.

Impacto del cambio climático

- **El incremento de las olas de calor durante** los meses de verano genera mayores riesgos para la salud de los peregrinos y puede reducir la afluencia en los períodos de mayor tránsito.

- La **proliferación de incendios forestales en zonas rurales** y boscosas compromete la seguridad del recorrido y ocasiona daños irreversibles en el patrimonio natural y paisajístico.
- El **aumento de fenómenos meteorológicos extremos** como tormentas, inundaciones o la erosión compromete la conservación del trazado y supone mayores costes de mantenimiento para los municipios.
- La implementación de políticas de mitigación del cambio climático, como las restricciones a determinadas prácticas agrícolas o ganaderas, puede limitar actividades tradicionales y generar tensiones económicas en municipios rurales con escasas alternativas productivas (C3 y C4).

Desigualdad territorial y falta de equidad en los beneficios

- **Concentración de inversiones, promoción y beneficios económicos en determinados tramos** (especialmente Galicia y grandes núcleos urbanos), en detrimento de zonas rurales o periféricas (como el tramo aragonés o C4).
- Fragmentación institucional y falta de estructuras comunes de gobernanza que agravan las desigualdades territoriales.
- **Falta de inversión pública en algunos tramos**, que impide su puesta en valor, promoción o conservación, generando desequilibrios acumulativos.

05.

Principales hallazgos del estudio y recomendaciones

62



Asociación de Municipios
del Camino de Santiago



GOBIERNO
DE ESPAÑA



Este capítulo recoge los principales resultados del análisis desarrollado a lo largo del informe, así como una serie de recomendaciones estratégicas orientadas a reforzar la sostenibilidad socioeconómica del Camino de Santiago Francés y de los municipios que lo conforman. **En primer lugar, se presentan los principales hallazgos** del estudio, organizados en forma de puntos clave. Estos recogen de manera sintética las evidencias más relevantes derivadas del diagnóstico territorial (la revisión documental, el análisis cuantitativo, las entrevistas a actores clave y el DAFO). **A continuación, se formulan un conjunto de recomendaciones estratégicas, alineadas con los hallazgos anteriores** y dirigidas a responsables públicos, actores locales e instituciones implicadas en la gestión del Camino. Estas propuestas no constituyen un plan cerrado, sino una base sobre la que construir políticas más eficaces, inclusivas y adaptadas a la situación del Camino.

PRINCIPALES HALLAZGOS DEL ESTUDIO

1. **La sostenibilidad del Camino y la de sus municipios están interrelacionadas**, en una lógica bidireccional: el Camino impacta en los territorios que atraviesa, pero también se ve condicionado por las dinámicas locales en términos sociales, económicos e institucionales.
2. **Existe una profunda heterogeneidad entre los municipios del CSF**, tanto en términos demográficos como económicos. El análisis ha identificado cuatro grandes clústeres con perfiles muy diferenciados que requieren estrategias específicas.
3. **La concentración de población y actividad económica es muy desigual**. Solo cinco municipios (4% del total) concentran más del 70% de la población y el 80% del empleo total y turístico del CSF, lo que evidencia un fuerte desequilibrio territorial.
4. **La sostenibilidad social está amenazada en los municipios más pequeños**, donde la pérdida de servicios, el aislamiento y la desigualdad en el acceso a infraestructuras básicas comprometen la calidad de vida y la cohesión comunitaria.
5. **El turismo vinculado al Camino es intenso pero desigual**. La mayoría de los peregrinos se concentran en los tramos finales (principalmente en Galicia), lo que genera una sobrecarga en determinados municipios y una infrautilización en otros.
6. **La estacionalidad sigue siendo un reto importante**, con picos de afluencia en verano y primavera y baja actividad en invierno, lo que afecta a la estabilidad del empleo y a la viabilidad de negocios durante todo el año.
7. **El cambio en el perfil de los peregrinos está modificando la experiencia del Camino**, incorporando nuevas motivaciones (culturales, deportivas, formativas...) que requieren una oferta más diversificada y adaptada a distintos públicos.
8. Los actores entrevistados señalan que **el CSF actúa como un vector de dinamización territorial**, con un impacto positivo especialmente en municipios rurales, donde contribuye a generar actividad económica, empleo e identidad colectiva.
9. **El relevo generacional es un problema estructural en buena parte de los municipios**, agravado por la despoblación, el envejecimiento y la falta de incentivos para que los jóvenes emprendan o permanezcan en el territorio.
10. **El emprendimiento vinculado al Camino muestra potencial, pero también barreras** (falta de apoyo institucional, dificultades para acceder a financiación, y carencias en servicios públicos que afectan al asentamiento poblacional).



11. **La identidad local y la hospitalidad son valores diferenciales del Camino**, especialmente en municipios rurales, donde la población mantiene un vínculo afectivo con la ruta que refuerza el sentido de pertenencia y la cohesión social.
12. **Las oportunidades del Camino están condicionadas por su gobernanza multinivel**, donde la falta de coordinación entre instituciones y la escasa participación local limitan el aprovechamiento pleno del recurso.
13. **El CSF tiene un papel clave en la conservación del patrimonio cultural y natural**, pero necesita estrategias integradas de protección y valorización para garantizar que este patrimonio se mantenga y se aproveche de forma sostenible.

RECOMENDACIONES

1. Necesidad de gestionar la diversidad de los municipios del Camino

La clasificación de los municipios del CSF en cuatro grandes grupos ha permitido conocer con detalle la situación de los municipios, pero su importancia va mucho más allá del análisis puramente descriptivo. Supone una herramienta estratégica para **orientar políticas públicas diferenciadas**, adaptadas a las capacidades, funciones y necesidades de cada grupo de territorios.

Este análisis ha permitido identificar **cuatro perfiles claramente diferenciados** de municipios, desde los grandes nodos estructurantes hasta las zonas rurales en riesgo de despoblación. Cada uno de ellos cumple un papel distinto en el Camino y responde de manera diferente a su impacto. Se ha demostrado que el CSF no es una línea homogénea ni un producto turístico plano: es una **infraestructura territorial compleja** que atraviesa municipios con situaciones sociales, económicas y demográficas muy diversas.

La principal conclusión es clara: **la sostenibilidad del Camino depende de reconocer y gestionar esta diversidad**. Tratar a todos los municipios por igual invisibiliza los desafíos reales y limita las oportunidades de desarrollo equilibrado. Además, impide el diseño de políticas eficaces, al aplicar soluciones uniformes a problemáticas diversas.

La segmentación aquí realizada ofrece un punto de partida sólido para Diseñar políticas públicas **adaptadas a cada perfil territorial**; priorizar inversiones según función y vulnerabilidad; favorecer una **redistribución más equitativa de los beneficios del turismo** y proteger los valores patrimoniales y sociales del Camino sin perder su capacidad de transformación

En definitiva, entender el Camino **como red de territorios diversos**, y no solo como itinerario, es clave para garantizar su futuro como **producto turístico sostenible, herramienta de desarrollo rural y símbolo de cohesión cultural**.

2. Gobernanza colaborativa y articulación territorial

La sostenibilidad del Camino de Santiago Francés y de los municipios que lo conforman depende en gran medida de la capacidad para generar estructuras de gobernanza colaborativas, eficaces y estables. En un contexto marcado por la diversidad territorial, la multiplicidad de actores y el reparto de competencias entre distintas administraciones, resulta prioritario avanzar hacia **fórmulas de coordinación que integren a los distintos**



niveles institucionales, así como a actores sociales, económicos y culturales del territorio. Esta articulación debe favorecer la cooperación intermunicipal, la toma de decisiones informadas y la planificación compartida, evitando solapamientos y fomentando una visión integral del Camino como sistema territorial. Este enfoque es especialmente relevante en un trazado que atraviesa municipios con perfiles socioeconómicos muy distintos (desde ciudades hasta pequeños municipios rurales).

3. Reequilibrio turístico y diversificación territorial

El Camino de Santiago Francés presenta un alto grado de concentración turística en determinados tramos, especialmente en su parte final, como refleja el análisis territorial y la distribución de peregrinos. Esta situación genera desequilibrios espaciales, presiones sobre el entorno y pérdida de autenticidad, mientras otras zonas (como los tramos iniciales como el aragonés) permanecen invisibilizadas o infrautilizadas. **Reequilibrar la distribución de los flujos y diversificar los modelos turísticos es fundamental para fortalecer la cohesión territorial, mejorar la experiencia del peregrino y contribuir a una gestión más sostenible del Camino.** Esta diversificación implica actuar tanto sobre los públicos como sobre los productos turísticos, adaptando la oferta a diferentes perfiles, motivaciones y épocas del año, tal como han señalado múltiples actores en el análisis cualitativo.

4. Identidad del Camino y preservación de su carácter diferencial

El Camino de Santiago es, ante todo, una experiencia cultural, espiritual y comunitaria. Estos valores han sido históricamente sostenidos por la población local, especialmente en municipios rurales pequeños, como reflejan los testimonios recogidos en el capítulo cualitativo. Sin embargo, **la presión turística, el cambio de perfil del visitante y el crecimiento de iniciativas desconectadas del entorno están debilitando este vínculo**, tal como también se expone en el análisis DAFO. **Preservar el carácter singular del Camino** exige cuidar su dimensión simbólica, promover iniciativas que refuerzen su valor patrimonial y diferenciar claramente entre la atención al peregrino y al turista convencional, evitando que la lógica mercantil sustituya a la hospitalaria.

5. Emprendimiento y relevo generacional vinculado al territorio

El mantenimiento de la vida económica y social en los municipios del Camino requiere impulsar **nuevas iniciativas económicas que se vinculen al territorio y respondan a sus necesidades reales**. Como han puesto de manifiesto tanto el análisis de datos como los testimonios de actores clave, en muchos municipios de los clústeres 3 y 4 el relevo generacional no está garantizado, lo que pone en riesgo la continuidad de servicios esenciales ligados al Camino. La atracción de nueva población con proyectos sostenibles y la revitalización del emprendimiento local son fundamentales para asegurar la funcionalidad de estos territorios. Para ello, es necesario generar condiciones favorables al emprendimiento, promoviendo actividades compatibles con la sostenibilidad y alineadas con las oportunidades que ofrece el flujo de peregrinos.



6. Economía local, adaptación normativa e innovación

La sostenibilidad económica del Camino y de sus municipios depende también de su capacidad de adaptación. Como muestra el análisis sociodemográfico, muchos territorios presentan estructuras productivas poco diversificadas, especialmente en los clústeres más rurales. A la vez, **el patrimonio y la historia del Camino pueden ser activos potentes para generar valor añadido si se articulan con propuestas emprendedoras contemporáneas**. La normativa debe facilitar esa transición, permitiendo adecuaciones que favorezcan la sostenibilidad económica sin poner en riesgo la protección del entorno.

7. Resiliencia territorial y sostenibilidad demográfica

El análisis de clústeres y la caracterización de los municipios han evidenciado la fragilidad demográfica de buena parte del trazado, en especial en el clúster 4. La pérdida de población joven, el envejecimiento y la escasez de servicios generan una espiral de debilitamiento que amenaza no solo la vida comunitaria, sino también la funcionalidad básica del Camino. A esto se suma la presión del mercado turístico sobre la vivienda y otros recursos, lo que agrava las desigualdades y dificulta la permanencia de residentes. **Garantizar la resiliencia de estos territorios implica reforzar sus estructuras sociales, proteger el acceso a recursos clave y reequilibrar la lógica turística con las necesidades de quienes habitan el Camino a diario**



BIBLIOGRAFÍA

- Alburquerque Llorens, F. (2024). Sostenibilidad territorial y desarrollo local. Madrid: Ediciones del Territorio.
- Alburquerque Llorens, F. (2024). Decrecimiento y desarrollo territorial sustentable. En P. Costamagna & M. Larrea (Eds.), El desarrollo territorial ante la emergencia climática: desafíos conceptuales y metodológicos (pp. 47–60). San Sebastián: Orkestra – Instituto Vasco de Competitividad. <https://doi.org/10.18543/UHFH1469>
- Amaro, S., Antunes, A., & Henriques, C. (2018). A closer look at Santiago de Compostela's pilgrims through the lens of motivations. *Tourism Management*, 64, 271–280.
- Arrona, A. (2024). Transformar la gobernanza para hacerla transformadora: una mirada multinivel para (re)pensar(nos) y transformar(nos). En P. Costamagna & M. Larrea (Eds.), El desarrollo territorial ante la emergencia climática: desafíos conceptuales y metodológicos (pp. 75–85). San Sebastián: Orkestra – Instituto Vasco de Competitividad. <https://doi.org/10.18543/UHFH1469>
- Becken, S., & Hay, J. E. (2007). *Tourism and climate change: Risks and opportunities*. Channel View Publications.
- Chen, Y., Wu, F., Zhang, D., & Ji, Q. (2025). International tourism and global biodiversity risks. arXiv preprint, arXiv:2505.15289. <https://arxiv.org/abs/2505.15289>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2016). Horizontes 2030: La igualdad en el centro del desarrollo sostenible. Naciones Unidas. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40155/24/S1801141_es.pdf
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2022). Plan de acción regional para la implementación de la Agenda 2030 en América Latina y el Caribe. Naciones Unidas. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/47956>
- Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. (1987). *Nuestro futuro común [Informe Brundtland]*. Naciones Unidas.
- Costamagna, P., & Larrea, M. (Eds.). (2024). El desarrollo territorial ante la emergencia climática: desafíos conceptuales y metodológicos. San Sebastián: Orkestra – Instituto Vasco de Competitividad. <https://doi.org/10.18543/UHFH1469>
- Fernández-Tabales, A., & Navarro-Jurado, E. (2022). Evaluación territorial de impactos ambientales: nuevas herramientas para la inteligencia local. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (94), 1–26.
- Fernández-Tabales, A., & Navarro-Jurado, E. (2022). Nuevos enfoques en la geografía del turismo: gobernanza e inteligencia territorial como últimas fases en la evolución de la gestión turística del litoral. *Documents d'anàlisi geogràfica*, 68(3), 519–531. <https://doi.org/10.5565/rev/dag.747>
- Folgado-Fernández, J. A., Hernández-Mogollón, J. M., & Duarte, P. A. (2022). Tourism and environmental sustainability in pilgrimage routes: The case of the Camino de Santiago. *Sustainability*, 14(1), 1–20.
- Frey, N. L. (1998). *Pilgrim Stories: On and Off the Road to Santiago, Journeys Along an Ancient Way in Modern Spain*. Berkeley: University of California Press.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2015). *Tourism and water: Interactions, impacts and challenges*. Channel View Publications.



Kurniawan, R. (2024). Sustainable tourism development: A systematic literature review of best practices and emerging trends. *International Journal of Multidisciplinary Approach Sciences and Technologies*, 1(2), 97–119. <https://www.researchgate.net/publication/379457786>

Lois-González, R. C., & Santos-Solla, X. (2015). Tourists and pilgrims on the Way of St. James: Motives, Caminos and final destinations. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 13(2), 149–164.

Maak, K. (2009). El Camino de Santiago como posible motor turístico en zonas rurales de escasos recursos: El caso de Brandeburgo. *Cuadernos de Turismo*, (23), 149–171. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39811874008>

Mantecón, A., Velasco, M., & Huete, R. (2024). La sostenibilidad social del turismo: un modelo multidimensional. *Estudios Turísticos*, 228.

Mateos, M. R., & Rodríguez García, L. (Coords.). (2018). Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/libro/525510.pdf>

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2021). Plan turístico nacional Xacobeo 2021–2022.

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2022a). Orden ICT/1528/2021, de 30 de diciembre. Boletín Oficial del Estado, 11, 3327–3374. <https://www.boe.es/eli/es/o/2021/12/30/ict1528>

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2022b). Plan de modernización y competitividad del sector turístico. Financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU.

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2023). Estrategia de sostenibilidad turística en destinos: Versión revisada enero 2023.

Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. (s. f.). II Jornadas sobre el reto demográfico. Gobierno de España. https://www.miteco.gob.es/content/dam/miteco/es/ministerio/servicios/publicaciones/iijretodemografico_tcm30-534106.pdf

Navarro Arancegui, J. (2024). Políticas locales para la cohesión social. Pamplona: Universidad Pública de Navarra.

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2024). Desarrollo sostenible del turismo. <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>

Ortiz Motta, D. C., & Vergara Tamayo, C. A. (2016). Desarrollo sostenible: enfoques desde las ciencias económicas. *Apuntes del CENES*, 35(62), 15–52. <https://doi.org/10.19053/22565779.5207>

Pérez Guilarte, Y., & Lois González, R. C. (2016). El perfil del visitante en Santiago de Compostela: tradición y actualidad. *Cuadernos de Turismo*, (37), 305–322. <https://doi.org/10.6018/turismo.37.256251>

Piñeiro Adega, S. (2023). Nuevas tendencias del turismo: Turismo sostenible y ecoturismo [Trabajo Fin de Grado, Universidade da Coruña]. Repositorio UDC. <https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/34273>



- Precedo Ledo, A., Revilla Bonín, A., & Míguez Iglesias, A. (2007). El turismo cultural como factor estratégico de desarrollo: El Camino de Santiago. *Estudios Geográficos*, 68(262), 205–234.
<https://estudiosgeograficos.revistas.csic.es/index.php/estudiosgeograficos/article/view/76>
- Rivera Mateos, M., & Rodríguez García, J. (2012). Redes sociales, envejecimiento y sostenibilidad en el medio rural. *Papers: Revista de Sociología*, 97(3), 707–732.
- Rivera Mateos, M., & Rodríguez García, L. (Eds.). (2012). Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario. Córdoba: Universidad de Córdoba, Cátedra Intercultural / AECID / AACID / Unión Europea (POCTEFEX-BIOECONOMY).
- Ruiz-Ballesteros, E. (2017). Turismo de base local, sostenibilidad y resiliencia socio-ecológica. En J. Gascón & C. Milano (Eds.), *El turismo en el mundo rural* (pp. 23–38). PASOS; Icaria.
- Ruiz-Ballesteros, E., & del Campo Tejedor, A. (2020). Community-based tourism as a factor in socio-ecological resilience: Economic diversification and community participation. *Sustainability*, 12(11), 4724. <https://doi.org/10.3390/su12114724>
- Sánchez, P., Zapata, P., Blanco, R., Báez, R., Moore, S., Becken, S., Azcárate, T., & Font, X. (2023). Análisis de la sostenibilidad turística. SEGITTUR.
- Santos Solla, X. M. (2006). El Camino de Santiago: turistas y peregrinos hacia Compostela. *Cuadernos de Turismo*, (18), 135–150.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39801805>
- Serio, R. G., Giuliani, D., Dickson, M. M., & Espa, G. (2025). Going green across boundaries: Spatial effects of environmental policies on tourism flows. arXiv preprint, arXiv:2504.03608. <https://arxiv.org/abs/2504.03608>
- Tso, E. (2024). The evolution of global tourism: Trends, challenges, and opportunities. *International Journal of Organizational Performance Evaluation*, 5(1). <https://www.researchgate.net/publication/384055504>
- UNESCO. (1993). Routes of Santiago de Compostela: World Heritage List Entry. París: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- Xunta de Galicia. (2022). Plan director de los Caminos de Santiago en Galicia 2022–2027.



ANEXO 1. ANÁLISIS DE EXPERIENCIAS ANÁLOGAS

En lugar de incorporar el análisis de casos análogos dentro del marco contextual general, se ha considerado más pertinente ubicarlo en este anexo, con el objetivo de aprovecharlo como una fuente de aprendizaje y transferencia de buenas prácticas. Este enfoque permite que las experiencias seleccionadas no solo ilustren realidades comparables, sino que sirvan para identificar **acciones concretas, estrategias de desarrollo y mecanismos de gestión** aplicables a la sostenibilidad socioeconómica del itinerario estudiado.

Cabe destacar que el **CSF constituye en sí mismo un modelo consolidado y altamente desarrollado**, tanto a nivel turístico como cultural y patrimonial. Esto supone que no siempre resulta sencillo encontrar referentes internacionales con un grado de estructuración similar o que ofrezcan innovaciones claramente extrapolables. No obstante, **sí se han identificado ciertas experiencias, prácticas específicas y mecanismos de gestión en otros itinerarios** que pueden aportar enfoques complementarios o inspiradores en aspectos concretos.

La selección y análisis de dichas experiencias se ha realizado **una vez definidos los puntos clave identificados en el estudio para reforzar la sostenibilidad socioeconómica local en los municipios vinculados al CSF**. A partir de estos ejes estratégicos, se han examinado diversas rutas e itinerarios culturales consolidados (como la Vía Francígena, el Kumano Kodō o Iter Vitis, entre otros), con el fin de detectar enfoques transferibles, tanto en su planificación como en su implementación.

La tabla siguiente sintetiza las enseñanzas más relevantes extraídas de estas experiencias internacionales, estructuradas según los seis puntos clave:



| Punto clave del CSF | Experiencia en la Vía Francígena | Experiencia en el Kumano Kodō |
|---|---|---|
| 1. Inversión en señalética y promoción digital | <p>Desarrollo de señalización homogénea y clara en todo el recorrido. Uso de mapas interactivos, apps móviles, guías georreferenciadas y marketing digital (video, redes sociales). Experiencias como “cineturismo” han servido para diversificar destinos.</p> | <p>Señalética bilingüe (japonés e inglés), paneles interpretativos culturales y naturales. Sistema online de reservas, itinerarios digitales y promoción digital desde la oficina de turismo de Tanabe.</p> |
| 2. Valorización del patrimonio local y desarrollo rural | <p>Recuperación de pueblos abandonados mediante su integración al itinerario. Puesta en valor del patrimonio arquitectónico menor, fuentes, iglesias, caminos históricos. Dinamización del turismo lento en zonas con servicios mínimos.</p> | <p>Revalorización del paisaje cultural y sagrado (bosques, caminos ancestrales, templos). Vinculación con espiritualidad y tradición local. Integración de pequeñas aldeas en el circuito.</p> |
| 3. Colaboración público-privada y coordinación institucional | <p>Gestión a través de la Asociación Europea de la Vía Francígena (AEVF), que articula a municipios, regiones y entidades privadas. Proyectos compartidos y financiación europea. Certificación como Itinerario Cultural del Consejo de Europa.</p> | <p>Coordinación entre gobiernos locales, prefectura de Wakayama y agencias nacionales de turismo y cultura. Colaboración con templos, asociaciones vecinales y operadores turísticos locales.</p> |
| 4. Creación de redes locales y fomento de economía circular | <p>Fomento de albergues municipales, alojamientos rurales, artesanos, tiendas de productos locales. Creación de</p> | <p>Impulso de hostelería tradicional (ryokan), gastronomía local, productos de montaña. Formación de operadores turísticos locales. Participación activa de la comunidad.</p> |

| Punto clave del CSF | Experiencia en la Vía Francígena | Experiencia en el Kumano Kodō |
|--|--|---|
| | sellos de calidad para alojamientos. Generación de cadenas de valor y redes locales de acogida. | |
| 5. Sistemas de monitorización y estudios aplicados | Uso experimental de tecnologías de “camera trapping” para contar peregrinos, así como encuestas y análisis de flujos para diseñar políticas turísticas. | Aplicación de estudios cualitativos y cuantitativos sobre el perfil de visitantes. Evaluación constante de impacto y experiencia del usuario mediante encuestas y plataformas digitales. |
| 6. Certificación, calidad y vinculación con los ODS | Integración explícita con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), especialmente en aspectos como turismo responsable, patrimonio, empleo rural y desarrollo local. Participación en redes europeas y certificación cultural. | Reconocimiento internacional como ejemplo de turismo sostenible. Promoción conjunta con el Camino de Santiago como “itinerario dual” reconocido por la UNESCO. Énfasis en diversidad, tradición y equilibrio con la naturaleza. |

Fuente: Abay analistas

ANEXO 2. METODOLOGÍA DEL ANÁLISIS CUANTITATIVO

1. Objetivo del análisis

El objetivo del análisis de clústeres fue identificar **tipologías de municipios** del Camino de Santiago francés a partir de sus características estructurales, socioeconómicas y demográficas, resumidas mediante un conjunto de factores derivados de un análisis factorial previo.

Este procedimiento busca agrupar municipios en **conglomerados homogéneos internamente y heterogéneos entre sí**, con el fin de caracterizar su situación actual y su relación con el Camino como producto turístico.

2. Base de Datos Municipal de la Sostenibilidad del CSF (BDS-CSF)

La base de datos elaborada *ad hoc* para el presente estudio constituye un instrumento original diseñado específicamente para analizar la sostenibilidad socioeconómica de los municipios del Camino de Santiago Francés. Se trata de una construcción *ad hoc*, desarrollada a partir de la recopilación, integración y depuración de información estadística procedente de múltiples fuentes oficiales, entre las que destacan el Instituto Nacional de Estadística (INE), la Seguridad Social, registros administrativos sectoriales y diversas publicaciones de carácter autonómico y estatal.

En total, se han seleccionado y sistematizado **117 indicadores** que abarcan un amplio espectro de dimensiones relevantes para el análisis territorial: estructura y dinámica demográfica, actividad turística, empleo y tejido empresarial, dotación de servicios básicos, accesibilidad a equipamientos sanitarios y educativos, entre otras. La selección de indicadores respondió a criterios de disponibilidad, comparabilidad y relevancia analítica, de modo que permitiera construir un retrato homogéneo de todos los municipios incluidos en el Camino.

La unidad de observación es el **municipio**, identificado mediante el código INE, lo que garantiza su trazabilidad estadística y su integración en análisis posteriores. La base incorpora, además, las variables necesarias para el desarrollo de técnicas estadísticas multivariantes, como el análisis factorial y de clúster, que han permitido identificar tipologías y dinámicas comunes entre territorios.

El carácter exhaustivo del barido de fuentes, así como la posterior depuración y verificación de los datos, aseguran la consistencia de la base y su potencial para estudios comparativos y longitudinales. En consecuencia, la base de datos del CSF constituye un aporte metodológico relevante, al poner a disposición un marco de información sistematizado y replicable que trasciende las divisiones administrativas y permite abordar el Camino de Santiago como una **unidad de análisis integral**.

2. Técnica de clasificación de los municipios utilizada

Variables utilizadas

El análisis de clasificación se realizó sobre 13 variables estandarizadas, que corresponden con los factores obtenidos a partir de un análisis de componentes



principales (PCA) en el que se han utilizado 49 variables sociodemográficas, económicas y sociales. Cada una de estos factores resume una dimensión territorial clave:

- **FAC1** – Tamaño municipal, volumen turístico, desarrollo de servicios básicos y emprendimiento
- **FAC2** – Envejecimiento poblacional y peso de la agricultura
- **FAC3** – Turismo relativo y desarrollo comercial
- **FAC4** – Desempleo masculino y en mayores de 45 años
- **FAC5** – Masculinización y déficit de servicios
- **FAC6** – Renta per cápita y evolución negativa de ingresos
- **FAC7** – Desarrollo del sector hostelero
- **FAC8** – Nivel de industrialización
- **FAC9** – Desigualdad económica
- **FAC10** – Ganancia de población mayor
- **FAC11** – Débil desarrollo de la construcción
- **FAC12** – Dinamismo demográfico y económico
- **FAC13** – Desempleo juvenil y femenino

Se aplicó un análisis de clústeres **no jerárquico (K-means)**, una técnica de agrupación que busca particionar los casos (municipios) en un número predefinido de grupos, minimizando la variabilidad interna y maximizando la diferencia entre grupos.D

El análisis permitió identificar **4 grupos claramente diferenciados** de municipios, con perfiles distintos en términos de tamaño, estructura económica, situación social y dinámica demográfica.



LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|---|-----------|
| Gráfico 1. Dimensiones del Camino de Santiago Francés. | 8 |
| Gráfico 2. Distribución de peregrinos según el itinerario del Camino de Santiago recorrido. Año 2024. Porcentaje sobre el total de peregrinos del Camino de Santiago. | 10 |
| Gráfico 3. Evolución anual del número de peregrinos en el Camino Francés. Años 2005-2024. | 11 |
| Gráfico 4. Principales puntos de inicio de los peregrinos en el Camino Francés. Año 2024. Porcentaje sobre el número total de peregrinos que recorrieron el Camino Francés. | 11 |
| Gráfico 5. Distribución de los municipios del Camino de Santiago Francés en función de su distancia a Santiago y el número de peregrinos que pasan por ellos. Año 2024. Detalle por Comunidades Autónomas. | 12 |
| Gráfico 6. Distribución mensual de los peregrinos en el Camino Francés. Año 2024. Porcentaje sobre el número total de peregrinos que recorrieron el Camino Francés. ... | 13 |
| Gráfico 7. Motivaciones de los peregrinos en el Camino Francés. Años 2004. 2014 y 2024. Porcentaje sobre el número total de peregrinos que recorrieron el Camino Francés cada año. | 13 |
| Gráfico 8. Dimensiones de la sostenibilidad: Económica, social y ambiental. | 15 |
| Gráfico 9. Bidireccionalidad de la sostenibilidad socioeconómica local y la sostenibilidad del CSF. | 16 |
| Gráfico 10. Aproximación metodológica al análisis cuantitativo de la sostenibilidad del CSF | 23 |
| Gráfico 11. Ubicación territorial de los municipios del CSF. Clasificación por clúster.... | 24 |
| Gráfico 12. Cifras agregadas sobre los clústeres de municipios del CSF. Representación según volumen de población (tamaño de las esferas), empleo en turismo (eje vertical) y grado de ruralidad (eje horizontal). | 25 |
| Gráfico 13. Municipios del Clúster 1..... | 26 |
| Gráfico 14. Municipios del Clúster 2..... | 29 |
| Gráfico 15. Municipios del Clúster 3..... | 32 |
| Gráfico 16. Municipios del Clúster 4..... | 35 |

LISTA DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Principales estrategias vinculadas a la sostenibilidad del CSF. | 18 |
|---|----|



| | |
|--|----|
| Tabla 2. Normativa principal vinculada a la sostenibilidad de modelos como el del CSF. | 20 |
| Tabla 3. Características socioeconómicas de los municipios del Clúster 1. Datos referidos a la media ponderada de los municipios que conforman el clúster..... | 28 |
| Tabla 4. Características socioeconómicas de los municipios del Clúster 2. Datos referidos a la media ponderada de los municipios que conforman el clúster..... | 31 |
| Tabla 5. Características socioeconómicas de los municipios del Clúster 3. Datos referidos a la media ponderada de los municipios que conforman el clúster..... | 34 |
| Tabla 6. Características socioeconómicas de los municipios del Clúster 4. Datos referidos a la media ponderada de los municipios que conforman el clúster..... | 37 |
| Tabla 7. Propuestas de actores clave del CSF para reforzar su sostenibilidad. | 50 |

