

Historia del Camino a Santiago de Compostela

RNE, programa Memoria de delfín - Camino de Santiago: un mapa milenario - El Camino de Santiago podría batir este año un nuevo récord histórico, alcanzando los 300.000 peregrinos que han completado la senda milenaria. Una estadística que se corresponde con la enorme popularidad que la ruta ha ganado en los últimos tiempos, especialmente desde 1993, cuando se declaró Patrimonio de la Humanidad. (11.12.17, duración 1mn53)

audio completo disponible en <http://www.rtve.es/alacarta/audios/memoria-de-delfin/memoria-delfin-camino-santiago-mapa-milenario-11-12-17/4354582/>

Locutor Arturo Martín: Desde nuestra emisora de Santiago de Compostela nos acompaña Manuel Rodríguez, es uno de los más reconocidos estudiosos gallegos del Camino de Santiago. Para empezar me imagino que antes de llegar al prestigio que tiene ahora habrá habido algún declive, alguna decadencia en algún momento.

Manuel Rodríguez: Pues... brevemente sí, el descubrimiento del sepulcro del apóstol Santiago se produce en torno al año 820, 830 y ya muy tempranamente tenemos referencia del primer peregrino que es un ciego además alemán y que llega en torno al año 920 aproximadamente. Y ya a partir de allí siglo XI, siglo XII y siglo XIII es el del verdadero esplendor porque en ese periodo llegan ya peregrinos de toda Europa Occidental. El Camino entra después en un leve declive, primero con la Reforma Protestante, y ya definitivamente un declive total prácticamente en torno al final del siglo XVIII sobre todo a lo largo del siglo XIX. Y se recupera por los primeros estudios de historiográficos que se realizan en Francia, en Alemania y comienzan a llegar los primeros peregrinos conscientes de que están realizando esa ruta histórica, de que quieren realizar el Camino en torno a los años 50, y a partir de allí hasta hoy es el periodo de esplendor que estamos viviendo ahora.

Locutor Arturo Martín: De todos modos Manuel, nada que ver el Camino o los Caminos de ahora con los de hace años porque la señalización de ahora facilita mucho los recorridos.

Manuel Rodríguez: El Camino se fue haciendo presente a lo largo de la piel de Europa...Pues en el año 1987, cuando el Camino fue declarado "Primer itinerario cultural de Europa", pues se creó también como símbolo oficial digamos para señalización la Concha, ¿no? y te doy un dato: actualmente hay señalizados como Camino a Santiago de Compostela por Europa ochenta y un mil (81 000) kilómetros perfectamente señalizados como itinerarios a Santiago de Compostela, desde Suecia, Polonia, las Repúblicas Bálticas, Italia, Rumanía, Hungría, en fin ... y ¿qué os voy a decir de Alemania donde hay casi tantos kilómetros señalizados como en España?

Camino de Santiago: el mejor negocio turístico del mundo

Mejor que Disneylandia. Más barato que ir a Nueva York. Clientes más fieles que los de Benidorm.

Jesús Montesinos, *Economía Digital Galicia*, 13.12.2015

El año pasado fueron 237.800 personas las que recorrieron el Camino. La mitad de ellos son extranjeros, que vienen de Corea del Sur, Italia, Estados Unidos y Alemania. Y en ninguno de estos países hay un cartel anunciando el Camino, Patrimonio de la Humanidad desde 1993, pero vienen a miles. Es el producto ideal para cualquier promotor turístico.

El Camino es, además, el mejor ejemplo de lo que ahora se llama Turismo Experiencial. No hace falta que un genio diseñe aventuras, submarinismo o un curso gastronómico. El Camino es una aventura en sí mismo. Una experiencia desde cualquier punto de vista que se quiera.

Rentabilidad

Se pueden tener dudas sobre la rentabilidad real del sector turístico español en su conjunto y en las partes, pero el Camino es todo lo contrario. Es de una rentabilidad asombrosa y si se pudiera cuantificar, el Ebitda superaría el de Apple o Google.

No sé si Benidorm es rentable más allá de pagar sueldos, las financiación de los hoteles y el descalabro medioambiental que supone esa concentración urbana artificial. Pero el Camino lo es sin destrozar un árbol ni gastar más agua de la precisa. Y no ha habido que comprar suelo como en Marbella o Tarragona, ni financiar costosas depuradoras para campos de golf.

El negocio perfecto

Con más de 250.000 visitantes previstos para este año, el Camino de Santiago cumple los objetivos soñados de cualquier empresario turístico:

1.- Marca poderosa. Una marca poderosa por encima de cualquier circunstancia, guerras, religiones o costumbres. Al contrario. Cuanto peor le ha ido a la Humanidad más atractiva ha sido la marca. Es el mejor ejemplo de LoveMark tal como lo entiende Kevin Roberts: sentimientos.

2.- Poca inversión. La inversión inicial en el negocio debió hacerla la Iglesia cuando anunció que en Santiago estaban los huesos del apóstol Santiago y no los del Prisciliano. Una magnífica planificación. Desde ese día el marketing ya fue un fenómeno gratuito. No ha habido que hacer grandes campañas. La marca se vende sola. La promocionan los propios clientes.

Vinieron al Camino los enfermos de cornezuelo para comer mucho pan de trigo. Y la orden de los hospitalarios aportaron los medios para el sustento de los enfermos, y los templarios la protección frente a las bandas que asaltaban a los peregrinos en la subida a San Juan de Ortega (Burgos).

Y vinieron miles de gentes que buscaban iniciarse en la cábala y el alquimismo para convertir plomo en oro. Todo eso sin gastar ni un real. Y aventureros. Y gentes que creían en los milagros. Y señores de la guerra a llevarse campanas. Y ahora hasta coreanos budistas que vienen a conseguir créditos para las universidades donde estudian.

Nadie ha hecho una campaña de marketing, pero el Camino está lleno. Es famoso en el mundo entero y es una marca querida. Un ejemplo de los que cita el gurú Roberts. Un ejemplo de cómo vender un producto turístico.

3.- El cliente siempre queda satisfecho. El Corte Inglés tuvo que poner aquello de que si no se encuentra satisfecho le devolvemos el dinero, para que el público nunca quede descontento.

En Apple te atienden hasta la saciedad para atraerte y que te sientas cómodo con sus productos.

Y en los hoteles de nuestras costas tiemblan cada vez que un cliente pide el libro de reclamaciones porque las toallas están sucias.

En el Camino no existe ese riesgo. Es el único lugar del mundo donde el cliente sufre, le duelen los pies, duerme en un camastro, le pican los mosquitos y soporta ronquidos. Aguanta porque disfruta de ello. Nadie protesta. Algunos incluso lo echan a cuenta de la mortificación por sus pecados.

Unos clientes llevan un presupuesto de 100 € y duermen en albergues y comen de bocadillo. Y otros gastan 2.000 € en una semana y duermen en paradores. Pero todos coinciden en el Camino y hablan

unos con los otros. ¿Sería eso posible en Marbella?

El producto se recomienda con el boca a boca. Se valora de forma entusiasta en las redes. Y hay mil libros que exaltan el Camino desde mil prismas distintos, como atractivo para aventureros, deportistas o buscadores del silencio o la introversión.

Los negocios del Camino

El Camino es el mejor negocio turístico. Pero además permite mil y una subcontrataciones en su seno. Restaurantes, albergues, hoteles, fondas, masajes, zapaterías, paraguas, contadores de historias a medio euro, guías, novelistas y noveleros, películas y pelicularos.

Transportistas y hasta caballistas. Todos ganan un diezmo a cuenta del caminante, que paga gustosamente porque está en el Camino. Son como las caricaturas en el Puente de Carlos en Praga, pero con fe ciega en el destino divino del óbolo.

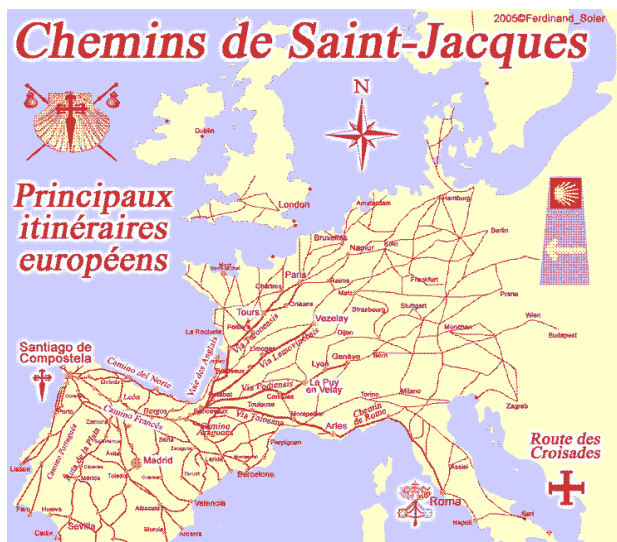
Cada pueblo con su propuesta

En San Juan de Ortega uno entra en la Iglesia y hay una alfombra con cuatro o cinco cojines para descansar los cansados pies. Solo hay un cepillo para poner la voluntad. Pero es tan agradecido que todos cumplen el rito. Una alfombra y cuatro cojines. ¡Menuda inversión! ¡Y qué rentable!

En Navarra hay comedores en los bosques que ofrecen agua y un bocadillo por la voluntad. La Rioja y Castilla son más sobrios, pero siempre hay una bota disponible.

Pero entrando en Galicia el Camino se desparrama en un negocio continuo. Galicia lo ha hecho suyo y ha elevado a categoría de experiencia pasar por sus bosques. ¿Quién se levanta a las 5 de la mañana para pasar entre meigas? Los clientes del Camino.

El Camino es un ejemplo de cómo montar un negocio turístico muy rentable a partir de una marca. Hay otros ejemplos en España, como el de la Comarca de Baztan (Navarra), a partir de la trilogía de Dolores Redondo. ¿Es esto más rentable que construir cientos de miles de apartamentos y traer millones de turistas para que paguen cuatro duros por el sol y la playa?



Año	Peregrinos	Año	Peregrinos	Año	Peregrinos	Año	Peregrinos
1970	68	1984	423	1998	30.126	2012	192.488
1971¹	451	1985	690	1999¹	154.613	2013	215.880
1972	67	1986	1.801	2000 ²	55.004	2014	237.583
1973	37	1987	2.905	2001	61.418	2015	262.516
1974	108	1988	3.501	2002	68.952	2016	278.041
1975	74	1989 ²	5.760	2003	74.614	2017	301.006
1976¹	243	1990	4.918	2004¹	179.944	2018	
1977	31	1991	7.274	2005	93.924	2019	
1978	13	1992	9.764	2006	100.377	2020	
1979	231	1993¹	99.436	2007	114.026	2021¹	
1980	209	1994	15.863	2008	125.133	2022	
1981	299	1995	19.821	2009	145.877	2023	
1982¹	1.868	1996	23.218	2010¹	272.703	2024	
1983	146	1997	25.179	2011	179.919	2025	

número anual de peregrinos

Giros interesantes – muletillas orales

Locutor Arturo Martín: Desde nuestra **emisora** de Santiago de Compostela nos acompaña Manuel Rodríguez, es uno de los más reconocidos **estudiosos gallegos** del Camino de Santiago. Para empezar me imagino que antes de llegar al prestigio que tiene ahora **habrá habido algún declive**, alguna decadencia en algún momento.

Manuel Rodríguez: Pues... brevemente sí, **el descubrimiento** del **sepulcro** del **apóstol** Santiago se produce **en torno al año** 820, 830 y ya muy **tempranamente** tenemos referencia del primer **peregrino** que es un ciego además alemán y que llega en torno al año 920 aproximadamente. Y ya a partir de allí siglo XI, siglo XII y siglo XIII es el del verdadero esplendor porque en ese periodo llegan ya peregrinos de toda Europa Occidental. El Camino

entra después en un leve declive, primero con la Reforma Protestante, y ya definitivamente un declive total prácticamente en torno al final del siglo XVIII sobre todo a lo largo del siglo XIX. Y se recupera **por** los primeros **estudios de historiográficos** que se realizan en Francia, en Alemania y comienzan a llegar los primeros peregrinos conscientes de que están realizando **esa ruta histórica**, de que quieren realizar el Camino en torno a los años 50, y a partir de allí hasta hoy es el periodo de esplendor que estamos viviendo ahora.

Locutor Arturo Martín: De todos modos Manuel, nada que ver el Camino o los Caminos de ahora con los de hace años porque **la señalización** de ahora facilita mucho **los recorridos**.

Manuel Rodriguez: El Camino **se fue haciendo presente a lo largo de la piel de Europa**...Pues en el año 1987, cuando el Camino fue declarado “Primer itinerario cultural de Europa”, pues se creó también como símbolo oficial digamos para señalización **la Concha**, (*la vieira*) ¿no? y **te doy un dato:**

actualmente hay señalizados como Camino a Santiago de Compostela **por** **Europa** ochenta y un mil (81 000) kilómetros perfectamente señalizados como itinerarios a Santiago de Compostela, desde Suecia, Polonia, las Repúblicas Bálticas, Italia, Rumanía, Hungría, en fin ... y ¿qué os voy a decir de Alemania donde hay casi **tantos** kilómetros señalizados **como** en España?