

PROXECTO DE INVESTIGACIÓN DA CÁTEDRA DO CAMIÑO DE SANTIAGO E AS
PEREGRINACIÓNS DA UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA – 2020

EL IMPACTO DEL COVID-19 EN EL PERFIL DEL PEREGRINO

Dolores Riveiro García

*Departamento de Fundamentos da Análise Económica
Grupo de Análise e Modelización Económica (GAME) - IDEGA
Universidade de Santiago de Compostela*

RESUMEN

La pandemia del Covid-19 ha tenido - y está teniendo – un enorme impacto a nivel mundial, cuyo alcance, duración y profundidad aún se desconocen. El Camino de Santiago, como fenómeno global que es, no ha escapado a sus efectos. Las restricciones de movilidad nacionales e internacionales, el cierre de fronteras, los períodos de confinamiento, las nuevas restricciones impuestas a los negocios - en especial a la hostelería y restauración -, la crisis económica, el miedo y la incertidumbre han provocado un descenso drástico del número de peregrinos este año, generando una enorme frustración, sobre todo si se tiene en cuenta la creciente evolución positiva que acumulaba el Camino desde hacía muchos años y las optimistas previsiones que se manejaban para el presente.

Nos enfrentamos, pues, a nuevos fenómenos que hay que diagnosticar y a incertezas sobre el futuro del Camino que precisan de análisis prospectivos que permitan anticipar respuestas a posibles escenarios venideros. Con ese propósito, el objetivo del trabajo es estudiar el perfil de los que actualmente realizan el Camino, mediante técnicas de clustering y a partir de datos obtenidos de una encuesta de motivaciones, valoración y satisfacción que se realizará a los peregrinos. La comparación de los resultados con los obtenidos en un trabajo anterior de nuestro grupo (GAME), en el que se detectaron seis perfiles de peregrinos, nos permitirá identificar los factores de mayor impacto en los cambios observados en las actuales peregrinaciones y realizar previsiones de evolución futura. Todo ello contribuirá a entender mejor las fortalezas del camino, así como las dificultades y limitaciones que presenta ante la actual situación, lo cual permitirá preparar mejor el Camino del próximo Año Santo.

ANTECEDENTES

Las implicaciones que la pandemia del Covid-19 tuvo y, lamentablemente, tiene, para la movilidad de las personas permitía anticipar una drástica reducción de la afluencia de peregrinos en el Camino de Santiago. Al cierre de los servicios de hostelería y restauración, impuesto por el estado de alarma, le ha sucedido, desde su levantamiento, un cierre “económico” por la falta de demanda, una situación de inseguridad e incertidumbre y, consecuentemente, un enorme impacto económico y social negativo para el conjunto de Galicia y, en particular, para los municipios con mayor relación con los diferentes recorridos del Camino.

La relevancia del Camino de Santiago para Galicia, tanto por su valor intrínseco como por su capacidad de generar actividad económica y empleo a escala local (<https://aecr.org/es/el-papel-del-camino-de-santiago-en-la-articulacion-de-la-galicia-interior/>; Santos, 2006; Leira et al, 2010; Corpas, 2011) llevó a que, desde los primeros momentos tras declararse la situación de pandemia, distintos trabajos tratasen de determinar el potencial impacto del Covid-19 para el Camino, en los que el Grupo de Investigación GAME ha participado de forma destacada. Los estudios se centraron tanto en los impactos desde el punto de vista de la oferta como de la demanda y aportaron información para la toma de decisiones sobre las “medidas de reactivación”, es decir, las actuaciones a llevar a cabo en cada caso para procurar la recuperación de la actividad en el Camino.

En cuanto al lado de la oferta, las medidas de seguridad sanitaria redujeron la capacidad de acogida, para el cumplimiento de la distancia social, y obligaron a la prestación de nuevos servicios y a una nueva gestión, por ejemplo, de los recursos alojativos. Las medidas adoptadas estaban encaminadas a garantizar la seguridad sanitaria y contribuir a la recuperación del atractivo del Camino como destino y, en última instancia, a recuperar la llegada de peregrinos, que es lo que da sentido a todo lo demás. Pero la afluencia de peregrinos, el lado de la demanda, era, y aún es, muy incierto. Se contemplaron distintos escenarios de movilidad permitida para nacionales y extranjeros y, de esta forma, se simuló la reducción en la llegada de peregrinos en los distintos escenarios que, para cualquiera de los casos analizados, anticipaba una importante disminución respecto al dato del último año (ya no a lo previsto para el presente) y, en el más desfavorable, una drástica caída. Y esto, no sólo para el primer semestre del año, parte en estado de alarma y con movilidad casi nula, sino también para la segunda mitad de este año e, incluso, para el Año Santo 2021. Con todo, el impacto previsto no era el mismo para los distintos Caminos dependiendo del perfil de los caminantes en cada caso, en particular, en lo que respecta a su nacionalidad, edad, sexo y motivación.

Estas estimaciones dependían de si las circunstancias permitían de nuevo la movilidad de las personas (el escenario considerado), pero también de si, llegado el momento, las personas decidían hacer el Camino o no. Si bien es cierto que la mayoría de los que en condiciones normales hubiesen hecho el Camino este verano no lo están haciendo ni, probablemente, lo harán en el futuro próximo, y a pesar de que la situación sanitaria está lejos de haber vuelto a la normalidad, la evidencia nos dice que sigue habiendo peregrinos en el Camino, nacionales y extranjeros.

Más allá del previsible miedo al contagio, la inseguridad sanitaria y las consecuencias, incluso de “logística”, en caso de un contagio o un confinamiento, no podemos saber con certeza las razones por las que una gran mayoría de los que potencialmente harían el Camino este año no lo harán (no conocemos la “población” de potenciales peregrinos para poder preguntarles). Sin embargo, sí podríamos saber cuáles son las razones por las que hacen el camino los que lo están haciendo. Preguntado a los actuales peregrinos podremos averiguar si mantuvieron su decisión,

a pesar de todo, si lo decidieron en el último momento, precisamente, por la situación sanitaria a nivel global que impide otros destinos, o si, por ejemplo, fue la garantía de seguridad que se buscaba con las medidas aplicadas lo que les animó.

En un trabajo realizado en 2018 (*“Impacto Socioeconómico del Camino de Santiago”*, realizado por el Grupo de Investigación GAME), analizamos extensamente las motivaciones para hacer el camino, determinando los distintos perfiles de “caminantes”. Tener claros estos perfiles permitió, por ejemplo, anticipar el impacto para la demanda en los distintos Caminos como consecuencia de la actual pandemia. Conocer las motivaciones de los actuales peregrinos nos permitirá profundizar en esos perfiles, a la vez que nos ayudará a entender mejor las fortalezas del camino. Además, podremos saber, de primera mano, las dificultades o limitaciones que se han encontrado en la actual situación, lo cual permitirá, por una parte, determinar en qué medida han sido efectivas las medidas implementadas y, lo más importante, aprovechar la experiencia para preparar mejor el Camino del próximo Año Santo.

HIPÓTESIS DE PARTIDA

Variables como el género, la edad, la nacionalidad, la motivación para el viaje, el tipo de alojamiento elegido, la valoración de los diferentes recursos y servicios o el número de etapas realizadas, entre otros, permiten identificar diferentes perfiles de peregrinos. En el trabajo realizado con datos de los años 2017-2018, cuyos resultados han tenido una gran repercusión en los medios¹, hemos identificado seis diferentes: (http://www.turgalicia.es/aei/portal/docs/documentacion_vinculada/ir3420.pdf).

El que los peregrinos en cada uno de los Caminos tengan uno u otro perfil es muy relevante, por ejemplo, para determinar el impacto económico, anticipar su evolución futura o diseñar la promoción más adecuada (Granero et al, 2007; 2008).

La hipótesis que se trata de contrastar es si el perfil de los caminantes de este año se corresponde con alguno de los perfiles identificados, o si, por el contrario, se “reparten” entre los diferentes perfiles o constituyen un nuevo perfil.

1 Algunas noticias de prensa, como <https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/santiago/santiago/2018/05/15/solo-4-peregrinos-consideran-turistas/00031526384259440595953.htm>, u otras cuyos titulares se muestran después de las referencias, destacan la relevancia de los resultados alcanzados.

El perfil de los peregrinos

(*) Son posibles ambas opciones

Seis tipos de caminantes en el Camino de Santiago y sus principales características

						
	Tradicional	Experto	Viajero	Moderno	Lúdico	Joven
Viaja solo	✓	✓	✓	✗	✗	✗
Nacional	✗	✓	✗	✓	✗	✓
Recorrido corto	✗	(*)	✗	✓	✓	✓
Repite	✗	✓	✗	✗	(*)	✗
Otras características	Entre 20 y 60 años	Entre 40 y 50 años	Joven	Mayoría de mujeres	Perfiles de ocio	Joven

Fuente: Xunta de Galicia

LA VOZ

Fuente: La Voz de Galicia

OBJETIVOS

General:

Conocer las motivaciones y la percepción de los caminantes que realizan el Camino de Santiago este verano y determinar, en qué medida, su perfil ha variado respecto a lo observado en años anteriores.

Específicos:

Conocer las motivaciones que llevan a los individuos a hacer el Camino en las actuales circunstancias de alta incidencia del Covid-19.

Conocer las limitaciones o carencias (aspectos negativos) detectadas por los actuales peregrinos en relación a las observadas en años anteriores.

Determinar hasta qué punto fueron efectivas las medidas adoptadas en el Camino como consecuencia del Covid-19.

METODOLOGÍA

Dado que los objetivos del trabajo son obtener información sobre las motivaciones, objetivas y subjetivas, que llevan a los individuos a realizar el Camino, identificar los problemas detectados y medir su satisfacción con la experiencia, la metodología se basa en el paradigma cuantitativo, utilizando métodos de investigación descriptivos basados en las respuestas a un cuestionario. Por tanto, los datos primarios para el análisis se obtendrán a partir de una encuesta de motivaciones, valoración y satisfacción realizada a los peregrinos que hacen el Camino de Santiago este verano. La población está constituida por los peregrinos que llegan a Santiago de

Compostela y la encuesta se realizará a su llegada. El diseño de la muestra será estratificado polietápico con afijación proporcional, dividiendo la muestra por estratos o cuotas, en distintas etapas, según las características de la población: edad, sexo y nacionalidad. A partir de los datos obtenidos, y una vez codificados, se realizará un tratamiento estadístico de los mismos que nos permitirá obtener resultados que den respuesta a nuestros objetivos. Para que los resultados sean comparables con los alcanzados en nuestro trabajo anterior, se mantendrán parte de los módulos, pero se introducirá uno nuevo centrado en las consecuencias del covid-19.

Para la determinación de los perfiles actuales de peregrinos se empleará (al igual que en los trabajos de 2017–2018) una metodología de clustering o de conglomerados, formada por un conjunto de técnicas multivariantes cuyo objetivo es el reconocimiento o clasificación de subconjuntos homogéneos de elementos. Como tales, forman parte de la rama del aprendizaje no supervisado y su empleo está muy extendido para la segmentación de datos, también en el ámbito del turismo (Arimond & Elfessi, 2001; D’Urso, De Giovanni, Disegna, & Massari, 2013; Dolnicar, 2002) y recientemente para analizar aspectos relacionados con la pandemia de Covid–19 en España (<https://portalcne.isciii.es/fdd/>). Para el análisis de los perfiles de peregrinos se procederá a realizar un estudio de los clústeres presentes en los datos, empleando métodos de particionado del espacio. Así, si tenemos n objetos y k clústeres a formar, un algoritmo de particionamiento organiza los objetos en k particiones ($k \leq n$), donde cada partición representa un clúster y tiene al menos un objeto. Los clústeres se construyen de manera que se minimice alguna función objetivo entre los objetos de cada clúster, como la disimilitud o la distancia, basándose en sus atributos.

En nuestro caso, al encontrarnos con una mezcla de variables numéricas y categóricas, en vez de recurrir a emplear sucesivamente un método detrás de otro, como si fuera un refinamiento; o a la transformación de las variables categóricas en binarias según las categorías presentes; o el empleo de distancias compuestas como la Gower, optaremos por emplear el algoritmo k-prototypes, tal y como se describe en (Huang, 1997, 1998).

La idea subyacente en el algoritmo k-prototype es emplear conjuntamente el algoritmo k-means y k-modes, respectivamente para variables numéricas y categóricas, de manera que la distancia en cada situación sea la distancia numérica + γ *distancia categórica, donde γ es un factor que debería oscilar entre 1/3 y 2/3 de la varianza numérica. Finalmente, para la determinación del valor óptimo de K , se recurrirá a técnicas de validación interna, como los métodos de Silhouette o Elbow o la estadística Gap.

CRONOGRAMA

- Revisión de la literatura relevante sobre la motivación para el viaje y la percepción de los visitantes (dos semanas)
- Elaboración del cuestionario (una semana)
- Realización de las encuestas a una muestra de peregrinos (tres semanas)
- Elaboración de un informe con los principales resultados obtenidos (dos semanas)

PLAN DE DIFUSIÓN

- Presentación del trabajo en un seminario y en congresos relacionados con la temática del mismo, para discutir el cuestionario propuesto y los resultados
- Elaboración de un documento de trabajo, en el que se resuman los resultados alcanzados
- Contactar con medios informativos ya interesados en los trabajos previos para amplificar el alcance

REFERENCIAS

- Arimond, G., & Elfessi, A. (2001). A Clustering Method for Categorical Data in Tourism Market Segmentation Research. *Journal of Travel Research*, 39(4), 391–397.
- Corpas, J. R. (2011). El camino de Santiago como recurso turístico. *Cuadernos de La Cátedra de Patrimonio*, 5, 111–124.
- D’Urso, P., De Giovanni, L., Disegna, M., & Massari, R. (2013). Bagged Clustering and its application to tourism market segmentation. *Expert Systems with Applications*, 40(12), 4944–4956.
- Dolnicar, S. (2002). A Review of Data-Driven Market Segmentation in Tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 12(1), 1–22.
- Granero, A., Ruiz, F., & García, M. E. (2007). Estudio sobre las motivaciones para recorrer el Camino de Santiago. *Apunts*, 3, 88–96.
- Granero, A., Ruiz, F., García, M. E., Baena, A., & Gómez, M. (2008). Análisis del perfil sociodemográfico de senderistas y ciclistas que recorren el Camino de Santiago. *Retos. Nuevas Tendencias En Educación Física, Deporte y Recreación.*, 13, 56–59.
- Huang, Z. (1997). Clustering large data sets with mixed numeric and categorical values. *Proceedings of the 1st Pacific-Asia Conference on Knowledge Discovery and Data Mining, (PAKDD)*, 21–34.
- Huang, Z. (1998). Extensions to the k-Means Algorithm for Clustering Large Data Sets with Categorical Values. *Data Mining and Knowledge Discovery*, 2(3), 283–304.
- Leira, J., Rego, G., & Santos, M. D. P. (2010). Peregrinaciones y turismo: el Camino de Santiago. *Rotur*, 3, 39–48.
- Santos, X. (2006). El Camino de Santiago: turistas y peregrinos hacia Compostela. *Cuadernos de Turismo*, 18, 135–150.

REFERENCIAS PREVIAS EN PRENSA



La Voz de Galicia
SANTIAGO CIUDAD

Los seis perfiles del peregrino: tradicional, experto, viajero, moderno, lúdico y joven

Un estudio sobre el Camino refleja que no hay masificación, aunque sí épocas de elevada densidad

Un estudio asegura que Santiago no está saturado de peregrinos muy sa

LAVANGUARDIA | Galicia

Local Galicia

Directo La justicia belga rechaza entregar a España a los exconsellers Comín, Puig y S

Un estudio avala que el Camiñ tiene aún capacidad de crecer "saturación"

Establece seis perfiles de peregrinos en función de sus costumbres y refleja que s

TELEVISIÓN DE GALICIA

Portada TVG Informativos

Un estudo da USC descarta a saturación do Camiño de Santiago

Publicado o 15/05/2018 21:53

	Tradicional	Experto	Viajero	Moderno	Lúdico	Joven
capacida	✓	✓	✓	✗	✗	✗
estud	✗	✓	✗	✓	✗	✓
occurida co	✗	(*)	✗	✓	✓	✓
ocurr	✗	✓	✗	✗	(*)	✗
edad	Entre 20 y 30 años	Entre 40 y 60 años	Entre 20 y 30 años			

- Cadena ser: https://cadenaser.com/emisora/2018/05/15/radio_galicia/1526396307_179516.html
- El correo gallego: <https://www.elcorreogallego.es/hemeroteca/un-estudio-usc-descarta-saturacion-camino-santiago-ASCG1115500>
- Televisión de Galicia: <http://www.crtvg.es/informativos/os-peregrinos-concentran-o-2-3-por-cento-do-gasto-turistico-na-comunidade-galega>
- ABC: https://www.abc.es/espana/galicia/abci-cada-peregrino-genera-riqueza-equivalente-23-turistas-nacionales-201804162032_noticia.html