



Trabajo de fin de Grado.
Impacto Económico del Patrimonio Histórico Cultural.
Universidad Miguel Hernández.
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Orihuela.

El estudiante, de 4º del Grado en Administración y Dirección de Empresas.

Enrique Martínez Roca.

La tutora.

María José López Sánchez.



Índice

	<u>Páginas</u>
1- Resumen.....	3
2- Introducción y Finalidad del Trabajo.....	5
3- Estado de la Cuestión y marco teórico.....	6
3.1- El Patrimonio Histórico Cultural.....	6
3.2- Turismo Cultural.....	10
4- Objetivos y Metodología.....	14
5- Impacto Económico del Patrimonio Histórico Cultural.....	15
5.1- El Camino de Santiago.....	15
5.2 La Alhambra de Granada.....	22
6- Conclusiones y Recomendaciones.....	29
7- Fuentes y Referencias.....	41



1-Resumen.

El patrimonio histórico cultural, formado por bienes tanto tangibles como intangibles de gran relevancia para una cultura o pueblo en particular heredados del pasado, ha recibido en las últimas décadas una transformación en el modo que es visto. Ya no son simplemente vestigios de eras anteriores sino algo que puede tener su lugar en la sociedad y economía, gracias en buena parte a organizaciones como la UNESCO, que garantizan su protección y conservación para que las generaciones futuras las disfruten a través de la creación de la Convención del Patrimonio Mundial que desde 1972 se dedica a identificar y proteger el patrimonio cultural y natural que es considerado de valor excepcional.

Dicho esfuerzo para evitar la destrucción o pérdida del patrimonio cultural no ha hecho más que crecer en las últimas décadas con el aumento de iniciativas, proyectos y leyes que se han hecho continuamente tanto por gobiernos nacionales como por organizaciones plurinacionales como la UNESCO o la UE.

Otro fenómeno que ha afectado al patrimonio cultural es la aparición del “turismo cultural” refiriéndose al tipo de turismo en el que la propia oferta que atrae al turista está formada por las características y bienes culturales de un lugar. Dicho estilo de turismo ha generado una nueva función en la economía para el patrimonio cultural como algo que puede generar riqueza de diversas formas, lo que provoca de manera indirecta varias razones para que este se encuentre en buen estado y se le dé importancia a la conservación del patrimonio.

Este trabajo estará enfocado sobre la situación del patrimonio histórico cultural en la actualidad, su papel dentro del cada vez más popular turismo cultural y el tipo de impacto que tienen en la economía. Como metodología, se estudiará dos casos de éxito en turismo cultural en España como son el Camino de Santiago y el conjunto monumental de la Alhambra.

Con la búsqueda de información en libros, artículos periodísticos, páginas web y demás fuentes se pretende conseguir una comprensión mejor del uso del patrimonio histórico cultural para la generación de riqueza y qué clase de oportunidades y amenazas que este conlleva.



2- Introducción y Finalidad del Trabajo.

A lo largo de su historia, la humanidad ha mostrado la capacidad de ser creativa, de hacer todo tipo de obras artísticas heredadas de las distintas culturas y civilizaciones que han poblado nuestro mundo. Muchos de estos vestigios de nuestros antepasados forman parte de lo que se conoce como Patrimonio Histórico Cultural (García Lozano, 2019).

El Patrimonio Histórico Cultural es la muestra de la evolución del ser humano, de las distintas ideas, construcciones y tradiciones que se han transmitido desde el pasado a la actualidad. Está formado por un conjunto de recursos heredados de generaciones anteriores que las personas identifican, con independencia de a quién pertenecieran, como un reflejo de su historia y cultura.

Dicho Patrimonio puede estar representado de diversas formas, pudiendo ser monumentos, objetos, sitios arqueológicos, obras de arte y documentos históricos. También puede estar formado por recursos intangibles como el lenguaje, música, costumbres, mitos y leyendas.

A raíz del crecimiento de la importancia del Patrimonio Histórico Cultural ha aparecido el conocido como Turismo Cultural. El Turismo Cultural es aquel cuyos clientes se centran en conocer y disfrutar el patrimonio cultural de un lugar, siendo este el foco de la oferta turística.

El Turismo Cultural juega un papel importante en la preservación del Patrimonio, además de dar razones para mantenerlo en buen estado, puede ser usado para apoyar el desarrollo económico y social de una región. Existen otros factores como la satisfacción de los turistas o la promoción de eventos culturales que contribuyen al dar una razón de ser al Patrimonio.

Dicho uso del Patrimonio para generar riqueza y tener un lugar en la economía actual será el tema el cual se enfocará este Trabajo Final de Grado, más precisamente en el impacto que el Patrimonio Histórico Cultural puede tener en una localidad, región o país y su capacidad de contribuir a la economía. Los objetivos que se pretenden alcanzar son el analizar el impacto económico del Patrimonio en la actualidad e investigar las distintas formas con la que se consigue.

3- Estado de la Cuestión y marco teórico.

3.1- El Patrimonio Histórico Cultural.

Se entiende por patrimonio histórico cultural como el conjunto de bienes materiales e inmateriales, conocimientos, ideas, tradiciones y eventos heredados del pasado que muestran la evolución del ser humano a través del tiempo. Puede estar formado por elementos de diversa índole pasando desde gigantescos monumentos hasta danzas tradicionales.

Dentro de lo que se denomina como patrimonio, se puede encontrar una gran variedad de bienes muy diferentes entre sí. La división más generalizada es aquella entre la parte del patrimonio que es obra del hombre conocido como patrimonio cultural y la que es obra de la naturaleza llamado patrimonio natural (UNESCO, 1972).

El patrimonio histórico cultural está formado por los bienes culturales que tienen cierta transcendencia histórica, aunque esto no se limita a grandes monumentos o edificaciones ya que objetos que en el pasado fueran cotidianos también pueden adquirir esta distinción (Pérez, 2013).

A pesar de la heterogeneidad de los elementos calificados como patrimonio histórico cultural, todos ellos son considerados bienes con un valor excepcional que muestran el camino recorrido por la humanidad para llegar a la actualidad. Existen diversas distinciones que dan a un bien el título de patrimonio, pero la que dispone de más importancia y repercusión es la distinción otorgada por la UNESCO de “Patrimonio de la Humanidad”, que está dirigida a bienes que contengan dichas características antes mencionadas y les otorga un reconocimiento por parte de todos los pueblos del mundo independientemente del territorio en el que se encuentren.

El origen de esta distinción, se encuentra en el deseo de la UNESCO para promover, identificar y proteger el patrimonio cultural y natural por todo el mundo que culminó con la creación de la Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural en 1972. En la actualidad, este documento ha sido aceptado por 193 países, incluido España, lo que le da una aceptación casi universal.

La lista del patrimonio mundial está formada por 1.121 sitios en 167 países miembros de la UNESCO siendo 869 de ellos calificados como patrimonio cultural, 213 como natural y 39 mixtos. En España existen 48 sitios catalogados como Patrimonio de la Humanidad, siendo el tercer país que tiene más sitios con esa distinción por detrás de Italia y China. El patrimonio mundial en España está compuesto por 42 sitios culturales, 4 naturales y 2 mixtos entre los que se encuentran algunos de los lugares más destacados del patrimonio español como la Alhambra de Granada, la Catedral de Burgos y las obras de Antoni Gaudí en Barcelona (UNESCO, 2020).

Existen otras distinciones como el Sello del Patrimonio Europeo, otorgado por la Comisión de la Unión Europea a sitios relacionados con la historia europea con el objetivo de fomentar su accesibilidad y atención a los jóvenes, y la de Bien de Interés Cultural creada en la ley de Patrimonio Histórico Español de 1985, siendo esta la máxima distinción a nivel nacional que da a un bien un trato especial para su conservación a la cual se tiene que encargar la Administración Pública municipal a la que pertenezca.

Otra medida para fomentar la trascendencia del patrimonio cultural a nivel internacional, es la creación del Año Europeo del Patrimonio Cultural en 2018 con la idea de contribuir al acercamiento y cohesión entre los miembros de la Unión Europea con la creación de distintos eventos e iniciativas dirigidos a los más jóvenes con la intención de dar un enfoque más educativo al patrimonio cultural europeo (Comisión Europea, 2017).

Según el informe anual del Ministerio de Cultura y Deporte (2018) sobre los Bienes de Interés Cultural, en el año 2018 el conjunto de bienes inmuebles inscritos como Bienes de Interés Cultural fue de 17.621, aumentando un 0,2% desde 2017, de los cuales destacan los monumentos que representan un 78% del total de inmuebles inscritos. El número de bienes muebles inscritos como BIC en 2018 fue de 22.578, un descenso del 1,6% respecto a 2017, en el que destacan las Pinturas y Dibujos con un 34,5% de entre los bienes muebles inscritos.

A pesar del esfuerzo por parte de organizaciones nacionales e internacionales de crear medidas para proteger el patrimonio y fomentar su importancia en el intercambio cultural por todo el mundo, este sufre de varias amenazas que pueden perjudicar el estado de cualquier bien patrimonial. La UNESCO ya mostraba en la Convención de

Paris de 1972 preocupación por el posible daño que puede recibir el patrimonio no solo al ocasionado por la evolución de la vida social y la economía, pero también por otras causas como las guerras.

Anteriormente, se realizó la Convención de La Haya de 1954 dedicada a la protección de los bienes patrimoniales ante conflictos armados en la que se expresaba el daño que estos habían recibido en los conflictos más recientes e importancia de proteger el patrimonio mundial de todos los pueblos del mundo (UNESCO, 1954).

Hoy en día sigue habiendo conflictos armados en varias partes del mundo que han provocado daños significantes a diversos sitios históricos que pertenecen al patrimonio mundial de la UNESCO como los ocasionados a Palmira, Hatra, Nínive Nimrod y Tombuctú (El País, 2016).

Además de los conflictos armados, los bienes patrimoniales pueden estar amenazados por otros factores como su utilización en la especulación inmobiliaria, las catástrofes naturales y la manipulación política para ser utilizados de forma propagandística (Cachafeiro Bernal, 2018).

Debido a las distintas amenazas expuestas anteriormente, la conservación del patrimonio cultural conlleva realizar distintas acciones para garantizar que tanto nuestra generación como las venideras puedan disfrutar de su patrimonio cultural de forma sostenible. Ya en el siglo XIX Camilo Boito, un profesor italiano de arquitectura civil que se especializó en la restauración de bienes culturales, propuso en su *Carta de Restauro* 8 puntos indispensables a la hora de intervenir en la conservación del patrimonio cultural.

Estos 8 puntos son:

- 1- Diferenciar entre el estilo antiguo y el nuevo.
- 2- Diferenciar los materiales usados en la obra.
- 3- Supresión de los elementos ornamentales de la parte restaurada.
- 4- Exposición de piezas o restos que se hayan prescindido o eliminado del proceso de restauración.

- 5- Incisión en cada fragmento de renovado con un signo que indique la fecha y que se trata de una pieza nueva.
- 6- Colocación de un epígrafe descriptivo de la actualización realizada y expuesto en el propio bien.
- 7- Exposición de planos, fotos, y documentos donde se observe el proceso de la obra y publicación de las obras de restauración.
- 8- Notoriedad destacando el valor de lo auténtico y resaltando el trabajo realizado.

Dichos puntos tenían como objetivo mantener el valor histórico y arquitectónico de un bien cultural teniendo en cuenta también el entorno y contexto social en el que se encuentren. Los 8 puntos de Boito se usan como base para muchas leyes sobre restauración y conservación del patrimonio a nivel nacional e internacional incluido el Estado Español.

En respuesta a los peligros que amenaza la perduración de un bien cultural, existen varias medidas que las Administraciones Públicas pueden emplear como el concienciar a la sociedad de la importancia del patrimonio cultural a través de campañas educativas y eventos culturales entorno a estos bienes. La creación de un plan de intervención en caso de que un bien cultural se vea afectado por situaciones como las obras de un edificio cercano o un temporal fuerte que pueda dañar su estructura también se estima necesario para su cuidado.

En definitiva, el patrimonio histórico cultural goza en la actualidad de una gran atención a nivel mundial para garantizar su transmisión a futuras generaciones gracias a los esfuerzos por parte de organizaciones nacionales e internacionales, además del cambio de mentalidad de la sociedad ante su importancia para la transmisión de culturas e ideas. Aun así, se debe seguir trabajando para que los peligros que aún perduran sobre el patrimonio no lo acaben destruyendo, lo que supondría una pérdida de valor para la humanidad muy grave.

3.2- Turismo Cultural.

El Turismo Cultural está definido por la Organización Mundial del Turismo (2020) como “El tipo de actividad turística en el cual la motivación principal del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir el atractivo o productos turísticos tanto tangibles como intangibles de un destino turístico”. Es el tipo de turismo en el que su oferta turística está centrada en los aspectos culturales de un destino.

Esta clase de turismo ha incrementado en popularidad en los últimos años teniendo cada vez más y más impacto en la economía, llegando a estar cerca del 37% del total del sector turístico y teniendo un crecimiento anual del 15% según la Organización Mundial del Turismo (Porras, 2018).

En 2018, según el Ministerio de Cultura y Deporte (2018) el 14,5% de los viajes realizados por ocio, recreo o vacaciones de los residentes en España fueron iniciados por motivos culturales formando un total de 14,6 millones de viajes. Con los turistas internacionales el porcentaje de viajes relacionados con motivos culturales principalmente fue del 17,5% de los viajes realizados por ocio, recreo o vacaciones con 12,6 millones de viajes.

En cuanto a gasto en Turismo Cultural, los residentes de España gastaron en 2018 7.726,4 millones de euros mientras que los turistas internacionales gastaron 13.341,1 millones.

Tanto la demanda como la oferta han ido en aumento en las últimas décadas para el Turismo Cultural cuyo significado ha evolucionado más allá de lo relacionado con el Patrimonio Histórico. Existe varias razones que explica el aumento de personas que hacen este tipo de turismo, siendo las más destacadas los mayores niveles de educación, el aumento general del interés en la cultura, el envejecimiento de la población que genera mayor demanda de productos y experiencias culturales, nuevos mercados emergentes turísticos como China o Rusia y la mayor promoción de la conservación del patrimonio (García López, 2016).

En cuanto al perfil del turista cultural, las características más comunes son que tiene estudios de nivel superior, se encuentra entre los 20 y 30 años, dispone de un gran poder adquisitivo y viajan de manera frecuente (Soro, González Meza y Leal Londoño, 2018).

Sin embargo, no todos los turistas que visitan patrimonio histórico y cultural lo hacen siendo este su motivación principal. En el 24,2% de los viajes realizados por residentes en España hubo alguna actividad cultural hecho que se repite en el 37% de los viajes realizados por entrada de extranjeros.

A diferencia de otros tipos de turismo, el cultural contiene un sinnúmero de elementos que lo componen. Históricamente el turismo cultural se había asociado con la visita a monumentos o edificios de gran importancia para la historia de un pueblo, pero su significado se ha extendido más allá hasta incluir el disfrute de las distintas facetas que contiene una cultura, es decir, ya no se trata solo de ir a un lugar y visitar su patrimonio histórico sino de también disfrutar su gastronomía, ir a una fiesta tradicional o aprender sus costumbres (García López, 2016).

Esto es debido a que el turismo cultural no es solo una actividad de ocio, es además la búsqueda de la inmersión en un entorno que es desconocido para el turista, el adentrarse en una experiencia que resulte más auténtica y extensa muy diferente a otros tipos de turismo como puede ser el vacacional o el rural. Un turista cultural tiene como objetivo principal el conocimiento de la población local, de sus costumbres, su forma de vida, su idioma e historia con la intención de satisfacer un deseo de descubrir otra realidad (Mallor, Gonzalez-Gallarza Granizo y Fayos Gardó, 2013).

Pero el deseo de hacer turismo cultural no es algo exclusivo de un turista con un interés primordial en los aspectos culturales de su destino, sino que cualquier tipo de turista o visitante puede disfrutar de la oferta cultural y ayudar a su promoción. Según el Ministerio de Cultura (2018) en 2018 el 24,2% de los viajes realizados por residentes en España se realizaron actividades culturales mientras que en las entradas de extranjeros a España ese porcentaje fue del 37,2%.

El interés en el turismo cultural se puede manifestar de varias formas debido a la heterogeneidad de los elementos que lo componen como de las personas que muestran interés en ellos. Debido a esto, muchos autores se han dedicado a clasificar tanto el turismo cultural como a los turistas que buscan ofertas culturales, siendo un ejemplo de ellos el realizado por el profesor Greg Richards en el que divide las actividades culturales según dos dimensiones: una basada en la *forma* con la que se transmite los recursos materiales, pudiendo ser del *presente* o del *pasado*, y otra basada en la *función*

que se le da a la actividad si es destinada al *entretenimiento* o a la *educación* (Richards, 2001).

Cuadro 1: Tipología de turismo cultural según Richards (2001)

Forma	Presente	<p>Clases de idioma</p> <p>Vacaciones creativas</p>	<p>Entretenimiento</p> <p>Festivales de arte</p>	3
	2	<p>Exposiciones de arte</p>	<p>Parques temáticos</p>	
Pasado	1	<p>Galerías de arte</p> <p>Museos</p> <p>Monumentos</p>	<p>Festivales de Folklore</p> <p>Atracciones basadas en el patrimonio</p>	4
		<p>Desfiles históricos</p>		
		Educación	Función	Entretenimiento

Fuente: ¿Qué es y cómo se mide el turismo cultural? Un estudio longitudinal del caso español. *Revista Pasos*. 11(2) Pag 272.

Como se ha explicado anteriormente, el turismo cultural no es algo homogéneo que interese a un tipo específico de turista. Además de aquellos turistas que su interés principal es la cultura, existen otros tipos como el turista cultural fortuito que no planifica su viaje con motivos culturales, pero que se involucra en la oferta cultural de su destino una vez la encuentra, o el turista cultural casual que se involucra en los aspectos culturales, pero de forma desinteresada (Carlos García, 2015).

Junto a la evolución y cambios que ha sufrido el turismo cultural, también han aparecido distintos subtipos o nichos dentro del mercado. Ya que como el turismo cultural engloba todos los aspectos culturales de una región, existen algunos turistas que muestran gran interés en elementos específicos de una cultura, creando tipos de turismo enfocados a esos elementos como el turismo gastronómico, centrado en la gastronomía típica del destino turístico, el turismo de aprendizaje que junta el aprendizaje de una

lengua con el lugar de estancia o el turismo espiritual, generado por un interés religioso (Carlos García, 2015).

Pero el turismo cultural no es algo que se encuentre aislado del resto de la sociedad, sino que sus resultados pueden afectar a otros ámbitos de esta. Algunas de estos ámbitos son la economía, al favorecer la creación de empresas y ampliar las oportunidades de negocio, la cultura, debido a la creación de un espacio donde se intercambian información y conocimientos entre los turistas y la población anfitriona, y lo social por el factor de transformación que trae el turismo cultural y dinamiza el intercambio intercultural entre el turista y la población receptora (Terry, 2019).

El deporte también es otro elemento con el que puede relacionarse el turismo cultural en ocasiones, al convertirse en un canal por el que los visitantes que se dirija a una ciudad por un evento deportivo decidan visitar un monumento o museo durante su estancia. Un ejemplo de esto es el incremento que tuvieron las visitas a eventos culturales durante las Olimpiadas de Invierno de 2018 que se celebraron en Corea del Sur (Soro, González Meza y Leal Londoño, 2018).

Un fenómeno que en los últimos años ha empezado a ser cada vez más cotidiano, es el uso de la tecnología para mejorar la experiencia de los turistas en el turismo cultural. Según la OMT (2018) “La innovación y la tecnología son factores rompedores, esenciales para fomentar este segmento turístico, que favorecen la creación de condiciones propicias susceptibles de mejorar la gobernabilidad, la competitividad y la preservación de los recursos naturales.”

Con el uso de la tecnología sobre el turismo cultural se busca un acercamiento y accesibilidad mayores además de facilitar su preservación para futuras generaciones. Un buen ejemplo es la creación de la página web www.españaescultura.es por parte del Ministerio de Cultura y Deporte, dando la oportunidad de ver en 3D y desde el ordenador algunos de los monumentos más emblemáticos de la geografía española como La Alhambra de Granada.

En definitiva, el turismo cultural es un ámbito que puede otorgar una gran contribución a la economía y al desarrollo de la sociedad actual no solo con la generación de riqueza sino también con el intercambio de ideas, modos de vida, costumbres y tradiciones que fomentan la cohesión entre personas pertenecientes a distintos países o culturas.

Según Terry (2019) el turismo cultural dispone de varios *beneficios* que puede atraer a una población, entre los que destacan:

- Favorece la creación de empleo estable y especializado en el sector turístico y cultural.
- Promueven la creación de empresas y entidades que presten servicios turísticos.
- Aumenta el interés de los habitantes en recuperar costumbres, tradiciones y creencias locales que refuerzan la identidad del territorio.
- Aporta un valor añadido al destino turístico dándole diferenciación frente a la competencia.
- Consolida la creación de políticas, proyectos y programas conjuntos entre el sector turístico y el cultural.
- Genera recursos económicos que pueden usarse para el mantenimiento, protección y difusión del patrimonio.
- Facilita la creación de sinergias entre la población local y la visitante.

Sin embargo, el turismo cultural tiene la capacidad de propagar la aparición de diversos problemas sobre la población local y los bienes materiales más atractivos si esta no lleva consigo una gestión y planificación adecuada. Entre estos problemas podemos encontrar la masificación de turistas, la pérdida de autenticidad con los bienes patrimoniales y la violación de derechos del patrimonio cultural.

4- Objetivos y Metodología.

Los objetivos principales que se pretenden alcanzar con este trabajo son el analizar cuán grande es la contribución del patrimonio histórico cultural en la economía, conocer los métodos más efectivos para generar riqueza con el patrimonio histórico y descubrir cómo se puede desarrollar dicha contribución para que sea más sostenible. El alcanzar estos objetivos nos ayudará a tener una perspectiva más clara sobre aquellos elementos que han propiciado a que el patrimonio histórico cultural tenga su lugar en la sociedad moderna para contribuir a la economía, bien sea a través de eventos entorno a estos, su atracción para los turistas que tienen a lo cultural como razón principal para su visita o su capacidad de transmitir durante generaciones ideas, formas de vida y tradiciones.

La metodología que se seguirá para la realización del trabajo, su búsqueda de información y eventualmente alcanzar los objetivos propuestos, será el método del caso con una recopilación de información en artículos, libros y datos estadísticos centrado en dos casos de patrimonio histórico en territorio español de éxito como son el Camino de Santiago y la Alhambra de Granada.

La idea de lo que se considera o no patrimonio, el cómo utilizarlo para generar riqueza y que dicho uso sea sostenible son temas que disponen de muchos puntos de vista diferentes provenientes de autores de diversa índole y métodos de razonamiento, por ello el obtener la máxima cantidad de información disponible proveniente de fuentes muy diferentes entre sí se considera algo esencial para que este trabajo sea lo más fiable posible.

Con la recogida y entendimiento de esa información, se espera conseguir un mayor acercamiento a la situación de los bienes patrimoniales a nivel nacional para así saber en qué aspectos se encuentran con ventaja respecto a otras industrias o tipos de turismo y en cuales son más débiles.

5- Impacto Económico del Patrimonio Histórico Cultural.

5.1- El Camino de Santiago.

En el siglo IX, se descubrió en un paraje de la actual Galicia conocido por aquel entonces como *Campus Stellae* la supuesta tumba del apóstol Santiago quien según la tradición medieval fue quien trajo el cristianismo a la península ibérica tras la muerte de Jesús de Nazaret. Dicho descubrimiento hará no solo la edificación de una nueva ciudad entorno al lugar, sino la creación de un extenso camino que recorrerá el norte de España para pasar por los Pirineos hasta el sur de Francia para después desperdigarse en un sinnúmero de desviaciones por toda Europa y por el que viajaran peregrinos provenientes de distintos lugares, que trabajen distintos oficios y hablando diferentes idiomas pero que estarán unidos bajo una misma fe religiosa y un mismo objetivo, llegar a la ciudad de Santiago de Compostela a través del que será conocido como el Camino de Santiago.

El Camino de Santiago, a pesar de ser conocido popularmente con ese nombre, no se trata de un solo camino lineal con un único principio y fin sino una serie de rutas que recorren el continente europeo creadas a partir del siglo X cuando las noticias de la existencia de la tumba del apóstol Santiago se extendieron por Europa llevando a la

creación de un tercer centro espiritual para el mundo cristiano, junto a Roma y Jerusalén, al que peregrinar, Santiago de Compostela. Las rutas que forman el Camino de Santiago son muy numerosas pero la más conocida es el denominado “Camino Frances” que comienza en Roncesvalles al sur de Francia.

A diferencia de otros bienes patrimoniales, el Camino de Santiago no se encuentra en una sola ubicación ni se trata de algo totalmente tangible o intangible. Este se trata de un conglomerado de rutas y lugares repartidos por su trayecto donde pueden encontrarse desde frondosos valles hasta ciudades históricas como Pamplona, Burgos o la propia Santiago de Compostela.

Los peregrinos que se dedican a recorrerlo tampoco lo hacen con la intención de llegar lo más rápido posible a su final, sino que pretenden disfrutar dicho recorrido visitando cada pueblo, valle, bosque, puente o edificio de antaño que lo rodea. Básicamente está visto por muchos peregrinos como una escapada de la rutina, de la vida cotidiana, durante el Camino de Santiago no hay nadie que te marque el ritmo, mande o decida por ti dando la posibilidad de experimentarlo de manera auténtica (Granero Gallegos, 2010).

El Camino de Santiago fue incluido en la lista del Patrimonio Mundial en el año 1993, más precisamente a lo que fueron los dos itinerarios más importantes de la peregrinación cristiana, el Camino Francés y los Caminos del Norte de España. Anteriormente ya había recibido en 1987 por parte del Consejo de Europa el designio de Itinerario Cultural Europeo, un reconocimiento que se otorga a rutas, recorridos y trayectos que cumplen con una serie de valores de interés social y cultural, lo que le dio una importante proyección internacional. Otro reconocimiento más reciente fue el Premio Príncipe de Asturias de la Concordia en 2004 por “ser un lugar de peregrinación y de encuentro entre personas y pueblos, que, a través de los siglos, se ha convertido en símbolo de fraternidad y vertebrador de la conciencia europea” (Granero Gallegos, 2010).

Dicho reconocimiento de Itinerario Cultural, fue el primero en su categoría y formaba parte del intento de revitalización del Camino de Santiago que se empezó a realizar a mediados del siglo XX. La creación de las primeras asociaciones jacobeanas de París (1950) y Estella (1963) además de la celebración de los años santos en 1965 y 1971 contribuyeron a que el Camino volviera a recibir cierta atención.

Otros hechos que ayudaron a la revitalización del Camino de Santiago fueron la labor de Elías Valiña para señalar el Camino Francés con flechas amarillas y recuperar numerosos tramos que se habían perdido, y la peregrinación del papa Juan Pablo II en 1982.

Durante ese periodo, también aumento la aparición de Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago, tratándose de instituciones sin ánimo de lucro dedicadas al estudio de la historia del Camino de Santiago, así como su señalización, promoción de viajes, creación de eventos y conferencias además de instar a Administraciones Publicas y a la iglesia a mantener en buen estado las rutas del Camino. Actualmente existe en España la Federación Española de Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago que agrupa a la mayoría de estas asociaciones y se dedica a la creación de eventos e iniciativas entorno al Camino de Santiago, cuenta actualmente con 6.040 socios repartidos por todo el territorio español.

Colaborando con la Federación Española de Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago se encuentran un total de 51 albergues repartidos por las distintas rutas del Camino con la labor de hospedar y dar descanso a los peregrinos, que sumaron en 2019 un total de 292.641 de pernoctaciones (Federación Española de Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago, 2019).

Un hecho que se ha relacionado con el Camino de Santiago es el Año Santo Jacobeo, denominados así aquellos años en los que el 25 de Julio que corresponde al día festivo dedicado al Apóstol Santiago, cae en domingo. En los cada Año Santo Jacobeo el número de peregrinos alcanza cifras enormes, el último de estos fue el 2010 donde llegaron a recorrer el camino unos 272.417 peregrinos (Oficina del Peregrino, 2010).

Los peregrinos que recorren el Camino de Santiago actualmente van más allá de la simple búsqueda de espiritualidad, existiendo actualmente diversos motivos por los que eligen recorrerlo. Hoy en día un 70% de los peregrinos recorren el Camino de Santiago buscando una experiencia personal y vivencial, destacando también un 59% que lo realiza por el arte y la cultura que rodea al camino y un 57% que busca alejarse de la vida cotidiana, en cuanto a los que recorren el Camino de Santiago por motivos religiosos forman un 35% de los peregrinos (Granero Gallegos, 2010).

En las características de los peregrinos que han recorrido el camino también podemos encontrar una gran variedad en cuanto a nacionalidad, edad o forma en la que se ha realizado el viaje. La Oficina del Peregrino en Santiago de Compostela se dedica a recoger datos de los peregrinos que han llegado al final del trayecto y a registrarlos en las “credenciales del peregrino” para después otorgarles la “Compostela”, el certificado oficial de la peregrinación.

Conforme a las estadísticas de la Oficina del Peregrino, en 2019 los 347.585 peregrinos que llegaron a Santiago de Compostela tenían estas características:

-Según el país de origen, destacan los 146.356 peregrinos que provienen de España, 28.749 de Italia y 26.167 de Alemania. Destacan también, por su procedencia, los 20.652 peregrinos de los Estados Unidos y los 8.224 de Corea mostrando que el deseo de peregrinar por el Camino de Santiago va más allá de Europa.

-Según las Comunidades Autónomas de España, Andalucía es la que más peregrinos tiene con 33.156 seguido de Madrid con 27.683 y la Comunidad Valenciana con 17.830.

-Entre los medios que se utilizaron para recorrer el Camino, el ir a pie fue el más popular con 327.288 peregrinos mientras unos 19.563 decidieron ir en bicicleta.

-Dentro de las rutas para peregrinar, el Camino Francés, como ha sido siempre tradicionalmente, es el más concurrido con 189.940 peregrinos que pasaron por él. Otras rutas destacadas son el Camino Portugués con 72.357 peregrinos y el Camino del Norte con 19.021.

-Por sexos, 177.803 fueron mujeres y 169.782 hombres.

-Por edades, 189.508 se encontraban entre los 30 y 60 años mientras hubo unos 92.974 que tenían menos de 30 años y 65.103 que tenían más de 60 años.

Con el resurgimiento masivo en las últimas décadas de la peregrinación por las cuantiosas rutas del Camino de Santiago, atrayendo no solo a él a españoles sino también a extranjeros provenientes de otros países de Europa, América o Asia. Este flujo grandísimo de personas que no solo ejercen el papel de peregrinos, sino también el de turistas culturales a conducido a la creación de múltiples iniciativas que buscan expandir la experiencia que da en sí el Camino de Santiago.

Uno de estas iniciativas fue el programa cultural Xacobeo, aprobado por el Parlamento de Galicia en 1991 con el objetivo de juntar los esfuerzos de las fuerzas políticas, civiles y eclesiásticas para la regeneración física, cultural y económica del Camino de Santiago. Con ello se ha conseguido dar una imagen internacional a Galicia, el Camino de Santiago y al Año Santo Compostelano además de dar en cada una de sus ediciones un beneficio considerable a la economía gallega.

La última edición de este programa fue en 2010, coincidiendo con el Año Santo Jacobeo, en la que se pretendía dar más atención al peregrino y mejorar la red de albergues. También se realizó una multitud de eventos culturales bajo la marca Xacobeo en Galicia con la idea de hacer llegar a todos los nichos posible de clientes interesados en lo cultural, estos eventos incluían conciertos y festivales de música, exposiciones de arte y espectáculos teatrales entre otros.

Al final el programa Xacobeo 2010 resulto un éxito gracias a su gran cobertura publicitaria tanto en España como en el extranjero haciendo llegar a Galicia casi 10 millones de visitantes entre los que se incluyen unos 270.000 peregrinos. Dicho programa fue también un éxito en internet con el gran número de visitas que tuvieron la distintas las distintas páginas dedicadas a Xacobeo 2010, llegando a haber casi 2 millones de visitas en la página oficial.

El progreso que se ha tenido sobre la promoción, conservación y continua mejora de la experiencia del Camino de Santiago por parte de grupos públicos y privados en las últimas décadas, han convertido a este en el principal generador de riqueza del sector turístico gallego que representa el 12% de su PIB y en el que los peregrinos del Camino de Santiago representan el 2,3% del gasto turístico de toda la comunidad autónoma. El impacto económico de cada peregrino se estima que es alrededor del doble que el de un turista normal y centra su consumo en bienes y servicios locales dando generando un efecto multiplicativo en la actividad local (Vázquez, 2019).

Dicho gasto además no se encuentra concentrado en ciertos lugares, sino que está repartido por las varias localidades que recorren el Camino lo que beneficia a poblaciones del entorno rural a tener una fuente de ingresos estable.

De este modo el Camino de Santiago y su resurgimiento como una oferta turística única, ha traído una dinamización de los distintos sectores sobre los que se apoya. En

hostelería, por ejemplo, de las más de 167.000 plazas hoteleras unas 66.900 están entorno a los caminos (Vázquez, 2019). En el sector del transporte también resulta relevante debido a la importancia de mantener en buen estado las rutas del Camino y para dar a los peregrinos más facilidad a la hora de desplazarse.

Se debe destacar también que a diferencia de en otros Patrimonios de la Humanidad, el Camino de Santiago apenas sufre de la masificación turística típica del turismo cultural. Este además ha ayudado a descender la pérdida de población en la Galicia rural, contribuyendo a la economía de las poblaciones más humildes que se sitúan en el recorrido del Camino con la construcción de albergues para acoger a los peregrinos.

El éxito del Camino ha contribuido a la creación de empleo especialmente sobre los sectores de restauración y transporte, llegando el número de afiliados de la Seguridad Social en marzo de 2019 a los 77.494 afiliados en los servicios de alojamiento, comida y bebida (Vázquez, 2019).

En cuanto a gasto, en 2017 el gasto total de todos los peregrinos supero los 300 millones de euros, un 6,8% más que el año anterior. Individualmente, el peregrino gasta de media unos 1.001 euros durante el viaje (Rodríguez, 2019).

Pero Galicia no es el único lugar del que se beneficia económicamente del Camino de Santiago, ya que el itinerario de sus rutas pasa por varias Comunidades Autónomas y provincias de la geografía española. En la provincia de León durante 2017, pasaron unos 100.000 peregrinos con unas 600.000 pernoctaciones y dejaron 20 millones de euros en gasto durante su estancia (Diario de León, 2018). Mientras que, en Navarra, el Camino de Santiago llego a generar unos 17,3 millones de euros anuales (Hosteltur, 2019).

En cuanto a dinero dejado en poblaciones por los peregrinos, destacan aquellas por las que pasa la ruta y se encuentran cerca de Santiago de Compostela, embolsándose la propia ciudad unos 63,8 millones de euros en 2016 mientras que otras localidades gallegas quedaron muy lejos de esa cantidad como como Sarria que recibió unos 4,5 millones y O Cebreiro unos 3,3 millones (Rodríguez, 2018).

Otras ciudades que no se encuentran dentro de la ruta, pero que son puntos de partida en el camino también reciben un cuantioso gasto de los peregrinos que se preparan para realizar el trayecto. Aquí se destaca Madrid, que es la ciudad fuera del Camino de

Santiago que más inversión recibe siendo esta en 2017 de unos 4,3 millones de euros, además de otras ciudades donde el gasto supero en el millón de euros como Barcelona, Valencia y Sevilla (Rodríguez, 2018).

De las distintas rutas que forman el Camino de Santiago, en el trayecto entre O Cebreiro y Santiago de Compostela los peregrinos dejaron a su paso unos 39,5 millones de euros (Rodríguez, 2018). Otros trayectos que también fueron muy lucrativos son los que hay entre Sahagún y Foncebadón en la provincia de León con unos 14,6 millones y el camino entre Redecilla del Camino e Itero del Castillo en Burgos con unos 9,2 millones de euros que dejaron los peregrinos (Rodríguez, 2018).

En definitiva, se puede apreciar que el Camino de Santiago desde su recuperación en las pasadas décadas con la revitalización de su importancia cultural e histórica, los esfuerzos por parte de organizaciones públicas y privadas para mejorar la experiencia de este y los cambios que ha sufrido el sector turístico con la aparición de diversos nichos e modalidades de disfrute de lo cultural, han hecho que hoy en día las distintas rutas que en antaño fueron recorridas por peregrinos tratando de llegar a la tumba del apóstol Santiago buscando la bendición de este o el cumplimiento de un deber espiritual se haya convertido en un híbrido entre una oferta cultural única y el deseo existente en cada persona de olvidar por un tiempo la rutina y aventurarse a hacer un viaje donde predomina la tranquilidad, el compañerismo entre viajeros y la hospitalidad.

Sin embargo, el Camino de Santiago no se encuentra libre de problemas o peligros. Para los peregrinos, está la posibilidad de que se les roben sus pertenencias en los albergues y que sean atropellados cuando viajen por carretera además de ser conveniente el venir preparado tanto llevando lo imprescindible como estando en buena forma, debido a lo arduo que resulta realizar el camino.

Mientras que, en el Camino de Santiago en sí, siguen existiendo complicaciones como la falta de señalización y falta de cuidado de las rutas, lo que dificultan la travesía, la poca coordinación entre las distintas poblaciones por las que transcurre el camino para gestionarlo y la variada calidad de los albergues que en algunos casos se encuentran en mal estado.

En definitiva, el Camino de Santiago es un buen ejemplo de cómo algo que se considera anticuado e innecesario puede convertirse en una oportunidad para ofrecer algo

diferente los típicos viajes de motivación cultural, una experiencia que mezcla el recorrer un camino con un rico legado cultural y la visita de numerosos lugares de la península que gozan de un gran patrimonio cultural como las ciudades de Burgos, León o la propia Santiago de Compostela.

El éxito del camino no ha hecho más que crecer con el paso de los años y en él se espera un futuro brillante, esperando incluso que se supere de nuevo el número de peregrinos en 2021 cuando se celebre otro Año Santo Jacobeo.

5.2- La Alhambra de Granada.

La Alhambra es un complejo monumental situado en Granada, España, cuyos orígenes datan del siglo IX, pero sería reconstruida en el siglo XIII cuando el fundador de la dinastía nazarí, Al-Ahmar, decide convertirla en la sede de su corte, empezando la serie de cambios que le dará a la Alhambra el aspecto con el que se conoce actualmente. La Alhambra está situada sobre la colina de la Sabika junto al río Darro, dándole una posición estratégica desde donde se puede divisar toda la ciudad lo que ayudaba a su propósito original de fortaleza.

Sin embargo, a partir del siglo XIII con el reinado de la dinastía nazarí, la Alhambra sobrepasaría su estatus de fortaleza con las distintas reformas y construcciones que se levantarían dentro de sus murallas durante los reinados de Yusuf I y Mohamed V. Con el reinado de Yusuf I (1333-1354) se construyó el núcleo del Palacio de Comares y la gran torre que se proyecta sobre la ciudad, también dicho monarca enriqueció el recinto con puertas monumentales como la de las Armas, que es la entrada principal a la Alhambra, o la de la Justicia. En cambio, Mohamed V reformó el Palacio de Comares y construyó el Palacio de los Leones, creando un modelo de estructura cuatripartita inspirada en los modelos orientales del islam.

Después de la conquista del Reino de Granada en 1492, la Alhambra es declarada como Casa Real y los Reyes Católicos ordenan diversas reparaciones sirviéndose de artesanos moriscos.

Luego en 1526, el Emperador Carlos V decide la construcción del palacio que lleva su nombre además de otras construcciones de estilo renacentista. La casa de los Austria

continuaría llevando a cabo la conservación de la Alhambra, que era admirada por los artistas y humanistas de la época.

Durante el siglo XVIII, comenzaría el abandono de la Alhambra, y en 1812 con la ocupación francesa buena parte de la fortaleza fue volada por los aires. Sin embargo, a lo largo del siglo XIX la Alhambra recibe una etapa de reconstrucciones y reivindicaciones impulsadas por el romanticismo y el creciente interés de la sociedad granadina por los jardines de la Alhambra.

En la revolución de 1868, la Alhambra dejara de pertenecer a la corona y pasara su dominio al Estado, siendo declarada más tarde en 1870 como Monumento Nacional.

A inicios del siglo XX, se creó una comisión en la cual se confió el cuidado de la Alhambra, que se sustituyó por un Patronato en 1913. En 1944 se crea un nuevo Patronato cuyas funciones se mantienen hasta ser traspasadas a la Comunidad Autónoma de Andalucía.

En 1984, La Alhambra junto al barrio del Albaicín fueron inscritos en la lista del Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO, recibiendo una extensión en 1994.

Actualmente, el conjunto monumental de la Alhambra es uno de los sitios patrimoniales más visitados del mundo, llegando en el año 2018 al récord de 2.766.887 visitantes (Abuín, 2019). Debido a que es Patrimonio de la Humanidad, la Alhambra dispone de un aforo limitado de 3.000 personas para cumplir con las restricciones de la UNESCO para proteger los sitios patrimoniales incluidos en la lista del Patrimonio de la Humanidad. Esto no ha evitado que de vez en cuando se supere dicho límite, causado en parte por el nuevo sistema de entradas normativas, el cual hace que los tickets de entrada se gestionen totalmente de forma telemática facilitando mucho el tener una entrada para visitar la Alhambra (Abuín, 2019).

Con el paso de los siglos, la Alhambra paso de ser una fortaleza a albergar una notable diversidad de edificios y construcciones. Dentro de ella podemos encontrar los siguientes lugares:

-Los Palacios Nazaríes, compuesto de tres zonas, el Mexuar donde se realizaba la administración de la justicia durante la dinastía nazarí, el Palacio de Comares construido

por Yusuf I que ejercía de residencia privada de los soberanos nazaríes y el Palacio de los Leones construido por Mohamed V.

-El Generalife, un palacio y finca de recreo que usaban los reyes nazaríes como lugar de retiro y descanso cuya construcción se atribuye a Ismail I que reinó entre 1314 y 1325. Se encuentra rodeado de huertas que en su día garantizaban el suministro de comida a las cocinas de la Alhambra.

-La Alcazaba, construido por Mohamed I (823-886) es la zona defensiva de la Alhambra donde residía el ejército y la parte más antigua del conjunto monumental. Cuando los palacios reales fueron terminados, pasó a ser una fortaleza militar y en ella se encuentran las torres del Homenaje, de la Quebrada y de la Vela.

-El Partal, una construcción mandada a edificar por Muhammad III (1257-1314) en la que contiene un amplio estanque, un pórtico de cinco arcos y la Torre del Mirador.

-Los Baños Reales, situados dentro del Palacio de Comares, son los únicos “hammam” o baños árabes medievales que se han mantenido conservados en buen estado en occidente. En el pasado muchos personajes destacados del arte y la ciencia, como el humanista y médico Jerónimo Münzer y el pintor Henri Matisse, que fueron cautivados por la belleza de los baños y de cómo se traspasaba la luz en ellos.

- El Patio de Lindaraja, fue construido como parte de las reformas que se hicieron para el viaje nupcial entre el emperador Carlos V y la emperatriz Isabel de Portugal. En el patio se encuentra una fuente rodeada de seis salas y el Mirador de Lindaraja.

-El Palacio de Carlos V, construido en 1526 y usado como una de las residencias del emperador de la Casa de Austria. Fue encargado al arquitecto y pintor Pedro Machuca, un pupilo de Miguel Ángel, pero no llegó a acabarse debido a la falta de financiación y una sublevación en las obras.

-La Medina o “Alhambra Alta” fue donde residían los nobles de la corte y donde se encontraban los centros administrativos y religiosos. En él también se encuentra conservado el antiguo convento de San Francisco.

-Las Puertas de la Justicia, del Vino y de las Granadas, que forman las entradas a la Alhambra. La Puerta de la Justicia se encuentra al sur de la fortaleza y es la principal entrada, adornada por un gran arco de herradura en la fachada. La Puerta del Vino es

una de las puertas más antiguas y recibe su nombre por ser donde los vecinos de la Alhambra depositaban el vino, ya que estaba exenta de impuestos. La Puerta de las Granadas se construyó en el siglo XVI para conmemorar la visita del emperador Carlos V, por lo que se conoce también como la Puerta de Carlos V, y se encuentra al pie del bosque de la Alhambra en la Cuesta de Gomez.

Además de todas estas edificaciones, dentro de la Alhambra se encuentran también el Museo de la Alhambra, en la planta baja del Palacio de Carlos V, donde se expone una extensa colección de arte hispanomusulmán y el Museo Ángel Barrios, dedicado a la obra del músico granadino del siglo XX, situado en el solar de su casa junto a los restos de los baños de la Mezquita.

En la actualidad, la Alhambra y Generalife están bajo el cargo y cuidado de un patronato, adscrito a la Consejería de Cultura y Patrimonio Histórico de la Junta de Andalucía. Dicho patronato es una agencia administrativa que realiza las labores de protección, conservación y administración del conjunto monumental de la Alhambra y Generalife.

Además de las típicas visitas y tours guiados, en la Alhambra se celebran varios eventos y actividades dentro de ella como obras de teatro, talleres infantiles y exposiciones. También destacan las distintas actividades y ofertas que se hacen en ciertos días especiales como el Día Internacional del Patrimonio, el cual se celebró el día 16 de noviembre en 2019, en el que se hizo una jornada de puertas abiertas con visitas guiadas y actividades culturales.

La rica historia y su estatus como Patrimonio de la Humanidad, han convertido a la Alhambra en el octavo monumento más visitado del mundo, con unos 3,5 millones de visitantes al año (Otero y Moya, 2019). A nivel nacional, ocupa el segundo lugar tras ser desbancado hace ya años por la Sagrada Familia de Barcelona (Canal Historia, 2018).

La Alhambra se ha convertido, junto a las estaciones de esquí de Sierra Nevada, el principal motor económico de Granada tanto en ciudad como en provincia. El impacto económico que produce el conjunto monumental nazarí, con los millones de visitantes provenientes tanto de España como del extranjero que ella atrae, estimula de forma considerable la economía granadina.

El turismo en general es uno de los sectores más importantes en toda la provincia andaluza, llegando en 2014 a aportar unos 2.500 millones y a representar el 14% del PIB y el 15% del empleo (Granada Económica, 2015).

Según un estudio sobre el impacto económico de la Alhambra y el Generalife hecho en 2010 realizado por un grupo de investigación de la Universidad de Barcelona, la Alhambra generó en 2010 un impacto directo de facturación de unos 490.572.982€ en la capital con un promedio de 1.344.036€ al día. Este impacto en toda la comunidad andaluza fue de 749.761.652€, con un promedio diario de 2.054.141€ (Patronato de la Alhambra, 2013).

En dicho estudio, también se contrasta la creación de empleo que genera el conjunto monumental de la Alhambra y el Generalife, con unas 10.003 personas en Andalucía cuyo puesto de trabajo se relaciona con el sitio patrimonial de los cuales unas 6.808 se encuentran en la ciudad de Granada.

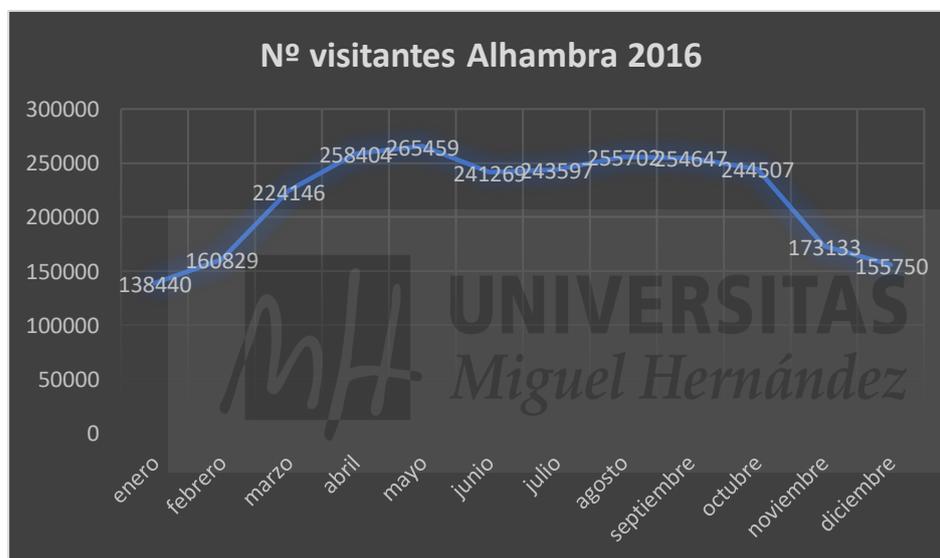
Otros datos que muestran este estudio, son los del efecto económico de los visitantes de la Alhambra sobre la ciudad de Granada, que generan unos 385.721.094€ en el sector turístico de los cuales están repartidos entre los 157,5 millones que llegan a la hostelería, 83,5 millones que van a la restauración, 9 millones al transporte, 62 millones al comercio y 73,5 al ocio y la cultura. Además, el 83% de la facturación de los hoteles de Granada son originados desde los visitantes de la Alhambra, al igual que el 27% de la restauración, el 21% en los transportes, el 19% en el comercio y el 30% en el ocio y cultura.

Se puede observar que la Alhambra es una pieza importante tanto dentro del turismo cultural de la ciudad, que es el tipo de turismo más popular entre los visitantes a la ciudad andaluza, como en la economía granadina en sí. El turismo cultural ocupa el 58% de entre las motivaciones principales para visitar Granada y el 39% de los visitantes no visita la Alhambra, de los que el 72% de ellos no lo hace porque ya lo ha hecho anteriormente (Muñoz, 2019).

El perfil más común de los turistas que visitan la Alhambra, es de un europeo entre 36 y 50 años con estudios universitarios, empleo cualificado y se marcha del conjunto monumental con una gran satisfacción (La Vanguardia, 2015). Los meses preferidos

para visitar la Alhambra son abril, mayo, agosto y septiembre, superando los 250.000 visitantes en 2016.

Cuadro 2: N.º visitantes a la Alhambra por mes en 2016.



Fuente: Granadatur. Datos visitas Alhambra. Recuperado de: <https://infogram.com/visitas-alhambra-por-mes-1h1749n8rxrl2zi>

Estos datos, coinciden con el número de pernoctaciones que hubo en 2016, cuyos meses con números más altos son los mismos en los que la Alhambra tuvo más visitantes.

Cuadro 3: N.º Pernoctaciones en Granada por mes en 2016.



Fuente: INE.

Debido a la importancia que tiene la Alhambra para varios sectores de la economía granadina como el turismo y la hostelería, no es de extrañar que cada vez se destine más presupuesto al conjunto monumental para contrarrestar el cada vez mayor número de visitantes que recibe cada año. En 2018, el Patronato de la Alhambra recibió un presupuesto de 30,17 millones de euros, un incremento del 7% respecto al año anterior, de los cuales unos 18,7 millones se destinaron a la apertura, mantenimiento y salario de los trabajadores (La Vanguardia, 2017).

La posición de la Alhambra como uno de los monumentos más visitados de España y del mundo, hacen que se complique la tarea de mantener la buena reputación de esta debido a que el incremento incesante de turistas que la visitan cada año puede acarrear uno de los problemas más comunes que aparecen en mucho otros Patrimonios de la Humanidad que hay en el mundo: el “morir de éxito”.

El “morir de éxito” ocurre cuando no se puede satisfacer la demanda de un producto o servicio, debido a que esta es demasiado grande lo que genera problemas para gestionarla por la incapacidad de la empresa de satisfacer un número de clientes que esté por encima de su capacidad de producción. En turismo esto se traduce como masificación turística, que es cuando un destino turístico atrae una cantidad desorbitada de visitantes creando un ambiente insostenible sobre este.

Esta situación es muy común en el turismo cultural, existiendo muchos sitios patrimoniales por el mundo que sufren de esto y han provocado consecuencias sobre

dichos sitios o sobre el personal que trabaja en ellos, un ejemplo de esto es el Museo del Louvre que cerró sus puertas debido a que sus trabajadores eran incapaces de atender totalmente a la masiva cantidad de visitantes, llegando incluso a sufrir problemas de salud (Riaño, 2019).

La Alhambra, como se ha explicado antes, es uno de los monumentos más visitados del planeta algo que con el paso de los años no solo se ha mantenido, sino que ha ido en aumento, llegando hasta el punto de que se sobrepase su aforo máximo quebrantando las restricciones de la UNESCO. Por lo que se puede ver que el conjunto monumental nazarí tiene consigo actualmente el problema de la masificación de turistas lo que puede, en el futuro, perjudicar a su personal, a el disfrute de esta y al empeoramiento de su estado.

En general, la Alhambra constituye un buen ejemplo de cómo el turismo cultural y el patrimonio histórico-cultural pueden ser innegablemente esenciales para la economía de una región, convirtiéndose en el motor de esta y repartiendo la riqueza creada entre distintos sectores. También es una muestra de para que un sitio patrimonial tenga éxito, este tiene que tener detrás de si una buena gestión y planificación además de saber satisfacer las necesidades de sus visitantes expandiendo la oferta de esta a través de la creación de eventos, exposiciones y otras actividades en torno a la cultura, de modo que se cree razones extra para su visita y así alcanzar una clientela mayor.

6- Conclusiones y Recomendaciones.

Como se ha podido observar, el turismo cultural está en auge y se ha convertido en uno de los sectores económicos que más dinero mueve en todo el mundo. En el caso de España, donde el turismo en sí ya es uno de los sectores que más contribuyen al PIB, el turismo cultural se ha convertido en una herramienta para crear grandes cantidades de beneficio apoyándose en la valiosa y extensa lista de patrimonio histórico-cultural que dispone por toda su geografía.

Para mostrar la importancia del patrimonio histórico-cultural en España, se han expuesto los casos de dos Patrimonios de la Humanidad de nuestro país que se han convertido en referentes del turismo cultural, el Camino de Santiago y la Alhambra de Granada. Con la información sacada de ambos, ahora procederemos a analizar su situación actual en la economía, en qué partes se encuentran con fuerza y en cuáles languidece además de ver en qué aspectos pueden mejorar para mantener de forma sostenible y segura su éxito.

Todo esto se hará con la intención de alcanzar una mejor comprensión de la repercusión económica del patrimonio histórico-cultural en España, aunque no se llegará a alcanzar una idea totalmente exacta de ello debido a que estamos usando dos ejemplos y no el cómputo total de patrimonio cultural e histórico que existe en territorio español si podremos tener un cierto acercamiento y entendimiento de cómo es gestionado para ser una parte fundamental de la economía de una región así como su papel en la actualidad.

Empezaremos con el Camino de Santiago, que como se mencionó en su apartado correspondiente, es un caso único dentro del patrimonio histórico-cultural al desviarse de la mayoría de otros patrimonios culturales por ser no un sitio o monumento que se encuentra en un lugar específico sino un itinerario de rutas que se extienden por diversas regiones, siendo las más prominentes y conocidas por tradición las que se encuentran desde el sur de Francia y Galicia.

Su declaración como el primer Itinerario Cultural Europeo en 1987 y como Patrimonio de la Humanidad en 1993, fueron hechos que muestran la transcendencia histórica, cultural y religiosa que tiene el Camino de Santiago, esto junto al resurgimiento de la peregrinación por el camino hacia los años 80 han evolucionado en una de las experiencias del turismo cultural más exitosas de España. Actualmente, es el principal reclamo turístico de Galicia y la revitalización de la peregrinación a través de las rutas jacobeanas han supuesto un gran impulso económico sobre la comunidad autónoma.

Como se explicó en su apartado correspondiente, el turismo en Galicia representa el 12% de su PIB y buena parte de ese porcentaje se debe a el gasto de los peregrinos en el Camino de Santiago, siendo este claramente el mayor atractivo del sector sobre la comunidad autónoma. Dicho sector también represento el 11% del empleo en 2018 (Casas, 2019).

Aunque el número de peregrinos que recorren el Camino de Santiago no se puede comparar con los números de otros patrimonios emblemáticos de la geografía española, como la Sagrada Familia de Barcelona, la Alhambra de Granada o la Mezquita de Córdoba, cabe recordar que el impacto económico de un peregrino es el doble que el de un turista típico como se referencio anteriormente. La naturaleza del camino, que se extiende por diversos lugares y no se encuentra estático en un determinado sitio, hace que el dinero gastado por los peregrinos no se concentre, sino que sea repartido por diversas localidades por las que transcurre las rutas jacobeanas.

También hay que destacar el gran incremento de peregrinos que se ha tenido desde la primera edición del programa Xacobeo, en 1993 que logró reunir a casi 100.000 personas cuando el pasado año el número de peregrinos fue de casi 10.000. Este ha ido en aumento desde entonces, habiendo datos de récord cuando coincidía con el año Santo Jacobo, superando desde 2017 los 300.000 peregrinos anuales (El Correo Gallego, 2017).



Cuadro N.º 4: Número de Peregrinos del Camino de Santiago por años.

Año	Peregrinos	Año	Peregrinos	Año	Peregrinos	Año	Peregrinos
1972	67	1984	423	1996	23.218	2008	125.758
1973	37	1985	690	1997	25.179	2009	147.467
1974	108	1986	1.801	1998	30.126	2010	272.417
1975	74	1987	2.905	1999	154.613	2011	183.378
1976	243	1988	3.501	2000	55.004	2012	192.458
1977	31	1989	5.760	2001	61.418	2013	215.879
1978	13	1990	4.918	2002	68.952	2014	237.882
1979	231	1991	7.274	2003	74.614	2015	262.447
1980	209	1992	9.764	2004	179.891	2016	277.854
1981	299	1993	99.436	2005	93.929	2017	301.036
1982	1.868	1994	15.863	2006	101.189	2018	327.378
1983	146	1995	19.821	2007	114.466	2019	347.511

Fuente: Editorial buen Camino. Recuperado de

<https://www.editorialbuencamino.com/estadistica-peregrinos-del-camino-de-santiago/>

Por lo que se puede observar, que con el paso de los años el Camino de Santiago tiene como momento con más transcendencia cuando cae un año Santo Jacobeo, que también se trata de cuando se ejecutan los programas Xacobeo en los que expanden la experiencia del camino de ser una ruta de peregrinación a una marca cultural distintiva que ofrece un gran repertorio de exposiciones, festivales musicales y otras actividades culturales. Observando cómo los años en los que se celebra tanto el año Santo Jacobeo y la realización del programa Xacobeo, está claro que ambos son esenciales para hacer llegar a un mayor número de personas al camino.

Pero este incremento constante de peregrinos y de dinero que atrae el Camino de Santiago, trae consigo un aumento del dinero que se destina para el mantenimiento de caminos, albergues y todo personal o actividad relacionada con él, además de las expectativas que se tienen. Para el próximo año Santo Jacobeo en 2021, se destinará un presupuesto que triplica el que hubo en 2010, con el objetivo de hacer crecer el PIB de Galicia en un 0,9%, crear 11.500 empleos y superar los 9,3 millones de visitantes del anterior año Santo Jacobeo (Economía en Galicia, 2019).

Este efecto de “bola de nieve” en el que cada vez se requiere más dinero para satisfacer a una demanda cada vez mayor, puede provocar que en el futuro la Xunta de Galicia solo pueda financiar el programa Xacobeo y el Camino de Santiago hasta cierto punto y que depende de que el incremento de peregrinos y visitantes que llegan a Galicia siga

incrementando. En resumen, el Camino de Santiago puede correr el riesgo de “morir de éxito” y de que su coste para mantenerlo se vuelva mayor que los beneficios que traigan los peregrinos.

Por otra parte, una de las ventajas que tiene el Camino de Santiago frente a otros patrimonio histórico-culturales del mundo, es la escasa masificación de turistas que puedan molestar a la población local o perjudicar la experiencia del camino. La razón de esto, es debido a la diversificación que tiene el Camino de Santiago con su inmensa cantidad de rutas e itinerarios y a pesar de que el Camino Francés a día de hoy sigue siendo el más concurrido, el porcentaje de peregrinos que lo toman ha ido bajando, pasando del 77% de los 179.944 peregrinos que lo eligieron como ruta en 2004 al 56,88% en 2018 (Ramírez, 2019).

Sí que es verdad que existen ciertos meses, como agosto, en los que hay “picos de afluencia” en los tramos cercanos a Santiago de Compostela, pero este no llega a niveles alarmantes (El Correo Gallego, 2018). Sin embargo, la realidad es que si existen diversos problemas sobre la “turistificación” del Camino de Santiago y las aglomeraciones que en ocasiones se crean.

En 2014, varias asociaciones de peregrinos provenientes de una docena de países realizaron un manifiesto denunciando los peligros a los que se enfrenta el Camino de Santiago como la masificación, la comercialización, explotación y banalización del peregrino y el abandono del patrimonio cultural y artístico, además del mal estado de la señalización y la dejadez de la tradicional hospitalidad peregrina (Diario de Navarra, 2014).

Por lo que se puede llegar a la conclusión, de que, si bien el Camino de Santiago no recibe una masificación turística del mismo nivel que otros patrimonios en España, como por ejemplo en la Alhambra, esta sigue existiendo al igual que otros problemas que lo han perseguido durante años como la falta de señalización de caminos o la falta de albergues y lugares de hospedaje de calidad. Lo que resulta en una serie de problemas de difícil solución, ya que el punto fuerte de las rutas jacobeanas para evitar la masificación, también resulta en una debilidad, el gran número de rutas que se dispersan por el norte peninsular y que pasan por distintas comunidades, provincias y poblaciones crea complicaciones para administrar el flujo de personas además del resto de problemas que acarrea el camino.

Una solución a esto podría ser el mejorar la coordinación entre comunidades autónomas y provincias para actuar de forma más planificada ante los problemas del Camino de Santiago, algo que se ha hecho ya anteriormente pero de manera esporádica como la colaboración que hicieron la Consejería de Cultura y Turismo de Galicia con la Diputación de Ourense para la mejora y señalización de la Vía de la Plata y el Camino de Invierno (El Correo Gallego, 2019) o el protocolo firmado entre Galicia, Aragón, Castilla y León y La Rioja para coordinar el mantenimiento, conservación y promoción del Camino Francés (20 minutos, 2010).

El hecho de que las ciudades, provincias y comunidades estén gobernadas por partidos políticos distintos con estrategias distintas frente a como se trata el Camino de Santiago, hace que la coordinación para decidir cómo se actúa ante sus problemas sea descontrolada. Una forma de cambiar esta situación sería que se creara un acuerdo permanente entre comunidades autónomas para juntar recursos destinados al mantenimiento y mejora del Camino de Santiago, así como la promoción de aquellas rutas que no sean muy utilizadas, para que el flujo de peregrinos no sea excesivo en determinadas rutas, como en el Camino Francés, y hacer llegar a poblaciones que no suelen recibir muchos visitantes que recorren las rutas jacobeanas un aumento del número de peregrinos que den un impulso económico.

Sin embargo, esto no es algo que solo deban hacer las administraciones públicas, ya que la Federación Española Asociación de Amigos del Camino de Santiago dispone de diversas sedes por toda España y como una de las funciones que estas hacen es la de acercarse a las Administraciones Públicas para tratar asuntos relacionados con el Camino de Santiago, podrían actuar como puente entre los distintos gobiernos autonómicos para que la actuación conjunta sea más eficaz. Las asociaciones que se encuentran en otros países podrían contribuir también, promoviendo el uso y mantenimiento de rutas que con el paso del tiempo se hayan olvidado o se encuentren en mal estado, ya que hay que recordar que el Camino de Santiago se extiende más allá del sur de Francia y pasa por diversos países de Europa, esto ayudaría también a paliar la masificación de las rutas más usadas.

En resumen, el Camino de Santiago por su carácter de patrimonio histórico-cultural, que a diferencia de otros se trata de un experiencia o aventura que hay que recorrer, lo que rompe con la forma tradicional de hacer turismo cultural en la que se visita un único

lugar para después irse, es sin duda algo que ha ayudado a la economía de los lugares por donde pasa, especialmente Galicia, dando un flujo constante de peregrinos o turistas que gastan más que el turista medio. Pero su rápido crecimiento en los últimos años y el inmenso número de peregrinos que se genera con cada año Santo Jacobo no tiene intención de parar, lo que puede causar problemas de masificación y financiación para mantener dicho éxito.

Por ello, es necesario que tanto las organizaciones privadas como las públicas trabajen para que el Camino de Santiago sea en el futuro un patrimonio histórico-cultural sostenible que no decaía en los mismos problemas que otros sitios patrimoniales de su género caen con frecuencia, aprovechando las características únicas que este trae consigo como la variedad de sus rutas o su capacidad para unir a gentes de distintos lugares, para de esta manera seguir siendo una de las principales ofertas del turismo cultural en España.

Con el conjunto monumental de la Alhambra de Granada, nos encontramos con algo que es más ordinario a lo que uno piensa cuando escucha “turismo cultural” o “patrimonio”, una edificación con gran importancia histórica para la población autóctona que se ha convertido en uno de los principales o el principal motor económico de la región. Con 3,5 millones de visitantes al año, se ha convertido en el segundo monumento más visitado de España por detrás de la Sagrada Familia de Barcelona y una de los reclamos turísticos más famosos a nivel internacional (Canal Historia, 2018).

Por ello no es sorpresa que la Alhambra sea el centro del sector turístico de la provincia, que como se explicó en su apartado correspondiente, representa el 14% del PIB y el 15% del empleo (Granada Económica, 2015), demostrando que el turismo es un sector de gran repercusión sobre la economía de Granada. Esto unido a que sectores como la hostelería, la cultura y la restauración reciben una parte considerable de su clientela de visitantes de la Alhambra, indica una gran dependencia sobre el conjunto monumental nazarí para hacer relevantes dichos sectores y porque es considerada el motor económico de la provincia andaluza.

Un dato interesante es cómo más de la mitad de las personas que visitan Granada lo hacen por su oferta cultural, en la que la Alhambra en si es la mayor atracción, pero entre el 39% de las personas que visitan Granada, pero no la Alhambra, es debido a que ya la han visitado anteriormente (Muñoz, 2019). Esto nos indica que el monumento

nazarí tiene la capacidad de hacer que la gente que en un principio visite la ciudad principalmente para verla, vuelva en el futuro a Granada dando a entender que el turista a disfrutado no solo de la visita al monumento, sino de su estancia en la ciudad andaluza lo que supone que existe un cierto grupo de visitantes que posiblemente vuelvan de forma continua.

La estacionalidad de la Alhambra se muestra como algo obvio, siendo los meses de abril, mayo, agosto y septiembre cuando recibe más turistas. La subida en las pernoctaciones durante esos meses es otra muestra de la importancia del conjunto monumental sobre el sector hostelero y de cómo repercute este para mantenerlo vivo durante los periodos de vacaciones.

Debido a su posición como su posición como uno de los Patrimonios de la Humanidad más visitados en el mundo, no es de extrañas que se destine un presupuesto apropiado para que el conjunto monumental siga manteniendo su belleza. Ya en 2018 el presupuesto fue de más de 30 millones de euros, de los cuales más del 60% de ellos fue destinado a la apertura, mantenimiento y salario de los trabajadores en la Alhambra (Cappa, 2017).

Esto junto a la vasta marea de visitantes que recibe cada año, nos lleva a preguntarnos si la Alhambra se encuentra en riesgo de morir de éxito también. Ya en 2011 el Patronato de la Alhambra y el Generalife tuvo problemas para hacerse cargo de los costes, lo que los llevo a incluir a la UNESCO y a la World Monuments Fund como patronos benefactores y así paliar la pérdida de dinero (El Confidencial Autonómico, 2011).

Con el cada vez más grande número de visitantes que llegan a la Alhambra cada año, los problemas de financiación que tiene el Patronato y la incorporación de la venta de entradas por método telemático, que causo la superación de su aforo máximo, podemos concluir que la posibilidad de que la Alhambra se encuentre en el futuro en una situación de “muerte por éxito” es real. A pesar de que pueda parecer que el tener un crecimiento constante es algo bueno, este solo sale beneficioso si va junto a él una mejora de cómo se utiliza dicho beneficio.

La ciudad de Granada en si es muy rica en cuanto a turismo cultural, además de la Alhambra también existe el barrio del Albaicín, que junto a la Alhambra fue inscrito como Patrimonio de la Humanidad en 1984, diversos festivales y exposiciones, una

gran oferta de restaurantes y la Semana Santa de Granada que fue declarada de interés turístico internacional. Visto todo este listado, se puede ver que, a pesar del peso de la Alhambra para atraer visitantes, el resto de la ciudad cuenta con una buena oferta turística y cultural por lo que una forma de evitar las aglomeraciones de turistas sobre la Alhambra, sería hacer una promoción mayor sobre el resto de la oferta cultural y turística de Granada que no recibe tanta fama nacional e internacional.

Observando como una buena parte de las personas que disfrutan del resto del sector servicios como la hostelería o la restauración se encuentran ahí debido a que querían visitar la Alhambra y que una parte considerable de visitantes ya tienen visto el conjunto monumental, podría ser una manera de que la gran dependencia en la Alhambra para mantener sanos a esos sectores se acabe y así crear un flujo de dinero más estable.

Existen otros métodos para evitar la masificación turística que se han puesto en práctica en otros lugares donde existe este problema, en Venecia se ha instalado un sistema para contar los visitantes e informar que lugares están saturados (La Vanguardia, 2017) y en la ciudad croata de Dubrovnik también existe un contador en la entrada de la ciudad para evitar aglomeraciones (Euronews, 2017). Otra forma para solucionarlo sería aumentar el precio de entrada a la Alhambra durante los meses que se reciben más turistas, y alentar a estos para que la visiten cuando menos saturado este.

En definitiva, el conjunto monumental de la Alhambra es sin duda el foco turístico de Granada y la más notable fuente de clientes para muchos sectores de la provincia. El continuo aumento de visitantes resulta muy beneficioso para impulsar la economía, pero también genera una situación de dependencia parcial sobre sectores como la hostelería o la restauración además de traer una masificación turística que puede afectar no solo a la financiación de la Alhambra, sino también a su estado y disfrute como a tantos otros Patrimonios de la Humanidad.

Pero por suerte, debido a que es un problema muy común existen muchos sitios donde ya se han puesto soluciones a él. Si el Patronato de la Alhambra y el Ayuntamiento consiguen aprender del resto de sitios patrimoniales y aplicar con éxito lo aprendido, podrían solventar la masificación turística y garantizar que la Alhambra siga siendo una fuente sostenible de ingresos para la provincia además de mantenerla de forma que las generaciones del futuro la disfruten como nosotros lo hacemos hoy en día.

Ahora que hemos analizado, sacado conclusiones y propuesto soluciones a los problemas de la información sacada de ambos casos, veremos qué nos dice todo esto sobre los elementos más comunes del patrimonio histórico-cultural español.

El primer punto que resulta más destacable y que tienen en común tanto los dos casos explicados como muchos otros sitios patrimoniales de la geografía española, es que disponen de un inmensa fama nacional e internacional derivando en que estos patrimonios son visitados por una cantidad grandísima de personas. El turismo es uno de los sectores más importantes en España, y dentro de él, el turismo cultural ha crecido rápidamente en las últimas décadas aprovechándose de la rica lista de patrimonio que disponemos en nuestro país.

Este cenit alcanzado por el Camino de Santiago y la Alhambra de Granada los han convertido en el foco turístico de la provincia de Granada y de Galicia respectivamente, atrayendo un flujo constante de visitantes a estas regiones que motivan enormemente la economía gracias a que el gasto que realizan se extiende hacia varios sectores como la hostelería o la cultura. El impacto de estas grandes afluencias de personas se nota no solo en un lugar en particular, ya que como hemos visto este gasto se extiende más allá de la propia Santiago de Compostela o Granada y llegan a poblaciones o regiones lejos de sus puntos de origen, volviéndose en elementos importantes para la economía de varias provincias y comunidades autónomas.

Dicha gran fama y recibimiento de visitantes lleva consigo uno de los problemas más comunes del turismo, la masificación de gente, que puede resultar algo complicado de solucionar si no se actúa de forma rápida y eficaz para pararlo. En 2019, España recibió a 83,7 millones de turistas extranjeros que gastaron 92.337 millones de euros (Molina, 2020) siendo uno de los países del mundo que más turistas reciben, acentúan este problema y puede provocar graves consecuencias tanto a la población como a los sitios patrimoniales.

El patrimonio histórico-cultural es algo de un valor incalculable, más allá de la importancia que puede tener para un pueblo o población es un testimonio de lo que es capaz de hacer el ser humano. El turismo cultural en sí ha ayudado a que millones de personas de todo el mundo se hayan dado cuenta de esto, y profesen ese amor a las diversas construcciones y creaciones tanto tangibles como intangibles que se han creado a lo largo de los siglos, pero si este no se cuida debidamente y se deja comercializar de

forma descarada, podría desaparecer su esencia o verse dañado gravemente, y como se ha explicado en diversas ocasiones el patrimonio histórico-cultural es algo que cuesta mucho mantener en buen estado.

Otra cosa que se tiene en común entre los dos casos expuestos y que comparten con buena parte del turismo en este país, es la gran estacionalidad en los meses más cálidos. Aunque es verdad que en los meses de primavera y verano coinciden con las épocas del año donde el clima es más favorable para el viaje y también cuando se realizan los periodos de vacaciones, no se debería desperdiciar la oportunidad de hacer medidas para aumentar el número de turistas durante los meses menos atractivos para el turismo.

En cuanto a la situación en la que se encuentra el patrimonio histórico-cultural dentro de la economía española, tiene claramente una importancia significativa para hacer mover la economía y nutrir a los sectores que tradicionalmente se han apoyado en el cómo la hostelería, la restauración, el transporte y el ocio. Viendo la cantidad de personas y dinero que atrae, no es de extrañar el dinero invertido en programas u organizaciones para que el patrimonio histórico-cultural sea el centro de la economía turística en muchos lugares de España.

Pero más allá de los números y estadísticas, el patrimonio histórico-cultural tiene la capacidad de convertirse en la insignia o símbolo de un lugar, como hemos visto con el Camino de Santiago y la Alhambra. La creación de una “marca cultural” utilizando el patrimonio puede hacer que se identifique ideas, estilos de vida o culturas con un lugar, lo que genera un sentido de atracción para aquellos que deseen experimentar dichos elementos de la forma más fiel posible.

Con todo esto, queda demostrado que el impacto que tiene el patrimonio histórico-cultural no solo en la economía, sino en la sociedad en sí, es muy grande, que si se aprovecha de forma sostenible y adecuada puede resultar en algo más que una simple atracción turística y volverse en el símbolo de su lugar.





7- Fuentes y Referencias.

Fuentes.

Ministerio de Cultura y Deporte.

<http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura.html>

Organización Mundial del Turismo.

<https://www.unwto.org/es>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura.

<https://es.unesco.org/>

Patrimonio Inteligente.

<https://patrimoniointeligente.com/>

Aprende de Turismo.

<https://www.aprendedeturismo.org/>

El País.

<https://elpais.com/>

El Diario.

<https://www.eldiario.es/>

Hosteltur

<https://www.hosteltur.com/>

Terry Consultores.

<http://terryconsultores.com/>

España es Cultura.

www.españaescultura.es

El Camino de Santiago.

<https://www.caminodesantiago.gal/es/inicio>

Editorial buen Camino.

<https://www.editorialbuencamino.com/>

Turgranada.

<http://www.turgranada.es/>

Patronato de la Alhambra.

<https://www.alhambra-patronato.es/>

Referencias.

García Lozano, L. M (2019) *La defensa del patrimonio cultural a través de las administraciones públicas*. Pamplona, España: Thomson Reuters.

UNESCO. (16 de noviembre de 1972) *Convención sobre la protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural*. Paris.

Pérez, Nerea. (2013) *¿Patrimonio histórico-artístico, patrimonio cultural o bien cultural?* Cromacultura.

<https://www.cromacultura.com/patrimonio-historico-artistico-patrimonio-cultural-o-bien-cultural/>

UNESCO. (2020). *World Heritage List Statistics*. <http://whc.unesco.org/en/list/stat#s2>

Comisión Europea (2017) *2018: Año Europeo del Patrimonio Cultural*. Recuperado de https://ec.europa.eu/spain/news/171207_Cultural-Heritage-Year_es

Ministerio de Cultura y Deporte. (2018). *Bienes muebles e inmuebles inscritos como Bienes de Interés Cultural*. Recuperado de:

<http://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:064b0e90-877b-4fb3-a2c2-ab17f126632d/nota-resumen-patrimonio-2019.pdf>

UNESCO. (14 de mayo de 1954). *Convención para la protección de los Bienes Culturales en caso de conflicto armado*. La Haya.

(22 de agosto de 2016). Cinco grandes monumentos históricos destruidos por los yihadistas. *El País*. Recuperado de

https://elpais.com/internacional/2016/08/22/actualidad/1471857242_456948.html

Cachafeiro Bernal, O. (febrero de 2018). La destrucción del patrimonio cultural como arma de guerra. *Revista ph*, (93). 169-170.

OMT. (2020). *Tourism and Culture*. <https://www.unwto.org/es/tourism-and-culture> (En inglés).

Porras, C. (31 de mayo de 2018) *España, entre los países con más recursos para liderar el turismo cultural*. Hosteltur. Recuperado de:

https://www.hosteltur.com/128392_espana-paises-recursos-liderar-turismo-cultural.html

Ministerio de Cultura y Deporte. (2018). *Viajes realizados por residentes en España y entradas de turistas internacionales iniciados principalmente por motivos culturales*.

Recuperado de:

<http://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:463043db-a54c-4d36-8cc4-90a04d512691/nota-resumen-turismo-cultural-2019.pdf>

García López, R. (2016) *Evolución y tendencias del turismo cultural*.
<https://www.aprendedeturismo.org/evolucion-y-tendencias-del-turismo-cultural/>

Soro, E., González Meza, Y. N., Leal Londoño, M. d. P. (2018) *Patrimonio cultural y turismo: oportunidades y desafíos de la valorización turística del patrimonio*. Ostelea School of Tourism & Hospitality.

Mallor, E., González-Gallarza Granizo, M., Fayos Gardó, T. (2013) ¿Qué es y cómo se mide el Turismo Cultural? Un estudio longitudinal con series temporales para el caso Español. *Pasos*. 11(2), 269-284.

García, C. (2015). *Turismo cultural: El turista cultural de hoy*.
<https://www.carlosgarciaweb.com/turismo-cultural/>

Terry, J, R. (13 de agosto de 2019). *Interpretación del patrimonio y turismo cultural: sinergias y conflictos*. Terry consultores.
<http://terryconsultores.com/2019/08/13/interpretacion-del-patrimonio-y-turismo-cultural-sinergias-y-conflictos/#Beneficios del turismo cultural para el territoriodestino>

OMT. (9 octubre de 2018). *La tecnología y la innovación consideradas potentes impulsores del turismo cultural*.

<https://www.unwto.org/es/press-release/2018-10-09/la-tecnologia-y-la-innovacion-consideradas-potentes-impulsores-del-turismo->

Granero Gallegos, A. (2010). *El Camino de Santiago: vivencias del peregrino en el siglo XXI*. Sevilla, España: Wanceulen.

Federación Española de Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago. (2019). *Informe Campaña Anual – 2019*. Recuperado de:

<https://www.caminosantiago.org/cpperegrino/asociaciones/campa03.asp>

Oficina del Peregrino. (2010). *La Peregrinación a Santiago en 2010*. Recuperado de:

<https://oficinadelperegrino.com/estadisticas/>

Vázquez, G. (5 de mayo de 2019). La economía de los peregrinos florece en Galicia. *La Voz de Galicia*. Recuperado de https://www.lavozdegalicia.es/noticia/mercados/2019/05/05/camino-santiago-radiografia-ruta-famosa-mundo/0003_201905SM5P2991.htm

Rodríguez, M. (18 de febrero de 2019). El impacto económico de los peregrinos supera por primera vez los 300 millones. *Faro de Vigo*. Recuperado de <https://www.farodevigo.es/galicia/2019/02/18/impacto-economico-peregrinos-supera-primer/2053683.html>

(6 de febrero de 2018). El Camino de Santiago deja 20 millones en la economía de la provincia. *Diario de León*. Recuperado de

<https://www.diariodeleon.es/articulo/leon/camino-santiago-deja-20-millones-economia-provincia/201802061449001744366.html>

(9 de febrero de 2019). El Camino de Santiago tiene un impacto de 17,3 M € al año en Navarra. *Hosteltur*. Recuperado de

<https://www.hosteltur.com/126761-el-camino-de-santiago-tiene-un-impacto-de-173-m-al-ano-en-navarra.html>

Rodríguez, M. (9 de enero de 2018). El Camino de Santiago: un negocio que ya supera los 280 millones de euros al año. *Faro de Vigo*. Recuperado de:

<https://www.farodevigo.es/galicia/2018/01/09/camino-santiago-negocio-supera-280/1816380.html>

Abuín, E. (22 febrero 2019). La Alhambra rebasa su aforo máximo en 3.387 personas. *Granada Hoy*. Recuperado de

https://www.gradahoy.com/granada/Alhambra-rebasa-visitas-aforo-maximo_0_1330367347.html

Otero, L. y Moya, M. (2019, 18 de febrero). Los monumentos más visitados del mundo. *Muy Interesante*. Recuperado de

<https://www.muyinteresante.es/revista-muy/noticias-muy/fotos/los-10-monumentos-mas-visitados-del-mundo/1-notre-dame-paris-francia-12-millones-de-visitantes-al-ano>

(3 de noviembre de 2018). Los monumentos de la UNESCO más visitados de España. *Canal Historia*. Recuperado de

<https://canalhistoria.es/blog/los-5-monumentos-de-la-unesco-mas-visitados-en-espana/>

(2 de febrero de 2015). El turismo supone en Granada el 14 por ciento del PIB y el 15 del empleo. *Granada Económica*. Recuperado de

<http://www.gradaeconomica.es/2015/02/02/turismo-supone-granada-14-ciento-del-pi-b-y-15-del-empleo/>

(17 abril 2013). La Alhambra genera más de 490 millones de euros y más de 6.800 empleos en Granada. *Patronato de la Alhambra y Generalife*. Recuperado de <https://www.alhambra-patronato.es/la-alhambra-genera-mas-de-490-millones-de-euros-y-mas-6800-empleos-en-granada>

Muñoz, M. (23 de julio de 2019). Mas de la mitad de los turistas, que han llenado Granada en el primer semestre, vienen atraídos por la oferta cultural. *Cadena Ser*. Recuperado de

https://cadenaser.com/emisora/2019/07/23/radio_granada/1563881105_848959.html

(12 de enero de 2015). La Alhambra mantiene el liderazgo nacional con más de 2,4 millones de visitantes en 2014. *La Vanguardia*. Recuperado de

<https://www.lavanguardia.com/local/sevilla/20150112/54423271612/la-alhambra-mantiene-el-liderazgo-nacional-con-mas-de-2-4-millones-de-visitantes-en-2014.html>

(7 de noviembre de 2017). La Alhambra incrementa en 2018 un 7% su presupuesto, que alcanza 30 millones. *La Vanguardia*. Recuperado de

<https://www.lavanguardia.com/local/sevilla/20171107/432698851882/la-alhambra-incre-menta-en-2018-un-7-su-presupuesto-que-alcanza-30-millones.html>

Riaño, P. (28 de mayo de 2019). Los vigilantes del Louvre están agotados. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/cultura/2019/05/27/actualidad/1558960816_134141.html

Casas, D. (30 de septiembre de 2019). El turismo de empleo en Galicia en verano a casi 90.000 personas, más que nunca. *La voz de Galicia*. Recuperado de https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/economia/2019/09/27/turismo-da-emp leo-galicia-verano-90000-personas-nunca/0003_201909G27P27_COPY992.htm

(11 de diciembre de 2017). El Camino de los récords: “sprint final” para el peregrino 300.000. *El Correo Gallego*. Recuperado de: <https://www.elcorreogallego.es/hemeroteca/camino-records-sprint-final-peregrino-300-000-OBCG1089142>

(19 de julio de 2019). El Plan Estratégico del Xacobeo 2021 triplica el presupuesto del último Año Santo. *Economía en Galicia*. Recuperado de <https://www.economiaengalicia.com/articulo/economia/plan-estrategico-xacobeo-2021-triplica-presupuesto-ultimo-ano-santo/20190719185432011451.html>

Ramírez, C. (26 de agosto de 2019). ¿Está saturado el Camino de Santiago? *La Voz de Galicia*. Recuperado de https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/galicia/2019/08/26/saturado-camino-santiago/0003_201908G26P8996.htm

(15 de junio de 2018). El Camino de Santiago no afronta riesgo de masificación, según la Xunta. *El Correo Gallego*. Recuperado de <https://www.elcorreogallego.es/hemeroteca/camino-santiago-no-afronta-riesgo-masificacion-segun-xunta-ORCG1121197>

(14 de diciembre de 2014). Los peregrinos denuncian “la masificación” del Camino de Santiago. *Diario de Navarra*. Recuperado de

https://www.diariodenavarra.es/noticias/mas_actualidad/nacional/2014/12/14/los_peregrinos_denuncian_masificacion_del_camino_santiago_187490_1031.html

(6 de noviembre de 2019). Cultura y Diputación de Ourense se alían para proteger la Ruta. *El Correo Gallego*. Recuperado de

<https://www.elcorreogallego.es/hemeroteca/cultura-diputacion-ourense-alian-proteger-ruta-CRCG1212011>

(25 de febrero de 2010). Galicia y otras 4 comunidades por las que pasa el Camino Francés proyectan acciones conjuntas de promoción. *20minutos*. Recuperado de <https://www.20minutos.es/noticia/638375/0/>

Cappa, G. (8 de noviembre de 2017). La Alhambra cuenta con un colchón de 33 millones para eventualidades. *Granada Hoy*. Recuperado de

https://www.granadahoy.com/granada/Alhambra-cuenta-colchon-millones-eventualidades_0_1189081627.html

(17 de junio de 2011). El Ayuntamiento de Granada y el Patronato no pueden con los costes de la Alhambra: ha tenido que recurrir a la UNESCO y a la World Monuments Fund para conseguir fondos. *El Confidencial Autonomico*. Recuperado de: <https://autonomico.elconfidencialdigital.com/articulo/andalucia/Ayuntamiento-Patronato-Alhambra-UNESCO-Monuments/20110617000000011738.html>

(14 de julio de 2017). Venecia regulará la entrada de turistas a la plaza de San Marcos a partir de 2018. *La Vanguardia*. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/ocio/viajes/20170714/424118113665/venecia-plaza-san-marcos-turistas.html>

(22 de agosto de 2017). La cara oscura del turismo: en Dubrovnik ven la TV para saber cuándo salir a la calle. *Euronews*. Recuperado de:

<https://es.euronews.com/2017/08/22/la-cara-oscura-del-turismo-en-dubrovnik-ven-la-tv-para-saber-cuando-salir-a-la>

C, Molina. (21 de enero de 2020). España rozo los 84 millones de turistas en 2019. *Cinco Días*. Recuperado de:

https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/01/20/economia/1579518415_556581.html

