

CONSOLIDACIÓN DE SANTIAGO DE COMPOSTELA COMO DESTINO TURÍSTICO GLOBAL (1)

Flavia Ramil Millarengo*

Resumen: El siguiente artículo muestra la evolución turística desde 2005 hasta la actualidad de Santiago de Compostela, meta del Camino de Santiago y Ciudad Patrimonio de la Humanidad, con el objetivo de mostrar cómo en el año 2011, como consecuencia de la crisis económica española, fue necesario trabajar para transformar el modelo de la demanda turística de la ciudad.

Para ello, se muestran los principales datos turísticos que desde Turismo de Santiago de Compostela se tienen en cuenta a la hora de conocer con la mayor precisión posible el estado del sector en la ciudad. Estos son: tráfico en el aeropuerto de Santiago de Compostela, evolución del Camino de Santiago y número de pernoctaciones en la ciudad. Pero además de estos datos de fuentes fiables y objetivas, Turismo de Santiago de Compostela parte también en sus análisis del conocimiento y la experiencia del propio personal de la entidad, que lleva gestionando el destino turístico desde 1999.

Finalmente, con el objetivo de mostrar cómo la gestión de un destino es una actividad dinámica, que se enmarca en un sector ultra competitivo que evoluciona con gran rapidez, se hace una referencia al fenómeno de las viviendas turísticas en la ciudad, cuya gestión es uno de los grandes retos que tenemos actualmente, pero que va mucho más allá de las competencias que nos corresponden, ya que este fenómeno tiene mucho que ver con las políticas de planificación urbana.

Abstract: The following article shows the evolution of tourism in Santiago de Compostela, the final destination of the Way of Saint James and World Heritage City, since 2005 until today. The aim is to show how in the year 2011, as a consequence of the Spanish economic crisis, it became necessary to transform the model of tourism demand of the city.

Therefore, we display the main tourism figures taken into account by Turismo de Santiago de Compostela, to know the situation of the sector in the city as accurately as possible. These figures are: Air traffic at Santiago de Compostela airport, evolution of pilgrims walking the “Camino de Santiago”, and overnight stays in the city. In addition to these objective and reliable sources, Turismo de Santiago de Compostela also founds its analysis on the knowledge and experience of its staff, who’s managing the tourist destination since 1999.

Finally, in an attempt to show how destination management is a dynamic activity, set in an ultra-competitive and fast evolving sector, we allude to the phenomenon of the tourist apartments in the city, whose management is one of the big challenges that we face today, although it goes way beyond our competencies as it is closely related to urban planning policies.

I. INTRODUCCIÓN

Turismo de Santiago de Compostela es la entidad municipal de promoción turística de Santiago de Compostela. Nuestra misión es desarrollar un modelo turístico rentable para el sector, generador de empleo, respetuoso con nuestro Patrimonio histórico y con nuestra esencia como ciudad y que

además concilie la vida cotidiana de las personas residentes con las actividades de las personas que nos visitan.

Santiago de Compostela es una ciudad de menos de 100.000 habitantes, que cuenta con unos recursos muy limitados en comparación con muchos otros destinos turísticos que se pueden considerar competencia

* Directora Gerente de la empresa municipal Turismo de Santiago de Compostela-INCOLSA.

directa nuestra por tener características similares a nosotros. Por ello, pese a que contamos con una gran ventaja competitiva al ser la ciudad meta del Camino de Santiago, tenemos que precisar y definir muy bien cómo gestionamos los escasos recursos con los que contamos.

A continuación presentamos un análisis con los que consideramos los principales datos de la evolución turística de Santiago de Compostela en los últimos años. Nuestra intención con este artículo no es realizar una investigación académica, sino intentar mostrar en qué variables nos fijamos y cómo las interpretamos como gestores del destino turístico para, a partir del análisis que realizamos en cada momento, tomar decisiones estratégicas sobre cómo enfocar nuestro trabajo, que se concreta en los planes de promoción y marketing que se ejecutan anualmente.

En concreto, en las siguientes páginas pretendemos mostrar cómo, tras el éxito del Año Santo 2010, detectamos que el destino se enfrentaba a un grave problema en relación a la demanda y que era necesario cambiar los objetivos y estrategias que estábamos llevando a cabo para desarrollar un nuevo modelo turístico que permitiese al sector turístico, y por extensión a la economía de la ciudad en tanto que tiene una importante dependencia del sector, continuar siendo rentable y generador de empleo. Este nuevo modelo pasaba por la internacionalización turística de Santiago de Compostela, con tres estrategias claras: intensificación de la promoción internacional del destino en todos los mercados de interés; mejora sustantiva de la conectividad aérea inter-

nacional directa del Aeropuerto de Santiago de Compostela; impulso de Santiago de Compostela como destino internacional de Congresos, Eventos, Jornadas e Incentivos. Estas tres estrategias se plasmaron en los respectivos planes de promoción y marketing anuales que desarrollamos desde entonces.

Por supuesto, en el análisis que se hizo en aquel momento no sólo se tuvieron en cuenta las variables que se muestran en este artículo, sino que también se partió de todo el conocimiento compartido y la experiencia que el personal técnico de Turismo de Santiago de Compostela ha acumulado desde su fundación, en el año 1999.

Además, en la última parte del artículo dedicamos un pequeño capítulo al análisis del fenómeno de las viviendas turísticas. Lo hacemos porque pensamos que se trata de uno de los grandes retos que tenemos que afrontar actualmente y con estrategias claras porque está transformando al sector en la ciudad, tal como también está haciendo en otros múltiples destinos. Hoy día las viviendas turísticas tienen ya un gran impacto en Santiago de Compostela y pensamos que será aún mayor de cara al Año Santo 2021, que previsiblemente será un gran año para la consolidación de la ciudad como destino turístico global.

En este sentido, introducimos este pequeño análisis del fenómeno de las viviendas turísticas al final del artículo para mostrar que la gestión de un destino es una actividad sin pausa, que siempre nos demanda conocer el estado actual del sector (tanto en sus tendencias globales como en las circunstan-

cias particulares del destino), para poder actuar siempre optimizando los recursos con los que contamos.

II. METODOLOGÍA DEL ANÁLISIS

Hay tres grandes series de datos de fuentes oficiales que, combinados, permiten perfilar la evolución, la situación actual y las perspectivas de futuro del turismo en Santiago de Compostela. Estas tres series son:

1. Tráfico de pasajeros en el aeropuerto de Santiago, dato publicado por AENA.
2. “Compostelas” entregadas. Es un dato que publica la Oficina de Atención al Peregrino a comienzos de cada mes en el que se recogen el número de peregrinos “oficiales”; es decir, aquellos que hicieron el Camino de Santiago con las condiciones de kilometraje marcadas y que al llegar pidieron su “Compostela”.

El dato de “Compostelas” entregadas es un dato interesante no solo porque marca la evolución cuantitativa del Camino, sino también porque indica los orígenes de los peregrinos por países, definiendo tendencias de evolución en los diferentes mercados.

En este sentido, hay que tener en cuenta que el Camino funciona como un espejo adelantado del turismo tradicional en la ciudad. Es decir, si en unos años hay un crecimiento importante de peregrinos de un determinado país, es previsible que en los siguientes años haya un crecimiento también importante de turistas de ese

país en la ciudad. Por ejemplo, cabe destacar que el gran crecimiento de peregrinos de los Estados Unidos desde el 2010 se ha traducido en que este mercado se ha convertido ya en el segundo mercado por pernoctaciones en la ciudad en 2017.

3. Pernoctaciones en la ciudad. Es un dato que publica el INE en el que se recogen las noches pasadas por los turistas en los establecimientos hoteleros de la ciudad. El dato se calcula a partir de cuestionarios que cubren hoteles, hostales y pensiones (pero no alojamientos de alquiler turístico en cualquiera de sus variantes permitidas en Galicia).

El número de pernoctaciones es un valor absoluto. Se trata así de un dato que permite analizar la evolución de la demanda de una manera más precisa que los datos de ocupación, que dependen no solo del número de turistas que vengan a la ciudad sino también de la oferta disponible.

Además de estas tres fuentes, en el siguiente análisis se emplean otras fuentes oficiales también válidas para poder obtener un conocimiento más preciso de la situación actual del sector. En cada caso, se indica la fuente concreta que se emplea.

III. PUNTO DE PARTIDA Y OBJETIVOS

La demanda turística de Santiago de Compostela soportó tradicionalmente una amplia dependencia del turismo doméstico, con una presencia poco relevante del turismo internacional. La excesiva dependencia

del turismo doméstico, que se manifestó especialmente en el Año Santo 2010, cuando el turismo español sumó el 71,6% de las pernoctaciones en los establecimientos de la ciudad, fue la principal causa de que el sector viviera unos años muy complejos durante el periodo 2011-2014 como consecuencia de la crisis económica española.

En base a esta situación de partida, el objetivo que se marcó desde Turismo de Santiago de Compostela en los últimos años fue internacionalizar la demanda turística de la ciudad, focalizando los esfuerzos en la captación de turistas procedentes de los mercados prioritarios europeos, pero también ampliando el horizonte y concentrándose también en mercados transoceánicos que se consideran con grandes posibilidades para la ciudad.

Se estableció este objetivo de diversificación de la demanda para que el modelo turístico de la ciudad pueda mantener unos niveles de rentabilidad que no dependan de la evolución económica de solo un gran mercado, en este caso del mercado español.

Las tres líneas estratégicas principales que se siguieron en estos últimos años para conseguir este objetivo fueron las siguientes:

1. Mejora de la conectividad internacional del aeropuerto, tanto con rutas directas como a través de grandes aeropuertos de conexiones.
2. Focalización de los recursos en la promoción turística internacional de la ciudad.

3. Impulso de Santiago de Compostela como destino de Congresos y eventos internacionales.

IV. PRINCIPALES LÍNEAS DE PROMOCIÓN DE TURISMO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

Turismo de Santiago de Compostela desarrolla una amplia actividad de promoción turística de la ciudad. Cuenta con personal técnico que cubre los múltiples aspectos necesarios para desarrollar directamente la compleja labor de promoción de un destino.

La estructura de la entidad no solo cuenta como núcleo con un departamento de promoción principal, con personal cualificado con un amplio dominio de idiomas y un conocimiento preciso de los mercados internacionales, sino que también dispone de dos servicios propios que permiten promocionar Santiago de Compostela en dos segmentos identificados como prioritarios para la ciudad: el sector MICE, a través del Santiago Compostela Convention Bureau; y el sector de la promoción turística mediante el audiovisual, a través de la Santiago de Compostela Film Commission.

Santiago de Compostela es la meta del Camino de Santiago. Pero, además de como un destino religioso y espiritual, la ciudad se promociona como un destino que va más allá del Camino. El personal técnico de Turismo de Santiago de Compostela promociona la ciudad como un destino en sí mismo, con un Casco Histórico declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, con una gastronomía atlántica excelente, con una am-

plia oferta cultural y de ocio, en un entorno verde y seguro.

Santiago de Compostela se presenta además como una ciudad muy viva y alegre gracias a su universidad, cinco veces centenaria, que cuenta con cerca de 30.000 estudiantes procedentes no solo de Galicia y de España, sino de toda Europa y el resto del mundo. También se destaca el papel de San-

tiago de Compostela como capital de Galicia, siendo el punto perfecto para descubrir la región.

En este marco, Turismo de Santiago de Compostela desarrolla un importante programa de acciones de promoción que incluye la participación en ferias y eventos turísticos en los principales mercados emisores para nuestro destino, pero también la mues-

Cuadro 1
Principales acciones de promoción de Turismo de Santiago. Año 2018

2018	DESCRIPCIÓN	MERCADO/S
Fitur Madrid	Principal feria de turismo de España	Doméstico / Global
FamTrip Countrybred	FamTrip con la agencia Countrybred EEUU	EEUU
Visita Inspección	Martin Randall –organizador viajes de lujo	Reino Unido
ITB Berlín	Principal feria de turismo de Alemania	Alemán / europeos
Workshop Fátima	Workshop Internacional de Turismo Religioso Fátima - Portugal	Europeos
Famtrip Estonia	Famtrip Estonia- vuelo chárter	Estonia
Roadshow Italia	Workshops en las principales ciudades del norte de Italia: Roma, Florencia, Verona, Turín	Italia
Routes Online	Citas con las compañías aéreas	Europeo
Camino Inglés	Feria do Camino Inglés en Betanzos	Local
PressTrip	Influencers chinos	China
PressTrip	JTBC- TV Corea del Sur	Corea del Sur
PressTrip	Eurail Group- Corea del Sur	Corea del Sur
JATA – Tokio	Principal feria de turismo de Japón	Japonés / Asiáticos
Famtrip Dertour	Agentes de viajes de Dertour	Alemania
ITB Asia Singapur	Principal feria de turismo de Asia	Asiáticos
Workshop ETOA	Workshop con compradores chinos	China
PressTrip	Nanda Raaphorts- Holanda	Holanda
Workshop ETOA	Chengdú con compradores chinos	China
FamTrip Singapur	Agencias de turismo religioso	Asiáticos
IMEX Frankfurt	Feria sectorial de Turismo MICE	Internacional
IBTM W. Barcelona	Feria sectorial de Turismo MICE	Internacional
Iberian MICE Forum	Workshop MICE	Ibérico

Cuadro 2

Principales acciones de promoción de Turismo de Santiago. Año 2018

2017	DESCRIPCIÓN	MERCADO/S
Fitur Madrid	Principal feria de turismo de España	Doméstico / Global
Holiday World Show Dublín	Principal feria de turismo de Irlanda	Irlandés / Británico
FamTrip Tailandia	Presentación de Santiago a los profesionales del sector en Tailandia	Tailandés
ITB Berlin	Principal feria de turismo de Alemania	Alemán / europeos
Workshop Fátima	Workshop Internacional de Turismo Religioso Fátima - Portugal	Portugués / europeos
Presstrip Lufthansa	Presstrip para el mercado alemán con Lufthansa y la OET de Frankfurt	Alemán
Famtrip Australia	Famtrip con profesionales del sector turístico australiano	Australia
Presstrip Reino Unido	Presstrip organizado con la agencia anglosajona "Follow the Camino"	Habla inglesa
Workshop Amsterdam	Workshop European City Breaks	Países Bajos / europeos
Roadshow Italia	Workshops en las principales ciudades del norte de Italia	Italia
Presstrip Reino Unido	Presstrip del medio británico Bent Magazine	Reino Unido
Blogtrip #spaincities	Blogtrip dirigido a influencers británicos	Reino Unido
Carreira do Peregrino	Colaboración con la Carrera del Peregrino con la participación de Marca	Doméstico
JATA – Tokio	Principal feria de turismo de Japón	Xaponés / Asiáticos
Presstrip Vueling	Presstrip de periodistas franceses organizado con Vueling	Francés
Prestrip Xapón	Presstrip con la revista de lujo Katei Gahou	Japonés
TTG Rimini	Principal feria de turismo cultural de Italia	Italiano
ITB Asia Singapur	Principal feria de turismo de Asia	Asiáticos
Workshops EEUU	Presentaciones de Santiago a profesionales del sector	EEUU
WTM Londres	Principal feria de turismo británica	Británico / anglosajones
Famtrip Asia	Famtrip de agentes de viajes de Filipinas e Indonesia	Asiáticos
Presstrip Japón	Presstrip de periodistas de Japón	Japonés
IMEX Frankfurt	Feria sectorial de Turismo MICE	Internacional
IBTM W. Barcelona	Feria sectorial de Turismo MICE	Internacional

tra del destino a profesionales a los que se les invita a que visiten la ciudad.

Estas acciones se diseñan con el objetivo de consolidar el posicionamiento de Santiago de Compostela como destino de dimensión internacional y se complementan con las que se realizan desde las redes de

ciudades de las que Turismo de Santiago de Compostela forma parte, en especial con el Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España.

A modo de ejemplo, se apuntan las más de 70 acciones de promoción presenciales que se llevaron a cabo en el último par de

Cuadro 3
Principales acciones de promoción dentro del Grupo
de Ciudades Patrimonio de la Humanidad. Años 2018 y 2017

2018	2017
Feria Vakantiebeurs de Utrecht, Holanda.	Presentación Moscú.
Presentación en Argentina.	Presentación Asia Pacífico.
Presentación en Perú.	Feria Vakantiebeurs de Utrecht, Holanda.
Feira Salón des Vacances de Brusela, Bélgica.	Congreso en Segovia.
Feira Reisen Hamburgo, Alemania	Feria Salón des Vacances de Buselas, Bélgica.
Salon du Tourisme, París.	Feria Reisen Hamburgo, Alemania.
Presentación Roma.	Feira ITB – Berlín
Feira WTM Sao Paulo, Brasil.	Salon du Tourisme, París.
Feira Mundo Abreu, Lisboa, Portugal	Feria WTM Sao Paulo.
Presentación en Bruselas.	Feira Mundo Abreu, Lisboa.
Presentación en Londres.	Presentación en Valencia y Alicante.
Feria Público Final “Spanien am Main”, Frankfurt.	Jornadas en Japón y Corea del Sur
Presentación en Varsovia.	Feria ITB Asia / Singapur.
Feira ITB Asia / Singapur.	Congreso en Cuenca.
Presentación en Berlín.	

años para que se pueda visualizar con claridad el trabajo de promoción que se lleva a cabo desde Turismo de Santiago de Compostela. Además de estas acciones, Turismo de Santiago de Compostela también desarrolla campañas de promoción on line dirigidas a los principales mercados internacionales con los que tiene rutas áreas directas, como Italia, Alemania o Francia.

Desde Turismo de Santiago entendemos que todas las acciones de promoción, tanto presenciales como on line, que se han desarrollado a lo largo de los años y que se ejecutan a través de los planes anuales de promoción y marketing de la entidad, han tenido una influencia directa en el incre-

mento de la presencia del turismo internacional de la ciudad en los últimos años, que se muestra en el Capítulo V. (Ver cuadros 1 y 2).

Turismo de Santiago de Compostela además es miembro activo del Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad, que desde hace años realiza una importante tarea de promoción conjunta de los destinos que agrupa. En el cuadro 3 se muestran las principales acciones de promoción del grupo en las que tuvo presencia Santiago de Compostela. En este sentido, se quiere destacar que la programación de la promoción directa por parte de Turismo de Santiago de Compostela se diseña teniendo en cuenta

también la programación prevista por parte del Grupo de Ciudades Patrimonio para poder desarrollar acciones complementarias y evitar solapamientos. (Ver cuadro 3).

V. PRINCIPALES TENDENCIAS DEL SECTOR TURÍSTICO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

A continuación se presentan las principales tendencias de la demanda del sector turístico en la ciudad en los últimos años en base a las que se consideran variables fundamentales para el análisis: tráfico de pasajeros en el aeropuerto de Santiago de Compostela, Compostelas entregadas por la Oficina de Acogida al Peregrino y pernoctaciones registradas por el INE en el los establecimientos de la ciudad.

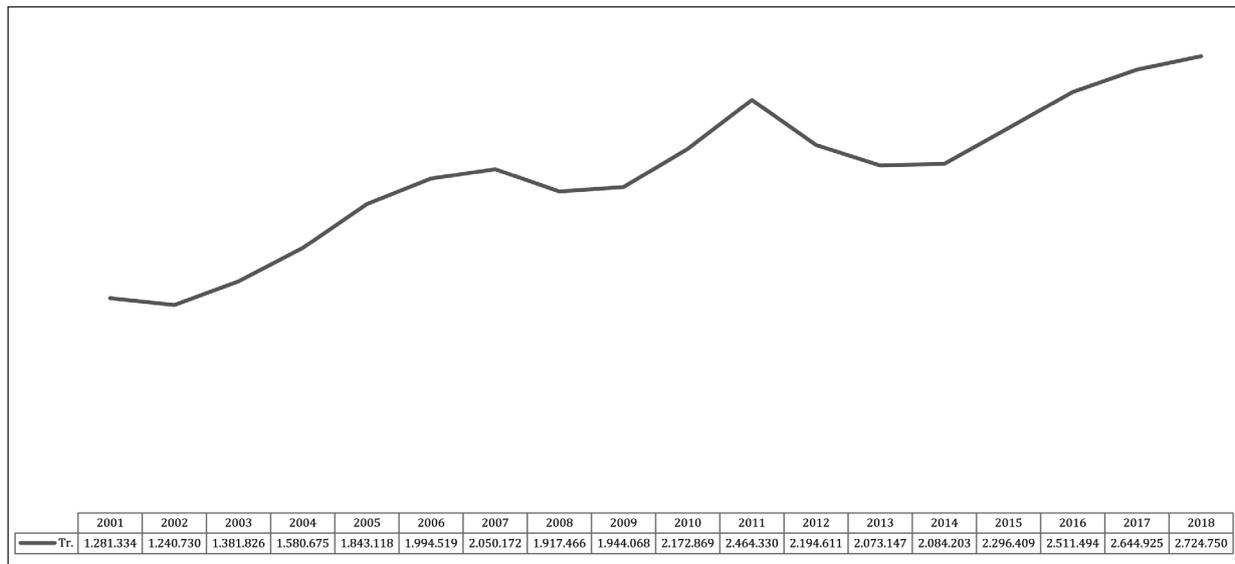
V.1. Datos del aeropuerto de Santiago de Compostela

A continuación se presentan los principales datos del aeropuerto de Santiago de Compostela en los últimos años con el objeto de mostrar cómo el crecimiento actual del tráfico de pasajeros se apoya de modo considerable en el aumento del tráfico en rutas internacionales directas, con un carácter marcadamente turístico.

V.1.1. Tráfico de pasajeros en el aeropuerto de Santiago de Compostela

El aeropuerto de Santiago de Compostela tuvo en el año 2001 1.281.334 pasajeros, según los datos de AENA. Pese a un ligero retroceso en el 2002, consiguió encadenar

Gráfico 1
Tráfico en el aeropuerto de Santiago. 2001-2018



varios años consecutivos de crecimiento, apoyándose en el incremento del tráfico español gracias a los años de expansión económica del país. Así, en 2007, previo al comienzo de la crisis económica española consiguió superar por primera vez los dos millones de pasajeros, con un crecimiento acumulado entre 2002 y 2007 del 65%. (Ver gráfico 1).

Sin embargo, la crisis económica que comenzó en 2008 tuvo un impacto directo en el tráfico del aeropuerto de Santiago de Compostela, que rompió su tendencia creciente de los años precedentes y en ese mismo año 2008 y en el 2009 volvió a caer por debajo de los dos millones de pasajeros.

En el año 2010 la ciudad celebró un nuevo Año Santo, ya que el 25 de julio fue domingo. El Año Santo, con el fenómeno Xacobeo asociado, sirvió de nuevo impulso para el aeropuerto, que fue capaz de sobreponerse a la crisis económica y volver de nuevo a recuperar la tendencia de crecimiento, consiguiendo llegar en 2011 a los 2.464.330 pasajeros; es decir, en una década fue capaz de duplicar prácticamente la cifra de 2001.

Sin embargo, pese a los crecimientos de 2010 y 2011 vinculados al efecto Xacobeo, la prolongación de la crisis económica española impactó de un modo muy importante en los años posteriores, con una pérdida de más del 15% del tráfico en apenas dos años.

Pero en 2015 comenzó un nuevo periodo de crecimiento en el aeropuerto de Santiago de Compostela, que ha sido capaz de encadenar tres máximos históricos conse-

cutivos en 2016, 2017 y 2018. Además, las previsiones indican que este periodo de crecimiento continuará al menos hasta el Año Santo 2021 y que será capaz de superar por primera vez los tres millones de pasajeros.

V.1.2. Tráfico en las rutas internacionales directas del aeropuerto de Santiago de Compostela

En el año 2001 el aeropuerto de Santiago de Compostela tuvo menos de 100.000 pasajeros en rutas internacionales directas (ver gráfico 2). En realidad, en aquel año apenas tuvo cuatro conexiones internacionales regulares directas, tal como se puede ver más adelante en el Cuadro 4. Estas cuatro conexiones (Londres, Ginebra, Zúrich y Caracas) sumaron en total 92.056 pasajeros. Es decir, teniendo en cuenta que el tráfico total de aeropuerto en ese año fue de 1.281.334 pasajeros, apenas el 7,18% del total, tal como se puede ver en Gráfico 3.

El tráfico en las conexiones internacionales directas tuvo un incremento sustantivo del tráfico en el año 2005, debido a la llegada de Ryanair al aeropuerto de Santiago de Compostela con tres conexiones internacionales directas a Londres, Roma y Frankfurt. En este año el peso del tráfico en las rutas internacionales directas aumentó hasta el 13,04% del tráfico total y continuó creciendo hasta el año 2008, hasta que alcanzó el 15,03%.

Sin embargo, pese a la llegada de Ryanair en el 2005, el aeropuerto no fue capaz de captar un número significativo de nuevas rutas internacionales en los años siguientes,

Gráfico 2
Tráfico en las rutas internacionales directas
del aeropuerto de Santiago. 2001-2018

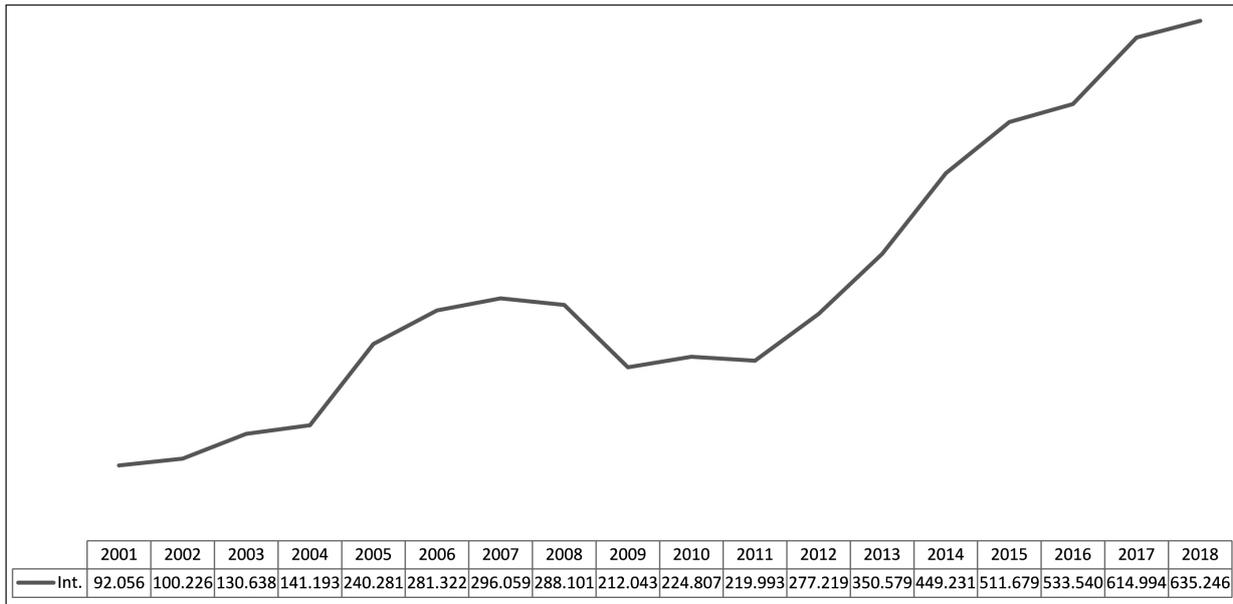
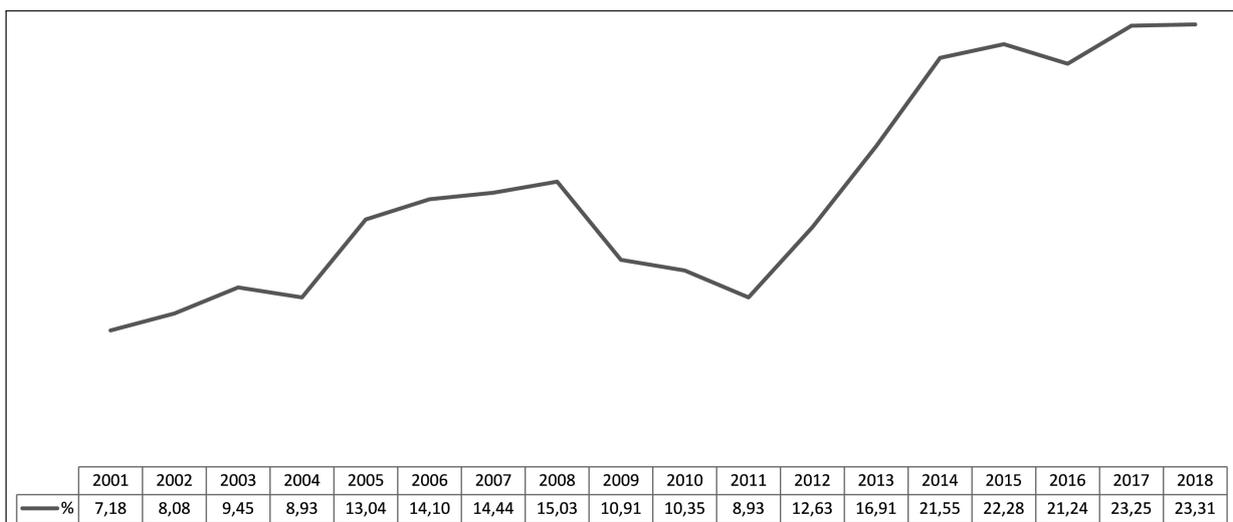


Gráfico 3
Porcentaje del tráfico en las rutas internacionales
directas en el aeropuerto de Santiago. 2001-2018



Cuadro 4
Tráfico por ruta directa internacional en el aeropuerto de Santiago. 2001-2018

CONEXIÓN	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ginebra	14.351	12.773	12.761	12.122	10.540	6.902					21.775	58.026	69.613	72.733	85.938	85.195	95.032	98.585
LON Stansted					81.683	108.267	95.121	89.496	69.312	66.696	52.197	63.649	63.746	68.645	74.981	79.028	77.477	77.043
París					9.542	10.981	35.041	46.010	37.048	38.622	30.963	30.086	33.529	31.282	37.441	42.938	47.158	53.381
Milán Bergamo											34.144	36.716	29.423	31.822	32.173	38.373	50.330	45.844
Basilea													28.697	41.641	45.595	44.407	47.529	44.504
Dublin							16.431	16.820	12.020	17.421	17.206	18.546	27.805	28.827	29.228	31.799	32.631	44.024
Frankfurt Hahn					6.977	45.317	44.973	42.199	41.121	36.349	36.301	40.462	38.528	38.718	42.358	39.152	36.394	42.359
Frankfurt Mann																	29.782	41.047
Zurich	14.499	14.258	14.026	11.698	11.305	6.386				25.635	27.407	20.879	16.503	19.095	30.393	37.887	36.525	39.505
LON Gatwick													23.201	41.525	37.220	50.024	67.475	34.484
Amsterdam			7.461	7.983	6.682	6.960								15.065	15.185	21.652	22.542	28.710
Roma					11.128	64.005	63.206	61.994	46.953	40.084				7.689	31.302	27.697	25.840	26.567
Milán Malpensa																	22.726	25.204
Munich															8.299		7.798	17.503
Bruselas		6.561	5.376	5.916	6.340	7.286								18.840	17.557	16.721	15.755	16.486
Berlin																13.428		
Estambul													19.534	33.349	17.677	5.239		
Venecia												8.855						
LON Heathrow	56.965	66.634	78.379	72.681	76.684	5.347												
Caracas	6.241																	
París Orly			12.635	17.089														
Monastir				7.511	12.865	12.227	10.282	8.027	5.589									
Buenos Aires				6.193	6.535													
Liverpool						7.644	31.005	25.555										
Dusseldorf																		
Total	92.056	100.226	130.638	141.193	240.281	281.322	296.059	288.101	212.043	224.807	219.993	277.219	350.579	449.231	516.907	533.540	614.994	635.246

de tal modo que el tráfico en las rutas internacionales directas se estancó durante años, no siendo capaz de superar los 300.000 pasajeros. De hecho, en el 2011, el año en el que aeropuerto consiguió su hasta entonces máximo histórico de tráfico total, el porcentaje de tráfico en rutas internacionales directas fue de apenas el 8,93%; es decir, diez años después se regresaba a un peso similar al de 2001.

Pero a partir de 2012 cambió la tendencia y, pese a que en aquel año el tráfico en las conexiones internacionales se quedó de nuevo por debajo de los 300.000 pasajeros, comenzó un nuevo periodo de crecimiento, que permitió que en el 2018 se llegasen a los 635.246 pasajeros, con un crecimiento acumulado entre 2011 y 2018 de 415.253, un 188% más. Este crecimiento se tradujo en que el peso del tráfico en las conexiones internacionales directas alcanzase su máximo histórico el año pasado, con un 23,31%, frente al 8,93% del 2011. Precisamente este crecimiento en las conexiones internacionales directas es la causa principal del crecimiento del tráfico total del aeropuerto en el último periodo.

Tal como se puede ver en el Cuadro 2, el aeropuerto de Santiago tuvo en el año 2011 siete rutas directas, pero solo una de ellas, Londres-Stansted, superó los 40.000 pasajeros anuales. Sin embargo, en el año 2018 el aeropuerto de Santiago de Compostela tuvo 15 rutas internacionales directas, de las cuales ocho superaron los 40.000 pasajeros anuales. Es decir, ha habido un crecimiento importante tanto en el número de rutas

como en la oferta de plazas en cada ruta a lo largo de todo el año. (Ver cuadro 4).

V.2. Evolución del Camino de Santiago

Santiago de Compostela es la meta del Camino de Santiago, una ruta de peregrinación que hunde sus raíces en el siglo IX y que durante la Edad Media fue uno de los ejes vertebradores de la idea de Europa.

Durante gran parte del siglo XX el Camino de Santiago fue una ruta sin apenas relevancia ni tránsito de personas. Sin embargo, el Camino de Santiago comenzó a vivir un nuevo periodo de renacimiento a partir del año 1987, cuando el Consejo de Europa lo reconoció como Primer Itinerario Cultural Europeo.

Pero el año clave en este nuevo periodo de crecimiento del Camino de Santiago fue el Año Santo 1993, cuando se celebró el primer Xacobeo concebido como un evento de promoción turística, con un amplio programa de actividades culturales y de ocio, impulsado desde las administraciones públicas alrededor del hecho religioso. Además, aquel año 1993 el Camino de Santiago la UNESCO, que en 1985 ya había reconocido a Santiago de Compostela como ciudad Patrimonio de la Humanidad, reconoció también con esta distinción al propio Camino de Santiago.

A continuación se muestran los principales datos del Camino de Santiago en los últimos años proporcionados por la Oficina de Acogida al Peregrino.

V.2.1. Evolución del Camino de Santiago desde 1987

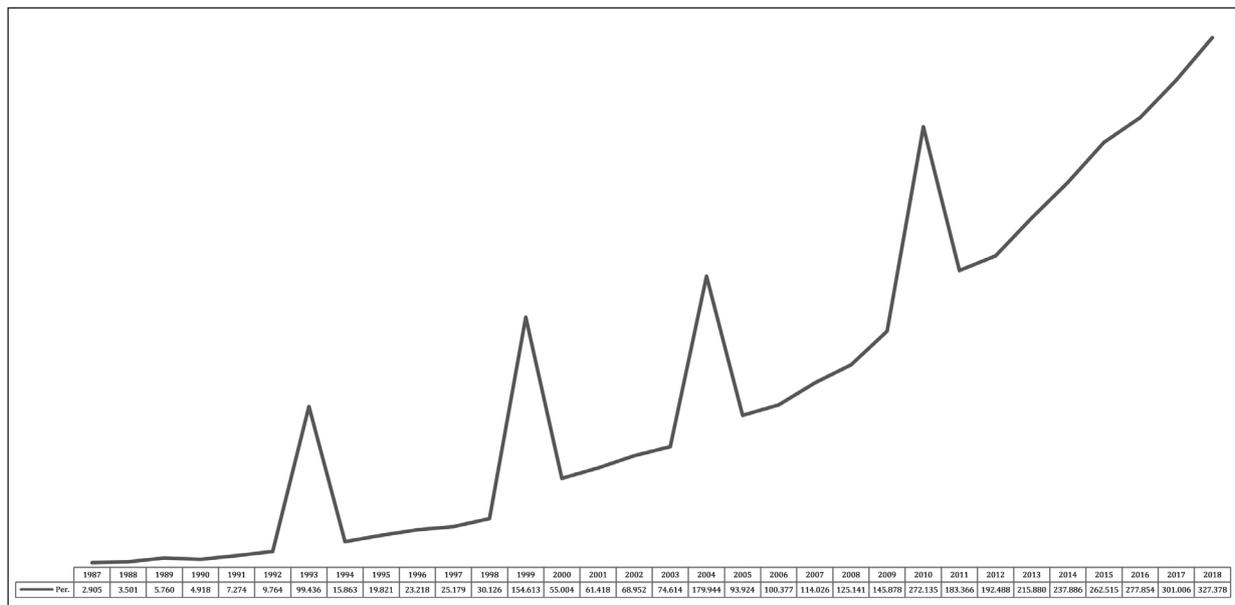
En el año 1987, en el que el Consejo de Europa declaró al Camino de Santiago como Primer Itinerario Cultural Europeo, hubo apenas 2.905 personas que recibieron la Compostela, el documento que se entrega a aquellas personas que hacen el Camino de Santiago cumpliendo una serie de requisitos de distancia mínimos (los últimos 100 kilómetros caminando o los últimos 200 en caballo o bicicleta). (Ver gráfico 4).

Entre 1987 y 1992 el número de peregrinos se triplicó, llegando a 9.764 en 1992, una cifra bastante baja de personas, pero que era consecuencia de una tendencia cre-

ciente incipiente y que indicaba que el Camino de Santiago podía tener aún muchas posibilidades.

En 1993 estas posibilidades se convirtieron en realidad gracias al considerable crecimiento que se produjo motivado por la celebración del primer Xacobeo, evento impulsado por la Xunta de Galicia, con la colaboración de múltiples administraciones, empresas y entidades, con el objetivo de desarrollar un ambicioso programa de promoción turística, cultural y de ocio en torno al Año Santo Compostelano, que se celebra desde el siglo XII cuando el 25 de julio, día de Santiago, coincide en domingo, gracias a un privilegio concedido por el Papa Calixto II.

Gráfico 4
Evolución del Camino de Santiago. 1987-2018



Aquel año 1993 el Camino de Santiago se quedó prácticamente a las puertas de los 100.000 peregrinos, alcanzando un cifra de personas difícilmente imaginable unos años atrás. Pero quizá lo más importante de aquel año 1993 no fue en sí mismo la cifra de personas que recorrieron el Camino de Santiago, sino que confirmó las múltiples oportunidades de desarrollo que abría la ruta no solo para Santiago de Compostela como meta, sino para todos los pueblos, ciudades y territorios por los que transcurren los diferentes caminos.

A partir de aquí comenzó una tendencia que se repite desde entonces. Como se puede ver en el Gráfico 4, el Camino de Santiago ha crecido todos los años desde 1987 con respecto al año anterior, salvo en los años posteriores a los Años Santo, siguiendo la misma pauta.

Cada año se crece con respecto al anterior pero con un crecimiento muy acentuado en cada Año Santo, que desde entonces han sido 1993, 1999, 2004 y 2010. En los años posteriores a los Años Santo se decrece, pero también se produce un aumento en relación al año anterior al Año Santo. Es decir, en 1994 se decreció con respecto a 1993, pero se creció respecto a 1992. Así pasó también en el 2000, que se creció respecto a 1998; en el 2005, que se creció respecto a 2003; y en 2011, que se creció respecto a 2009.

En esta tendencia cabe destacar un hecho relevante que sucedió en 2016, que muestra la potencia creciente del Camino de Santiago. Hasta aquel año, los máximos históricos de peregrinos los marcaban los Años Santos. Sin embargo, aquel año, sin ser Año

Santo, consiguió superar las cifras del último Año Santo, situando al Camino en unas cifras que parecían ya muy importantes.

Pero además, en los años 2017 y 2018 se continuó creciendo a un ritmo casi constante, que parece no tener un límite claro. Así, en 2018 el número de peregrinos fue de 327.378, una cifra muy elevada teniendo en cuenta que apenas treinta años atrás, en 1988, hicieron el Camino de Santiago apenas 3.501 personas.

V.2.2. Evolución del Camino de Santiago por procedencia

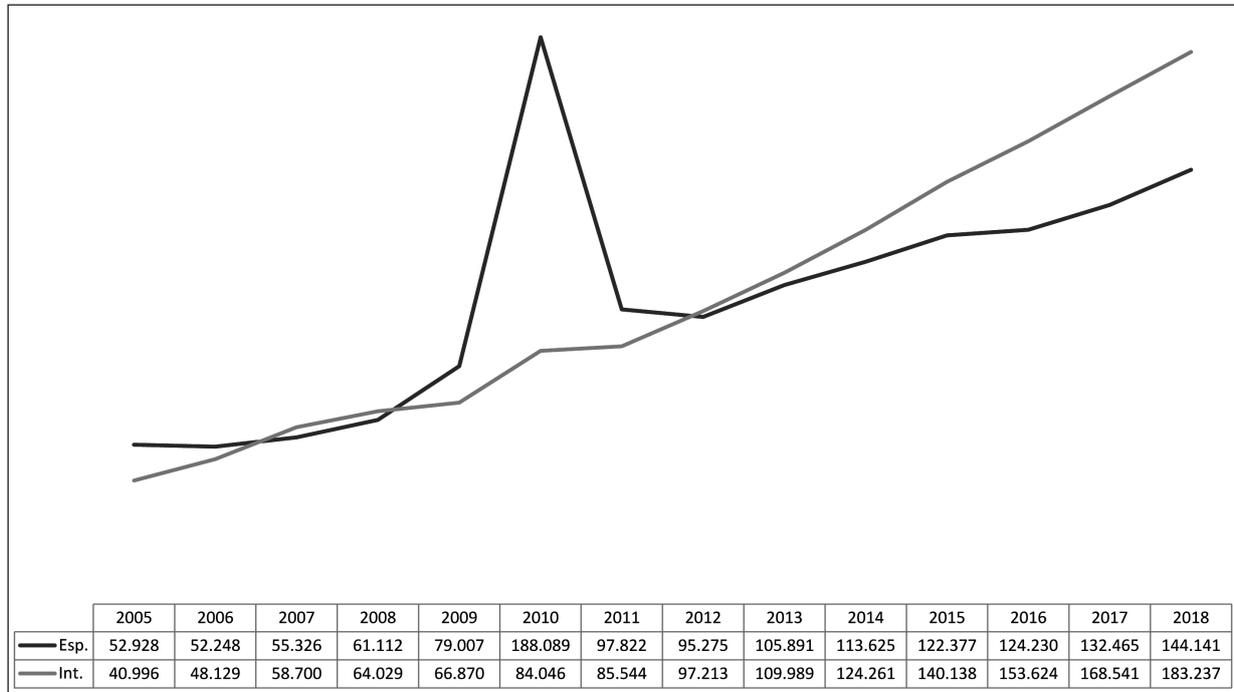
El Camino de Santiago nació y se desarrolló durante siglos como un Camino Europeo vinculado directamente a la religión cristiana, con presencia histórica en territorios concretos, como Francia, Alemania o Italia.

Sin embargo, tal como muestran los datos de evolución de la procedencia de peregrinos en los últimos años, el Camino de Santiago ha trascendido ya tanto su dimensión europea como su origen religioso. (Ver gráfico 5).

En el año 2005 hicieron el Camino de Santiago un total de 93.924 personas, 52.928 personas procedentes de España y 40.996 del resto del mundo. Es decir, el mercado doméstico representaba el 56% del mercado doméstico frente al 44% de los mercados internacionales.

En los años siguientes los mercados internacionales fueron ganando un poco de

Gráfico 5
Evolución del Camino de Santiago por procedencia. 2005-2018



terreno, hasta el año 2009 y, especialmente, el Año Santo 2010, en el que debido a la mayor impacto del fenómeno de Xacobeo en el mercado doméstico, la presencia de peregrinos españoles se elevó hasta 188.089 personas, el 69% del total, frente a 84.046 peregrinos internacionales, apenas el 31%.

Sin embargo, a partir del 2011, esta situación comenzó a invertirse, con una presencia cada vez mayor de personas procedentes del resto del mundo frente a las procedentes de España. Así, si en el 2011 el 53% de los peregrinos fueron españoles y el 47% del resto del mundo, en 2018, los peregrinos españoles fueron el 44% y los internacionales el 56%,

En datos absolutos, los peregrinos españoles pasaron de 97.822 en 2011 a 144.141 en 2018, con un crecimiento acumulado de 46.319 personas, un 47% más. Por su parte, los peregrinos internacionales pasaron de 85.544 en 2011 a 183.237 en 2018, con un crecimiento acumulado de 97.693 personas, un 114% más. Estos datos muestran claramente que el importante crecimiento del Camino de Santiago en los últimos años se apoya en buena medida en su internacionalización.

Pero la universalización del Camino de Santiago en los últimos años se comprueba aún más claramente si se analizan los datos de evolución de los primeros 20 países por

Cuadro 5
Evolución de peregrinos y peregrinas en los 20 países con mayor
presencia en el Camino de Santiago, excluyendo España. 2004-2018

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1 Italia	7.670	7.430	10.013	10.275	10.707	10.341	14.222	12.183	12.404	15.621	20.241	22.124	23.944	27.073	27.009
2 Alemania	6.816	7.155	8.097	13.837	15.746	14.789	14.503	16.596	15.620	16.203	16.345	18.859	21.220	23.227	25.296
3 EEUU	2.028	2.047	1.909	2.229	2.214	2.540	3.334	3.726	7.071	10.125	11.577	13.659	15.236	17.522	18.582
4 Portugal	3.252	2.574	3.365	4.001	4.341	4.854	7.786	8.649	10.329	10.698	11.655	12.465	13.245	12.940	14.413
5 Francia	6.567	5.909	6.791	6.982	6.681	7.459	9.140	8.166	8.121	8.305	9.345	9.914	8.868	8.835	8.775
6 R. Unido	1.432	1.512	1.541	1.696	1.559	1.700	2.031	2.389	3.758	4.207	4.395	5.415	6.050	5.768	7.624
7 Irlanda	563	622	849	1.090	1.535	1.722	2.296	2.677	3.844	5.012	5.020	5.360	6.537	6.643	7.548
8 Corea del Sur	18	24	84	449	915	1.079	1.455	1.740	2.493	2.774	3.840	4.072	4.534	5.106	5.665
9 Brasil	1.439	1.163	1.172	1.395	1.365	1.248	2.121	1.983	2.229	2.431	3.271	3.934	4.365	5.113	5.601
10 Australia	480	666	730	785	1.022	1.015	1.191	1.352	1.885	3.098	3.775	3.855	4.441	4.890	5.220
11 Canadá	1.090	1.420	1.546	1.850	1.933	2.194	1.877	2.362	2.904	3.373	3.575	4.201	4.354	4.612	5.027
12 Polonia	357	422	600	867	1.102	1.321	2.040	1.820	2.307	2.515	2.957	3.772	3.919	5.072	4.785
13 Holanda	1.399	1.610	1.636	1.655	1.864	1.916	2.063	2.398	3.015	2.890	3.458	3.500	3.656	3.520	3.670
14 México	1.001	473	484	514	653	638	1.444	1.189	1.047	1.173	1.654	1.763	2.333	3.111	3.578
15 Argentina	590	278	347	377	360	461	1.125	726	822	1.090	1.168	1.528	2.062	2.617	2.907
16 Dinamarca	415	698	801	835	986	1.061	980	1.644	1.682	1.757	1.741	2.160	2.594	2.273	2.500
17 Chequia	153	330	399	560	564	618	666	975	832	769	760	1.145	1.347	1.868	2.256
18 Bélgica	1.279	1.283	1.443	1.332	1.291	1.410	1.507	1.685	1.955	1.857	1.834	2.100	2.123	2.069	2.135
19 Austria	1.203	1.470	1.422	1.686	1.847	1.995	1.734	1.921	1.772	1.711	1.598	1.607	1.661	1.657	2.102
20 Colombia	295	148	131	184	196	273	748	425	456	680	693	823	1.407	1.752	2.070

número de peregrinos, excluyendo a España, tal como se puede ver en el Cuadro 5.

Respecto a este cuadro que recoge la evolución de los primeros veinte países en el Camino de Santiago considerando su posición en el año 2018, se pueden destacar al menos los siguientes elementos:

- Entre los diez primeros países con mayor número de peregrinos y peregrinas hay 6 europeos, uno de Norteamérica, otro de Asia, otro de Sudamérica y otro de Oceanía. Esta diversidad muestra claramente que el Camino de Santiago es hoy un fenómeno global, que sobrepasa el ámbito europeo.
- Italia y Alemania son los dos países con mayor número de peregrinos, sumando entre ambos más de 50.000 anuales tanto en 2017 como en 2018. En el 2011 sumaban entre ambos menos de 30.000. Es decir, ha habido un aumento muy importante en la peregrinación en ambos mercados en los últimos años, pese a que ya partían de cifras muy elevadas.

En este sentido cabe destacar que este crecimiento en ambos mercados ha sido parejo al crecimiento también en el tráfico internacional directo entre Santiago de Compostela tanto con Italia como con Alemania, tal como se puede ver en el Cuadro 4. En 2011 el aeropuerto de Santiago de Compostela tuvo una ruta a Milán Bérgamo, con 34.144 pasajeros, y otra a Frankfurt Hahn, con 36.301, sumando entre ambas un total de 70.445. En 2018, el aeropuerto de Santiago tuvo rutas directas con Milán Bérgamo, Milán Mal-

pensa, Roma, Frankfurt Hahn, Frankfurt Main y Múnich, sumando 198.524 pasajeros. Parece claro que hay una relación directa entre la evolución del Camino de Santiago y la del aeropuerto al menos en estos dos mercados.

- Estados Unidos se ha consolidado en los últimos años como el tercer país con mayor presencia en el Camino de Santiago, con un crecimiento acelerado a partir del año 2012, en el que pasó de 3.726 personas a 7.071, con un crecimiento del 90% solo en ese año. En 2018 alcanzó los 18.582 peregrinos y peregrinas.

Una de las causas principales del crecimiento del Camino de Santiago a partir de 2012 se debe a la película *The Way*, protagonizada por Martin Sheen y dirigida por Emilio Estévez (que contó con el patrocinio de la Xunta de Galicia y la colaboración de Turismo de Santiago de Compostela, entre otras entidades, a través del servicio de apoyo a rodajes en la ciudad, la Santiago de Compostela Film Commission), y que se estrenó a fines de 2010 en Estados Unidos.

La película tuvo una amplia difusión en círculos de potenciales interesados en el Camino de Santiago y ha sido y es hoy día una referencia mediante la cual muchas personas de Estados Unidos conocen el Camino de Santiago y lo conciben como un medio para conocer España y al mismo tiempo descubrirse a sí mismos.

- Irlanda se sitúa en séptimo lugar, con un crecimiento también constante a lo largo de los años. En este sentido, es des-

tacable que el aeropuerto de Santiago de Compostela cuenta con una ruta directa con Dublín desde 2007, que año a año ha ido ganado pasaje, con un tráfico de 44.024 personas en 2018 y que en 2019 será diaria por primera vez, con lo que previsiblemente se superarán los 50,000 pasajeros.

- El octavo país con mayor número de peregrinos es Corea del Sur, posiblemente el mejor ejemplo de la dimensión que tiene hoy día el Camino de Santiago y la que puede alcanzar en los años venideros. En el año 2004 apenas hubo 18 peregrinos procedentes del país asiático. Sin embargo, en el año 2018 fueron 5.665, situándose por encima de muchos países europeos con mayor tradición peregrina.

Uno de los motivos principales del importante crecimiento del Camino de Santiago en el mercado de Corea del Sur fue la publicación de tres libros sobre el Camino Francés, el Camino Portugués y la Vía de la Plata por parte de la periodista Kim Hyo Sun.

La repercusión de estos tres libros en Corea del Sur fue similar a la que tuvo en su momento el primer libro de Paulo Coelho, *Diario de un Mago (El peregrino de Compostela)*, que se publicó en 1987 y que sirvió de carta de presentación del Camino de Santiago en múltiples mercados a medida que el propio Paulo Coelho se fue convirtiendo en un fenómeno de ventas mundial.

Así por ejemplo, es indudable el vínculo existente entre este libro y el hecho de Brasil fuera en 2018 el noveno país con mayor número de peregrinos, justo tras Corea del Sur.

- En décimo lugar aparece Australia. También se trata de un mercado que ha vivido un importante crecimiento desde 2004, cuando tuvo 480 personas en el Camino. Se trata de un número muy elevado teniendo en cuenta la distancia existente entre Australia y España, las diferencias culturales y que la población del país, alrededor de 25 millones de personas, no es tan elevada en comparación con otros potenciales grandes mercados potenciales del Camino de Santiago.

En realidad, cada uno de los veinte países de este listado podría ser objeto de comentarios particulares, pero más allá de los datos concretos de cada uno de estos países, hay un dato que certifica que el Camino de Santiago es hoy día un fenómeno global, que ha convertido a Santiago de Compostela en un destino turístico internacional de primera magnitud, así como también a multitud de pueblos, ciudades y regiones por los que transcurre.

Este dato, proporcionado por la Oficina de Acogida al Peregrino, es el siguiente: en 2018 hicieron el Camino de Santiago personas procedentes de 177 países del mundo. Hay que tener en cuenta que la ONU reconoce la existencia de 194 países. Es decir, se puede decir casi literalmente que el Camino de Santiago es recorrido por personas de prácticamente todos los países del mundo.

V.3. Pernoctaciones en la ciudad

Los datos de evolución del Camino de Santiago indican las inmensas posibilidades que la ruta de peregrinación abre para el sector turístico de la ciudad. Pero el objetivo de Turismo de Santiago de Compostela en estos años no se redujo simplemente a promocionar la ciudad como destino del Camino de Santiago. El objetivo fue (y continúa siendo) promocionar la ciudad como un destino que va mucho más allá del propio Camino de Santiago.

Es decir, además de ser un destino religioso y espiritual, la ciudad se presenta como un destino en sí mismo, más allá del Camino de Santiago, con una ciudad histórica reconocida por la UNESCO como Patrimonio Histórico de la Humanidad, con una gastronomía atlántica excelente, con una amplia oferta cultural y de ocio, en un entorno seguro y verde; una ciudad joven gracias a los miles de estudiantes de múltiples procedencias que acoge la Universidad de Santiago de Compostela, que además es la capital de Galicia y sirve como punto central para conocer la región.

Precisamente por ello, la principal variable que se utiliza para medir la evolución turística de la ciudad, es la evolución de las pernoctaciones en los establecimientos hoteleros de la ciudad que recoge el INE (y en el que no se contabilizan las pernoctaciones de las personas que hacen el Camino de Santiago y duermen en albergues).

Esta variable nos permite comprobar cómo el atractivo de Santiago de Compostela por sus diferentes recursos se convierte

en un impacto económico directo en la economía de la ciudad.

A continuación se presentan los principales datos de pernoctaciones desde 2005, con el objeto de mostrar el peso creciente del turismo internacional en la ciudad en los últimos años, en consonancia con los datos que ya se han analizado tanto del aeropuerto de Santiago como del Camino.

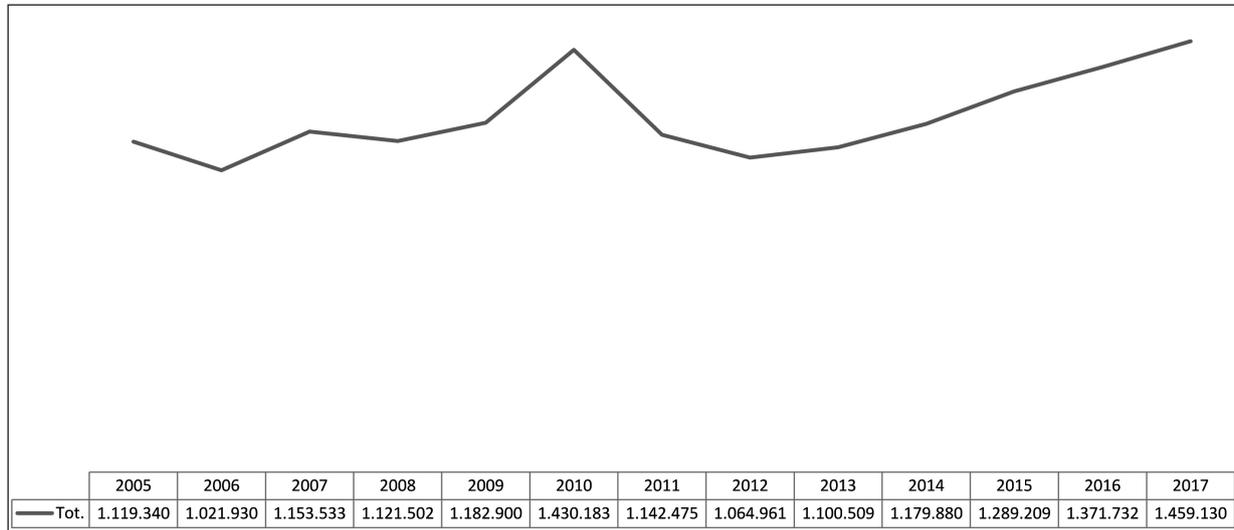
Antes es necesario apuntar que el análisis detallado de los datos del INE en cada momento, integrándolos en las tendencias que se pueden detectar y combinándolo con datos de otras fuentes, nos sirven de guía para la toma de decisiones estratégicas sobre cómo enfocar los recursos limitados con los que contamos.

V.3.1. Evolución de las pernoctaciones totales en Santiago de Compostela

Tal como se puede ver en el gráfico 6, el INE registró el máximo histórico de pernoctaciones en los hoteles, hostales y pensiones de la ciudad en 2017, con 1.444.919.

Entre 2005 y 2009 Santiago se movió entre 1.100.000 y 1.200.000 pernoctaciones anuales, con un descenso puntual en 2006. En el 2010, gracias al impulso del fenómeno Xacobeo vinculado al Año Santo, la cifra se elevó hasta 1.430.183, el máximo histórico hasta aquel momento. Sin embargo, tras el Xacobeo hubo un descenso importante en 2011 y 2012, en el que hubo cifras muy preocupantes para la ciudad, cayendo por debajo de los 1.100.000 pernoctaciones.

Gráfico 6
Pernoctaciones totales en Santiago de Compostela. 2005-2017



Esta situación además era muy preocupante porque la planta alojativa de la ciudad había crecido de un modo muy importante desde 2005, y si en aquel año 1.100.000 pernoctaciones podían mantener la rentabilidad del modelo, en 2012 ya no eran suficientes. En este sentido, hay que tener en cuenta que en julio de 2005 Santiago de Compostela tuvo 6.903 plazas de alojamiento disponibles, según el INE; mientras que en 2012 esta cifra se elevó hasta 7.955.

Es decir, entre 2005 y 2012 la oferta de plazas de alojamiento en hoteles, hostales y pensiones creció un 15%. Pero en el mismo periodo el número de pernoctaciones descendió un 5%. Como consecuencia, tras el éxito del Año Santo, el modelo turístico de la ciudad vivió unos años muy complejos durante los cuales fue necesario repensar el

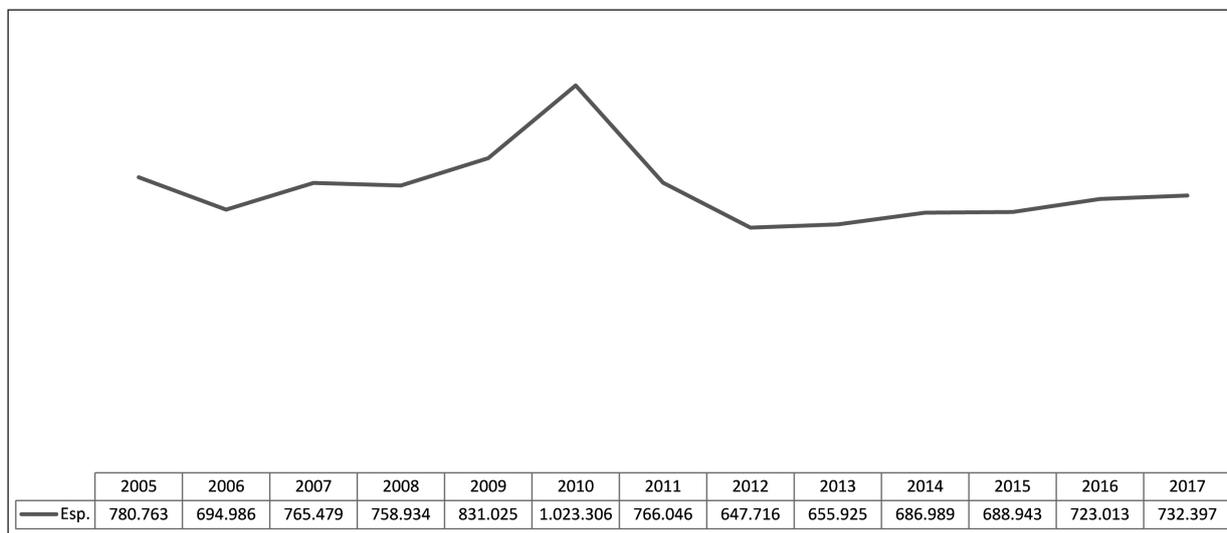
propio modelo para adaptarse a la realidad del momento.

En 2011 y 2012 se vio claro que el principal problema del modelo turístico de Santiago de Compostela era la excesiva dependencia que tenía del mercado español.

Tal como se puede ver en el gráfico 7, el turismo español sumó entre 2005 y 2009 más de 700.000 pernoctaciones anuales en la ciudad (salvo en el 2006, en el que se quedó a apenas unos miles de alcanzarlas). Esta cifra se elevó hasta más de un millón en el Año Santo 2010, certificando el atractivo del fenómeno Xacobeo en el mercado español.

Sin embargo, como consecuencia de la prolongada crisis económica española, el

Gráfico 7
Pernoctaciones de turistas españoles en Santiago de Compostela. 2005-2017



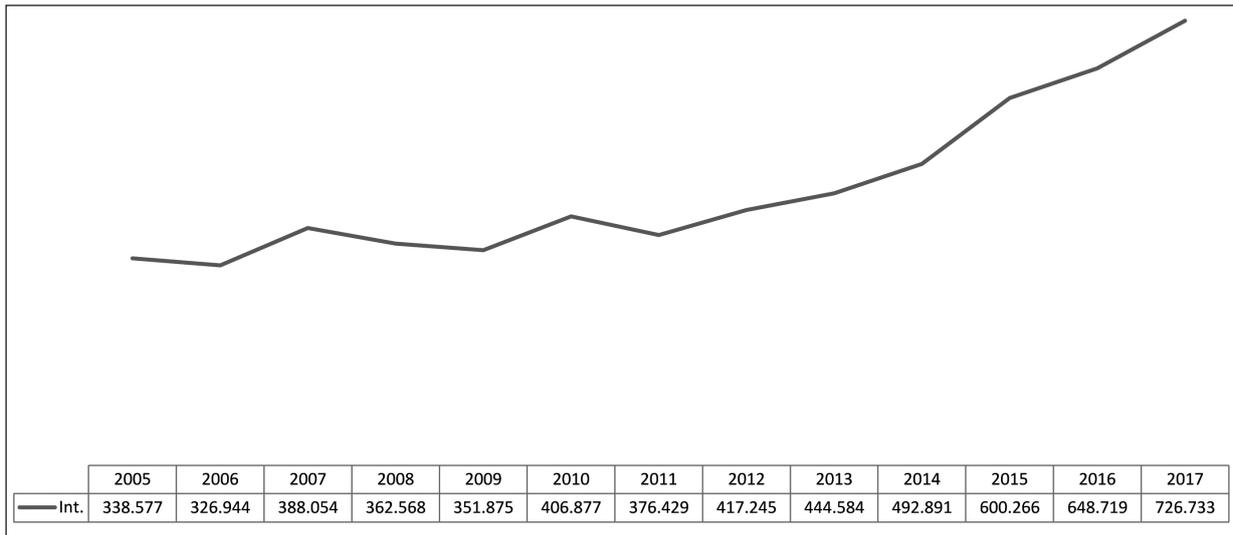
número de pernoctaciones bajó considerablemente en los años posteriores al Año Santo (que en buena medida fue un paraguas contra esa crisis económica que comenzó en 2008). Así en 2012 cayó hasta apenas 647.716, una cifra insuficiente para el modelo turístico que tenía la ciudad en aquel momento. De hecho, no fue hasta el 2016, una vez ya superada técnicamente la crisis económica española, no se volvieron a superar las 700.000 pernoctaciones de turistas españoles, y aun así en 2017 los datos fueron inferiores a los de diez años antes.

Los gráficos 6 y 7 muestran dos realidades aparentemente contradictorias. Por una parte, las pernoctaciones totales en la ciudad han marcado un máximo histórico en 2017, superando incluso los resultados del Año Santo 2010 sin contar para ello con un

efecto Xacobeo. Por otra parte, las pernoctaciones de turistas españoles están viviendo desde 2011 unos años muy complejos, quedándose por debajo de los datos previos al Año Santo 2010.

El gráfico 8 muestra la explicación que resuelve esta aparente contradicción. Tal como se puede ver, el número de pernoctaciones internacionales en la ciudad comenzó a crecer de un modo muy importante a partir del año 2012, en el que se consiguió un máximo histórico en la ciudad, superando incluso los datos del Año Santo 2010. Desde entonces el turismo internacional no ha dejado de crecer en la ciudad año tras año, marcando 6 records anuales consecutivos, hasta llegar a superar las 700.000 pernoctaciones en la ciudad en el 2017, frente a las 376.429 que hubo en 2011, gracias a un

Gráfico 8
Pernoctaciones de turistas internacionales
en Santiago de Compostela. 2005-2017



crecimiento acumulado de prácticamente el 90% en este periodo.

El cambio de modelo de la demanda turística de Santiago de Compostela en los últimos años, pasando de un modelo apoyado en un gran mercado a un modelo que se apoya en una diversidad de mercados, en el que el mercado español sigue siendo muy importante pero en el que también hay una presencia muy importante de otros grandes mercados internacionales, se puede ver claramente en el gráfico 9, en el que ve la evolución de la relación entre las pernoctaciones de turistas españoles y turistas internacionales desde 2005 hasta 2017.

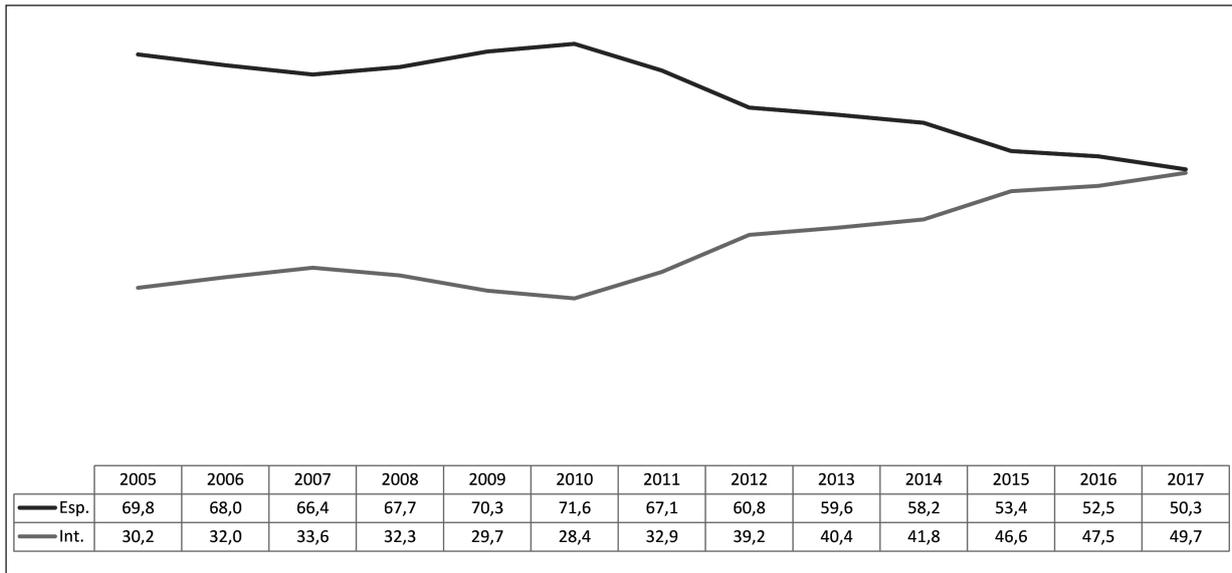
En 2005 prácticamente los turistas españoles generaban prácticamente el 70% de las pernoctaciones de la ciudad. En el Año

Santo 2010, el porcentaje se elevó hasta el 71,6%. Sin embargo, en 2017 este porcentaje bajo hasta un poquito más del 50%, equilibrándose prácticamente las pernoctaciones de los turistas españoles y los turistas internacionales en la ciudad.

Finalmente, cabe apuntar en este apartado que la evolución de las pernoctaciones internacionales en la ciudad son coherentes con los datos de evolución del tráfico de pasajeros en rutas internacionales directas en el aeropuerto de Santiago y también con los datos de evolución de peregrinos en el Camino de Santiago, en donde ya desde 2012 hay más internacionales que españoles.

La consecución de este modelo, mucho más diversificado que el precedente, y por tanto mucho más sostenible al no depen-

Gráfico 9
Porcentaje de pernoctaciones de turistas españoles
e internacionales en Santiago de Compostela. 2005-2017



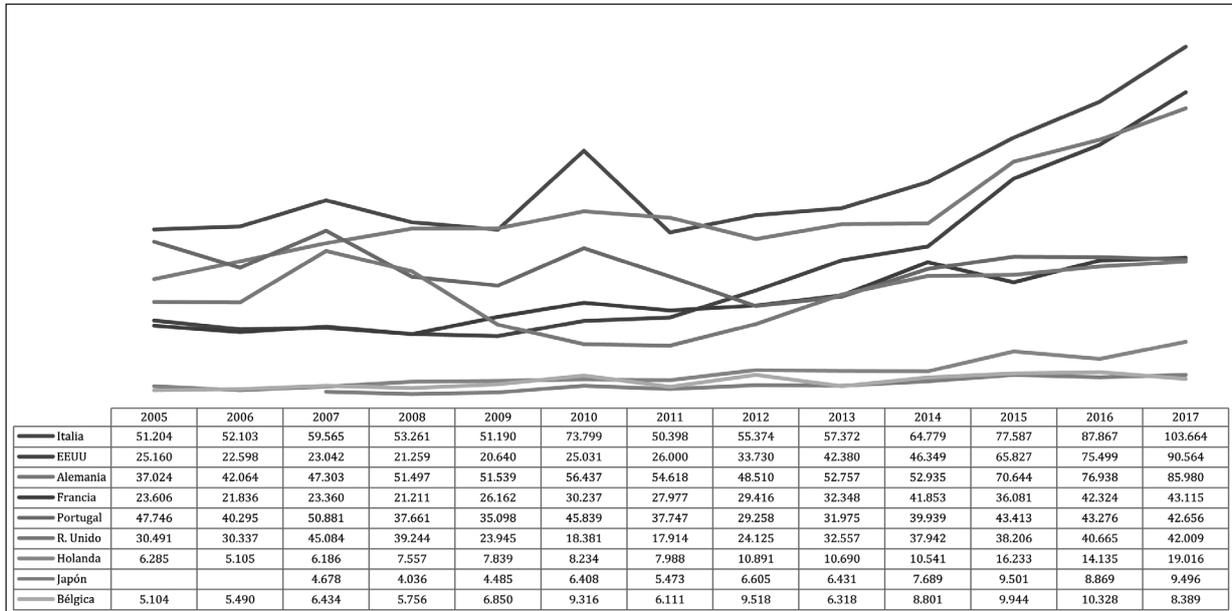
der de la situación económica concreta de un gran mercado, ha sido consecuencia de múltiples factores.

Pero cabe apuntar que desde Turismo de Santiago de Compostela se ha trabajado en los últimos años con el objetivo de alcanzarlo, ya que tras el Año Santo 2010 se vio claramente que depender en exceso del mercado doméstico era una carencia grave, que además no estaba permitiendo aprovechar todas las posibilidades de la ciudad. En este sentido, todas las estrategias y acciones que se desarrollan desde la entidad municipal de promoción turística, y que se recogen en sus planes de promoción y marketing anuales, están encaminadas a diversificar lo máximo posible la demanda turística de la ciudad.

Así, el gráfico 10 muestra la evolución de las pernoctaciones de los principales mercados turísticos internacionales de la ciudad, en donde se puede ver el crecimiento que ha habido en los últimos años. Hay que tener en cuenta que estos son datos del INE, que no recoge algunos mercados muy importantes para la ciudad, como por ejemplo el mercado irlandés, que desde Turismo de Santiago de Compostela estimamos que genera más de 40.000 pernoctaciones anuales en la ciudad.

El gráfico muestra que Santiago de Compostela tiene tres grandes mercados internacionales: Italia, Estados Unidos y Alemania, que entre sí suman 280.000 pernoctaciones. Cabe destacar especialmente el crecimiento de EEUU, que en 2017 fue el segundo

Gráfico 10
Pernoctaciones por países en Santiago de Compostela. 2005-2017



mercado internacional más importante para la ciudad, superando incluso a Alemania. Entre 2011 y 2017, las pernoctaciones de turistas estadounidenses pasaron de 26.000 a más de 90.000, un crecimiento muy considerable.

VI. AÑO 2018. EL IMPACTO DE LAS VIVIENDAS DE USO TURÍSTICO

El 26 de enero de 2017 la Xunta de Galicia aprobó el “Decreto por el que se establece la ordenación de apartamentos turísticos, viviendas turísticas y viviendas de uso turístico en la Comunidad Autónoma de Galicia”, que entró en vigor en mayo de ese año.

Este Decreto, en el Artículo 5 Punto 1, introduce la figura de las “viviendas de uso

turístico”, definida como “*las cedidas a terceras personas, de forma reiterada y a cambio de contraprestación económica, para una estadia de corta duración, amuebladas y equipadas en condiciones de inmediata disponibilidad*”.

A continuación apunta que “*Las viviendas de uso turístico podrán ser comercializadas, además de por las empresa turísticas reguladas, por los/las propietarios/as o la persona física o jurídica que los/las represente*”.

Es decir, el Decreto de la Xunta introduce la posibilidad de que las personas propietarias de pisos en Santiago de Compostela puedan participar en el mercado turístico de la ciudad de manera directa, aprovechando

las nuevas herramientas de promoción y comercialización a través de Internet, como Booking o Airbnb, que tienen una capacidad de difusión internacional de sus ofertas muy superior a la que puede tener la mayor parte de los hoteles, hostales y pensiones de la ciudad con sus propias herramientas.

El negocio de las viviendas de uso turístico tiene unos costes económicos y unas exigencias logísticas, técnicas y administrativas muy inferiores al negocio tradicional del sector turístico, por lo que las viviendas turísticas pueden ofertar unos precios más bajos que los establecimientos tradicionales.

En este sentido, las viviendas de alquiler turístico en Santiago de Compostela se configuran como una competencia muy fuerte para el sector tradicional, especialmente contra los hoteles de menor categoría, los hostales y las pensiones, que en la mayor parte de los casos no tienen capacidad para ofertar precios tan bajos como los que sí pueden ofrecer las viviendas de uso turístico.

VI.1. Plazas de alojamiento por tipología

El gráfico 11 recoge los datos de plazas de alojamiento inscritos en el Registro de

Gráfico 11
Plazas de alojamiento por tipología en Santiago de Compostela.
Abril 2017-Febrero 2019

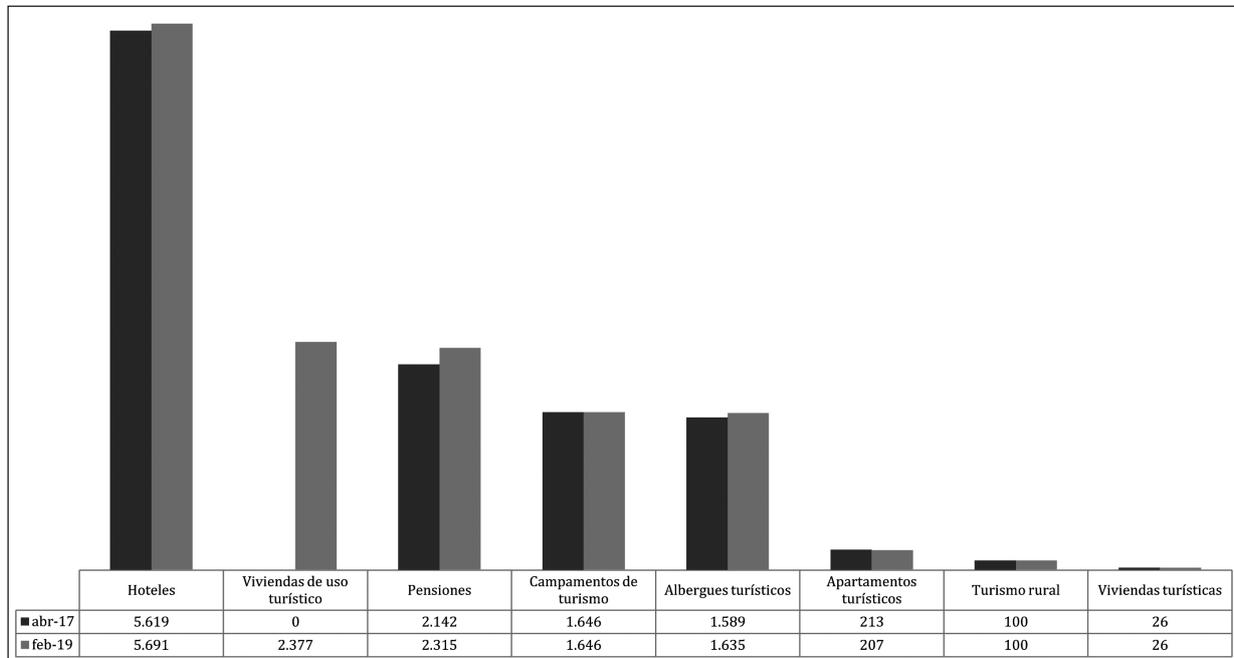


Gráfico 12
Plazas de alojamiento turístico en Santiago de Compostela por tipología. Abril 2017

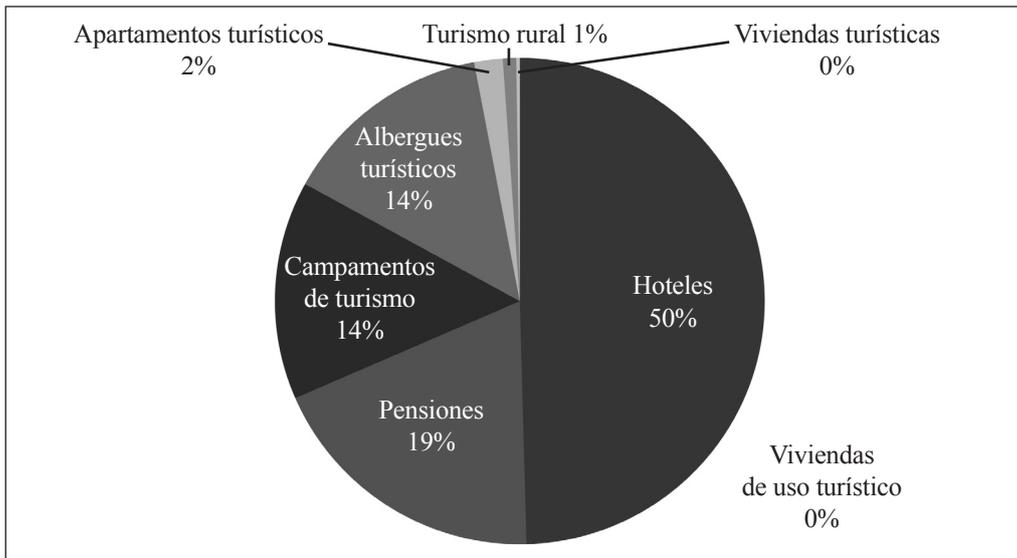
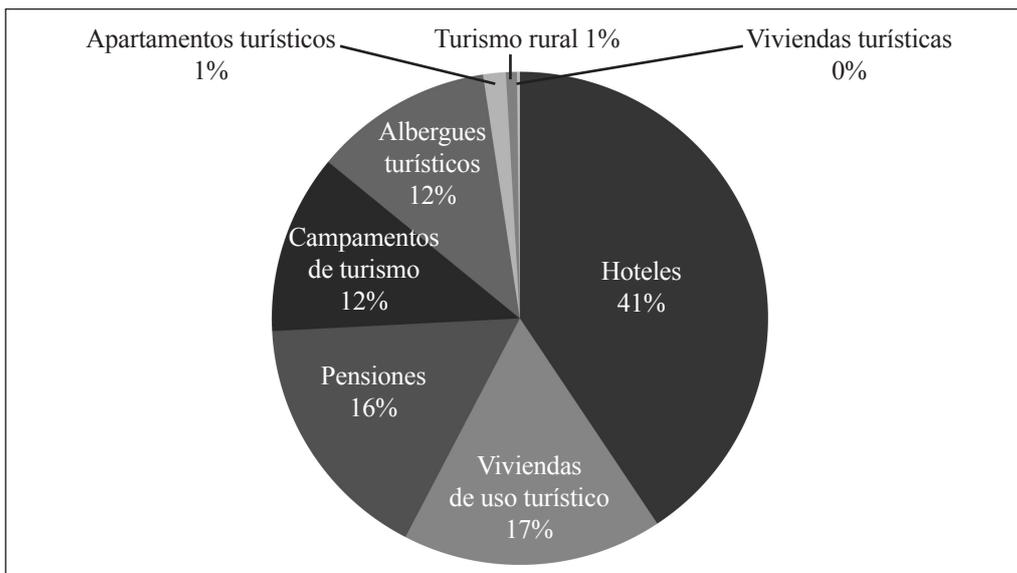


Gráfico 13
Plazas de alojamiento turístico en Santiago de Compostela por tipología. Febrero 2019



Empresas y Actividades Turísticas de Galicia, tanto en abril de 2017, antes de la entrada en vigor del Decreto de la Xunta, como en febrero de 2019, cuando ya ha pasado un tiempo mínimo para poder hacer una valoración precisa del fenómeno.

Los datos muestran claramente el impacto de este nuevo tipo de alojamiento en la ciudad. En abril del 2017, Santiago de Compostela tenía 11.335 plazas de alojamiento en las diferentes tipologías. En febrero de este 2019 Santiago de Compostela tuvo 13.997 plazas.

Es decir, en menos de dos años la oferta alojativa de la ciudad creció en 2.662 plazas, un 23,5% más, de las cuales 2.377 son de viviendas de uso turístico. En realidad, tal como muestran los gráficos 12 y 13, hoy la ciudad tiene más plazas en viviendas de uso turístico que en pensiones.

VI.2. Pernoctaciones en Santiago de Compostela en el año 2018

La aparición de las “Viviendas de uso turístico” introduce nuevos retos en la dinámica turística de la ciudad. Uno de ellos es poder contar con datos fiables que permitan analizar con precisión la situación turística de la ciudad para poder decidir y actuar sobre la misma, en la medida de los posible.

En este sentido, la encuesta de ocupación hotelera del INE se elabora en base a dos cuestionarios tipo. Uno se dirige a Hoteles de tres, cuatro y cinco estrellas; y el otro se dirige al resto de Hoteles de categoría inferior, Hostales y Pensiones. Por lo tan-

to, la encuesta no recoge datos relativos la ocupación en las viviendas de uso turístico, que actualmente representan en la ciudad el 17% de la oferta alojativa.

En base a esta circunstancia, actualmente los datos del INE por sí mismos no son tan precisos como eran hace un par de años para poder trazar la situación del sector turístico de la ciudad.

Por una parte, los datos del INE continúan recogiendo las pernoctaciones que se producen en la oferta alojativa tradicional en Santiago de Compostela y en este sentido sirven para ver la evolución de estas tipologías. En este contexto, el INE recogió para Santiago de Compostela 1.338.724 pernoctaciones en hoteles, hostales y pensiones en el año 2018, frente a las 1.444.919 del año 2018. Es decir, hubo un retroceso en las tipologías tradicionales de alojamiento.

Pero por otra parte, los datos del INE no recogen las pernoctaciones que se produjeron en las viviendas de uso turístico que, en base a su crecimiento exponencial en menos de dos años, cabe suponer que en el 2018 captaron un número considerable de pernoctaciones en la ciudad que restaron a las tipologías tradicionales de alojamiento.

En el año 2017, con el objeto de analizar el previsible impacto del alquiler turístico en la ciudad, desde Turismo de Santiago de Compostela se contrataron los servicios de Talk& Code, una empresa especializada en el monitoreo de la ocupación en las nuevas plataformas que permiten el alquiler turístico, como Airbnb. Según la estimación de

esta empresa, la ocupación media anual del alquiler turístico en la ciudad fue del 44%, tal como se puede comprobar en el estudio elaborado conjuntamente desde diferentes departamentos municipales que se puede consultar en la web de Turismo de Santiago de Compostela, www.santiagoturismo.com.

Asumiendo que la oferta media de plazas en viviendas de uso turístico durante el 2018 fue de 2.000 (en febrero de 2019 son ya 2.377) y que la ocupación media anual fue del 44%, esta tipología de alojamientos sumó 321.200 pernотaciones, con el que las pernотaciones totales en el 2018 en la ciudad fueron 1.659.924.

En cualquiera caso, tomando como base las tendencias de los últimos años del aeropuerto, del Camino de Santiago y de las pernотaciones registradas en el INE, considerando el gran crecimiento de las viviendas de uso turístico en la ciudad desde mediados del 2017, y aplicando una ocupación muy prudente del 25% que supondría 182.500 pernотaciones, puede decirse que en el 2018 se superó por primera vez 1.500.000 pernотaciones en la ciudad.

Más allá de las estimaciones que se hagan, la realidad es que las Viviendas de uso turístico captan actualmente un número relevante de pernотaciones en la ciudad, que compiten directamente contra las tipologías tradicionales del sector y que es necesario conocer lo mejor posible cómo afecta a la demanda turística de la ciudad.

En este sentido, cabe apuntar que desde Turismo de Santiago de Compostela se ha

tomado la decisión de transformar la *Encuesta del Perfil de la Demanda Turística* de la ciudad, que elaboraba cada año el Centro de Estudios Turísticos de la Universidad de Santiago de Compostela, por un *Estudio sobre el Turismo Internacional en Santiago de Compostela*, elaborado también por el CETUR.

Este nuevo estudio, que se hará por primera vez en 2019, supone partir de dos premisas: es fundamental conocer con precisión el comportamiento de los turistas internacionales en Santiago de Compostela; este conocimiento no tiene que ser solo cuantitativo, sino que ha de ser también cualitativo, es decir, no se ha de obtener a través de encuestas cerradas, sino a partir de entrevistas abiertas en las que las personas participantes puedan extenderse y transmitir la máxima información posible.

VII. CONCLUSIONES

A modo de conclusiones, nos gustaría destacar las siguientes ideas:

- Para gestionar correctamente un destino turístico es necesario conocer en cada momento la situación concreta del destino, basándose en los datos más fiables posible que podamos obtener sobre el mismo.
- Santiago de Compostela desarrolló un modelo de éxito en la primera década del siglo XXI, hasta el Año Santo 2010, en el que se superaron todas las marcas históricas de la ciudad.

- Tras el Año Santo 2010 el sector turístico de la ciudad se enfrentó a una grave crisis, debido a que el modelo exitoso anterior ya no era rentable. El principal problema era que ese modelo dependía en exceso del turismo español, y España vivía inmersa en aquellos años en una profunda crisis económica.
- A partir del 2011 Turismo de Santiago de Compostela se reforzaron los esfuerzos en la promoción internacional del destino a través de los planes anuales de promoción y marketing de la entidad municipal, con el objetivo de modificar el modelo de la demanda turística de la ciudad.
- Así, en el 2017, tras un periodo continuado de crecimiento, el turismo internacional alcanzó prácticamente el 50% de las pernoctaciones en Santiago de Compostela, cuando apenas seis años atrás apenas se quedaba en el 30%.
- Consideramos que el crecimiento del turismo internacional en los últimos años se debe en buena medida al esfuerzo promocional y de mejora de la conectividad aérea que se ha hecho de la ciudad desde Turismo de Santiago de Compostela.
- Hoy día continuamos trabajando en la internacionalización de la ciudad, pero tenemos también claro que otro de los grandes retos con el que nos enfrentamos es con el fenómeno de las Viviendas de uso turístico, que ya está transformando el modelo del sector alojativo y que consideramos que tendrá un impacto aún mayor en este modelo respecto al próximo Año Santo 2021.

NOTAS

(1) El artículo es un resumen de los resultados de los distintos planes de promoción y de marketing anuales desarrollados por este ente municipal.

