

EL CAMINO DE SANTIAGO PRIMITIVO A SU PASO POR ASTURIAS, ESTUDIO DE UNA RUTA CULTURAL DESDE LA PERSPECTIVA TURÍSTICA

Clara Martín Duque

Universidad Antonio de Nebrija

RESUMEN

El itinerario primitivo del Camino de Santiago, aunque es el origen histórico de esta ruta, es uno de los menos conocidos y transitados de todos los trazados que componen el Camino. Su estudio, desde el punto de vista turístico, supone un reto pues, además de haber escasos trabajos al respecto, no existe una metodología concreta para poder analizarlo. En este caso, se ha aplicado la triangulación de métodos, que aúna la revisión de fuentes secundarias con la utilización de técnicas cuantitativas y cualitativas, con el fin de analizar la oferta turística y la vinculación de los agentes (sector público, privado y sociedad civil) de la zona con el Camino Primitivo a su paso por Asturias.

Palabras clave: Camino Primitivo, Asturias, Camino de Santiago, itinerario cultural, ruta turística, oferta turística.

The Primitive Way to Compostela through Asturias. Study from a touristic perspective

ABSTRACT

This study aims at exploring the Primitive Way to Compostela which, despite representing the origins of St. James' Way, it is still one of the most unknown roads. The lack of previous studies and of a well-defined methodology for its analysis makes this research a challenging attempt in the tourism research. Implementing a triangulation methodology, based on a mix of both quantitative and qualitative techniques, the tourism supply and the interrelation between the different agents in the area of study (Asturias) were analyzed.

Recibido: 27 de julio de 2012

Devuelto para su revisión: 21 de marzo de 2013

Aceptado: 15 de octubre de 2013

Departamento de Turismo, Facultad de Ciencias, Universidad Antonio Nebrija, Campus de Dehesa de la Villa, C/ Pirineos, 55. 28040 MADRID (España). E-mail: cmartidu@nebrija.es

Key words: Primitive Way to Compostela, Asturias, Way of Saint James, cultural itinerary, tourism route, tourism supply.

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad el Camino de Santiago Primitivo se configura como un itinerario versátil (Graham y Murray, 1997), habiendo pasado de ser un producto ligado al turismo espiritual a convertirse en un producto mucho más amplio que recoge diferentes tipologías turísticas, fundamentalmente aquellas vinculadas con la cultura y la naturaleza (Hernández, 2011; Lera, Rego y Santos, 2010; Maak, 2009; Precedo, Revilla y Mínguez, 2007; Porcal, 2006; Burgo, 2006; Graham y Murray, 1997). Esto, unido a la gran cantidad de Concejos que comparten su trazado, hace del Camino un producto polivalente y con una gran potencialidad.

Desde el punto de vista teórico, a lo largo de la historia, este tema se ha abordado desde diferentes perspectivas (histórica, artística, geográfica...). En relación con el turismo, el *Codex Calixtino* puede ser considerado como la primera guía del itinerario (Millán, Morales y Pérez, 2010; Díaz, 2001) y la evolución de esta analogía entre Camino y turismo ha sido tratada por autores como Tresserras (2007), Santos (2006) o, anteriormente, por Graham y Murray (1997), sin embargo, la mayoría de estos autores analizan el trazado francés¹ existiendo pocos textos que traten de analizar el Camino Primitivo.

En este caso, lejos de aportar una mirada meramente turística al fenómeno, lo hemos querido afrontar de manera multidisciplinar para otorgar una visión más completa sobre el tema objeto de estudio dado el carácter polisémico del Camino (Lois y López, 2012). Lo que hemos pretendido estudiar, en concreto, son los aspectos sustantivos de «la oferta turística específica»² y «no específica»³ del Camino Primitivo de Santiago a su paso por el Principado de Asturias, en lo referente a las categorías más básicas e importantes: sector de la hostelería, la restauración, centros culturales y museos de los Concejos por donde transcurre. Asimismo, como segundo objetivo, nos hemos propuesto identificar las relaciones que se establecen entre los distintos agentes que intervienen en el Camino Primitivo desde los ámbitos público, privado y de la sociedad civil.

2. EL CAMINO PRIMITIVO: HISTORIA Y RELACIÓN CON EL TURISMO

El nacimiento del Camino Primitivo está directamente ligado al nacimiento de la peregrinación a Santiago de Compostela «uno de los productos turísticos de mayor éxito tanto a nivel nacional como europeo» (Cánoces y Blanco, 2011, pp. 124). Va a ser el primer

1 El trazado francés, también conocido como Camino de Santiago Francés es, de todos los Caminos de Santiago, el más transitado y más reconocido a nivel nacional e internacional (Solla, 2006).

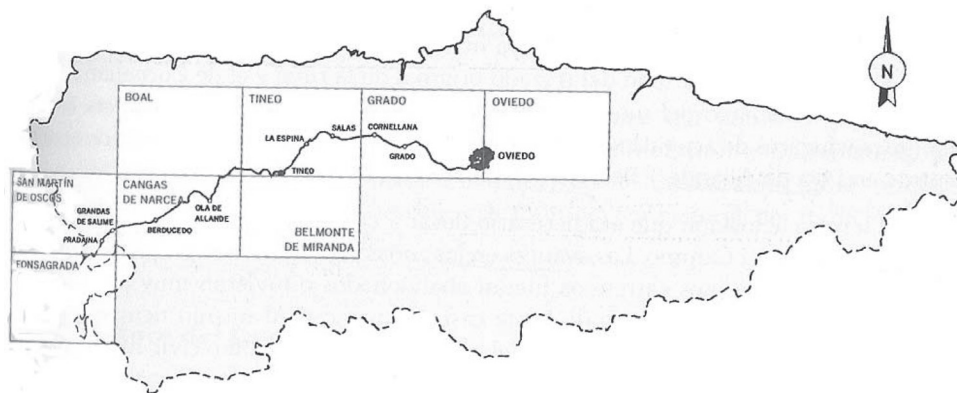
2 La OMT (2001; p. 35) va a definir los bienes y servicios específicos que componen la demanda como aquellos que «se relacionan directamente con el cliente turístico».

3 Los «bienes y servicios no específicos» son los que «se relacionan indirectamente con el cliente turístico» (opus cit.)

recorrido que se realice hasta la ciudad de Santiago motivado por la necesidad de contemplar las reliquias del Santo. En su momento, fue el rey Alfonso II «el Casto» quien realizó este camino por primera vez para comprobar la autenticidad de las reliquias encontradas (Ruiz, 2008; Alonso, 2009). Según apuntan algunas fuentes, el camino que realiza el rey no es un camino inexplorado sino que el monarca va a seguir el trazado de antiguas vías romanas, tales como la vía *Lucus Asturum* o *Lucus Galaico* (Arias, 2006; Alonso, 2009).

El itinerario actual comienza en Oviedo y va a recorrer los municipios de: Grado, Salas, Tineo, Pola de Allande, Grandas de Salime, O Cadavo, San Román de la Retorta, Melide (punto en el que enlaza con el Camino Francés), Arzúa y Santiago (García, 2006), tal y como se observa en la figura 1. En total son 13 etapas formadas por múltiples varios Concejos, sin embargo, en la presente investigación hemos decidido analizar el tramo que transcurre por Asturias pues al pertenecer a una misma comunidad autónoma el estudio resulta más homogéneo. Dicho territorio, comprende los Concejos⁴ de: Grado (Grado y Cornellana); Tineo (Salas, La Espina y Tineo); Allande (Pola de Allande); y Grandas de Salime. Todos ellos situados en áreas rurales, aspecto que explica la no inclusión de Oviedo dada su naturaleza urbana que la hace difícilmente comparable al resto de poblaciones.

Figura 1
MAPA DEL TRAZADO DEL CAMINO PRIMITIVO A SU PASO POR ASTURIAS



Fuente: Mapa extraído de García (2006, p. 76).

La recuperación del Camino Primitivo comenzó en los años 80 del siglo XX promovida por la población local con algún vínculo en el Camino o profesionales de la docencia y, poco tiempo después, será la administración del Principado de Asturias quien se involucre con el Camino, aunque encuentran ciertas trabas ya que en esos momentos todos los esfuerzos políticos y económicos respaldaban el Camino Francés (García, 2006). Entre las acciones más relevantes, destacan:

⁴ En este listado no se incluye Oviedo pues es una ciudad heterogénea y difícilmente comparable y analizable con los demás municipios objeto de estudio, fundamentalmente debido a que se trata de un territorio puramente urbano.

– La coordinación de M.J. Sanz Fuentes de un equipo de historiadores, en 1993, para estudiar el trazado y delimitar el itinerario, intentando, en todo momento, respetar el trazado histórico.

– La construcción y adecuación de albergues, empezando primero por el albergue situado en Oviedo, construido en 1992; en el mismo año se construye en Tineo el albergue Santa María de Mater Christi que será trasladado a un nuevo emplazamiento en el 2004; luego se construye el de Villapañada en Grado. En la actualidad hay un albergue cada 10 o 15 kilómetros, siempre y cuando no se coja el «desvío de los hospitales».

– Adecuación de las infraestructuras y patrimonio del Camino⁵ (puentes, fuentes, capillas...), tarea llevada a cabo fundamentalmente por la consejería de Cultura en conjunción con los ayuntamientos.

– Realización de tareas de promoción (elaboración de folletos, revistas, libros), presencia del Camino Primitivo en congresos y foros especializados y celebración de exposiciones temáticas.

El trazado Primitivo es uno de los menos frecuentados, no obstante cabe destacar cómo, en un periodo de seis años, el número de peregrinos se ha distribuido de una manera más equitativa entre los diferentes trazados ganando importancia respecto al Camino Francés y disminuyéndose, de este modo, la presión que los diversos tipos de caminantes ejercen sobre el itinerario anteriormente citado (Tabla 1).

Tabla 1
DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO Y PORCENTAJE DE PEREGRINOS DE LOS DISTINTOS CAMINOS ELEGIDOS PARA LLEGAR A SANTIAGO

Itinerarios	2006	% del total	2012	% del total
Camino Francés	82.407	82,10	134.979	70,12
Camino Portugués	6.467	6,44	25.628	13,31
Camino del Norte	5.378	5,36	12.919	6,71
Vía de la Plata	3.523	3,51	8.163	4,24
Camino Primitivo	1.588	1,58	6.349	3,30
Camino Inglés	804	0,80	3.577	1,86
Otros caminos	210	0,21	873	0,46
TOTAL	100.377	100%	192.488	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos publicados por la Oficina de Peregrinos del Camino de Santiago (del 2006 al 2012).

⁵ La recuperación del camino se llevó a cabo en tres fases, según indica Álvarez (2006): una primera fase de 1992 a 1997, dedicada a la «identificación y acondicionamiento de los tramos del camino; una segunda fase, de 1997 a 1999, dedicada a « paliar la señalización deficiente de la ruta, a ampliar la red de albergues y restaurar elementos históricos»; y, por último, una tercera fase que comienza tras el Jacobeo de 1999 orientada a subsanar problemas en la ruta y la red de albergues.

Por otra parte, respecto a los datos del número de peregrinos (Tabla 1) se muestra cómo, no sólo ha ido ganando en representatividad y volumen respecto al resto de los Caminos, sino, también, el aumento significativo que ha experimentado a lo largo de estos últimos seis años (Tabla 2) llegando, en 2012, a aproximarse a las cifras alcanzadas durante el Año Xacobeo 2010. No obstante, dicho crecimiento no ha ido acompañado de investigaciones que estudien este fenómeno, por lo que parece evidente la necesidad de investigar aquellos Caminos de Santiago más inexplorados cuyo vínculo con el turismo parece cada vez mayor.

Tabla 2
VARIACIÓN DE PEREGRINOS DEL CAMINO PRIMITIVO Y COMPARACIÓN
CON EL RESTO DE CAMINOS

Itinerarios	2006	% del total	2007	% del total	2008	% del total	2009	% del total	2010*	% del total	2011	% del total	2012	% del total
Camino Primitivo	1.588	1,6	2.569	2,3	2.719	2,2	3.388	2,3	7.661	2,8	5.544	3	6.349	3,3
Total todos los caminos	100.377		114.026		125.141		145.877		271.135		183.164		192.488	

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos publicados por la Oficina de Acogida de Peregrinos del Camino de Santiago (2006-2012)

La revisión de las fuentes secundarias en un universo multidisciplinar nos ha dejado entrever algunas deficiencias en cuanto a la información, sobre todo respecto a la oferta turística; los agentes que intervienen en él y las acciones que se están realizando en ese sentido, sobre el Camino Primitivo. Por ello, hemos acudido a las fuentes primarias como generadoras de un conocimiento complementario que permite al investigador enunciar un diagnóstico y una serie de recomendaciones al respecto.

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Hemos optado por la triangulación de métodos aplicada a través del uso combinado de técnicas de recogida y de procesamiento de la información, cualitativas y cuantitativas, en tanto que ambas permiten un conocimiento más integral de las cualidades de nuestro objeto de estudio, facilitando la generación de fuentes primarias propias.

Las técnicas cualitativas utilizadas, principalmente entrevistas en profundidad y metodologías propias de la sociología como el Análisis de Redes Sociales (ARS), han ayudado

a conocer las percepciones, opiniones y valoraciones de los agentes que intervienen en el itinerario, así como a determinar las relaciones que se establecen entre ellos. De este modo se han podido identificar, obtener información y datos acerca de: las acciones que se habían llevado a cabo en este Camino en relación con el turismo, las funciones desempeñadas por los agentes que intervienen en dicho itinerario, y las relaciones que se establecen entre ellos.

Las entrevistas fueron realizadas a agentes del sector público, a un técnico del Servicio de Conservación, Archivos y Museos y a la responsable del Servicio de Promoción, Desarrollo e Imagen Turística, ambos dependientes de la Consejería de Cultura y Turismo. Por otro lado, la sociedad civil está representada por un miembro de la Asociación del Camino de Santiago Astur Galaico del Interior. Los primeros se ocupan del mantenimiento y conservación de los albergues así como de la promoción del itinerario, mientras que el segundo se responsabiliza de la gestión de los mismos. Estas entrevistas fueron complementadas por los comentarios vertidos por los encuestados (sector privado) durante la realización de cuestionarios telefónicos. De este modo, la muestra va a estar compuesta por las diversas tipologías de agentes que se vinculan con el Camino Primitivo.

En lo que se refiere a las técnicas cuantitativas, se ha acudido a las encuestas, realizadas a través de cuestionarios efectuados vía telefónica, dada la alta tasa de respuesta y el bajo coste de este tipo de procedimiento. Se considera este método el idóneo para analizar las opiniones del sector privado pues permite recoger las respuestas de un mayor número de individuos.

Dicho cuestionario se estructuró en tres partes: una dedicada a identificar las características básicas de la oferta del territorio objeto de estudio, otra en la que se trata de vislumbrar la relación de la oferta con el Camino Primitivo y las personas que lo transitan y, una última parte en la que se recogen las opiniones de la oferta acerca de las infraestructuras básicas del municipio y el Camino.

El diseño muestral de las encuestas efectuadas a los componentes de la *oferta específica* del Camino (alojamientos, establecimientos de restauración y centros culturales) se ha realizado aplicando un muestreo no probabilístico incidental basado en la cercanía geográfica con criterio de aceptación a formar parte de la muestra a menos de 20 km.

En total se identificaron 138 establecimientos de los cuales el 52,2% corresponden a alojamientos, el 37,7% a establecimientos de restauración y 10,1% a centros culturales y museos. La tasa de respuesta ha sido del 79% (109 establecimientos) siendo el error muestral de $\pm 4,5\%$ para un nivel de confianza del 95%. Los datos obtenidos fueron procesados mediante un análisis estadístico descriptivo a través de tablas de contingencia bivariadas con porcentajes verticales.

4. DISCUSIÓN Y ANÁLISIS

4.1. Acciones turísticas llevadas a cabo en el Camino

Las medidas turísticas que se han tomado en el Camino están muy relacionadas con la implantación de planes de mejora de las infraestructuras y alguna acción de promoción, que se concreta en la publicación de folletos y la aparición del Camino Primitivo en el último spot publicitario «Asturias lo dice todo el mundo», llevado a cabo por la Sociedad Regional de Turismo en 2010.

El «Plan Integral de acondicionamiento integral y puesta en valor cultural de la ruta» impulsado por el Principado de Asturias en 2009 va a hacer hincapié en la mejora de la señalización, la recuperación de algunos tramos perdidos respetando el trazado histórico y todos los elementos vinculados con la peregrinación (puentes, fuentes, áreas de descanso, cobertizos...) y la construcción y remodelación de albergues.

Uno de los aspectos más importantes del Plan es, sin duda, el que atañe a *la señalización* pues sin una buena señalización la persona que realice su recorrido se sentirá insegura (Burgo, 2006) y su experiencia será bastante negativa. En los últimos años se ha reforzado de forma significativa, según indican desde las asociaciones de Amigos del Camino de Santiago y la administración autonómica, sin embargo muchos de los hosteleros encuestados afirman son muchos los caminantes que continúan perdiéndose.

Existe, asimismo, otro conflicto relacionado con la manera de orientar el logo (la concha de Santiago) en los paneles o mojones que componen la señalética del trazado, dado que las diversas comunidades que componen el recorrido no la han unificado (Burgo, 2006; Riera, 2006). A este respecto, existe una confusión generalizada con aquellas señales que, únicamente, contienen el símbolo de la concha como indicador del sentido lo que hace más complejo orientarse. Se ha observado que en Asturias y otras comunidades, los rayos son los diferentes caminos que se dirigen hacia un punto concreto en el Oeste, tal y como señala el Consejo de Europa (Ballester, 2009). En cambio, en Galicia las diferentes líneas que componen la concha se dirigen a un punto orientado hacia el Este, de tal modo que serán los rayos los que indicarán la dirección y no el punto donde confluyen. Para solventar este problema han incluido una flecha amarilla que indica la dirección, según han indicado diferentes representantes de las Asociaciones Jacobeas, pero cuando se ha visitado el Camino Primitivo se ha podido comprobar que en alguno de los mojones sigue existiendo la concha como elemento de orientación.

Además de la señalización, los *alojamientos* propios del Camino (los albergues) se pueden considerar cómo el otro pilar de configuración del Camino. Los agentes entrevistados afirman en los últimos años se ha enriquecido la red de albergues, existiendo uno cada 10 o 15 kilómetros, «siempre y cuando no se tome el desvío por los antiguos hospitales» en cuyo caso nos enfrentaremos ante «un tramo de más de 35 Km. sin avituallamiento ni albergues». De los albergues que concurren en el trazado, la mayoría son públicos, existiendo un déficit de albergues privados que la administración autonómica considera importante cubrir, pero no se está emprendiendo ninguna iniciativa para atraer capital privado. En este sentido, son muchos los que afirman que la capacidad de acogida de los albergues en verano es limitada pero no supone un problema porque se sustituye por otro tipo de alojamientos (alojamientos turísticos).

Pero pese a la remodelación de la señalización y la construcción de albergues, se considera que la realización de estudios sobre la *importancia del Camino para el sistema turístico* es «inexistente» debido, según afirma un representante de la Consejería de Turismo, al elevado coste del mismo y al limitado beneficio económico que genera. Sin embargo, si se tiene en cuenta que no se ha realizado ningún estudio sobre el impacto económico de este itinerario primitivo y que, como ya se ha comentado con anterioridad, el número de personas que realizan el camino han crecido de manera considerable en los últimos años, esta última afirmación resulta ciertamente paradójica.

En ese sentido, los únicos datos que se recogen a lo largo de la ruta primitiva, además de los obtenidos por la Oficina de Peregrinos del Camino a su llegada a Santiago de Compostela, son los relativos al número de peregrinos que se alojan en los albergues. Estos últimos son recolectados a través de los «libros de registro» cumplimentados por el hospitalero o por los peregrinos, de forma voluntaria, poco rigurosa y sin continuidad, según se desprende de los testimonios recogidos durante el periodo de trabajo de campo de la presente investigación. Es difícil, por tanto, encontrar una serie de cinco o diez años seguidos en los que se hayan recogido los datos de manera regular, no obstante, en los últimos dos años, se ha observado una mayor rigurosidad dado que la Guardia Civil ha empezado a controlarlo por «cuestiones de seguridad».

4.2. Papel de los agentes que intervienen en el Camino

Graham y Murray (1997) ya valoraban este objetivo como necesario para futuras investigaciones relacionadas con el Camino y el turismo pues nos permitía identificar aquellos agentes que tenían un papel más importante, es decir, aquellos más activos, y determinar qué acciones recibían un mayor apoyo por parte de éstos.

A *nivel municipal* destaca la labor de los *voluntarios* y *hospitaleros* quienes se encargan del mantenimiento y gestión de los albergues en estrecha colaboración con los ayuntamientos que son los que normalmente sufragan los costes derivados de esta actividad. Los ayuntamientos, por su lado, han realizado alguna acción aislada en colaboración con el sector privado, como ocurre con el de Grado que firmó un acuerdo con las casas rurales para incluirlas en una guía de peregrinos y han obtenido resultados bastante positivos pues, según se afirman las fuentes de la Consejería de Turismo de Asturias consultadas, los peregrinos han comenzado a acudir con más asiduidad tipo de establecimientos.

Del mismo modo, conviene resaltar la labor de las *asociaciones de amigos* (Asociación del Camino Astur Leonesa y Asociación de Amigos del Camino de Santiago Astur-Galaico del interior) ya que, además de gestionar algunos albergues y organizar actividades (organización de congresos, edición de revistas especializadas... etc.) son los interlocutores de los peregrinos y quienes recogen todas sus quejas y peticiones. Asimismo, serán las asociaciones, las que estén presentes en las reuniones del Consejo Jacobeo (ente que aglutina a cinco Ministerios y a las nueve Comunidades por donde transcurre el Camino). Por último cabe destacar algunas colaboraciones con el sector público, como las llevadas a cabo con el ayuntamiento de Grado para la realización de guías o páginas web.

En la *Comunidad Autónoma*, la Consejería de Cultura y Turismo es la encargada de la conservación del Camino y su promoción, tarea, esta última, que efectuará en conjunción con la Sociedad Regional de Turismo que será la que realice las acciones de promoción a nivel nacional.

El Estado a través de *Turespaña* lleva a cabo la *promoción internacional* del Camino, quien, a través de la Gerencia del Camino de Santiago, en la que están representadas las nueve comunidades por las que pasa el Camino, firman todos los años un «Convenio de colaboración para la promoción turística del Camino de Santiago». Dicha acción está condicionada por la firma de este convenio y, en caso de no realizarse, se utilizarán otras vías o cada comunidad lo promocionará por su lado por lo que se puede comprobar la

importancia del papel de Turespaña como ente que ayuda a cohesionar las acciones de promoción de todas las comunidades.

A *nivel nacional*, también se van a promover acciones en las que colaboran agentes de todos los ámbitos y todos los niveles, como por ejemplo la última iniciativa de promoción de la gastronomía asturiana en el Camino «el menú del peregrino» llevada a cabo en el marco del «Plan de Competitividad del Turismo Gastronómico de Asturias». Iniciativa financiada por la Secretaría de Estado de Turismo, el Gobierno del Principado de Asturias, las Cámaras de Comercio de Oviedo, Gijón y Avilés, la Federación Asturiana de Empresarios (FADE) y los Ayuntamientos asturianos a través de la Federación Asturiana de Concejos (FACC).

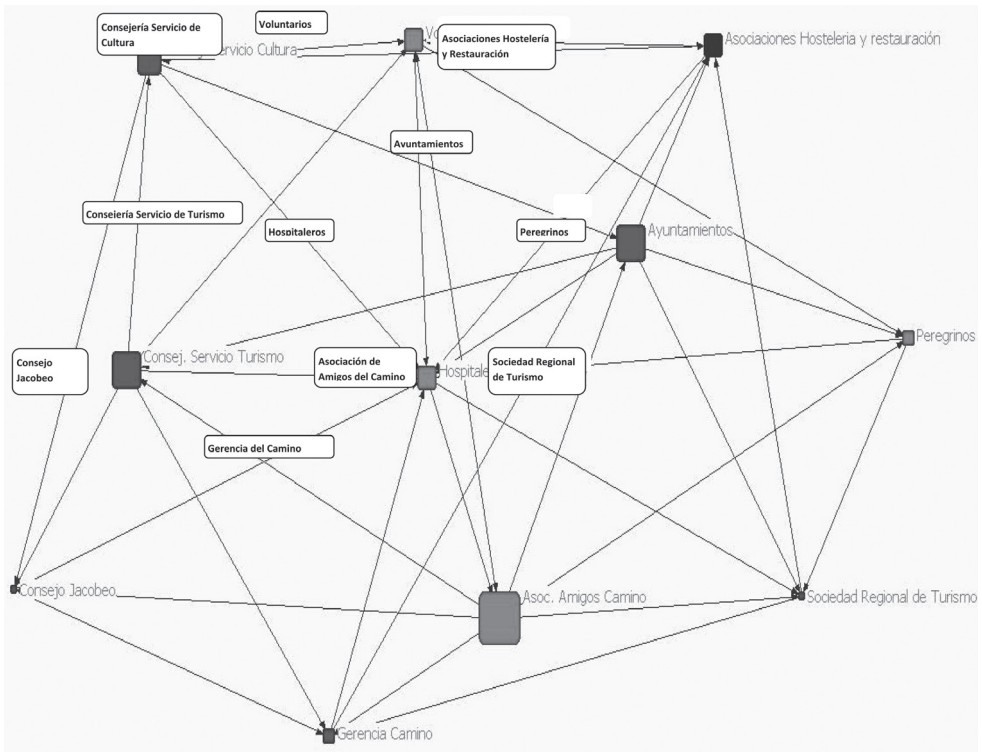
Si se *crucan las Acciones con los Agentes* que las están llevando a cabo en una matriz, se observa que los organismos que más acciones ejecutan en este itinerario son las Asociaciones de Amigos del Camino, seguidas de cerca por los Ayuntamientos mientras que la Gerencia y el Consejo son las menos activas. Este resultado indica cuáles son los agentes más comprometidos con el Camino y la importancia que tiene en este hecho la proximidad geográfica al mismo (Tabla 3).

Tabla 3
REPARTO DE FUNCIONES ENTRE AGENTES

ACCIÓN	AGENTES										
	Voluntarios	Hospitaleros	Ayuntamientos	Asoc. Amigos Camino	Asociaciones Hostelería y restauración	Consej. Servicio Turismo	Consej. Servicio Cultura	Sociedad Regional de Turismo	Consejo Jacobeo	Gerencia Camino	TOTAL
Promoción Camino	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	7
Promoción Establecimientos de Hostelería y Restauración en Camino	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0	5
Mantenimiento y conservación Infraestructuras	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	5
Mantenimiento Albergues	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	5
Conservación Patrimonio	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	2
TOTAL	2	2	4	5	2	2	3	2	1	1	24

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos en trabajo de campo.

Figura 2
RED DE RELACIONES EN EL CAMINO PRIMITIVO



LEYENDA

Tamaño de las figuras. El tamaño se establece en función del número de relaciones que establezca el agente, cuantas más relaciones mantenga con el resto de los actores el tamaño de la figura será más grande.

Colores: cada uno representa las tipologías de agentes que actúan en un destino

- Rojo: sociedad civil
- Azul: sector público
- Negro: sector privado

Fuente: Elaboración propia con Ucinet 6 y NetDraw.

Del cuadro se deducen, las acciones en las que se están invirtiendo más esfuerzos que son, fundamentalmente aquellas vinculadas con la promoción del producto sin embargo se ha identificado que estas acciones no se realizan de una manera homogénea sino que están disgregadas entre las diferentes instituciones existentes a nivel nacional, autonómico y municipal y en diversos soportes promocionales, como también refleja el estudio realizado por Fernández, Aguirregoitia y Boix (2011).

Asimismo, se observa cómo la conservación del patrimonio no va a resultar tan atractiva para estas instituciones, este hecho resulta ciertamente preocupante tratándose de un itinerario tan vinculado al turismo cultural (Cánoves y Romero, 2011; González y López,

2012; Lois y López, 2012) y teniendo en cuenta el estado de algunos recursos, como en del Monasterio de Santa María la Real (situada en Obona), de gran significado para el itinerario Primitivo desde la edad media y hoy en cuestionable estado de conservación.

4.3. Relación existente entre los agentes del Camino

Aplicando la metodología de Análisis de Redes Sociales (ARS) que ayuda a medir «la forma, el grado y la frecuencia de expansión entre todos y cada uno de los grupos de interés en el destino» (Fuentes y Muñoz, 2009: 19) obtenemos una fotografía del entramado de relaciones que conforman el itinerario objeto de estudio, el Camino Primitivo. El análisis se realizó a través del programa Ucinet 6 que permite identificar las características definitorias de la estructura de relaciones existentes entre los actores que intervienen en el recurso en cuestión (Borgatti, Everett y Freeman, 2002)

Los datos de los que se ha nutrido dicha metodología son, por un lado, los agentes intervinientes en el Camino, identificados a través de las fuentes secundarias existentes y por otro, las relaciones existentes entre ellos, información extraída de las entrevistas en profundidad y los cuestionarios. Esta información permite generar una matriz binaria no ponderada, en la que se indica si existe relación o no entre los actores, pudiéndose visualizar en forma de sociograma (figura 2) a través del programa NetDraw.

La representación gráfica resultante o sociograma (Figura 2) nos permite observar que existe una red de liderazgo compartido entre la Asociación de Amigos del Camino junto con la Consejería de Cultura y Turismo y los ayuntamientos, ocupando una posición central en el gráfico y aglutinando gran parte de las relaciones. Los componentes de este eje relacional coinciden con aquellos actores más involucrados en el Camino y que más acciones realizan tanto en promoción del producto Camino Primitivo como en la conservación de sus infraestructuras y patrimonio.

Asimismo, este esquema permite apreciar las pocas relaciones existentes entre el sector privado, situado en la parte más periférica del gráfico, y los demás sectores (sociedad civil y sector público), carencia que debería subsanarse de cara a fortalecer las relaciones público privadas y por tanto la imagen del Camino como un todo unitario.

4.4. Características de la oferta y vinculación con el recorrido Primitivo

El análisis de la oferta turística del Camino Primitivo se elaboró a partir de los resultados obtenidos en los cuestionarios, gracias a los cuales se pudieron establecer las características de la oferta turística, así como, la posible vinculación de dicha oferta con los peregrinos y el estado de las infraestructuras y de los servicios básicos de los municipios.

Globalmente se ha observado que, dichos resultados nos muestran una realidad muy parecida a la del resto de España. En este sentido nos encontramos con un sector de la hostelería muy atomizado, como el que describe Figuerola (2009) en su estudio sobre *Los Sectores de la Hostelería*, a nivel nacional y, además, se caracteriza por estar marcado por la estacionalidad, como ocurre en el trazado francés (Millán, 2010; Graham y Murray, 1997), «meses picos del turismo» con una gran dependencia del mercado nacional y con un porcentaje parecido al del Principado (SITA, 2010).

Observando los datos, parece claro que la mayoría de los establecimientos encuestados afirman recibir peregrinos, oscilando entre un 70% de los alojamientos al 80% de los establecimientos de restauración y establecimientos culturales. Sin embargo, dichos establecimientos no tienen cifras precisas sobre el número de peregrinos por lo que resulta complicado estimar el peso de los peregrinos sobre el total de clientes de estos establecimientos.

Asimismo, se ha confirmado la tesis, ya vertida en otros estudios (Tresserras, 2007 y Santos, 2006), según la cual se afirma que la mayoría de los peregrinos pernoctan de manera general una sola noche, pues hasta el 94% de alojamientos corroboran esta aseveración. Santos (2006) y Tresserras (2007) identifican este aspecto como una de las características por las cuales se asocia al peregrino como un turista que realiza un gasto reducido, en definitiva un visitante con un bajo impacto económico (Tabla 4).

Tabla 4
RELACIÓN DE LOS PEREGRINOS CON LA OFERTA TURÍSTICA

Relación oferta turística/peregrino			
	Alojamientos	Restauración	Cultura
Porcentaje de establecimientos que SI reciben peregrinos	70%	80,40%	81%
Noches de estancia	94% Una Noche 6% Más de una noche
Nacionalidad de los peregrinos	75% españoles	85,2% españoles	89% españoles

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos extraídos de las encuestas telefónicas.

Para paliar esta problemática ya se ha detectado cómo algunos establecimientos están ofreciendo la posibilidad de que, el turista que realice el camino se aloje en un solo hotel desde dónde realice los traslados hacia diferentes puntos del Camino. De este modo, puede disfrutar de algunos tramos sin necesidad de cambiar de alojamiento, aumentando el número de pernoctaciones y el gasto que realizan en el municipio.

En lo que a la promoción del Camino se refiere, es destacable la gran cantidad de establecimientos, en torno al 60% que ofrece información, en forma de folleto, mostrando así el interés que los diferentes sectores tienen en el Camino Primitivo y, por lo tanto, la existencia de unos clientes que demandan la mencionada información.

En los municipios objeto de estudio, al igual que ocurre en los destinos de turismo de interior (Diez, 2011), el asociacionismo supone una herramienta importante para el desarrollo de una actividad económica. En turismo, dada la cantidad de microempresas

existentes, es una opción que no demasiados empresarios eligen (Diez) como confirman los resultados obtenidos durante la investigación, pues poco menos del 40%, de los establecimientos de alojamiento y restauración, pertenecen a una asociación empresarial. Dichas asociaciones, además de mejorar la actividad empresarial, van a servir de intermediarias entre el sector privado y la administración, de tal manera que sólo un 40% de estos hoteles tiene voz ante las entidades públicas.

Respecto a las infraestructuras complementarias, calificadas en función de una escala de Likert (de 1 a 5), los aspectos mejor valorados han sido la «seguridad» y la «sanidad», ambas, con una media por encima de 4 pues, en general todos los encuestados se han mostrado muy satisfechos con el sistema sanitario y han afirmado «sentirse muy seguros» (Tabla 5). Ambas variables están muy ligadas entre sí. En este sentido, la OMT vincula estos dos términos cuando determina la finalidad de la *Red de Seguridad del Turismo*, afirmando que la red estará relacionada con «la protección de la vida, de la salud y de la integridad física, psicológica y económica de los viajeros, de los empleados del sector turístico y de los miembros de las comunidades receptoras». La alta puntuación de dichos aspectos supone un factor muy positivo para el destino ya que en ausencia de «seguridad» el destino estará avocado al fracaso (OMT, 1996).

Los aspectos peor valorados son aquellos relacionados con los accesos y vías de comunicación de los municipios, aunque había que apuntar que este resultado es debido, de manera fundamental, a la paralización de las obras de la autovía *Oviedo-La Espina* (A-63). Por otro lado, también han obtenido una puntuación muy baja infraestructuras como la señalización, ligadas a esas vías de comunicación y aquellas relacionadas con la organización del tráfico rodado como los aparcamientos. Estos últimos resultan esenciales a la hora de poder acoger de una forma correcta y sin generar problemas en la capacidad de carga del municipio (OMT, 2005).

Tabla 5
VALORACIÓN DE INFRAESTRUCTURA COMPLEMENTARIA

Valoración de infraestructuras complementarias de los concejos		
Infraestructura	Nota media (sobre 5)	Desviación típica
Seguridad	4,45	,855
Sanidad	4,33	,888
Limpieza	4,01	,977
Parques	3,96	,932
Comercios	3,72	,922
Aparcamientos	3,58	1,174
Señalización	3,53	1,054
Vías de comunicación	3,36	1,266

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos extraídos de las encuestas telefónicas.

5. CONCLUSIONES

La investigación llevada a cabo sobre la oferta turística del Camino Primitivo a partir de las muy escasas fuentes secundarias y, fundamentalmente a partir de los datos obtenidos en las fuentes primarias, muestran que:

La historia del Camino Primitivo está en la base de la peregrinación a Santiago, en el nacimiento del Camino Francés. Sin embargo, la relación que estos dos trazados han tenido con el turismo y, por lo tanto, su evolución y desarrollo turístico, ha sido muy diferente en cada uno de los casos. Existe, un modelo muy desarrollado, incluso desbordado, según las asociaciones, que es el del Camino Francés y otro modelo que está iniciando su desarrollo turístico, el del Camino Primitivo.

Las infraestructuras públicas directamente relacionadas con el Camino (señalización, pavimento del Camino...) parecen estar en buen estado y la red pública de albergues parece ser bastante amplia y aunque, desde la administración autonómica afirmen que se necesita una red privada que la complemente, se ha constatado que esta carencia se cubre con los alojamientos turísticos.

Aunque existen evidencias sobre las personas que llegan a Santiago y que realizan el Camino Primitivo, existe una carencia de datos. Sólo se recogen aquellos referentes a las personas que llegan hasta la capital gallega, perdiéndose todos los de esas personas que no lo realizan por completo o lo hacen en sentido inverso. Asimismo, las cifras relativas a la oferta turística de este Camino son inexistentes ya que, como se ha afirmado anteriormente, desde la Administración o desde el empresariado no ha mostrado ningún interés en ello, o por lo menos así lo han hecho constar las asociaciones (a las que sólo pertenece un 35%). Este escenario genera una situación paradójica pues, por un lado, se están realizando acciones para promocionar y revitalizar el Camino (plan de revitalización integral y campaña de promoción) y, por otro, no se ha realizado ningún estudio para medir la importancia del turismo generado por el Camino, como consecuencia del aumento de las llegadas que los pocos datos existentes nos indican (aumento de pernотaciones en albergues y testimonios de algunos hosteleros).

Se ha detectado que existen relaciones entre todos los agentes, aunque en algún caso no son demasiado efectivas. Fundamentalmente, se ha apreciado que la relación con el Camino se intensifica en los agentes que están más cercanos al mismo, administración pública local, asociaciones de amigos locales, asociaciones de hostelería locales... etc. es lo que Fuentes y Muñoz (2009) denominan «agentes básicos del destino»⁶. Sin embargo, es interesante la relación existente entre esos «agentes básicos» y los «agentes periféricos»⁷ del Principado.

El volumen de microempresas es muy parecido, tanto en el sector de los alojamientos como en el sector de la restauración. Este hecho responde a una realidad del sistema empresarial turístico, caracterizado por ser un sistema muy atomizado.

6 Se entiende por «agentes básicos» aquellos grupos de interés internos directamente relacionados con el destino (Fuentes y Muñoz, 2009).

7 Los «agentes periféricos» son grupos de interés externos directamente relacionados con el destino (Fuentes y Muñoz, 2009).

Existen dos elementos que chocan con algunas de las afirmaciones expuestas durante el análisis cualitativo, pues desde la administración se aseguraba que el sector no había reclamado datos sobre la demanda del Camino, a través de las asociaciones, porque no estaba interesados en él. Sin embargo, se constata que el 80% de los establecimientos de restauración y el 70% de los alojamientos reciben peregrinos a lo largo del año y aproximadamente dos tercios de estos establecimientos han afirmado que reparten información sobre el Camino, es decir, lo promocionan.

Una mayoría de estos establecimientos han coincidido en remarcar la buena calidad de los servicios de «seguridad» y «sanidad» por encima de todos los demás, dato que, como ya se ha comentado, es bastante positivo para los destinos turísticos en general.

Se ha detectado también un problema de accesibilidad, siendo las infraestructuras ligadas a esta variable las peor valoradas por todos. Esto es sin duda un impedimento para la llegada de visitantes a cualquiera de los municipios.

Se trata, por lo tanto, de un Camino heterogéneo (Cazaux, 2011) con un gran potencial por las condiciones de los municipios que lo constituye y por el interés que despierta no sólo por la demanda, como demuestran las diferentes cifras esgrimidas a lo largo de este artículo, sino por la oferta que ha demostrado estar más involucrada con este itinerario de lo que se creía en un principio.

No obstante, se han detectado ciertas carencias tanto en lo que se refiere a las infraestructuras turísticas complementarias de los municipios como en la coordinación de los diversos agentes que actúan en el Camino en temas como el mantenimiento del itinerario o la realización de acciones de promoción.

Por todo ello, sería necesario, por lo tanto, tratar de solucionar los problemas detectados mediante una mayor coordinación público-privada, escasa en estos momentos, para la realización de acciones concretas de manera unidireccional, para no desperdiciar esfuerzos, en materia de conservación y promoción del Camino así como para reforzar las infraestructuras complementarias de los municipios por los que pasa.

El Camino Primitivo debe aprovechar sus fortalezas (paisaje, naturaleza, rico patrimonio etnológico, poco frecuentado...) y aprender de las debilidades propias (falta de capacidad de acogida, poco conocimiento de la demanda del Camino...) y de las deficiencias de los Caminos más desarrollados, como el Francés (masificación, procesos de aculturación...) para poder evitarlos. Para ello, resulta imprescindible la realización de un Plan de Desarrollo Turístico del Camino, como el que existe en otras Comunidades como el País Vasco, «Plan director para el desarrollo y promoción cultural y turística de los dos Caminos a su paso por Euskadi».

BIBLIOGRAFÍA

- ALONSO OTERO, F. (2009): «Santiago y los Caminos de Santiago: un paisaje cultural, una cultura del paisaje». *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, nº 51, pp. 203-218.
- ÁLVAREZ MARTÍNEZ, S. (2006). «El Camino Primitivo en Asturias. Patrimonio Monumental y políticas de conservación». *Actas do congreso. O Camiño de Santiago para*

- o século XXI. O Camiño Primitivo*. Galicia: Consellería de Innovación e Industria. Dirección Xeneral de Turismo de Galicia, pp. 119-134
- ARIAS, F. X. (2006): «Antecedentes históricos do camiño primitivo: unha aproximación». *Actas do congreso. O Camiño de Santiago para o século XXI. O Camiño Primitivo*. Galicia: Consellería de Innovación e Industria. Dirección Xeneral de Turismo.
- BALLESTER, J.M. (2009) : «La signalétique au service d'un patrimoine. Les itinéraires vers Compostelle», *Les chemins de Saint-Jacques de Compostelle. Francia: Association de Coopération Interrégionale*, pp. 06-12. Disponible en : <http://www.chemins-compostelle.com/Fichiers/ACIR-Preconisations-signalétiques.pdf>
- BERTRAND, J.R. (2006) : «Saint-Jacques de Compostelle. Le patrimoine religieux, du contexte au prétexte». *Téoros*, nº 24 (2) pp. 26-38.
- BORGATTI, F. F. EVERETT, M. G. y FREEMAN, C. (2002): *Ucinet for Windows: Software for Social Networks Analysis*. Harvard: Harvard University Press.
- BURGO, M.C. (2006) : «Camiño Primitivo. O turismo». En *Actas do congreso. O Camiño de Santiago para o século XXI. O Camiño Primitivo*. Galicia: Consellería de Innovación e Industria. Dirección Xeneral de Turismo.
- CÀNOVES VALIENTE, G. y BLANCO ROMERO, A. (2011): «Turismo religioso en España: ¿la gallina de los huevos de oro?. Una vieja tradición, versus un turismo emergente» *Cuadernos de Turismo*, nº 27, pp. 115-132.
- CAZAUX, F. (2011): «To be a pilgrim: A contested identity on Saint James' Way». *Tourism*, nº 59 (3), pp. 353-367.
- DÍAZ, J.M. (2001) «Codex Calixtinus. El libro de los libros». *Bibliografía Jacobea*, nº 2, pp. 2-3.
- DÍEZ SANTO, D. (2011): «La planificación estratégica en espacios turísticos de interior: Claves para el diseño y formulación de estrategias competitivas». *Investigaciones Turísticas*, nº 1, pp 69-92.
- FERNÁNDEZ POYATOS, M.D., AGUIRREGOITIA MARTÍNEZ, A. y BOIX MARTÍNEZ, B. (2011): «Camino de Santiago y Xacobeo 2010 en los portales turísticos de las Comunidades Autónomas», en *Revista Latina de Comunicación Social*. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, nº 67, pp. 23-46.
- FIGUEROLA PALOMO, M. (2009): *Los sectores de la Hostelería 2009*. Madrid: Fundación de Hostelería de España.
- FUENTES MORALEDA, L. y MUÑOZ MAZÓN, A. (2009): «Análisis de la cooperación público privada en el ámbito de la promoción de destinos», en *V Seminario de otoño. Información socioeconómica turística y promoción de los destinos en la región mediterránea*.
- GARCIA, L.V. (2006): «El Camino Primitivo. El primero de los caminos. En *Actas do congreso. O Camiño de Santiago para o século XXI. O Camiño Primitivo*. Galicia: Consellería de Innovación e Industria. Dirección Xeneral de Turismo.
- GRAHAM, B. y MURRAY, M. (1997): «Exploring the dialectics of route-based tourism: the Camino de Santiago». *Tourism Management*, nº 18 (8), pp. 513-524.
- HERNÁNDEZ RAMÍREZ, J. (2011): «Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales». *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9 (2): 225-236. Disponible en: http://www.pasosonline.org/Publicados/9211/PS0211_01.pdf

- LEIRA LÓPEZ, J., REGO VEIGA, G. y SANTOS PITA, M. P. (2010): «Peregrinaciones y turismo. El Camino de Santiago». *Revista de ocio y turismo (Rotur)* n° 3 pp. 39-48.
- LOIS GONZÁLEZ, R.C. y LÓPEZ, L. (2012): «El Camino de Santiago: una aproximación a su carácter polisémico desde la geografía cultural y el turismo». *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, vol. 58, n° 3, pp. 459-479.
- MAAK, K. (2009): «El Camino de Santiago como posible motor turístico en zonas rurales de escasos recursos: el caso de Brandemburgo». En *Cuadernos de Turismo*, n° 23, pp. 149-171. Disponible en: <http://revistas.um.es/turismo/article/view/70081/67551>
- MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, M.G., MORALES FERNÁNDEZ, E. y PÉREZ NARANJO, M^a. L. (2010): «El Turismo Religioso: Estudio del camino de Santiago». *Gestión Turística*, n° 13, pp. 09-37.
- OFICINA DE ACOGIDA DEL PEREGRINO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA (2010): *Informe estadístico años 2004-2010*. Santiago de Compostela: Oficina del Peregrino. Disponible en <http://peregrinosantiago.es/esp/post-peregrinacion/informes-estadisticos>.
- ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO (2009): *The Impact of Culture on Tourism*. París: OECD, París.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (1996): *Seguridad en turismo*. Madrid: Síntesis.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2005): *Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos*. Guía práctica. Madrid: OMT.
- PORCAL GONZALO, M.C. (2006): «Turismo cultural, turismo religioso y peregrinaciones en Navarra: las «Javieradas» como caso de estudio». *Cuadernos de Turismo*, n° 18, pp. 103-134. Disponible en: <http://revistas.um.es/turismo/article/view/17831>.
- PRECEDO LEDO, A., REVILLA BONÍN y A. MÍNGUEZ IGLESIAS, A. (2007): «El turismo cultural como factor estratégico de desarrollo: el Camino de Santiago». *Estudios Geográficos*, Vol. LXVIII, n° 262, pp. 205-234. Disponible en: <http://estudiosgeograficos.revistas.csic.es/index.php/estudiosgeograficos/article/viewArticle/11>
- RIERA AUTRÁN, J.A. (2006): «Del Camino olvidado al camino recuperado». En *Actas do congreso. O Camiño de Santiago para o século XXI. O Camiño Primitivo*. Galicia: Consellería de Innovación e Industria. Dirección Xeneral de Turismo.
- RUIZ DE LA PEÑA SOLAR, J.I. (2008) «Oviedo Galicia. Itinerarios Asturianos del Camino de Santiago». En Segundo, A. (ed.). *La Gran Obra de Los Caminos de Santiago: Iter Stellarum* (vol. XII). A Coruña: Hércules, D.L.
- SANTOS SOLLA, X.M. (2006): «El Camino de Santiago: Turistas y Peregrinos hacia Compostela», *Cuadernos de Turismo*, n° 18, pp. 135-150. Disponible en: <http://revistas.um.es/turismo/article/view/17791>
- SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE ASTURIAS (2010): *El Turismo en Asturias 2010*. Gijón: SITA.
- TRESSERRAS I GAJU, J. (2007) «El Camino de Santiago: la gestión sostenible de un itinerario cultural transnacional», en *VII Jornada sobre la Gestión Sostenible del Patrimonio: «Los itinerarios culturales y la formación de Europa»*. Fundació Abertis. Disponible en: http://www.fundacioabertis.org/rcs_jor/pdf_tresserras.pdf [Consultado el 6 de marzo de 2011].

