

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

MEMORIA FINAL CIENTÍFICO-TÉCNICA DE RESULTADOS

EL IMPACTO DEL COVID-19 EN EL PERFIL DEL PEREGRINO

Dolores Riveiro

dolores.riveiro@usc.es

*Grupo de Análise e Modelización Económica (GAME) - IDEGA
Universidade de Santiago de Compostela
Avda das Ciencias, Chalet 1- Campus Vida
15782 Santiago de Compostela
Tel: (34) 881 814 339*

Resumen de la propuesta

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.

Resumen de las actividades realizadas

- Revisión de literatura sobre la motivación para el viaje y la percepción de los visitantes, en particular, los trabajos que utilizan una metodología de cluster.
- Realización de una encuesta de motivación, valoración y satisfacción
 - Elaboración del cuestionario, a partir de un cuestionario “base” elaborado en el marco de un convenio de colaboración con la Axencia Turismo de Galicia ¹ para el estudio del Camino Portugués y cuyos resultados, una vez obtenidos, podrán completar los alcanzados en el presente trabajo. A ese cuestionario base, cuyo diseño original fue utilizado para estudiar el perfil de los peregrinos en el año 2017 en el marco del convenio de colaboración con la Axencia Turismo de Galicia, se le ha añadido un bloque de cuestiones relacionadas con los efectos del COVID-19 para el Camino y la experiencia de peregrinación.
 - Trabajo de campo. Realización de las encuestas, por parte de un encuestador con formación, a una muestra de peregrinos (durante el mes de septiembre)
 - Volcado de los datos de los cuestionarios y posterior análisis con métodos de clusterización para la identificación de perfiles
 - Obtención de los resultados
- Análisis a partir de los datos de la Oficina del Peregrino (Compostelas recogidas)

¹ Convenio de Colaboración entre a Axencia Turismo de Galicia, a Agrupación Europea de Cooperación Territorial e a Universidade de Santiago de Compostela, para o desenvolvemento de métodos de avaliación e seguimento do impacto socioeconómico do Camiño de Santiago a escala local: aplicación ao Camiño portugués, no marco do Proxecto 0585_FACENDO_CAMIÑO_1_P (Estrategia para la estructuración, protección y puesta en valor de las rutas portuguesas del Camino de Santiago, en la Euro-región Galicia-Norte de Portugal (0585_HACIENDO_CAMINHO_1_P)).

- Recopilación de datos de las estadísticas de la Oficina del Peregrino
- Análisis de los datos y obtención de los resultados (software R)
- Discusión de los resultados alcanzados con el grupo de investigación y elaboración de conclusiones
- Elaboración del informe final con los principales resultados obtenidos

Cronograma de tareas realizadas y previstas

Tareas	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Revisión literatura	■			
Elaboración del cuestionario	■			
Trabajo de campo	■	■		
Volcado y análisis de datos		■	■	
Obtención de resultados			■	
Recopilación datos Oficina Peregrino		■		
Análisis de los datos y obtención de resultados			■	
Discusión resultados y conclusiones			■	
Elaboración del informe final				■
Seminario de discusión de resultados				■
Elaboración Documento de trabajo				■

Participantes:

Dolores Riveiro (coordinación, análisis de datos y redacción del informe)

Oleg Lazovski (trabajo de campo)

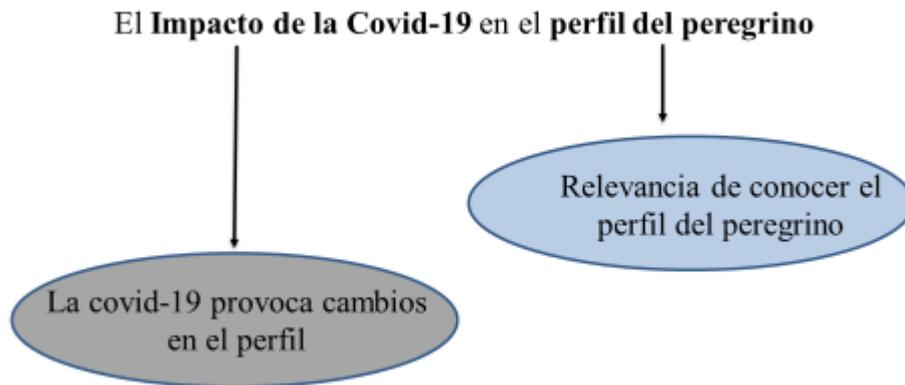
Miembros del grupo de investigación GAME (discusión de resultados)

EL IMPACTO DEL COVID-19 EN EL PERFIL DEL PEREGRINO

INFORME DE RESULTADOS

CONTENIDOS	Página
• Motivación y Antecedentes	6
• Objetivos	16
• Metodología y Datos	17
• Resultados	19
• Conclusiones	40
• Referencias	43

MOTIVACIÓN Y ANTECEDENTES



La principal motivación para abordar este trabajo está, por una parte, en la relevancia de conocer el perfil de los peregrinos y, por otra, en el hecho de que cabe anticipar que la Covid-19 traerá cambios en el perfil del peregrino.

Si conocer el perfil de los peregrinos es relevante y la Covid-19 va a alterar ese perfil, es importante conocer en qué sentido serán esos cambios. Ese es el objetivo último del trabajo.

(1) Relevancia de conocer el Perfil del Peregrino

Veamos, en primer lugar, por qué es relevante conocer el perfil de los peregrinos. Lo podemos mostrar a partir de las siguientes preguntas.

¿Qué es el perfil de una persona?

En general, son aquellos rasgos particulares que caracterizan a esa persona y le sirven para diferenciarse de otras.

Los visitantes que comparten una determinada combinación de características forman parte de un grupo “homogéneo” diferenciado, constituyendo un cierto perfil.

¿Qué determina un perfil? ¿Qué elementos (características) determinan el perfil de un “visitante”? ¿Cuáles son los criterios que se utilizan para “segmentar” o “hacer grupos” de visitantes?² Entre otros:

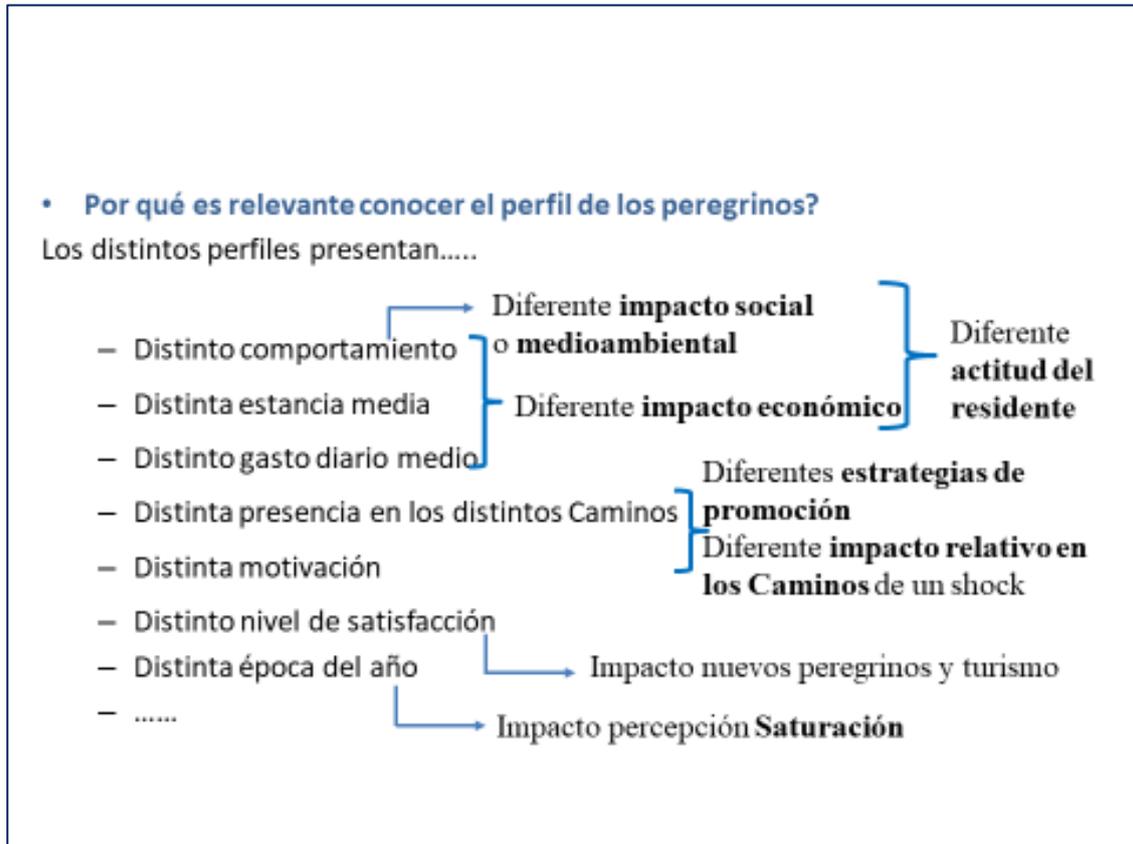
- Variables sociodemográficas (género, edad, nivel de estudios, procedencia,)
- Variables económicas (nivel de renta, profesión)
- Motivación para el viaje
- Productos/recursos consumidos y actividades realizadas durante el viaje
- Satisfacción con el viaje ...

¿Por qué es relevante conocer el perfil de los peregrinos?

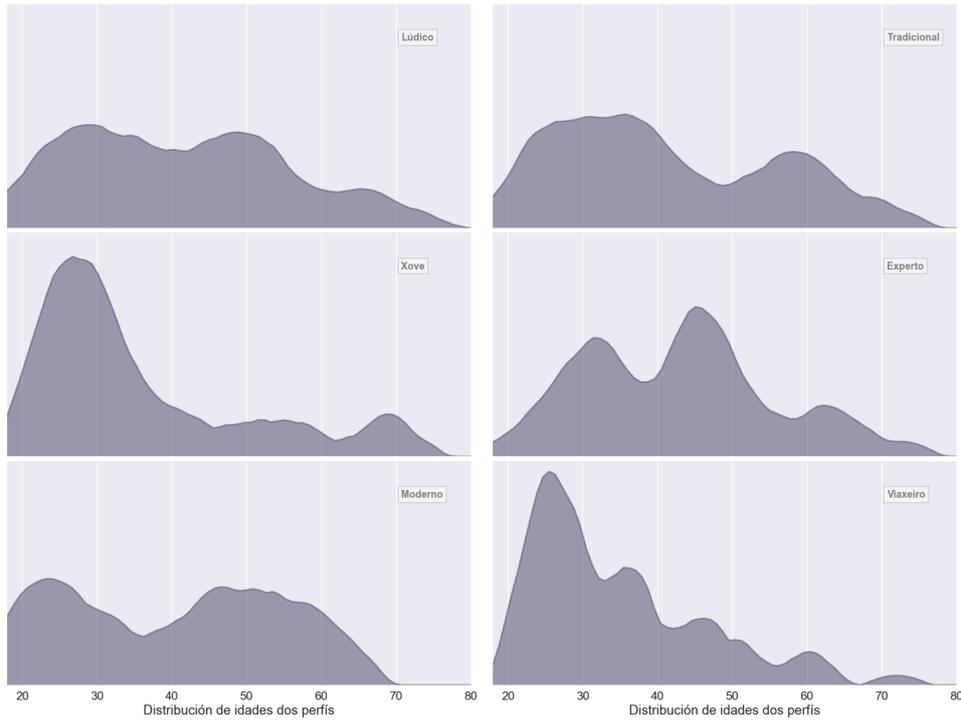
Los distintos perfiles responden a una predominancia de ciertas características o de determinados valores de ciertas características, de manera que el hecho de que los peregrinos respondan a uno u otro perfil, potencialmente, tendrá efectos a distintos niveles: efectos diferentes para los diferentes ámbitos de impacto y, consecuentemente, diferente percepción y actitud de los residentes ante el Camino; la

² Una revisión de la literatura sobre el comportamiento de los turistas como consumidores y cómo se ve influenciado ese comportamiento por los diferentes elementos en Cohen et al (2014).
Estudios sobre segmentación de mercados turísticos (Molina et al, 2007)

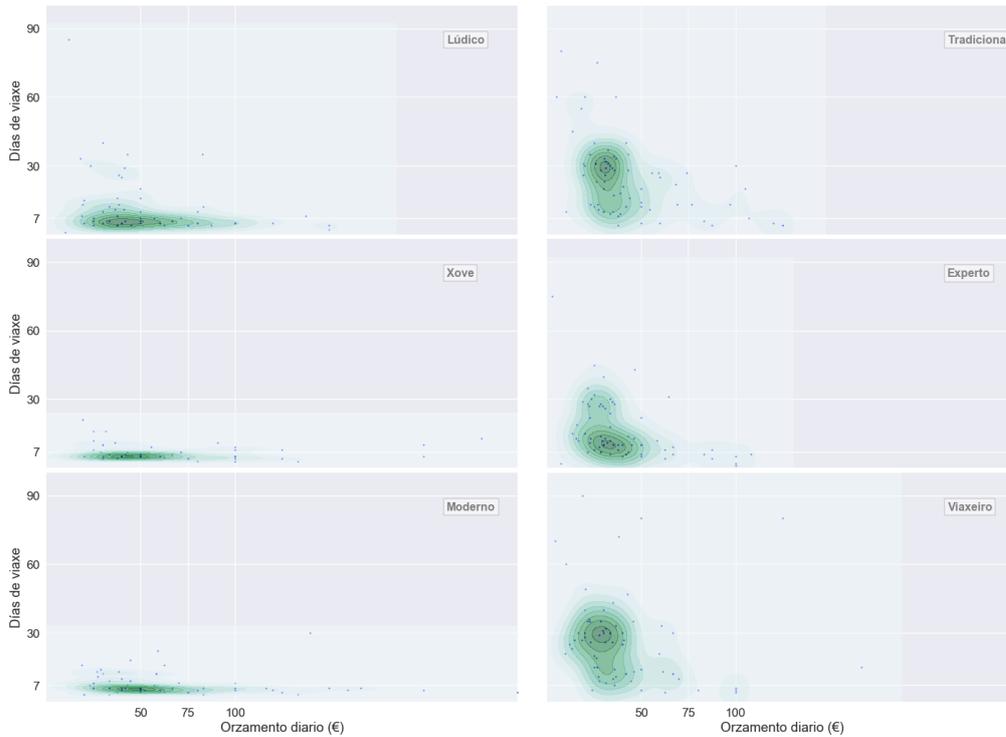
estrategia de desarrollo y promoción óptima; el impacto que un determinado shock (como la actual pandemia) puede tener en los diferentes Caminos; el impacto sobre la percepción de saturación que puedan tener los propios peregrinos y los residentes, etc.



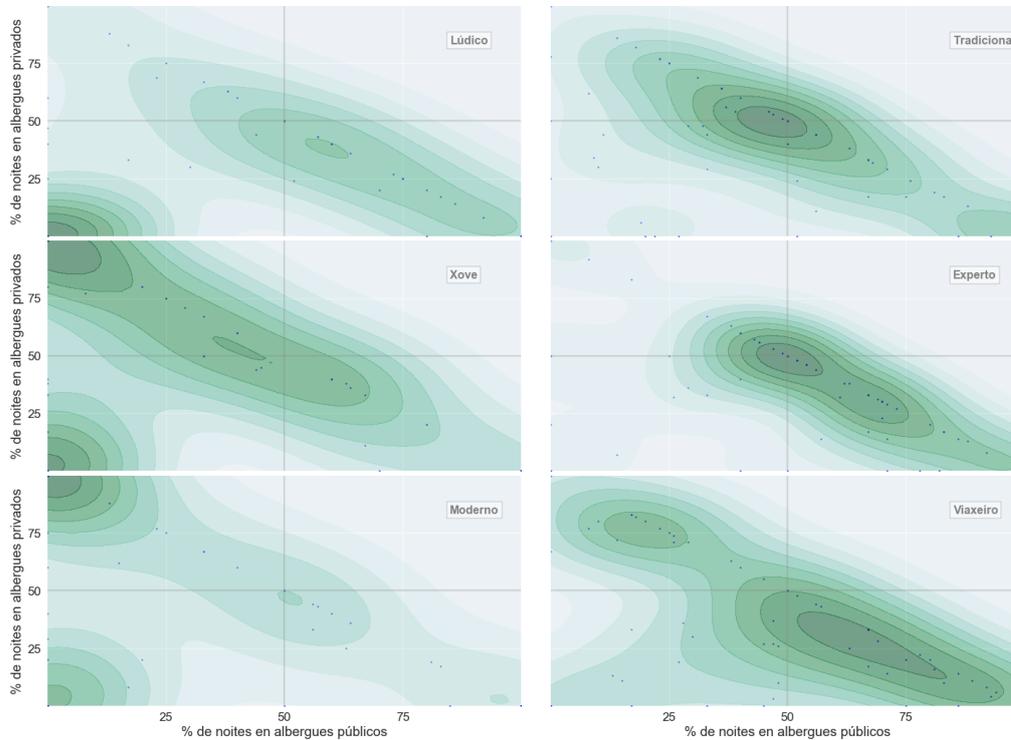
Estas diferencias entre perfiles han sido mostradas en trabajos previos (Fernández y Riveiro, 2018). Se muestra, a continuación, las diferencias por perfiles para algunas variables. Por ejemplo, la distribución por **edad** es diferente en los diferentes perfiles identificados



También **la duración del viaje y el gasto diario medio** es diferente para los peregrinos de los diferentes perfiles identificados en el Camino en el mencionado trabajo de 2018.



Así como el uso de albergues públicos y privados



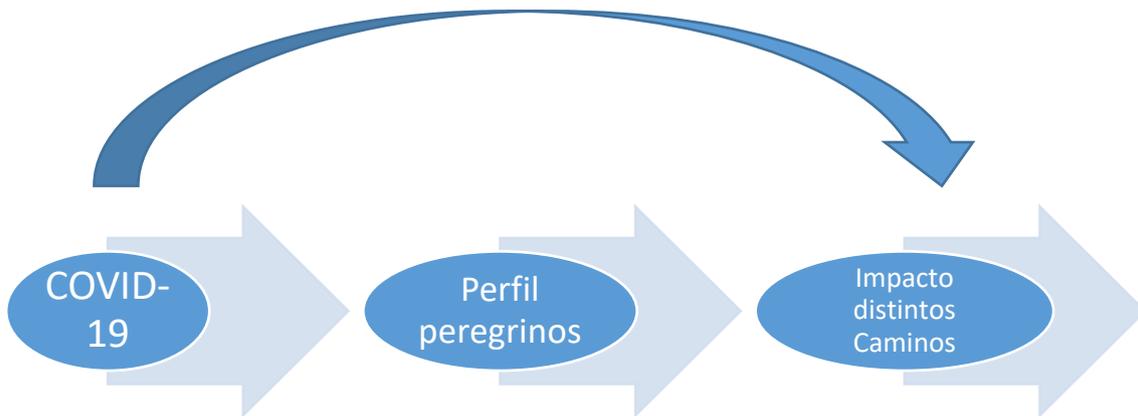
(2) ¿Por qué cabe esperar efectos de la covid-19 para el Perfil del Peregrino?

Algunas particularidades de la Covid-19 y de la manera de combatir los contagios tienen, potencialmente, efectos muy directos para el Camino y la afluencia de peregrinos. Entre otras muchas:

- Elevado contagio por proximidad
- Mayor riesgo para mayores
- Mayor riesgo de contagio en interiores
- Restricciones a la movilidad (tanto nacional como internacional)
- Restricciones a la agrupación de personas

Estas particularidades de la Covid-19 no sólo afectan al **número total de peregrinos** que decidan hacer el Camino o, más bien, a los que lo harían en una situación de normalidad y que, como consecuencia de la pandemia, decidan no hacerlo, debido a las limitaciones a la movilidad, la sensación de inseguridad, la incertidumbre, etc; sino que afectan potencialmente a su **perfil**, al afectar de distinta manera a los aspectos que determinan

los perfiles, en particular, en lo relativo a la edad y la procedencia (nacional o extranjera), pero también a la forma de viajar en solitario o en grupo, al lugar donde alojarse, la época del año del viaje, etc.

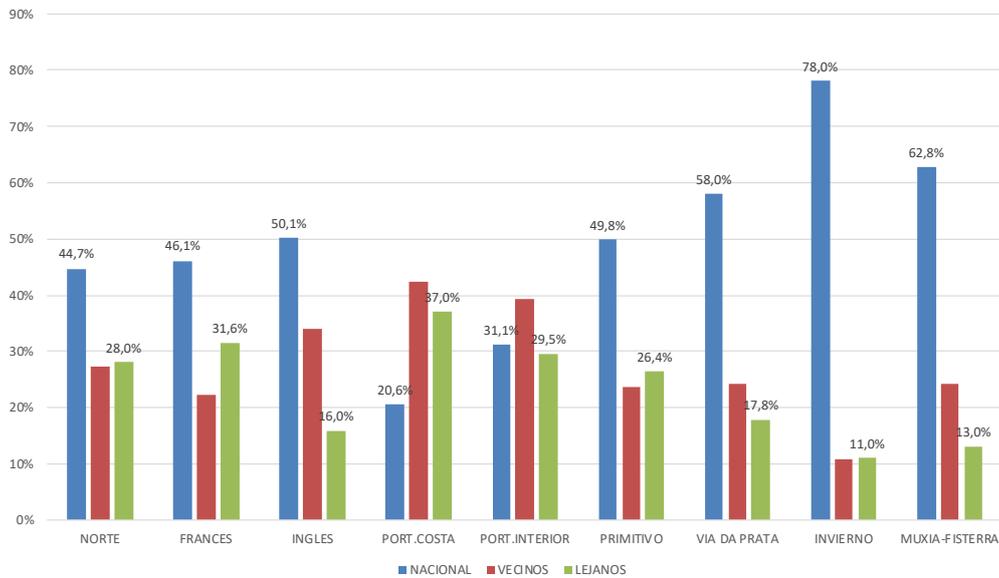


Por otra parte, si la Covid-19 afecta de distinta forma a los diferentes perfiles (a las variables que determinan los perfiles), y las diferentes rutas difieren en la presencia relativa de los diferentes perfiles (Fernández y Riveiro, 2018), cabe esperar que la Covid-19 afecte de distinta forma, o con distinta intensidad, a los **diferentes Caminos**.

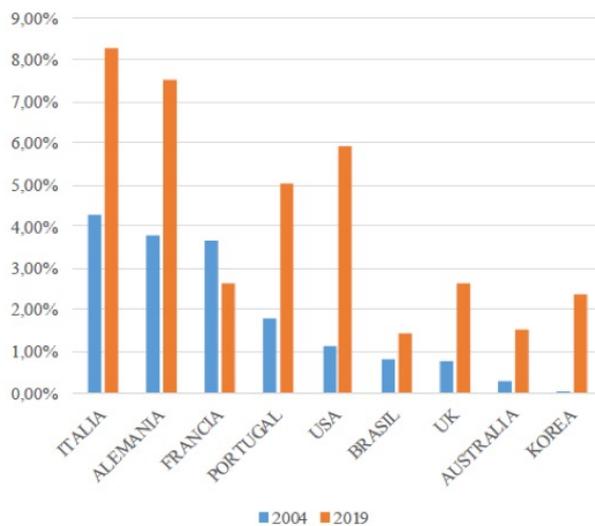
La evidencia nos muestra (Fernández y Riveiro, 2018) que esas diferencias por Camino existen para las variables que entran en la determinación del perfil:

El origen de los peregrinos es diferente en los distintos Caminos

DISTRIBUCIÓN PEREGRINOS POR ORIGEN Y CAMINO 2019



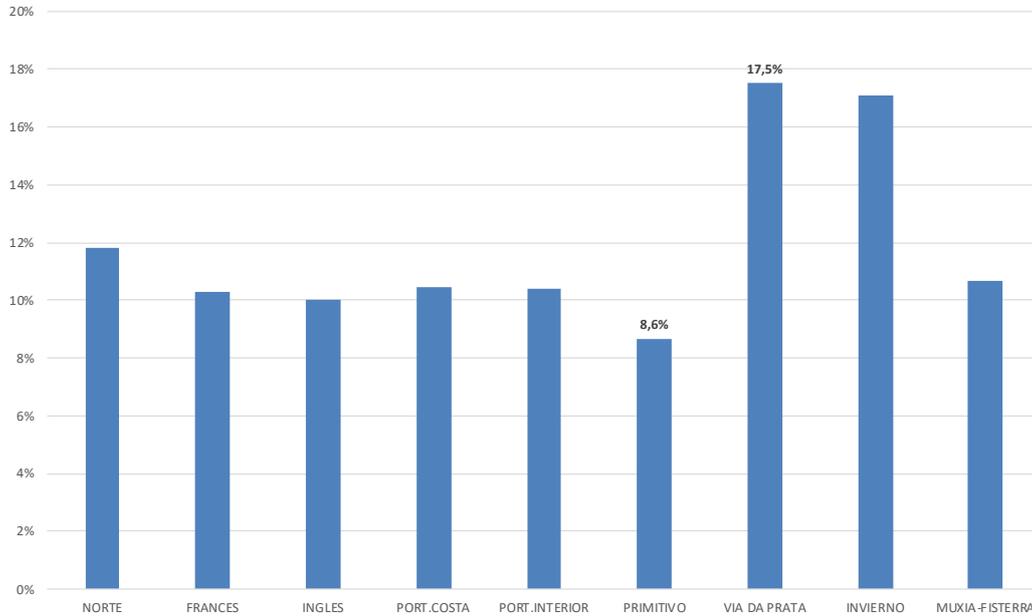
EVOLUCIÓN PEREGRINO INTERNACIONAL



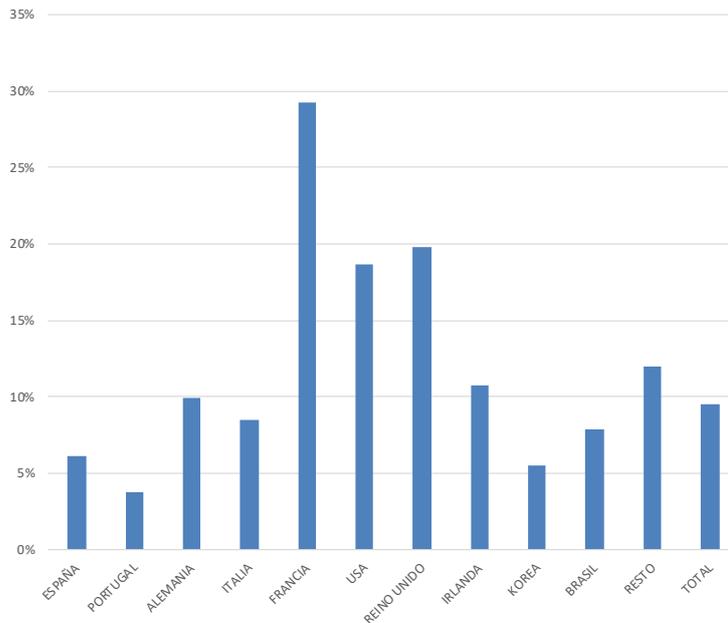
La evolución de la afluencia de peregrinos extranjeros ha sido muy notable en los últimos años, pero no ha sido uniforme por países, lo que incrementa el peso de los originarios de países más lejanos

La presencia de peregrinos de mayor **edad** también es diferente en los distintos Caminos

PESO DE LOS PEREGRINOS MAYORES DE 65 AÑOS POR CAMINO, 2019

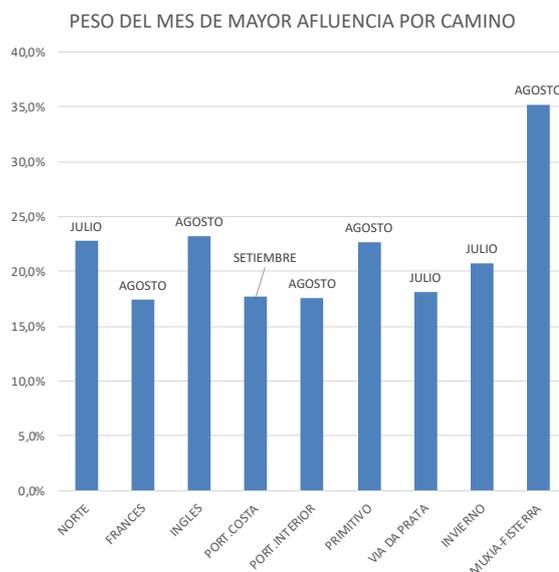
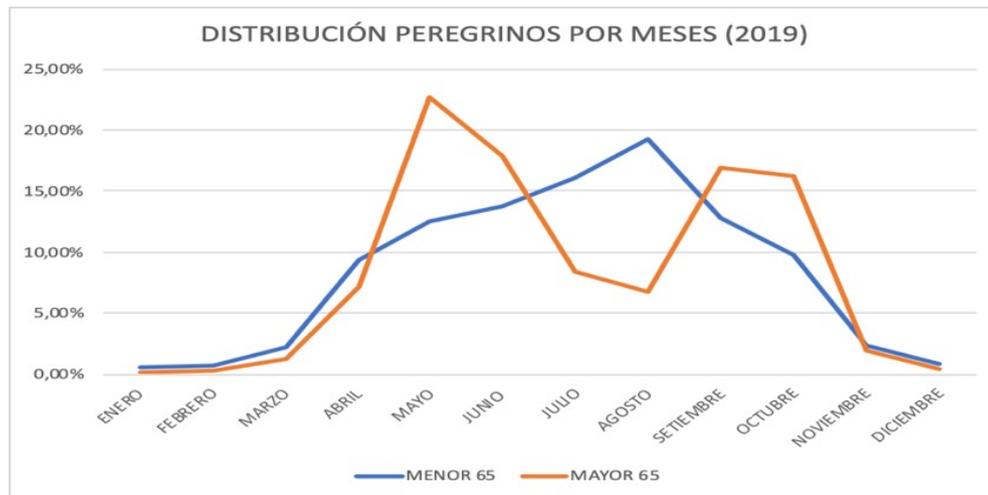


PESO DE LOS MAYORES DE 65 AÑOS EN EL TOTAL DE PEREGRINOS POR PAÍSES, (2019)



Además, los peregrinos de mayor edad no tienen el mismo peso en los distintos países de procedencia

La mayor parte de los peregrinos realizan el Camino en los meses de mayo a septiembre, pero la distribución no es la misma según el rango de edad



Si bien, en general, la mayor afluencia de peregrinos es durante el verano, el mes de mayor afluencia no es el mismo en los diferentes Caminos

Esta evidencia permite comprender porqué la Covid-19 puede afectar a los perfiles de forma diferente y, consecuentemente, también afectar de forma diferente a los diferentes Caminos. En cuanto al perfil, además de los aspectos vistos anteriormente,

- **Qué es** el perfil
- **Por qué es relevante** conocer el perfil

Veremos, a continuación,

- **Cómo se determina** el perfil, esto es, la metodología que permite segmentar a los peregrinos en esas particulares agrupaciones.
- El **cambio observado** en el perfil tras la Covid-19, lo cual es el objetivo último del trabajo.

OBJETIVOS

General:

Conocer las motivaciones y la percepción de los caminantes que realizaron el Camino de Santiago en el verano del 2020 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 unas circunstancias de alta incidencia del Covid-19. (Fortalezas del Camino).
- Conocer las limitaciones o carencias (aspectos negativos) detectadas por estos peregrinos, respecto a las observadas en años anteriores. (Nuevas debilidades).
- Determinar hasta qué punto fueron efectivas las medidas adoptadas en el Camino como consecuencia del Covid-19. (Aspectos a potenciar y Aspectos a mejorar).

METODOLOGÍA Y DATOS

El efecto para la afluencia de peregrinos durante el verano del 2020 se hace a partir de los datos que recoge la Estadística de la Oficina del Peregrino. Lo que se registra no es la llegada “real” del total de peregrinos (esto no es posible saberlo con exactitud) sino aquellos que, al finalizar el Camino, recogen la acreditación que la iglesia da de haberlo realizado, cuando se demuestra que se han cumplido unos requisitos.

En trabajos realizados previamente (Fernández y Riveiro, 2018) se concluye que, al menos, un 20% de los caminantes que llegan a Santiago no recogen Compostela, por lo que se debería incrementar en ese porcentaje los datos ofrecidos sobre llegada de peregrinos.

La determinación del perfil de los peregrinos se realiza a partir de los datos primarios obtenidos mediante una encuesta de motivación, valoración y satisfacción que fue realizada a los peregrinos de los diferentes Caminos que llegan a Santiago. El diseño de la muestra es estratificado polietápico con afijación proporcional, dividiendo la muestra por estratos o cuotas, en distintas etapas, según las características: sexo, edad (tramos <30, 30-60, >60) y nacionalidad (nacional/extranjero). El trabajo de campo fue realizado en el mes de septiembre de 2020. En cuanto a la estructura de la encuesta:

- Se mantiene la estructura “base” (apartados y bloques por apartado) de la encuesta realizada en el año 2017 (Fernández y Riveiro, 2018), para permitir la comparación de perfiles.
- Cambios en la actual encuesta “Covid-19”. Se incorpora un bloque para recoger información sobre los efectos de la pandemia en la toma de decisiones de los peregrinos y su valoración sobre la información sanitaria disponible, así como su valoración de las medidas adoptadas para prevenir contagios y la percepción global de seguridad en el Camino y en diferentes recursos y servicios a lo largo del Camino.

Modificaciones introducidas en la encuesta "base"

Encuesta base	Encuesta "Covid-19"
I: Datos sobre el Camino realizado <ul style="list-style-type: none"> • Por qué lo hace (Motivación) • Cómo lo hace (organización, logística...) 	
II. Valoración del Camino y de la experiencia de peregrinación <ul style="list-style-type: none"> • Valoración de distintos aspectos • Autoclasificación de perfil • Percepción de Saturación 	II. Valoración del Camino y de la experiencia de peregrinación <ul style="list-style-type: none"> • Valoración de distintos aspectos (se eliminó algún ítem)
III. Satisfacción General <ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción con la experiencia • Repetición / Recomendación 	III. Valoración / Satisfacción Global <ul style="list-style-type: none"> • Autoclasificación de perfil • Percepción de Saturación • Satisfacción con la experiencia • Repetición/ Recomendación
	IV. Efectos de la COVID-19 <ul style="list-style-type: none"> • Decisiones o acciones modificadas • Seguridad e información sanitaria
IV. (V.) Presupuesto y Gasto	
V. (VI.) Perfil Sociodemográfico (edad, sexo, nivel educativo, situación laboral)	

En cuanto a la metodología, para el tratamiento de los datos se ha utilizado el software especializado R y se realiza un análisis estadístico descriptivo de las variables relevantes.

La determinación de perfiles se realiza a partir de un análisis Cluster, una metodología ampliamente utilizada en el ámbito del análisis del turismo (Arimond y Elfessi, 2001; Dolnicar, 2002; D'Urso et al, 2013). Se realiza un estudio de los clústeres presentes en los datos, empleando métodos de particionado del espacio. Se emplea el algoritmo k-prototypes, tal y como se describe en (Huang, 1997; 1998). La idea subyacente 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). Para la determinación del valor óptimo de K, se recurre a técnicas de validación interna, como los métodos de Silhouettel, índice de McClain, el índice Ptbiserial o el índice de Dunn.

PRINCIPALES RESULTADOS

Una vez realizados los diferentes análisis, los principales resultados alcanzados, y que responden a los objetivos planteados, se refieren a los aspectos que se citan a continuación, y serán presentados en ese orden en lo que sigue del trabajo:

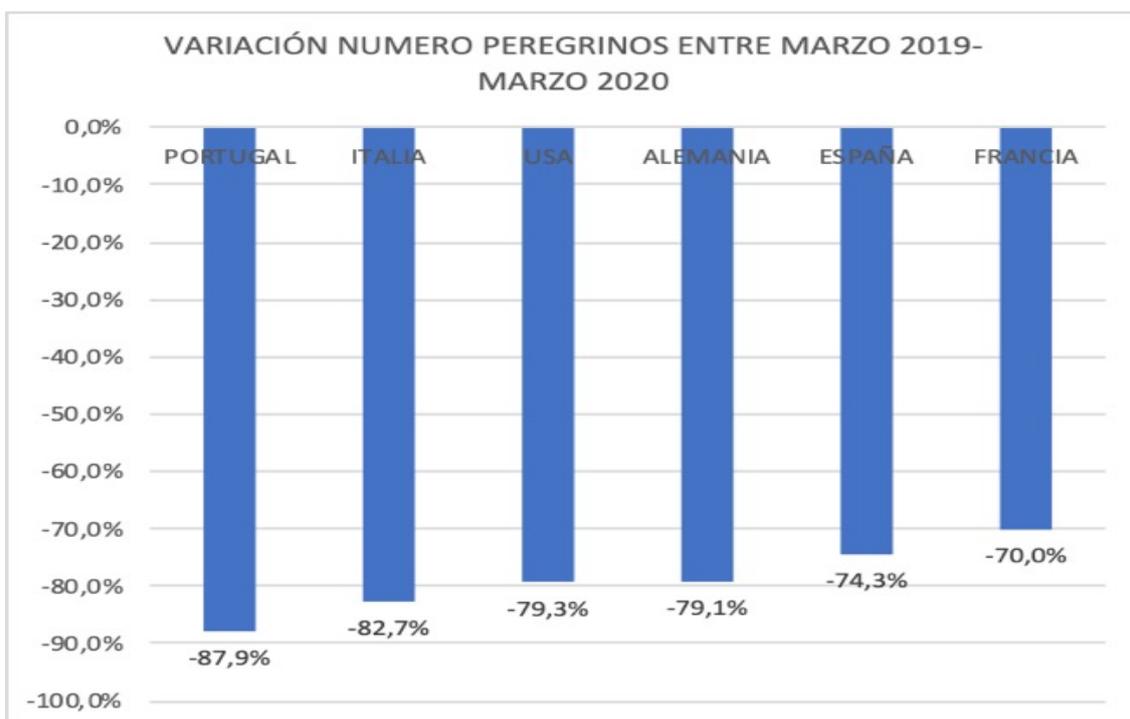
1. Cambio en la afluencia de peregrinos como consecuencia de la COVID-10
2. Cambio en los perfiles (nuevos perfiles y comparación con situación previa)
 - 2.1. Cambios en la caracterización de los peregrinos, a partir de la información de las Compostelas recogidas
 - 2.2. Cambios en los perfiles identificados, a partir de la información de la encuesta realizada
3. Análisis de algunas de las variables relevantes en la determinación del perfil
 - 3.1. Motivación
 - 3.2. Motivos
 - 3.3. Autoclasificación
 - 3.4. Satisfacción
4. Efectos del COVID-19 para el Camino y la experiencia de peregrinación
 - 4.1. Decisiones o acciones que los peregrinos han modificado por la existencia del covid-19
 - 4.2. Valoración de las medidas adoptadas para prevenir contagios
 - 4.3. Valoración de la información sanitaria disponible y de la seguridad percibida en los distintos lugares

1. EFECTOS SOBRE LA AFLUENCIA DE PEREGRINOS

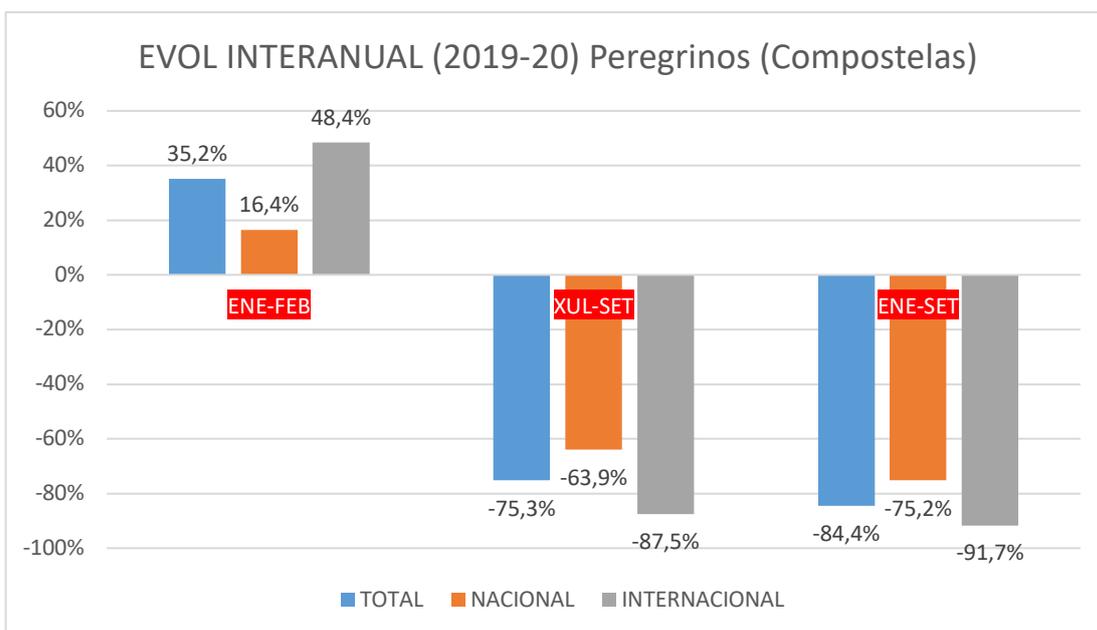
Los gráficos mostrados en esta sección están elaborados a partir de los datos de las Estadísticas de la Oficina del Peregrino.

El primero, y más notable, efecto de la COVID-19 en el Camino es sobre el **número de peregrinos**.

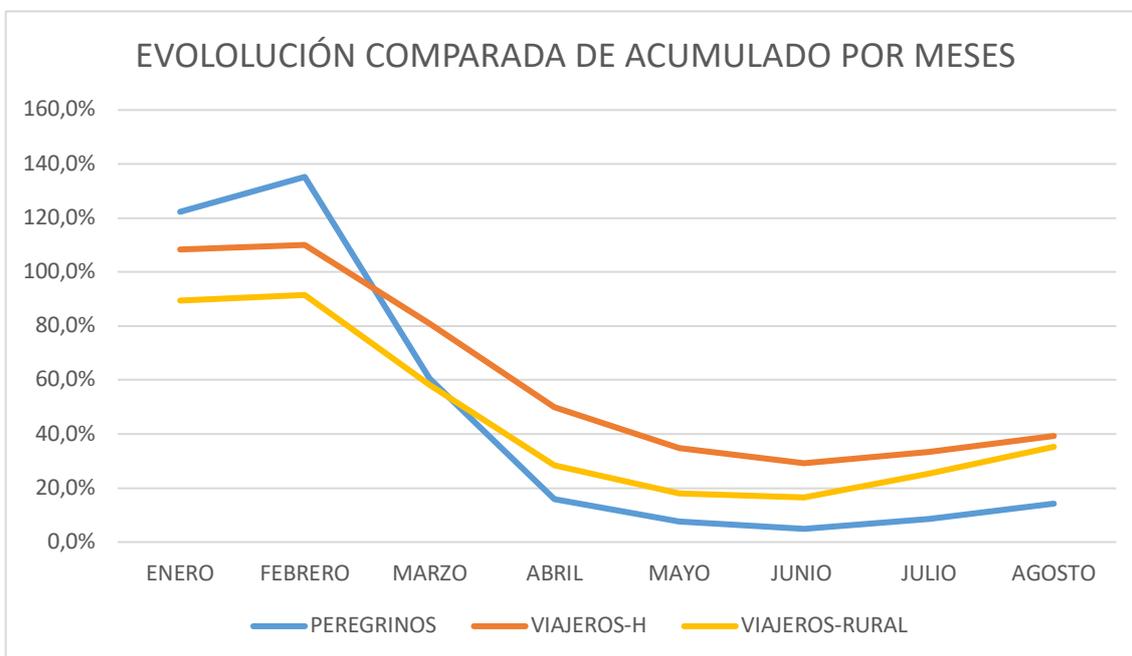
Con la llegada de la pandemia y el estado de alarma, casi desaparecen los peregrinos de los caminos, aunque el efecto, como cabía esperar, no es homogéneo según el país de origen. En el mes de marzo, la nacionalidad más afecta es la portuguesa, siendo Francia el país de origen que muestra un menor efecto contractivo.



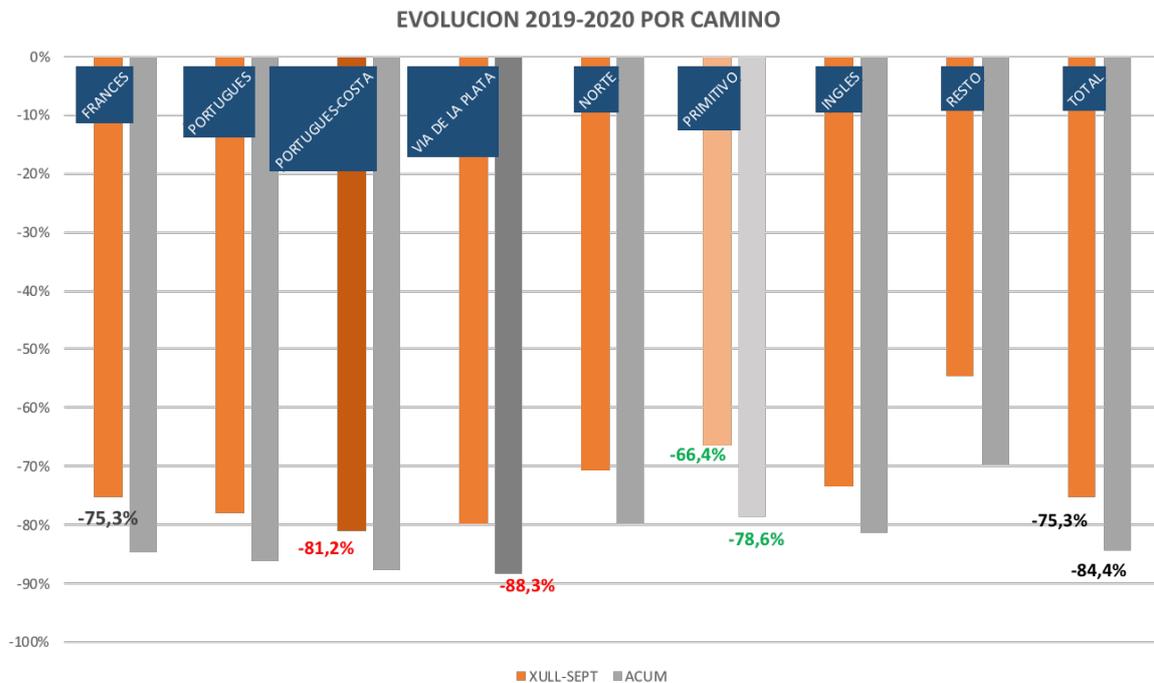
En general, en lo que respecta a la afluencia, la situación no mejoró sustancialmente tras la vuelta a la “nueva normalidad”.



Comparando la evolución del acumulado por meses, 2019-2020, para la distinta tipología de visitantes (Peregrinos, viajeros usuarios de hoteles y viajeros usuarios de turismo rural), el impacto ha sido mucho mayor para los que hacen el Camino.



El mayor impacto en verano (julio-septiembre) es en el Camino Portugués por la Costa y el menor impacto en el Camino Primitivo, que también es el que presenta un menor impacto en el acumulado hasta septiembre.



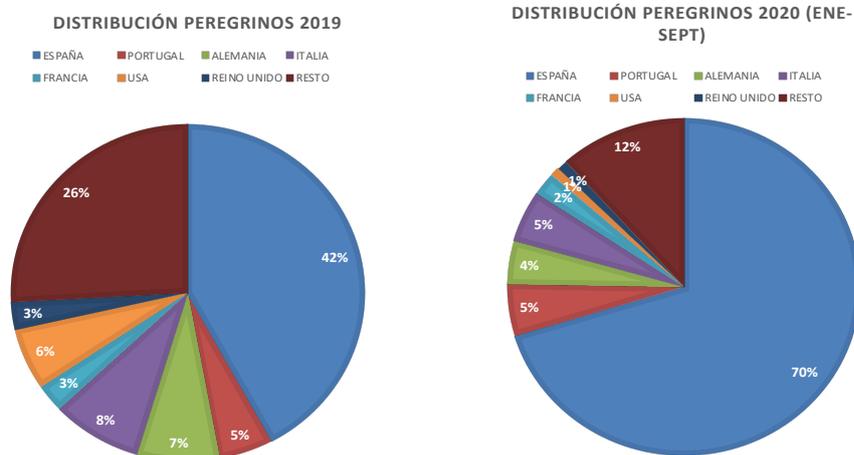
2. EFECTOS SOBRE EL PERFIL

2.1. Cambios observados en la caracterización de los peregrinos llegados a Santiago este verano, a partir de la información de las Compostelas recogidas.

Por una parte, podemos mostrar los cambios observados, para ciertos aspectos que caracterizan a los peregrinos, en base a los datos registrados de los que, al llegar este verano a Santiago, recogieron la Compostela. La información, para algunos de estos aspectos, nos permite anticipar alguno de los efectos sobre el perfil que se identifica posteriormente en la determinación a partir de los datos de la encuesta realizada y también puede contribuir a la comprensión del diferente efecto por Camino.

- **Caída más acusada para los peregrinos de origen extranjero.** Si en el año 2019, los peregrinos nacionales representaban el 42%, este año, hasta septiembre, representan un 70%.

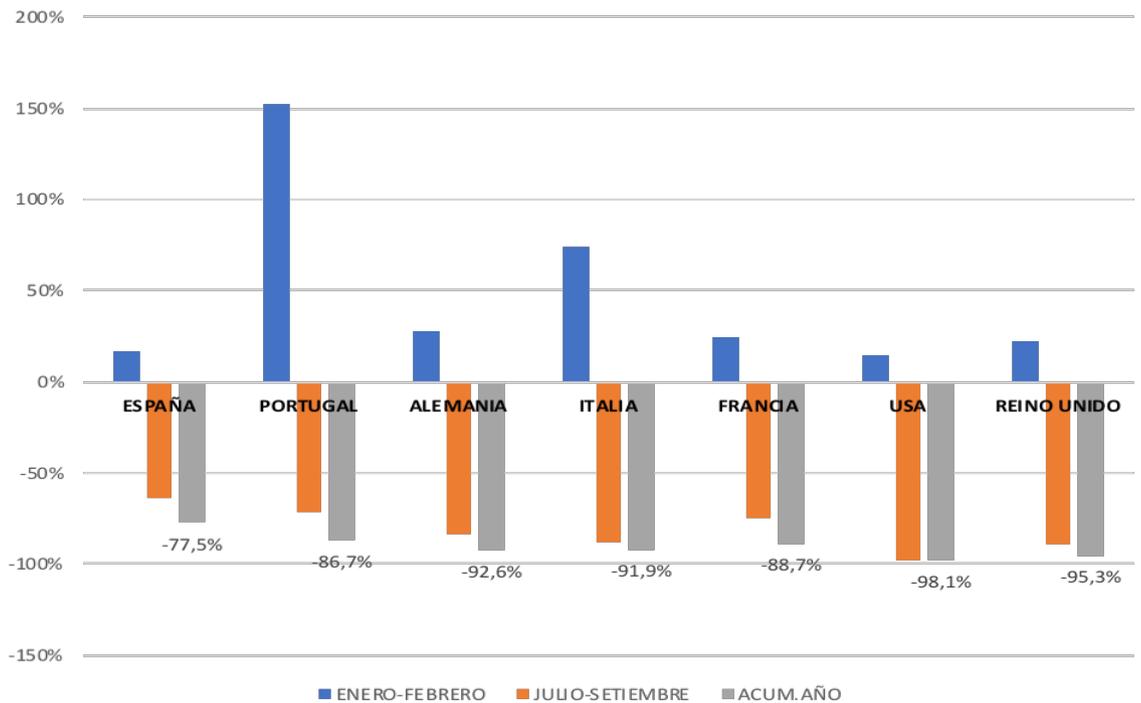
DISTRIBUCIÓN POR NACIONALIDAD 2019 Y 2020



- **Efecto desigual para las distintas nacionalidades,** con una mayor caída para los peregrinos con origen en países lejanos. El impacto (de menor a mayor) para los distintos países es:

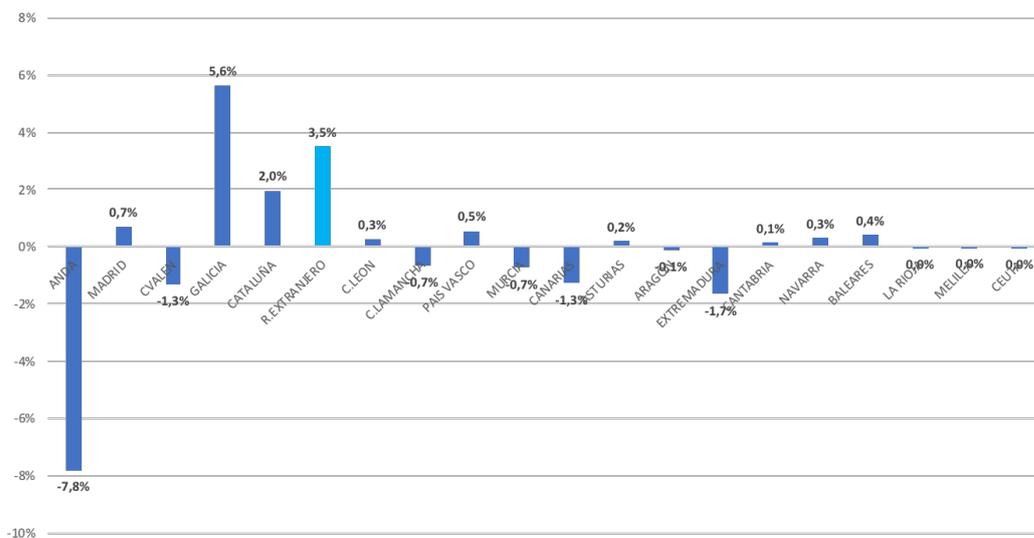
ESPAÑA, PORTUGAL, FRANCIA, ITALIA, ALEMANIA, REINO UNIDO y USA

EVOLUCION PEREGRINOS POR NACIONALIDAD 2019-2020

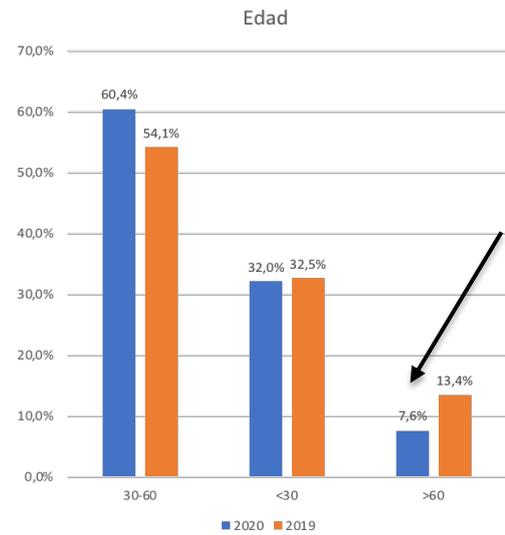
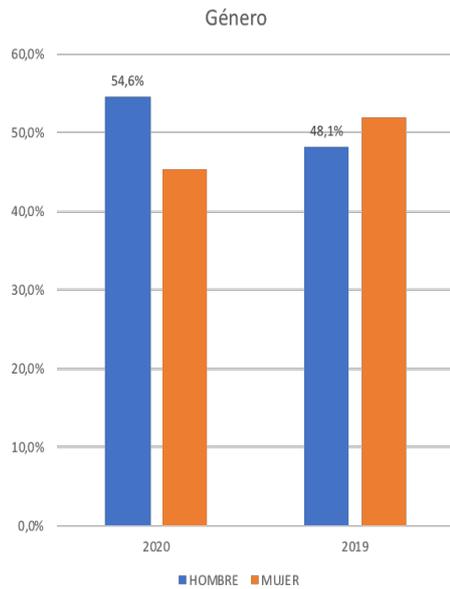


- Centrándonos en los peregrinos nacionales, los datos también muestran un **efecto desigual para las distintas CCAA de procedencia**, y llama la atención los puntos porcentuales de caída en el peso de los peregrinos procedentes de Andalucía.

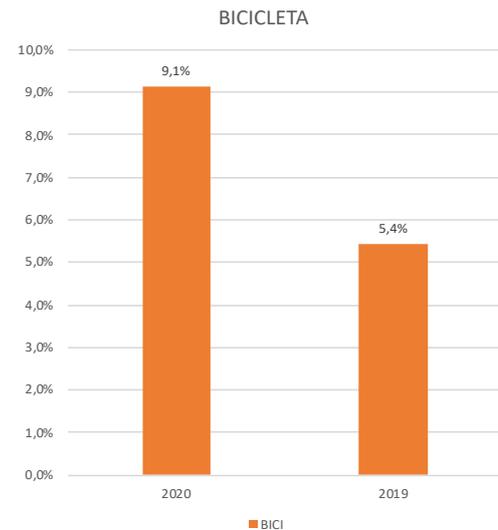
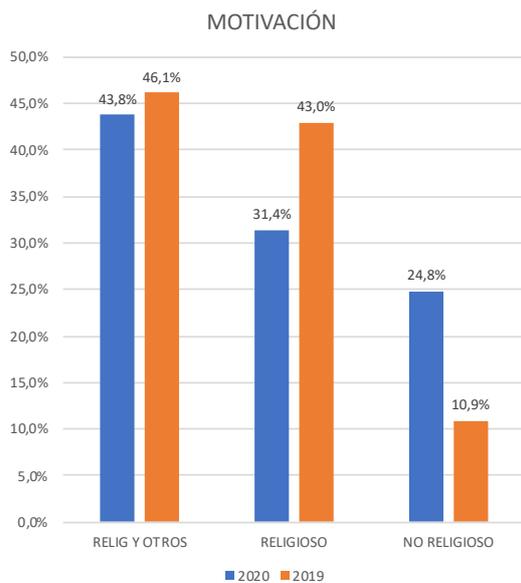
VARIACIÓN DE LA DISTRIBUCIÓN DEL PEREGRINO NACIONAL por CC. AA. DE ORIGEN, JUL-SEPT (PUNTOS PORCENTUALES)



- En cuanto a las características sexo y edad, los datos muestran **una mayor presencia de hombres y una menor presencia de mayores**, esto último claramente esperado debido a la mayor incidencia y consecuencias más peligrosas de la Covid-19 para el colectivo de personas de mayor edad.



- En cuanto a la motivación para hacer el Camino, pierde peso el **Motivo Religioso** y, respecto al medio para hacerlo, lo ganan los peregrinos que hacen el Camino en **bicicleta**



- Por último, con relación al punto de inicio del Camino, **ganan peso las distancias más cortas** desde Galicia, pero también se observa una mayor dispersión en el inicio.

En el mes de julio esa tendencia era muy intensa, pero se fue atenuando con las llegadas de agosto y septiembre.

Distribución por **punto de inicio del Camino** (julio-septiembre)



Distribución por **punto de inicio del Camino** (julio)



2.2. Cambios en los perfiles identificados a partir de la información de la encuesta realizada

Se analizaron los cambios observados en el perfil del peregrino en el verano del 2020, respecto al perfil que estaba identificado previamente en el Camino. Para ello, comparamos los perfiles en dos situaciones:

PUNTO DE PARTIDA

Los perfiles que estaban identificados pre Covid-19: resultados alcanzados en los trabajos realizados con anterioridad, y que ya han sido mencionados,

Melchor Fernández y Dolores Riveiro (2018): Estudio del Impacto socioeconómico del Camino de Santiago

https://aei.turismo.gal/osdam/filestore/1/8/2/5/9_665654c1913f09b/18259_fb86de4891d3ace.pdf

CAMBIOS POR LA COVID-19

Los perfiles identificados con la información extraída de las respuestas a la encuesta realizada a los peregrinos en septiembre de 2020: Resultados del actual trabajo

Descripción de la muestra:

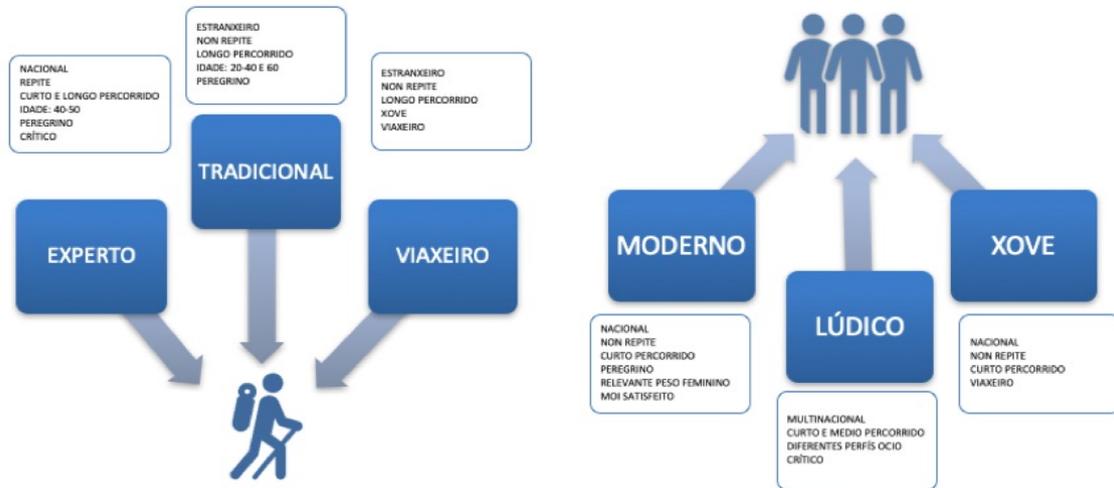
La muestra final, que mantiene el equilibrio planteado en el estudio, está compuesta por 103 individuos. De ellos, el 31% son extranjeros, y está distribuida entre hombres y mujeres al 50%.

La media de edad es de 39 años (estando las edades comprendidas entre los 19 años y los 66 años).

En cuanto al nivel de estudios, el 43.7% tiene estudios superiores y el 56.3% estudios secundarios o primarios.

Respecto a la situación laboral, el 61.2% están ocupados, el 20.4% parados, el 10.7% son estudiantes y el 6.8% son jubilados.

En nuestros estudos previos establecimos **6 perfiles diferentes de peregrino**. Este es el **PUNTO DE PARTIDA** que nos va a servir de elemento de comparación.



CAMBIOS COVID-19

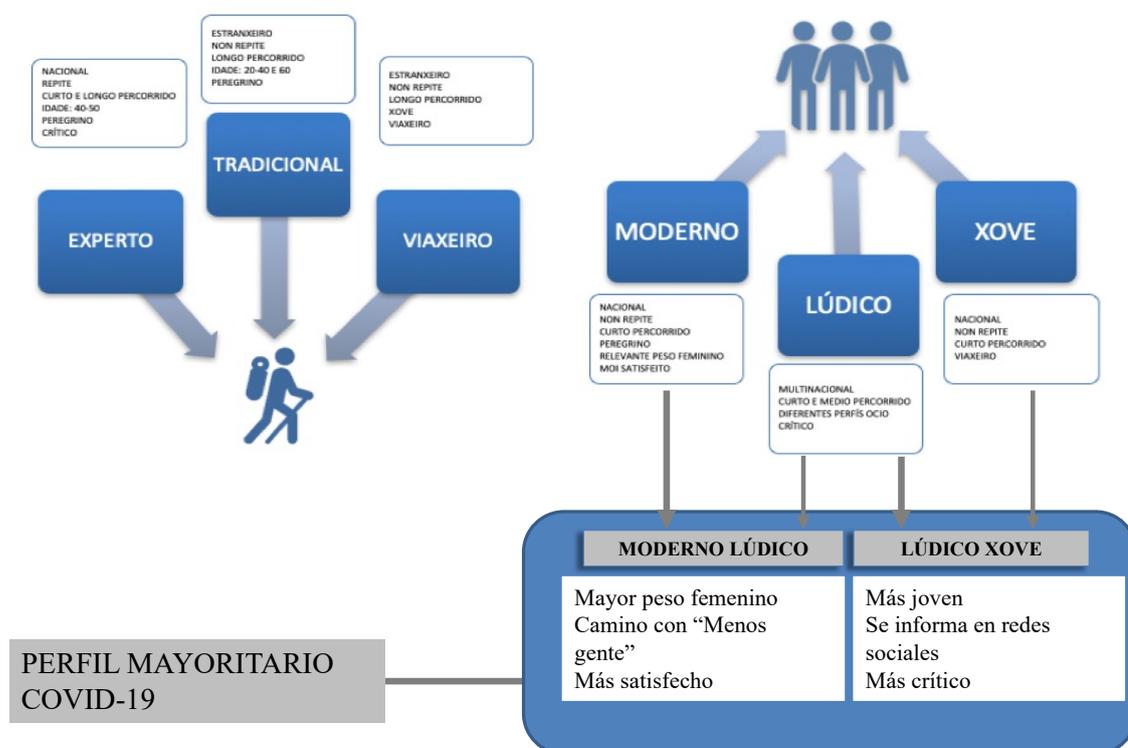
Algunas consideraciones previas que deben ser apuntadas. A la vista de las respuestas al cuestionario, parece que las restricciones y condicionantes de la COVID 19 han afectado a ciertas decisiones en relación con el Camino, (algunas más esperables que otras). La encuesta nos muestra cuáles fueron las decisiones que modificaron los que hicieron el Camino, pero, para el gran número de potenciales peregrinos que este verano no hicieron el Camino, la principal modificación fue decidir no hacerlo. Esa decisión no fue homogénea para los distintos perfiles, lo cual puede estar condicionado por algunas de las características que los determinan. Algunas explicaciones pueden responder, entre otros, a los siguientes elementos:

- Se reduce el porcentaje de aquellos que inician el Camino **solos** y aumenta el de aquellos que hacen el Camino en pareja o en grupo. Esto puede ser consecuencia de las limitaciones para relacionarse con otros peregrinos a lo largo del Camino o en los albergues, así como con ciertos reparos a compartir espacios de alojamiento.
- Se reduce el porcentaje de los que hacen **largos recorridos** (más de 15 etapas del Camino), lo cual puede responder a las restricciones de movilidad y a la

incertidumbre respecto a las decisiones que se tomen en ese sentido en cada momento y en cada territorio, junto con las características personales de los que, mayoritariamente, optaban por recorrer parte del Camino en soledad.

- Se reduce el porcentaje de los que deciden hacer el Camino por una **motivación religiosa**, de carácter espiritual o experiencia personal y aumenta el de aquellos cuya motivación es más de tipo lúdico (hacer turismo o vacaciones), destacando el atractivo artístico y cultural del Camino para la decisión. Las limitaciones impuestas a otro tipo de viajes y experiencias durante los periodos de vacaciones de este verano podrían explicar parte de estas decisiones, tanto de los que deciden hacer el Camino por primera vez (y que no lo harían en otro caso) como de aquellos que, conocida la experiencia del Camino, valoran que es una mejor opción frente a otras alternativas de viaje.

PERFIL MAYORITARIO COVID-19



A partir de los datos de la encuesta realizada, se observa que, a lo largo de este verano, se ha perdido gran parte de la “diversidad” que presentaba en años anteriores el Camino, de manera que algunos de los perfiles identificados previamente han desaparecido como tales; lo cual no significa que no existan algunos caminantes que respondan a parte de esas características, pero no los suficientes ni con la suficiente “distancia” del resto como para constituir un perfil diferente.

Nacionalidad, Recorrido (en general, cortos recorridos), Autopercepción (la inmensa mayoría se autodefinen como peregrinos), Repetidor, son bastante homogéneas en toda la muestra. La motivación es de tipo lúdico para la mayoría (“El arte y la cultura del Camino” es la motivación más señalada, seguida de “vacaciones y turismo”) y la edad media es relativamente más joven que anteriormente.

Con todo esto, parece que la caracterización de una gran mayoría de los actuales caminantes se corresponde con el perfil que estaba identificado como Lúdico. Sin embargo, los datos permiten hacer dos agrupamientos (G1, G2), con características diferenciadas en base, sobre todo, al SEXO (un perfil más feminizado), la EDAD (un perfil más joven), el nivel de SATISFACCIÓN (un perfil con mayor predominio de una satisfacción “mayor” o “mucho mayor” de la esperada) y el MOTIVO para la elección del Camino concreto, de la variante (en un caso predomina más el que haya “Menos gente” o las cuestiones de “Tiempo y Disponibilidad”; mientras que en el otro se siguen más las “opiniones en redes sociales” y el que sea un Camino “más tradicional”). A estos dos perfiles les hemos denominado MODERNO LÚDICO y LÚDICO JOVEN, haciendo referencia a los clústeres identificados previamente con los que guardan mayor asociación.

Una vez clusterizado de esta forma, cada uno de esos dos grupos estarían incluyendo algunos individuos con parte de las características de los perfiles que estaban identificados previamente. Que “desaparezca” un cierto perfil en la clusterización de los datos no significa que ese perfil ya no exista, de hecho, hay peregrinos con las características mayoritarias que identificaban a cada uno de los perfiles, pero en una proporción muy pequeña en algunos casos, por lo que se les “fuerza” a integrarse en

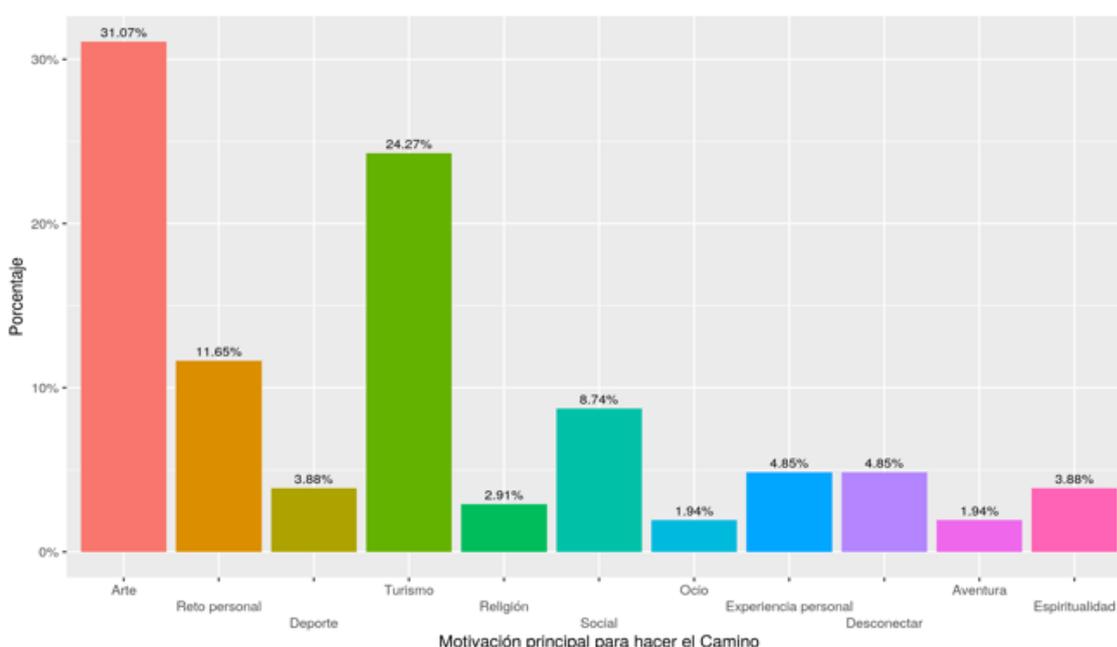
alguno de los perfiles identificados, ya que, de lo contrario, se crearían agrupamientos con muy pocos individuos.

3. ALGUNAS VARIABLES RELEVANTES EN LA DETERMINACIÓN DEL PERFIL

A continuación, se muestra el comportamiento de algunas de las variables que permiten identificar cada uno de esos perfiles, en particular, Motivación para decidir hacer el Camino, Motivos para elegir la variante del Camino, Autoclasificación o autopercepción, Satisfacción con la experiencia, sexo y edad

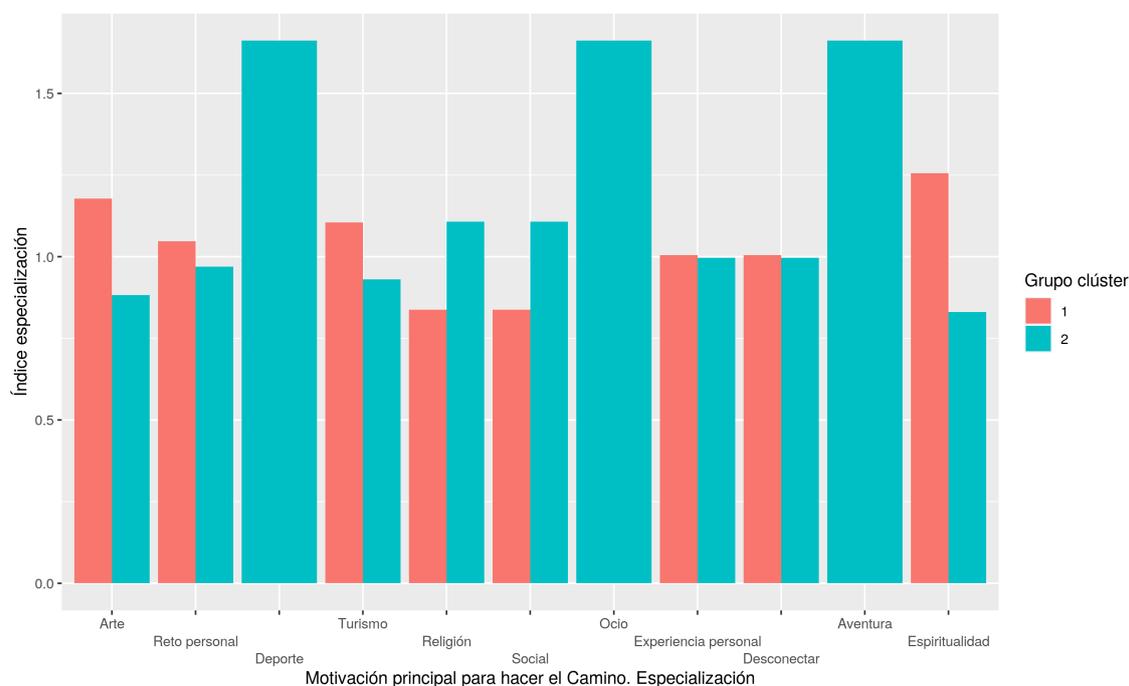
MOTIVACIÓN

Pregunta: Principal motivación para realizar el Camino



Cuando se les pregunta por la motivación principal para decidir hacer el Camino, “El arte y la cultura del Camino” es el motivo más señalado, seguido de “vacaciones y turismo”. La motivación para hacer el Camino es un elemento relevante en la determinación del perfil. Existe una amplia literatura sobre determinación de perfiles en base a la motivación para el viaje, tanto usando una metodología de cluster (Beltran y Meroño, 2017 para el turismo en el sureste español) como otras metodologías (Granero et al,

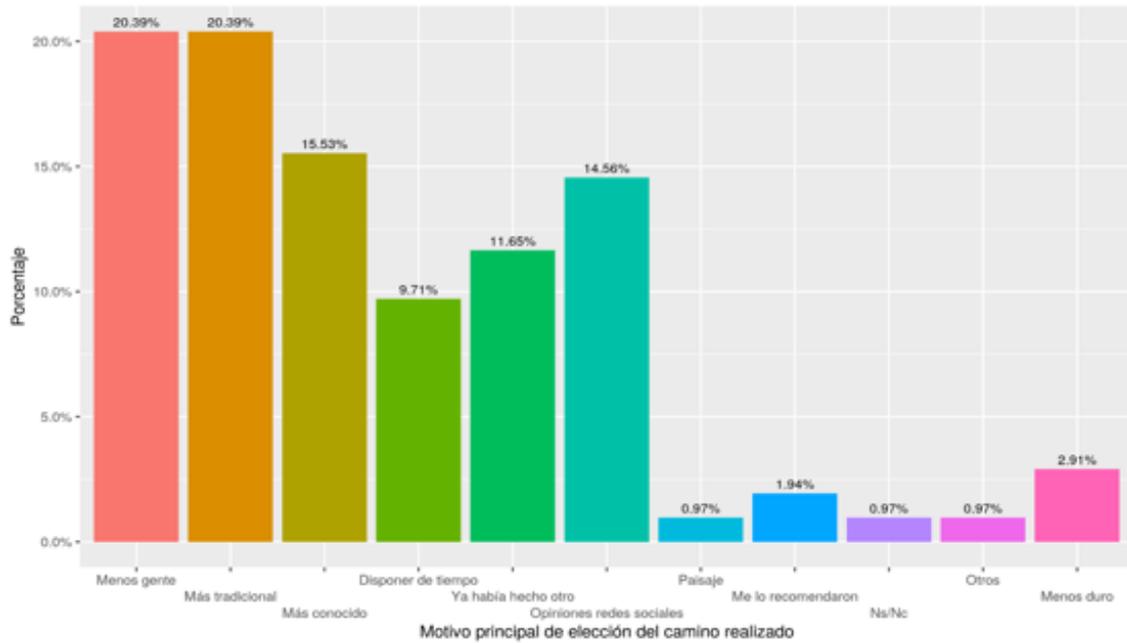
2008, para determinar los perfiles según la motivación en el Camino de Santiago). Las motivaciones para hacer el Camino también son estudiadas en Granero y García (2007). Aunque la principal motivación sea, en general, “Arte y Cultura” y “Vacaciones y Turismo”, cuando se segmenta en los dos grupos, se observa que la “especialización” en esas motivaciones es relativamente mayor para el G1. El índice de especialización está calculado como el porcentaje relativo de miembros del grupo en alguna de las clases (por ejemplo, en este cas, el porcentaje de miembros de G1 con motivación Arte) dividido por el porcentaje de miembros con esa motivación en general.



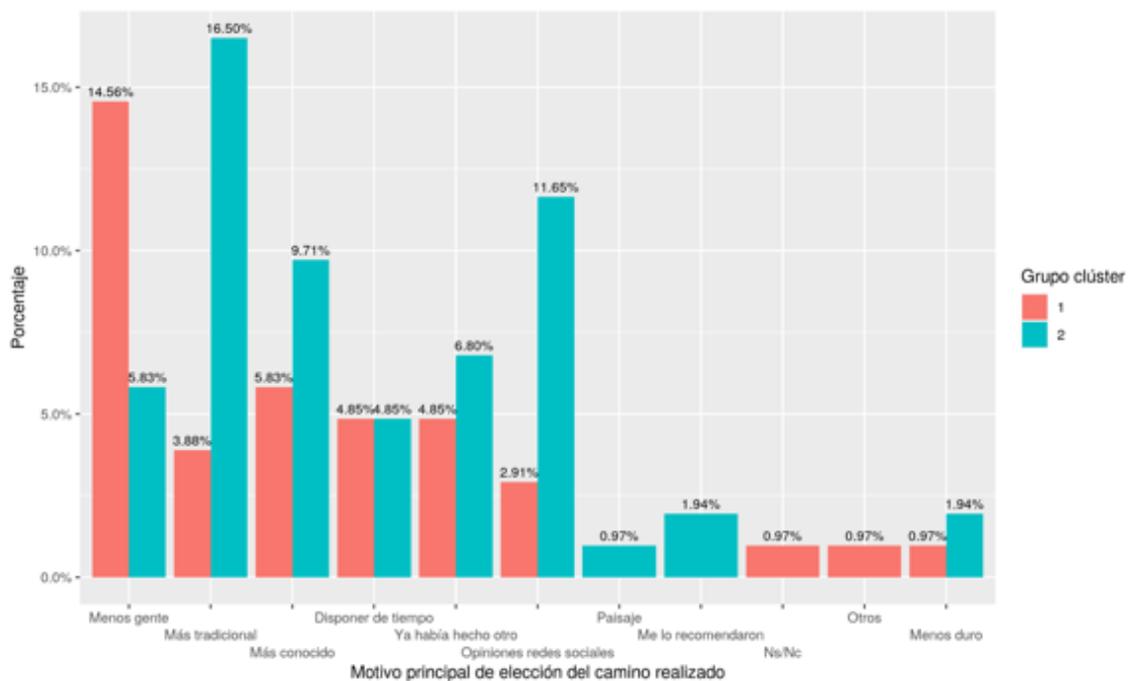
MOTIVOS

Pregunta: ¿Por qué motivos eligió este Camino respecto a otros?

Los principales motivos que señalan los peregrinos para elegir la variante del Camino realizada son, en primer lugar, porque hay menos gente o es más tradicional, seguidos del hecho de que sea más conocido y las opiniones en redes sociales.



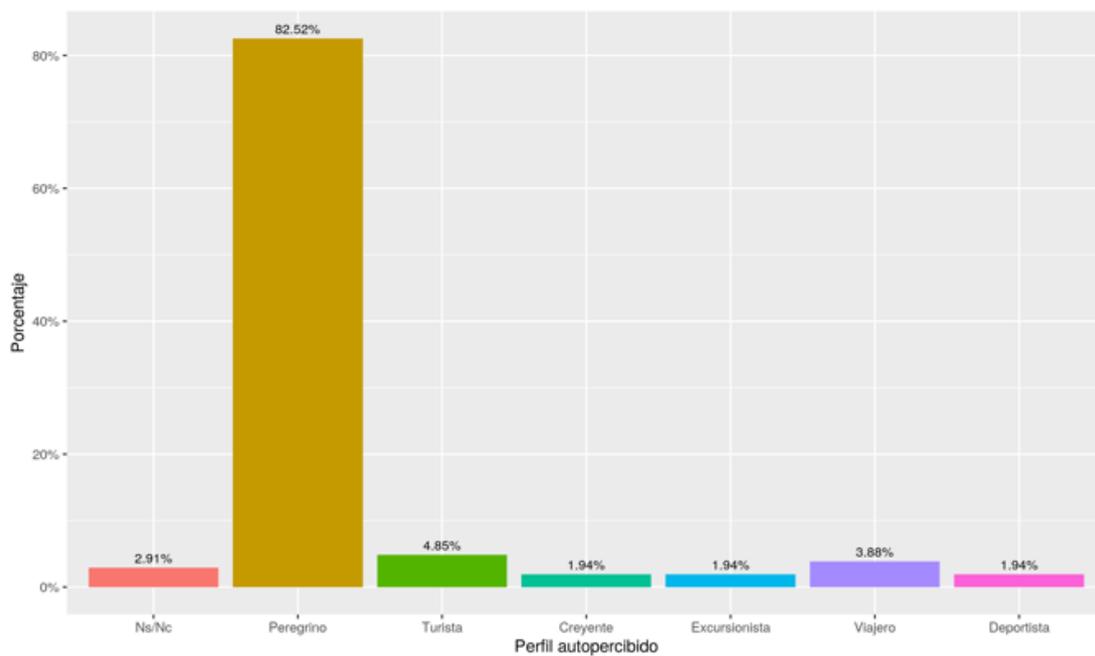
Pero, el peso relativo de los motivos difiere entre los dos grupos. Mientras que para el MODERNO LÚDICO pesa más el que esté menos concurrido o las cuestiones de tiempo y disponibilidad, para el LÚDICO JOVEN pesan más las opiniones en redes sociales y el que sea una de las rutas consideradas más “tradicionales”.



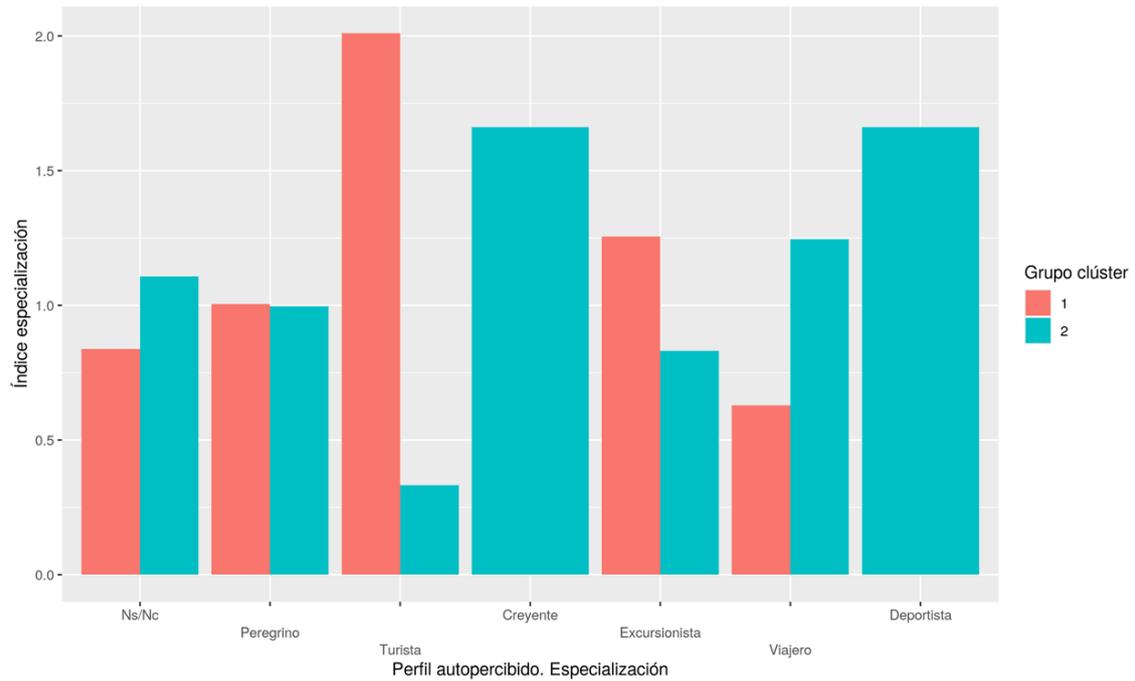
AUTOCLASIFICACIÓN

Pregunta: Cuál de los siguientes perfiles define mejor su experiencia en el Camino (solo uno), ¿Con qué perfil se encuentra más cómodo/más identificado?

Cuando se les pide que indiquen un único perfil con el que se identificarían, la inmensa mayoría de los encuestados se autopercibe como Peregrino, a pesar de que la principal motivación no sea de carácter religioso o espiritual.



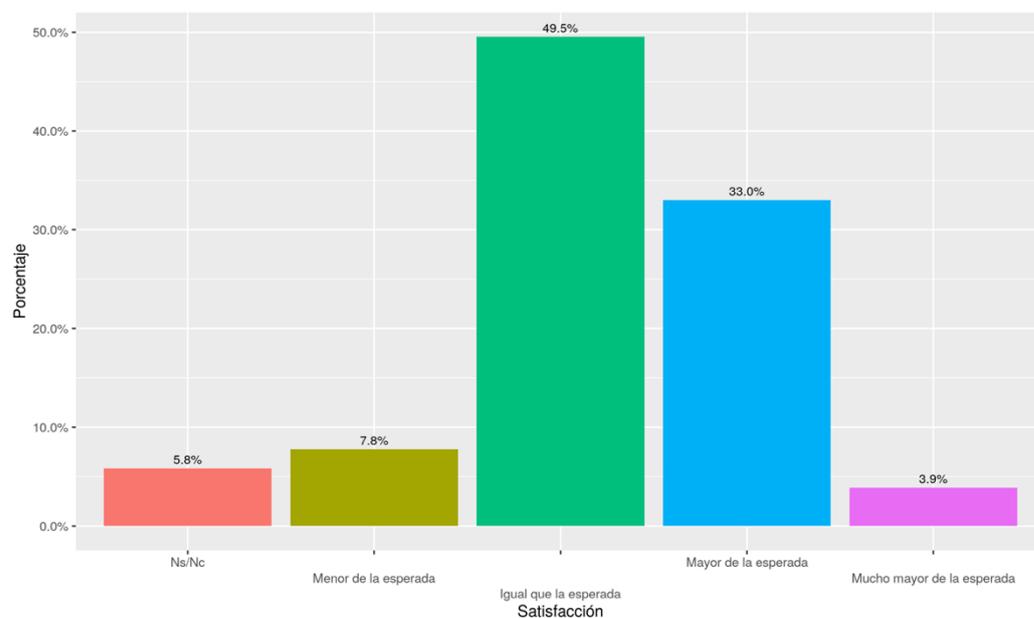
Respecto al resto de perfiles autopercebidos, la especialización de ambos grupos es diferente, destacando la autopercepción como Turistas en el G1.



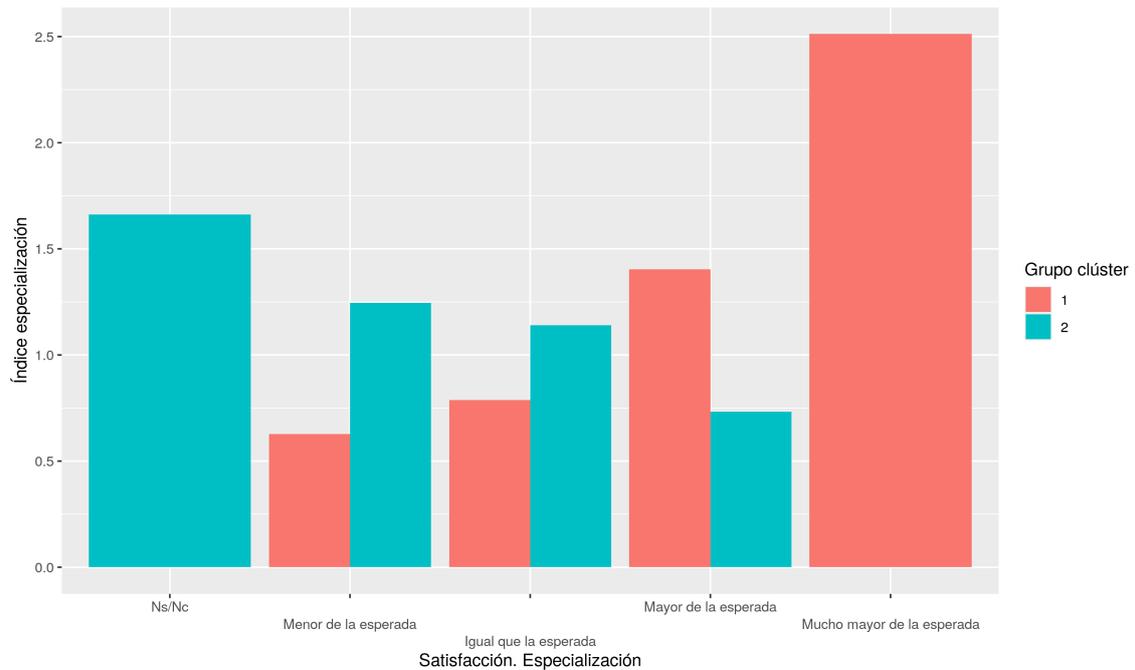
SATISFACCIÓN GLOBAL

Pregunta: En general, ¿cuál ha sido su satisfacción con la realización del Camino?

En general, el nivel de satisfacción con la experiencia es muy alto. Para casi el 37% de los encuestados, su satisfacción global con la experiencia de peregrinación es mayor o mucho mayor de lo esperado y, únicamente, para menos del 8% es menor de la esperada.

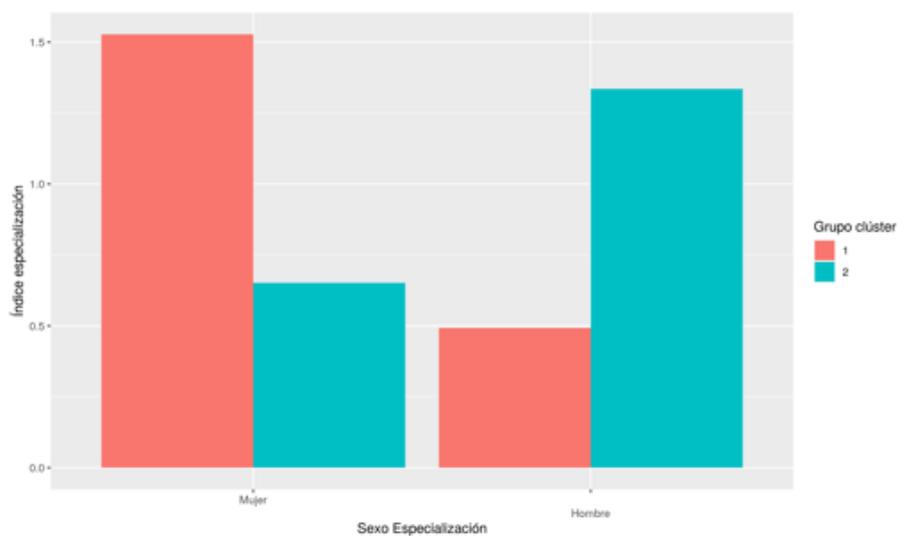


Cuando observamos la especialización para los distintos niveles de satisfacción para cada uno de los dos grupos, claramente el G1 muestra mayor satisfacción mientras que el G2 podemos considerar que se muestra “más crítico”.



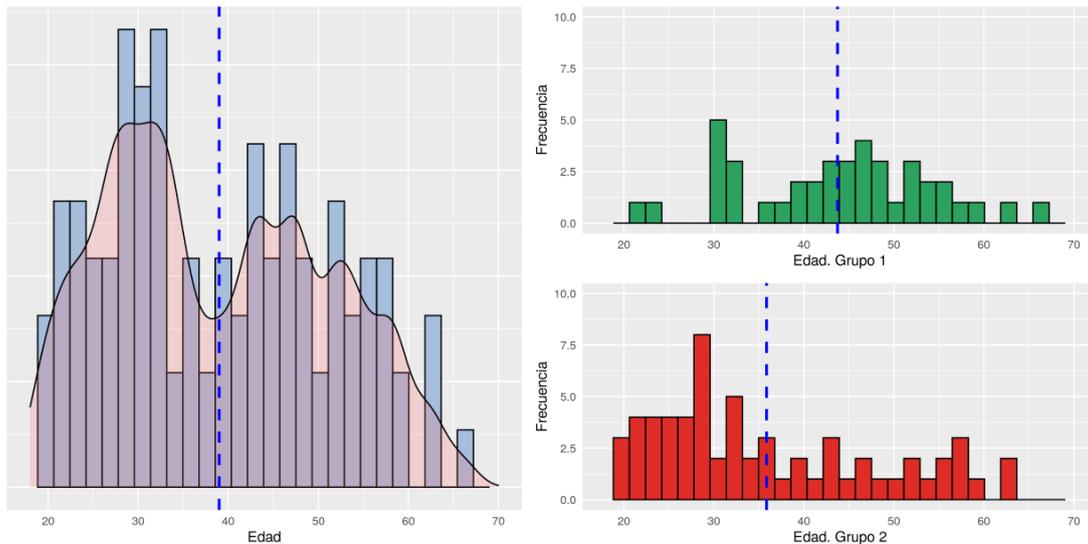
SEXO

En la muestra, hombres y mujeres representan el 50%. Pero observamos que el grupo G1 muestra una mayor presencia femenina.



EDAD

La media de edad del total de los encuestados es de 39 años (el rango de edades va desde los 19 a los 66). Segmentando en los dos grupos identificados, el Grupo G2 “LÚDICO JOVEN” es, claramente, más joven.



4. EFECTOS DE LA COVID-19 PARA EL CAMINO Y LA EXPERIENCIA DE PEREGRINACIÓN

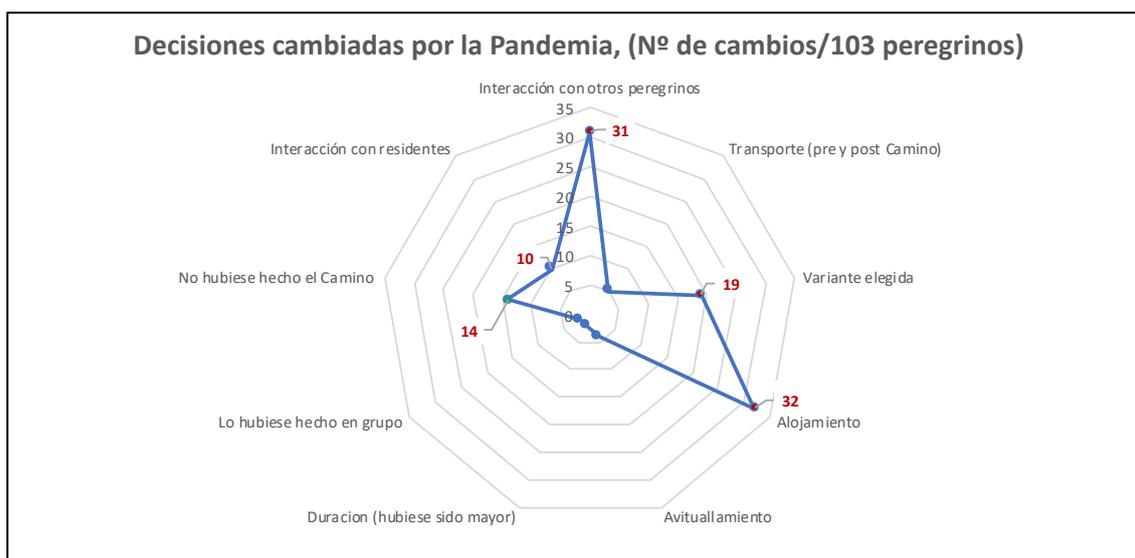
A continuación, se muestran los resultados del bloque que trata de recoger los principales efectos directos del COVID-19 para la toma de decisiones de los peregrinos, así como la valoración que hacen de las medidas adoptadas, la información disponible y la seguridad sanitaria.

4.1. Cambios en las decisiones debido a la pandemia

Pregunta: En relación con su Peregrinación, ¿ha cambiado sus decisiones debido a la pandemia? respecto a los siguientes aspectos

A los 103 encuestados se les proponían 10 posibles aspectos que podían haber cambiado con la pandemia, por lo que, potencialmente, podrían haber respondido 1030 cambios.

Las respuestas fueron 110, de las cuales la mayoría se concentran en la interacción con otros peregrinos y el alojamiento eligió y, en menor medida, en la variante elegido. 14 (un 13,6%) de los encuestados no hubiese hecho el Camino de no ser por la existencia de la pandemia.

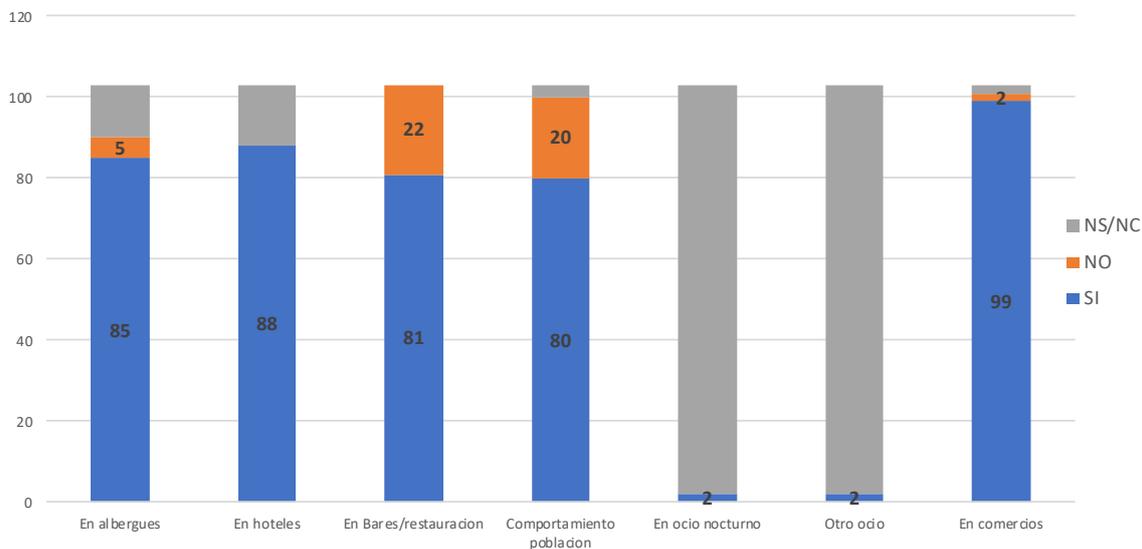


4.2. Valoración de las medidas adoptadas para prevenir contagios

Pregunta: ¿Cree que en los lugares por donde pasó se habían tomado las medidas adecuadas para prevenir contagios por covid-19? (Sí/no)

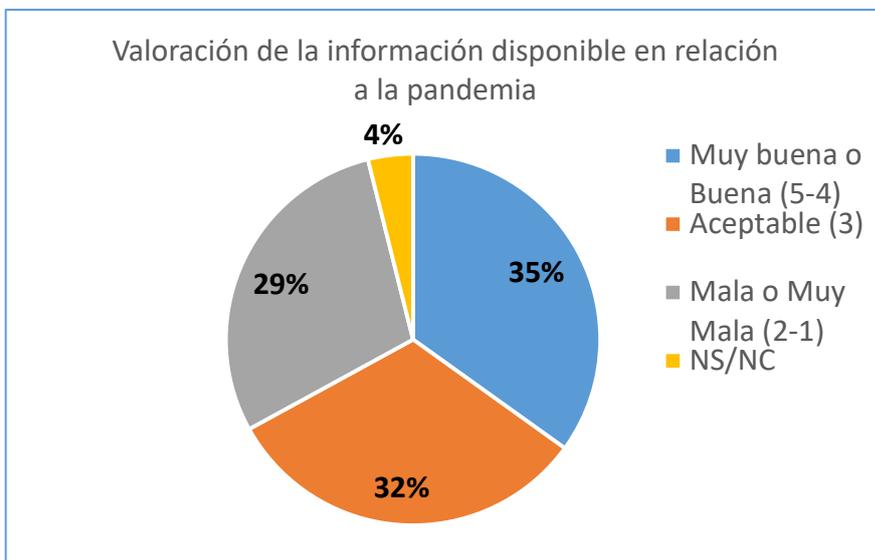
Parece que los encuestados no hicieron uso de ninguna oferta de ocio, que seguramente no estaba accesible. Por lo demás, mayoritariamente, consideran que las medidas adoptadas para prevenir contactos fueron correctas, más en los comercios y en hoteles y albergues que en bares y restaurantes.

Medidas adecuadas para prevenir contagios por Covid-19 en distintos lugares



4.3. Valoración de la información sanitaria y la seguridad sanitaria

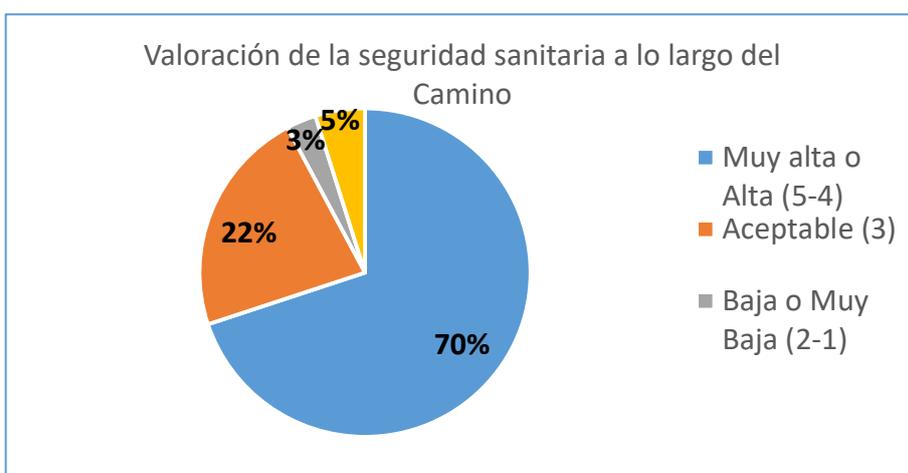
Pregunta: ¿Ha podido encontrar o disponer de información suficiente relativa a la pandemia y a cómo actuar en caso de necesidad a lo largo del camino? (valoración de 1 a 5)



Cabe destacar que un 29% de los encuestados considera que la información que ha podido encontrar o de la que dispuso, relativa a la pandemia y a cómo actuar en caso de necesidad a lo largo del camino, fue insuficiente; y poco más de un tercio considera que esa información fue buena o muy buena.

Pregunta: ¿Cómo valoraría, en conjunto, la sensación de seguridad sanitaria a lo largo del camino? (valoración de 1 a 5)

Las carencias de información no implicaron, sin embargo, que los peregrinos tuviesen sensación de inseguridad sanitaria. Un 70% de los encuestados considera que, en conjunto, la sensación de seguridad sanitaria a lo largo del camino fue alta o muy alta; y, lo que es más relevante, únicamente un 3% de los encuestados tiene la sensación de una seguridad baja o muy baja.



CONCLUSIONES

(1) La COVID-19 **afecta de forma dramática a la afluencia de peregrinos** en el Camino de Santiago

- Una **caída global en verano de más del 75%** respecto al verano de 2019
- La **llegada de peregrinos a Galicia cae en mayor medida** que la de otro tipo de viajeros

(2) El **efecto es diferente en los diferentes Caminos**

- Mientras la caída en el Camino Fránces, en relación al verano pasado, está en la media (-75%), el más afectado fue el Portugués por la costa (-81%) y el menos afectado el Camino Primitivo (-66%)

(3) Además de afectar al número, la COVID-19 **afecta al perfil de los que hacen el Camino**

(i) Según los perfiles extraídos de las compostelas

- **Caída mucho mayor para los peregrinos extranjeros** (los nacionales pasan de ser el 42% en 2019 a un 70% en 2020, hasta sept)
- Mayor presencia de **hombres** y menor presencia de **mayores**
- **Pierden peso las motivaciones religiosas** para hacer el Camino

(i) Perfiles identificados a partir de la encuesta

- **Se reduce la diversidad** de los caminantes
- Algunos de los perfiles identificados previamente desaparecen como tales
- **Los perfiles identificados se concentran en dos** (“Moderno Lúdico” y “Lúdico Joven”)
- En general, “el arte y la cultura del Camino” y “vacaciones y turismo” son las principales motivaciones para hacer el Camino

(4) La COVID-19 **ha provocado cambios esperables en algunas decisiones de los peregrinos:**

- Un 30% de los peregrinos cambió su decisión sobre el alojamiento elegido y la manera de interactuar con otros peregrinos
- Un 13.6% no hubiese hecho el Camino este verano de no ser por la pandemia

(5) **Valoración** de las **medidas tomadas** para prevenir contagios, **irregular:**

- Valoración muy positiva de las medidas adoptadas en albergues, hoteles y comercios
- En torno al 20% de los peregrinos opina que las medidas tomadas en bares o restaurantes y las adoptadas por la población en general no fueron las adecuadas.
- No manifiestan ninguna opinión sobre las medidas en establecimientos de ocio (no los frecuentaron)

(6) No hay uniformidad de criterio respecto a la **información relativa a la pandemia** y a cómo actuar en caso de necesidad a lo largo del camino

- Un 34% considera que es buena o muy buena frente a un 29 % que considera que es mala.

(7) La sensación de **seguridad sanitaria** es, en general, **alta:**

- Un 70% de los peregrinos se han sentido seguros o muy seguros
- Sólo el 3% de los peregrinos considera que la seguridad no es la adecuada

(8) La **satisfacción** con la experiencia de peregrinación sigue siendo **muy alta**:

- Únicamente para un 8% de los peregrinos la satisfacción con la experiencia es menor de lo esperado
- El 95% de los peregrinos recomendaría hacer el Camino

RESUMEN: Principal resultado (Objetivo principal)

La **hipótesis que se trataba de contrastar** es si el perfil de los caminantes de este año (verano 2020) se corresponde con alguno de los perfiles identificados en el Camino (verano 2017), o si, por el contrario, se “reparten” entre los diferentes perfiles o constituyen un nuevo perfil.

Los **resultados alcanzados**, permiten concluir que no surge un perfil nuevo de peregrinos, ni se reparten “homogéneamente” entre los perfiles previos. Más bien, los caminantes de este año (en el contexto de la Covid-19) se corresponden, de forma muy general, con uno de los perfiles, el que teníamos identificado como LÚDICO. Sin embargo, presentan las suficientes diferencias entre ellos, para algunas de las características, como para llevar a la formación de dos agrupamientos o perfiles.

REFERENCIAS

- Arimond, G., y Elfessi, A. (2001). “A Clustering Method for Categorical Data in Tourism Market Segmentation Research”. *Journal of Travel Research*, 39(4), 391–397. <https://doi.org/10.1177/004728750103900405>
- Beltran-Bueno, M. y Parra-Meroño, M.C. (2017). “Perfiles turísticos en función de las motivaciones para viajar”. *Cuadernos de Turismo*, Nº 39, pp- 41-65 <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.39.290391>
- Cohen, S., Prayag, G. y Moital, M. (2014). Consumer behaviour in tourism: Concepts, influences and opportunities, *Current Issues in Tourism*, 17:10, 872-909. DOI: [10.1080/13683500.2013.850064](https://doi.org/10.1080/13683500.2013.850064)
- 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., y Massari, R. (2013). “Bagged Clustering and its application to tourism market segmentation”. *Expert Systems with Applications*, 40(12), 4944–4956. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.eswa.2013.03.005>
- Dolnicar, S. (2002). “A Review of Data-Driven Market Segmentation in Tourism”. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 12(1), 1–22. https://doi.org/10.1300/J073v12n01_01
- Granero, A., Ruiz, F., y 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., y 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. <https://doi.org/10.1109/WCICA.2004.1342001>

- 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. <https://doi.org/10.1023/A:1009769707641>
- Leira, J., Rego, G., y Santos, M. D. P. (2010). “Peregrinaciones y turismo: el Camino de Santiago”. *Rotur*, 3, 39–48.
- Molina, A., Martín-Consuegra, D., Esteban, A. y Díaz, E. (2007). “Segmentación de la demanda turística: un análisis aplicado a un destino de turismo cultural”, *Revista de Análisis Turístico*, Nº 4, pp. 36-48.
DOI: <https://doi.org/10.1234/RAT2011n11>
- Santos, X. (2006). “El Camino de Santiago: turistas y peregrinos hacia Compostela”. *Cuadernos de Turismo*, 18, 135–150.