



EL CAMINO DEL CID: ¿UN EJEMPLO DE BUENAS PRÁCTICAS TURÍSTICAS?

Evolución y situación turística actual

The Cid Way: An example of tourism good practices. Evolution and current tourism situation

ALBERTO AZUARA GRANDE
Universidad Rey Juan Carlos, España

KEYWORDS

*Cultural routes
Cultural tourism
Cid Way
Territory
Sustainable tourism
Local development
Tourism management*

ABSTRACT

The increase of activities linked to cultural tourism has been a constant in recent decades. One of these new forms of tourism is based on traveling cultural routes, as the Spanish case of the Cid Way, developed at institutional level as an initiative of regional councils. The main objective of this work is to present the evolution and current situation of the Camino del Cid. Furthermore, implementation of this cultural route in the territory and impacts that it is generating are analysed, from the perspective of sustainable tourism.

PALABRAS CLAVE

*Rutas culturales
Turismo cultural
Camino del Cid
Territorio
Turismo sostenible
Desarrollo local
Gestión turística*

RESUMEN

La proliferación de actividades vinculadas al turismo cultural ha sido una constante en las últimas décadas. Una de estas nuevas formas de turismo es aquel basado en recorrer itinerarios culturales y rutas turístico-culturales, como es el caso español del Camino del Cid, desarrollado a nivel institucional a iniciativa de varias diputaciones provinciales. El objetivo principal de este trabajo es presentar la evolución y situación actual del Camino del Cid, así como determinar su implantación en el territorio e impactos positivos que está generando en el mismo, desde la perspectiva del turismo sostenible.

Recibido: 02/ 08 / 2022

Aceptado: 10/ 10 / 2022

1. Introducción

Durante las últimas dos décadas, la importancia del turismo cultural en las sociedades actuales ha venido incrementándose de manera continuada.

Este incremento ha ido acompañado de nuevas formas de comprender esta amplia modalidad turística, a consecuencia de una progresiva saturación de las formas tradicionales de turismo cultural, basadas en la visita a importantes monumentos y museos en entornos primordialmente urbanos (Richards & Wilson, 2006). Ello ha derivado en un mayor aprovechamiento turístico de recursos culturales alternativos, lo que, al mismo tiempo, ha sido visto como una herramienta de dinamización socioeconómica de determinados territorios con problemáticas acumuladas (Briedenhann & Wickens, 2004). Igualmente, este aprovechamiento turístico alternativo es considerado como una forma de impulsar el desarrollo sostenible en estos espacios (Moreno-Lobato et al., 2020; Timothy, 2014) mediante la creación de productos turísticos basados en experiencias supuestamente inolvidables para los visitantes (Briedenhann & Wickens, 2004; MacLeod, 2015; Michael et al., 2009; Moreno-Lobato et al., 2020).

Una de estas formas recientes de turismo cultural son las rutas e itinerarios culturales tematizados (Timothy, 2014), existiendo una proliferación de estas modalidades a lo largo de las últimas décadas (Morère, 2012; Paiva et al., 2019). La extensión en términos cualitativos y cuantitativos de esta tipología turística ha producido distintas interpretaciones teóricas sobre el significado y el fundamento histórico-cultural de cada uno de estos recorridos (Castillo, 2006; Hernández, 2011; Morère, 2012), lo que también hace complicada su clasificación. No obstante, a grandes rasgos la literatura (Castillo, 2006; Hernández, 2011; Morère, 2012) diferencia entre: los itinerarios culturales, basados en los principios reflejados en la Carta de Itinerarios Culturales del ICOMOS (ICOMOS, 2008); los itinerarios instrumentales, destacando buena parte de los reconocidos por el Consejo de Europa (Castillo, 2006; Del Río, 2020; Morère, 2012; Severo, 2017), y las rutas turístico-culturales diseñadas por las administraciones públicas en base a ciertos elementos históricos (Castillo, 2006; Hernández, 2011; Morère, 2012).

Es esta última tipología la que centra las miradas en este caso, dadas sus particulares condiciones de surgimiento, vinculadas a la creatividad de los propios territorios ante la oportunidad de aprovechar sus recursos histórico-culturales, con el objetivo de impulsar un desarrollo turístico sostenible (Timothy, 2014). Para ello, se analiza el caso español del Camino del Cid, ruta de carácter instrumental que toma distintos elementos históricos y literarios a partir de la figura de El Cid Campeador y la obra de *El Cantar de Mío Cid* para crear un recorrido turístico por territorios y paisajes de un gran valor cultural, pero al mismo tiempo afectados de una gran despoblación.

A pesar de la trayectoria del Camino del Cid desde la creación en 2002 del consorcio que gestiona la ruta, y de ser considerado “uno de los productos más potenciados y desarrollados en los últimos tiempos de carácter territorial” (García, 2004), las investigaciones turísticas realizadas son escasas y principalmente centradas en aspectos vinculados a la propia definición de la ruta y sus características genéricas (Benedicto, 2011; Calderón-Puerta et al., 2018; Hernández, 2011; Morère, 2012; Rengifo, 2006), mientras otros autores han incidido en la labor de promoción del Camino del Cid para aumentar su atractivo turístico (Alonso, 2008). Por tanto, el objetivo principal de este trabajo es analizar la situación actual del Camino del Cid, teniendo en cuenta la evolución y desarrollo de este tras dos décadas de implantación en el territorio. De esta forma, se pretende establecer un diagnóstico que determine tanto los elementos alcanzados por parte de esta ruta y que han permitido asegurar su continuidad a lo largo del tiempo, como aquellos aspectos pendientes que supondrían un avance en el logro de los preceptos inicialmente establecidos durante la creación de la ruta, con el fin de mantener la sostenibilidad de esta.

2. Metodología

Este trabajo parte del caso de estudio del Camino del Cid como una de las rutas turístico-culturales de mayor implantación en España. En primer lugar, se realiza un análisis bibliográfico sobre los conceptos de itinerario cultural y ruta turístico-cultural, las distintas perspectivas existentes, y los principales ejemplos en España y en Europa. En segundo lugar, se analiza de forma descriptiva la situación actual del Camino del Cid, a través de un estudio de situación específico de la ruta, teniendo en cuenta las aportaciones estadísticas facilitadas por el Consorcio del Camino del Cid. Los datos en cuestión corresponden a los años 2018 y 2020, y proceden de la información recogida por los puntos de sellado de los “salvoconductos” que son entregados a los viajeros que deciden recorrer la ruta. Esta información es transmitida desde los puntos de sellado al Consorcio del Camino del Cid. A partir de ello, el Consorcio establece proyecciones estadísticas en base a los siguientes aspectos:

- Tendencias de los datos obtenidos en los puntos de sellado.
- Número de “salvoconductos” repartidos en las Oficinas de Turismo.
- Número de establecimientos y municipios colaboradores con el sellado de los “salvoconductos”.
- Datos de visitas a la web del Camino del Cid.
- Consultas y peticiones de información recogidas desde las oficinas del Consorcio del Camino del Cid.

Al margen de los datos facilitados por el Consorcio del Camino del Cid, se emplean los datos del Padrón Municipal albergados en el Instituto Nacional de Estadística, con el fin de verificar la evolución de la población

en seis municipios atravesados por el Camino del Cid de las provincias con mayores problemas de despoblación vinculadas al Camino. Los datos recopilados corresponden a 1996, año inicial de la iniciativa del Camino del Cid; 2002, año de creación del Consorcio del Camino del Cid; 2008, año de inicio de la Crisis Financiera; 2014, año incluido dentro del periodo de recuperación económica; y 2021, último año del que se disponen datos, ya tras la crisis de la Covid-19.

Finalmente, para comprobar el nivel de desarrollo alcanzado por la ruta y su designación como “ejemplo de buenas prácticas”, se analizan los datos disponibles para plantear los logros alcanzados y los retos pendientes de esta iniciativa a nivel económico, sociocultural y medioambiental, pilares básicos del Desarrollo Sostenible.

3. Análisis

Debemos partir de un análisis bibliográfico previo, con el objetivo de desarrollar un estado de la cuestión acerca de la relación entre turismo e itinerarios culturales y rutas, que permita contextualizar el caso de estudio que posteriormente será presentado.

3.1. Rutas e itinerarios culturales. Consideraciones generales

Las rutas e itinerarios culturales son uno de los modelos emergentes de turismo cultural que han venido surgiendo a distinta escala y tipología por todo el mundo, dadas las distintas ventajas que implican su desarrollo a nivel social y económico (Castillo, 2006; Timothy, 2014). Igualmente, esta proliferación tiene que ver con las reflexiones sobre el medio ambiente y la autenticidad cultural extendidas hacia el turismo, así como por las dinámicas del turismo internacional, que hacen que los turistas busquen cada vez más los aspectos locales y auténticos (Hernández, 2011). De esta forma, estas rutas e itinerarios culturales son muy frecuentes en espacios rurales, lo que ha llevado a estudiar sus implicaciones (Beltramo, 2015; MacLeod, 2015) y a plantear su viabilidad (Briedenhann & Wickens, 2004).

En este sentido, estos autores determinan que la participación de las comunidades locales, la creación de clústeres, junto con la creación de rutas, favorecen la cooperación y la creación de redes entre áreas locales. Destacan que existen dos factores importantes para implementar una ruta en zonas rurales: los nuevos proyectos deben incluir la creación o aprovechamiento de las rutas existentes, con el objetivo de tener capacidad suficiente para atraer y retener turistas por un largo periodo; e impulsar el desarrollo en forma de red, capaz de potenciar el desarrollo de productos y actividades para los turistas. (Briedenhann & Wickens, 2004).

Es importante destacar que el año 1993 fue una fecha clave por la inclusión del Camino de Santiago en la lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO, y ello inició distintas discusiones, entre ellas, la necesidad de distinguir entre los itinerarios culturales y los puramente turísticos en su operativa (Calderón-Puerta et al., 2018; López, 2006), dada la existencia de una confusión generalizada en torno a la denominación de buena parte de ellos, por tres motivos (Castillo, 2006):

1. Existencia de confrontación entre los itinerarios con base histórica y que, por tanto, forman parte del Patrimonio Cultural, y aquellos que son diseñados a partir de connotaciones turísticas.
2. La confluencia entre los itinerarios y otras modalidades de Patrimonio Cultural recientes.
3. La inexistencia de mecanismos de protección a los cambios que introducen los itinerarios en el Patrimonio, dado su carácter internacional, así como la dificultad de coordinación entre administraciones.

En este sentido, se aprecia la necesidad de desarrollar unos requisitos claros para distinguir los distintos tipos de itinerarios y rutas, una metodología para su diseño, así como dotar sentido histórico y rigor para que los valores culturales del itinerario puedan ser transmitidos adecuadamente a la sociedad, siendo importante el papel que puede jugar el turismo en ellos (López, 2006). Esta falta de requisitos se pone de manifiesto mediante las distintas posiciones sobre lo que se considera un itinerario o no, siendo la definición del ICOMOS mucho más restrictiva —caminos o itinerarios basados en hechos históricos— que la del Consejo de Europa —trazados que contribuyan al acercamiento y colaboración entre pueblos europeos— (Consejo de Europa, 2015; Hernández, 2011; ICOMOS, 2008; Morère, 2012).

Por último, debe destacarse que la Organización Mundial del Turismo (UNWTO, 2015) también ha impulsado el uso turístico de los itinerarios culturales a nivel internacional, considerando que disponen de potencial económico y de desarrollo sociocultural, además de ser una práctica turística que se inserta en tendencias actuales del turismo posfordista.

3.2. Rutas e itinerarios culturales en Europa y en España

En el caso europeo, el desarrollo de rutas temáticas y el reconocimiento de itinerarios culturales es amplio, destacando por encima de todos los itinerarios culturales reconocidos por el Consejo de Europa (Moulin & Boniface, 2001).

La peculiaridad de estos itinerarios culturales es que no todos ellos se desarrollan de una forma lineal, tal y como se han entendido tradicionalmente los itinerarios. Existen ejemplos en los que el componente básico es una temática vinculada a un territorio concreto, o bien se componen en forma de red mediante bienes culturales parte

de entornos urbanos y/o rurales dispersos por todo el territorio europeo, los cuales permiten seguir mediante una temática común un recorrido (Consejo de Europa, 2015; Severo, 2017).

En la literatura turística se ha analizado algunos de estos itinerarios desde distintas perspectivas, ya sea para incorporar nuevos productos turísticos a éstas (Moreno-Lobato et al., 2020), o bien para analizar alguno de estos itinerarios, como es el caso de la Vía Francígena en Italia (Bellens et al., 2016; Diti et al., 2015), o el del Camino de Santiago (Lois González et al., 2015), la Ruta del Emperador Carlos V (Moreno et al., 2021) y la Ruta del Legado Andalúsí (Fundación El Legado Andalúsí, 2006) en España. Al margen de esto, distintos trabajos han analizado también rutas turísticas concretas y sus implicaciones en territorios de Portugal (Paiva et al., 2019), Grecia (Oikonomopoulou et al., 2017) o Polonia (Bogacz-Wojtanowska et al., 2019). Profundizando en el caso español, debe destacarse la existencia de numerosas rutas temáticas e itinerarios reconocidos, en algunos casos por instituciones como el ICOMOS, el Consejo de Europa o la UNESCO (Rengifo, 2006). No obstante, el Camino de Santiago es el itinerario cultural por excelencia en España, y así se demuestra también en la literatura, ya que ha sido analizado por numerosos autores y desde múltiples perspectivas. En este sentido, con el Camino de Santiago se produjo el común proceso de transformación de los recursos culturales en productos turísticos, conocido como comodificación (Murray & Graham, 1997; Precedo et al., 2007; Santos, 2006). Este proceso se inició a principios de la década de 1990, y resultó fundamental para iniciar el despegue turístico del Camino de Santiago y de toda Galicia (Andrade et al., 2010; Lois & López, 2012; Moscarelli et al., 2020; Santos, 2006). En definitiva, se aprovechó un recurso existente para desarrollar un producto turístico, suponiendo una dinamización del entorno del Camino y de la ciudad de Santiago de Compostela (Lois et al., 2015; Precedo et al., 2007). Asimismo, se produjo una reinterpretación del itinerario (Moscarelli et al., 2020), incorporándose nuevas motivaciones distintas de la eminentemente religiosa para recorrer el itinerario, lo que ha provocado conflictos entre los distintos usos y una posible pérdida de autenticidad y masificación en ciertos puntos del itinerario (Precedo et al., 2007; Santos, 2006).

Por tanto, a pesar de que el Camino de Santiago era considerado en la década de 1990 un ejemplo de turismo sostenible (Murray & Graham, 1997), es necesario matizar que la inicial euforia producida por la reconversión turística iniciada en el itinerario no ha tenido los resultados socioeconómicos esperados, especialmente en términos de fijación de población y dinamismo socioeconómico para las localidades afectadas (Andrade et al., 2010). Es por ello que se vienen planteando acciones para compaginar el uso conjunto del itinerario por peregrinos y turistas, preservar la identidad cultural del itinerario, y mejorar su capacidad de desarrollo socioeconómico (Grabow, 2010; Moscarelli et al., 2020; Schrire, 2008).

Estas particularidades del Camino de Santiago y sus implicaciones, junto con la distinta visión que tienen del mismo tanto la UNESCO como el Consejo de Europa (Schrire, 2008), han derivado en numerosas investigaciones, dedicadas a analizar los distintos caminos existentes (Alonso, 2009; Duque, 2014), las implicaciones del itinerario en el desarrollo de zonas periféricas (Lopez et al., 2017), su trascendencia internacional (Maak, 2009), o incluso, la imagen de los peregrinos a través del cine (Lopez, 2020).

3.3. El Camino del Cid: origen, evolución y características

Como ha podido apreciarse, el enorme protagonismo del Camino de Santiago como itinerario cultural de referencia en España ha eclipsado en buena medida las investigaciones sobre otros itinerarios y rutas. Distintos ejemplos han quedado relegados a un segundo plano, como es el caso de la Ruta de Don Quijote (Campos, 2006), la Ruta Vía de la Plata (García, 2004), o el Camino del Cid (Alonso, 2008; Benedicto, 2011). En este último caso, en la literatura no existe prácticamente trabajos que analicen las características de esta ruta turístico-cultural de manera exclusiva, salvo el caso del análisis realizado desde la perspectiva de la comunicación publicitaria del recorrido cidiano (Alonso, 2008).

El origen del Camino del Cid se remonta a la Dictadura Franquista, que impulsó en la década de 1960 distintas rutas e itinerarios como atractivos turísticos. En el caso del Camino del Cid, éste se basa en los recorridos y lugares que narra la obra medieval del Cantar de Mío Cid acerca de la vida y aventuras del personaje literario/histórico del Cid Campeador, Don Rodrigo Díaz de Vivar (Morère, 2012). Por tanto, no se considera el Camino del Cid como un itinerario cultural, sino una ruta de carácter literario, que no tiene exactamente que ver con la realidad histórica y cultural del territorio. Se trataría de una ruta imaginada, vinculada a una personalidad histórica célebre, con el objetivo de que los turistas revivan desde su punto de vista las andanzas literarias del personaje en cuestión (Alonso González, 2008; Hernández, 2011; Morère, 2012). De este modo, el Camino del Cid puede ser considerado un producto turístico creado ante la necesidad de ejercitar la creatividad cultural, con el fin de crear nuevas experiencias turísticas que vayan más allá del concepto tradicional de turismo cultural (Richards & Wilson, 2006).

La implantación de la ruta tuvo lugar a partir del año 1996, cuando la Diputación Provincial de Burgos diseñó una ruta a nivel provincial a partir de los lugares por los que transitó El Cid en su destierro, a lo que posteriormente se unió la Diputación Provincial de Soria. Con la creación en 2002 del Consorcio del Camino del Cid, se impulsó definitivamente la ruta turístico-cultural a nivel nacional, participando en su desarrollo actual 8

diputaciones provinciales (Benedicto, 2011; Morère, 2012). Esto ha convertido al Camino del Cid en un producto turístico con elevado nivel de desarrollo (Benedicto, 2011; García, 2004) y una de las rutas turísticas de mayor importancia en España, compuesta por ocho etapas con posibilidad de ser recorridas a pie, en bicicleta, a caballo, o en vehículo privado (Alonso, 2008). De forma añadida, debe mencionarse que el Camino del Cid, junto con los Caminos de Arte Rupestre Prehistórico, la Ruta de la Plata, las Rutas del Emperador Carlos V, y la Ruta Caminos de Pasión, forman parte de la iniciativa “Rutas Culturales de España”, marca común de las cinco principales rutas e itinerarios españoles tras el Camino de Santiago, promovida por la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio (Rutas Culturales de España, s/f).

En cuanto a la situación actual del Camino del Cid, es posible describirla gracias las aportaciones y datos facilitados por parte del Consorcio del Camino del Cid, entidad pública sin ánimo de lucro cuya finalidad es el acondicionamiento, dinamización y promoción de la ruta turístico-cultural (Camino del Cid, 2011).

Actualmente, el Camino del Cid lo forman 8 provincias españolas y 389 municipios, de los cuales, el 72% tienen menos de 1000 habitantes, por lo que se trataría de una ruta que recorre eminentemente espacios de carácter rural y territorios con problemas de despoblación.

Tabla 1. Número de municipios atravesados por el Camino del Cid según provincia

	Número de municipios
Burgos	41
Soria	45
Guadalajara	75
Zaragoza	37
Teruel	56
Castellón	48
Valencia	66
Alicante	21

Fuente: Elaboración propia a partir del Consorcio del Camino del Cid (2020)

Tabla 2. Población de los municipios atravesados por el Camino del Cid

	Número de municipios
Menos de 500 habitantes	250
Entre 500 y 1000 habitantes	31
Entre 1000 y 5000 habitantes	50
Entre 5000 y 10.000 habitantes	12
Entre 10.000 y 25.000 habitantes	22
Entre 25.000 y 100.000 habitantes	14
Más de 100.000 habitantes	4

Fuente: Elaboración propia a partir del Consorcio del Camino del Cid (2020)

Estos problemas de despoblación pueden apreciarse a simple vista observando la evolución de los padrones municipales de algunos de los municipios atravesados por el Camino del Cid. A continuación, se muestra la evolución de la población en seis municipios menores de 20.000 habitantes, seleccionados de las provincias del Camino del Cid con mayores problemas de despoblación (Burgos, Soria, Guadalajara, Zaragoza, Teruel y Castellón).

En la Tabla 3 observamos los datos de población de seis municipios burgaleses, donde es posible observar que, tan sólo en uno de ellos, Quintanilla de Vivar, la evolución demográfica es positiva en todos los años seleccionados. Este municipio tiene la particularidad de encontrarse muy próximo a la ciudad de Burgos, además de albergar la localidad de Vivar del Cid, punto de inicio del Camino del Cid, por lo que los datos pueden verse afectados por estas dos situaciones.

Tabla 3: Evolución de la población en municipios seleccionados de la provincia de Burgos (1996-2021)

	2021	2014	2008	2002	1996
Caleruega	419	490	494	424	443
Covarrubias	539	601	643	640	655
Huerta de Rey	908	1.028	1.136	1.200	1.203
Peñaranda de Duero	511	572	566	600	617
Santo Domingo de Silos	262	302	311	305	323
Quintanilla de Vivar	872	793	725	546	369

Fuente: Elaboración propia a partir de Instituto Nacional de Estadística

Por su parte, en la Tabla 4 se observan los datos de población de seis de los principales municipios de la provincia de Soria que atraviesa el Camino del Cid. En este caso, es posible comprobar como todos los municipios pierden población de manera significativa, salvo el caso del Burgo de Osma, que prácticamente mantiene las mismas cifras de población a lo largo de los años. Asimismo, se observa que, a pesar de existir un repunte de población en el año 2008 en prácticamente todos los municipios, a partir de este año la pérdida de habitantes es notable.

Tabla 4: Evolución de la población en municipios seleccionados de la provincia de Soria (1996-2021)

	2021	2014	2008	2002	1996
Arcos de Jalón	1.477	1.707	1.807	1.797	2.042
Burgo de Osma	5.034	5.153	5.158	5.086	5.053
Berlanga de Duero	872	983	1.034	1.132	1.238
Medinaceli	664	767	775	739	733
San Esteban de Gormaz	2.948	3.067	3.268	3.387	3.426
Santa María de Huerta	265	314	388	432	496

Fuente: Elaboración propia a partir de Instituto Nacional de Estadística

En el caso de la provincia de Guadalajara, mostrada en la Tabla 5, se vuelven a observar las mismas tendencias que en las provincias de Burgos y Soria. En este sentido, a pesar del repunte de población en el año 2008, las cifras del resto de años del periodo seleccionado muestran una tendencia poblacional acentuada de carácter negativo.

Tabla 5: Evolución de la población en municipios seleccionados de la provincia de Guadalajara (1996-2021)

	2021	2014	2008	2002	1996
Atienza	395	479	476	441	494
Hiendelaencina	117	133	130	121	147
Hita	292	374	419	292	290
Jadraque	1.383	1.576	1.555	1.331	1.247
Molina de Aragón	3.217	3.572	3.667	3.280	3.529
Sigüenza	4.298	4.712	5.013	4.725	4.880

Fuente: Elaboración propia a partir de Instituto Nacional de Estadística

Respecto a los datos de población de los municipios escogidos para la provincia de Zaragoza, en la Tabla 6 se puede apreciar que, igualmente, la tendencia de la mayoría de los municipios es decreciente, salvo en el caso de la ciudad de Calatayud, donde el descenso de población se aprecia a partir del año 2008. Por tanto, en los municipios de menor tamaño, se vuelve a apreciar la misma situación de progresiva despoblación, de forma semejante a lo observado en las provincias anteriores.

Tabla 6: Evolución de la población en municipios seleccionados de la provincia de Zaragoza (1996-2021)

	2021	2014	2008	2002	1996
Alhama de Aragón	1.002	1.115	1.211	1.187	1.217
Ariza	1.068	1.185	1.289	1.336	1.385

	2021	2014	2008	2002	1996
Ateca	1.729	2.019	2.089	2.012	2.059
Bubierca	64	76	87	96	112
Calatayud	19.870	20.658	21.905	18.531	17.078
Gallocanta	128	158	158	172	191

Fuente: Elaboración propia a partir de Instituto Nacional de Estadística.

Por otro lado, en la Tabla 7 se pueden observar los datos para los municipios seleccionados de la provincia de Teruel. En este caso, la tendencia poblacional es decreciente salvo en dos municipios, Caminreal y Montalbán, donde la pérdida de población es mucho menos acentuada y en determinados años se observa crecimiento poblacional.

Tabla 7: Evolución de la población en municipios seleccionados de la provincia de Teruel (1996-2021)

	2021	2014	2008	2002	1996
Albarracín	990	1.059	1.110	1.028	1.091
Calamocha	4.473	4.469	4.752	4.155	4.019
Caminreal	634	684	788	781	832
Cella	2.578	2.818	3.122	2.864	3.030
Montalbán	1.237	1.335	1.477	1.565	1.668
Mora de Rubielos	1.539	1.612	1.699	1.370	1.346

Fuente: Elaboración propia a partir de Instituto Nacional de Estadística

Finalmente, en la Tabla 8 se albergan los datos correspondientes a los municipios escogidos de la provincia de Castellón. En este caso, la variación poblacional de los municipios escogidos resulta ser más desigual, existiendo una tendencia de carácter positivo y con signos de estancamiento en Jérica, Nules y Segorbe, mientras que en Caudiel, Morella y Villafranca del Cid sí se produce un descenso continuado de población.

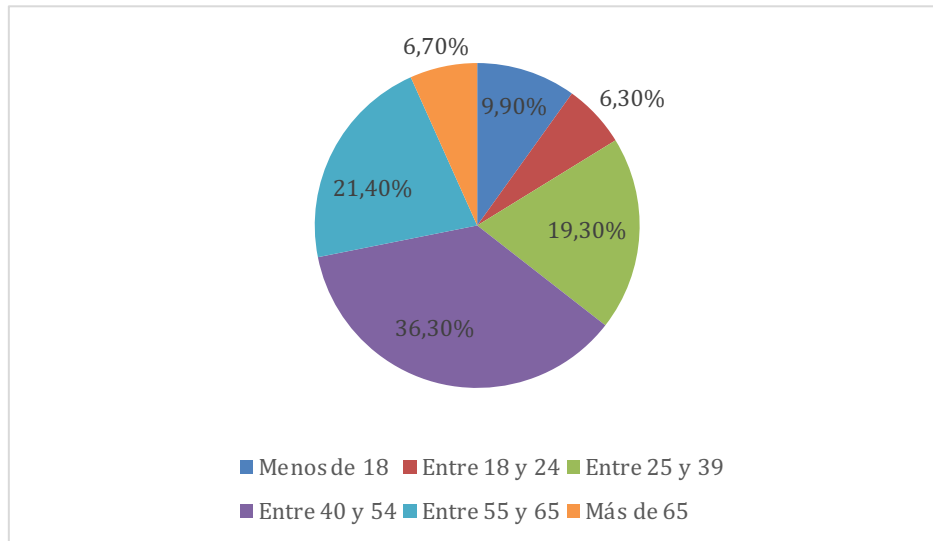
Tabla 8: Evolución de la población en municipios seleccionados de la provincia de Castellón (1996-2021)

	2021	2014	2008	2002	1996
Caudiel	663	739	724	711	712
Jérica	1.650	1.621	1.642	1.554	1.591
Morella	2.406	2.638	2.854	2.752	2.797
Nules	13.256	13.456	13.318	11.666	11.493
Segorbe	9.139	9.233	9.131	8.127	7.657
Villafranca del Cid	2.201	2.352	2.520	2.566	2.740

Fuente: Elaboración propia a partir de Instituto Nacional de Estadística

En cuanto a datos de demanda de viajeros a lo largo del Camino del Cid, las estimaciones de datos proporcionadas por el Consorcio del Camino del Cid para el año 2018 determinan que el camino del Cid fue recorrido por 15.832 personas, teniendo en cuenta a aquellos viajeros que recorrieron al menos cuatro jornadas del camino, y pernoctaron tres noches. Si atendemos a la procedencia del viajero del Camino del Cid, los datos que proporciona el Consorcio del Camino del Cid muestran que la mayor parte de éstos son residentes en España (93%), y proceden mayoritariamente de Comunidad Valenciana (22%), Castilla y León (18%), Madrid (17%), y Cataluña (8%), y que disponen de un gasto medio por viajero de entre 360 y 400 euros. Por intervalos de edad, los datos del Consorcio del Camino del Cid reflejan que el viajero mayoritario es el que se sitúa entre 40 y 54 años (Figura 1).

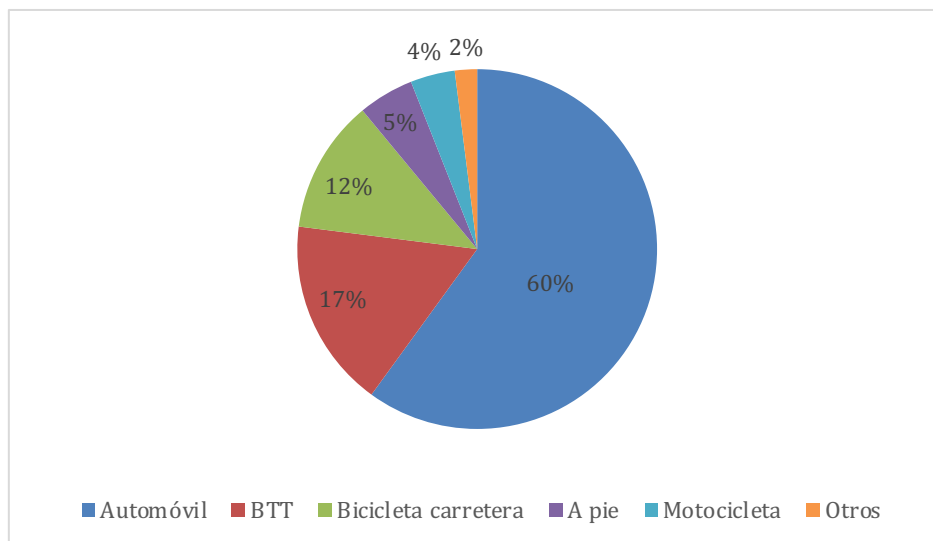
Figura 1. Edad de los viajeros del Camino del Cid, año 2018



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Consorcio del Camino del Cid (2018)

Y finalmente, sobre las formas más empleada para recorrer la ruta, destaca por encima de las demás opciones el uso del automóvil (60%) (Figura 2). Llama la atención el bajo porcentaje en el que los viajeros recorren el Camino del Cid a pie (5%), más si cabe cuando en España dicha opción turística dispone de una gran tradición y ha sido impulsada mediante actuaciones (Gómez-Martín, 2019).

Figura 2. Modalidad de viaje empleada en el Camino del Cid, año 2018



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Consorcio del Camino del Cid (2018)

Respecto al uso de la web del Camino del Cid, los datos facilitados reflejan que en el año 2020 ésta tuvo un tráfico total de 653.888 visitantes únicos, por lo que sólo una pequeña parte de las personas que visitan la web, finalmente recorrerían total o parcialmente el Camino del Cid.

Debe destacarse que la mayor parte estos datos proporcionados por el Consorcio del Camino del Cid se realizan en base a proyecciones estadísticas, dado que se hace hincapié por parte del Consorcio que existe una problemática a lo largo de la ruta para contabilizar a los viajeros que la recorren. Dicha problemática reside en el uso del llamado “salvoconducto”, un documento con forma de pasaporte que las personas interesadas en hacer el Camino del Cid solicitan en determinados puntos de la ruta y en oficinas de turismo de los municipios implicados. El objetivo reside en sellar dicho “salvoconducto” por los lugares que atravesados y poder obtener un diploma que acredite haber realizado el recorrido, así como beneficiarse de descuentos y promociones a lo largo del Camino. Este documento actualmente puede ser sellado en 545 puntos situados en 211 localidades de toda la ruta (Camino del Cid, 2011). No obstante, desde el Consorcio del Camino del Cid se destaca que dicha herramienta no ha funcionado por el momento como fuente de datos estadísticos fiables. Esto es debido a que, en muchas ocasiones, los viajeros deciden no solicitar el mencionado pasaporte, o bien no consiguen sellarlo

en todos los lugares que atraviesan. Las razones expuestas para esto último tienen que ver con que los viajeros en ocasiones tienen que desviarse de su recorrido para sellar, o porque algún punto de sellado esté cerrado. Igualmente, desde el Consorcio del Camino del Cid se destaca que el envío de los datos recogidos por los puntos de sellado colaboradores es desigual, lo que hace que la fiabilidad de los datos sea reducida.

Por último, en cuanto a la rentabilidad de la iniciativa, desde el Consorcio del Camino del Cid consideran que, dadas las aportaciones por parte de las diputaciones provinciales partícipes en el proyecto, cifradas en 20.000 euros en 2018, por cada euro invertido en el desarrollo de la ruta, regresaron al territorio entre 25 y 30 euros en ese mismo año. A priori, este dato puede resultar positivo e indicar la existencia de un efecto multiplicador turístico en el territorio, sin embargo, se trata únicamente de estimaciones aportadas por el Consorcio del Camino del Cid que deben ser contrastadas.

4. Resultados

Tras el análisis realizado a partir de la revisión de la literatura sobre el Camino del Cid y los datos disponibles sobre su situación actual, los resultados muestran el alcance de determinados logros de importancia en sus dos décadas de existencia, pero también numerosos retos que deben ser afrontados.

En primer lugar, debe destacarse que el Camino del Cid es un producto turístico con una evolución positiva en aras de su implantación en el territorio, y que genera beneficios para los agentes locales que son partícipes de este, gracias a aspectos como la promoción a través de la web, o los descuentos facilitados a los viajeros del Camino en determinados establecimientos. Esto es producido gracias a la implicación de los agentes, destacando que la participación de las administraciones públicas a nivel provincial y local es elevada, y por tanto, apreciándose una apuesta por el desarrollo y mejora del producto turístico en cuestión. Por otro lado, también existe notable implicación por parte del sector privado, ya que la participación voluntaria de estos en actuaciones como el sellado del “salvoconducto” es realizada en buena medida por actores turísticos colaboradores tanto públicos como privados.

Desde el punto de vista de las implicaciones generadas en el territorio, debe destacarse que, a nivel económico, parece apreciarse la existencia de un efecto multiplicador de las inversiones realizadas en el Camino del Cid. No obstante, únicamente se disponen estimaciones por parte del Consorcio del Camino del Cid acerca de dicho efecto, por lo que no es posible confirmar dicho beneficio de forma clara, ante la falta de información estadística consolidada.

Por el contrario, desde el punto de vista sociocultural, sí se puede apreciar que el Camino del Cid es un producto turístico respetuoso con las comunidades locales, ya que el turismo practicado no es de carácter masivo, sino todo lo contrario, lo que permite a los turistas y visitantes formar parte del mismo entorno sin conflictos destacables. Igualmente, la propia conceptualización del Camino del Cid en torno a la recreación de los viajes medievales hace que se focalice la atención en el mantenimiento y preservación del Patrimonio Cultural de estos lugares, que sirve como reclamo turístico.

En este sentido, el hecho de que el Camino del Cid atraviese buena parte los territorios de España con mayor despoblación podría suponer que la propia ruta sea un elemento vertebrador de estas zonas. Sin embargo, tal y como se ha podido comprobar en las tablas 3, 4, 5, 6, 7 y 8, la gran mayoría de los municipios analizados en términos poblacionales se encuentran en un proceso continuado de descenso del número de habitantes desde hace más de 20 años, por lo que puede establecerse que el desarrollo del Camino del Cid no ha conseguido, al menos, fijar población en los municipios que atraviesa.

Por otro lado, desde el ámbito medioambiental, es posible afirmar que el Camino del Cid es una iniciativa con una voluntad de respeto por el medio ambiente, ya que existe la oportunidad de recorrer el Camino del Cid mediante distintas opciones sostenibles. A pesar de ello, los datos demuestran que, en realidad, la forma principal de recorrer la ruta es a través de un vehículo a motor, lo que confrontaría con esta voluntad inicial.

Finalmente, desde el punto de vista de la demanda, merece la pena destacar que el tipo de turista que recorre el Camino del Cid realiza un importante gasto medio en su recorrido, lo que permitiría destacarlo como un turista de calidad.

Por lo tanto, se observa que existen notables desafíos de futuro que el Consorcio del Camino del Cid y las administraciones y entidades privadas implicadas deben afrontar para continuar en la mejora de la ruta. De esta forma, resulta prioritario mejorar la capacidad del Consorcio del Camino del Cid a la hora de realizar estadísticas fiables sobre cuestiones básicas de la demanda de viajeros de la ruta. Además, se considera imprescindible realizar periódicamente estudios de campo que permitan analizar comportamientos y patrones de uso del recorrido. Para ello, es necesario concienciar a las administraciones públicas partícipes para emplear mayores recursos en este aspecto, e, igualmente, implicar en mayor medida a las entidades privadas que están colaborando voluntariamente en ello.

Por otro lado, se han detectado distintas problemáticas a la hora de emplear el “salvoconducto”. En este sentido, se insta a emplear dicho documento de una forma más restrictiva hacia el público general, de forma que se permita disponer de él sólo a las personas que realmente recorran la ruta. Este importante cambio favorecería el uso de

dicho “salvoconducto” como instrumento estadístico. Asimismo, se considera necesario facilitar el sellado del “salvoconducto” a los viajeros, para lo que se propone una menor disposición de puntos de sellado a lo largo de la ruta, pero más fiables en cuanto a sus horarios de apertura y cierre. Otro aspecto para tener en cuenta sería la posibilidad de emplear la señalética del Camino del Cid existente actualmente para implantar códigos QR en cada uno de los municipios adheridos. A través de esta herramienta, mediante el número de salvoconducto, sería posible que los viajeros subiesen fotos e información de las etapas que han ido realizando, con el fin de que se compruebe que han logrado realizar ese recorrido.

En materia de colaboración y cooperación entre agentes, se insta a seguir impulsando actuaciones que favorezcan la adhesión de entidades públicas y privadas al Camino del Cid a nivel local, que permitan una implantación más elevada. Igualmente, se considera prioritario mejorar la proyección internacional de la ruta a través de asociaciones sólidas entre actores y una mayor promoción por parte de las comunidades autónomas y el Estado Español, al disponer de mayores recursos para su alcance. La incorporación del Camino del Cid al proyecto “Rutas Culturales de España” sigue esta línea de actuación y debe impulsarse activamente.

Finalmente, en materia de sostenibilidad, se considera necesario potenciar las formas sostenibles de recorrer el Camino del Cid frente a las opciones mayoritarias actuales, vinculadas al uso del automóvil. En este sentido, se debe impulsar especialmente la realización del recorrido tanto a pie como en bicicleta.

5. Conclusiones

Han pasado dos décadas desde que una serie de diputaciones provinciales españolas tomaran la decisión de asociarse para impulsar una iniciativa turística que, en muchos aspectos, resultó ser pionera en España, y que trataba de otorgar nuevas oportunidades a determinados territorios gravemente afectados por un proceso de despoblación que, lamentablemente, sigue vigente en nuestros días. Esta iniciativa, además, se alejaba de las tradicionales vías de desarrollo turístico masivo seguidas décadas atrás, y permitía explorar territorios de una gran belleza paisajística y con una gran carga histórica, patrimonial y, por tanto, simbólica. Todos estos aspectos en su conjunto han dado lugar a un producto turístico consolidado y con gran perspectiva de futuro, como es el Camino del Cid.

Mediante este trabajo se ha realizado un recorrido por los principales elementos que caracterizan esta ruta turístico-cultural, así como por los grandes logros que han sido alcanzados por los actores implicados en la misma. Sin embargo, también se han destacado los aspectos que deben ser mejorados para continuar desarrollando su enorme potencial transformador. En especial, se hace necesario incentivar el desarrollo económico y social de los territorios atravesados por la ruta, con el fin principal de frenar la acentuada despoblación existente en la actualidad. Finalmente, se ha podido comprobar como la interacción entre distintos actores, tanto públicos como privados, permitiría generar un entorno de colaboración exitoso y que es capaz de generar beneficios claros para territorios con problemáticas acumuladas, sin producir importantes externalidades negativas en estos.

Desde esta investigación se han pretendido sentar las bases del conocimiento del Camino del Cid como producto turístico cultural. Nos encontramos, por tanto, ante un ejemplo de ruta turístico-cultural que puede llegar a convertirse en un ejemplo de buenas prácticas turísticas que, como se ha mencionado, aún tiene un largo camino por recorrer y debe ser mejorado e investigado en mayor profundidad, en aras de poder ser extrapolado a otros lugares, y así poder favorecer el Desarrollo Turístico Sostenible. Estas líneas de investigación futuras deben ir dirigidas hacia distintos aspectos: por un lado, la necesidad de conocer en mayor profundidad los perfiles de viajeros y sus características, con el fin de ofrecer soluciones a las posibles problemáticas encontradas. De forma añadida, se considera de especial interés impulsar la ruta hacia otros públicos objetivo, especialmente al turista internacional. Por último, es necesario indagar en las actuaciones en materia de sostenibilidad que se están llevando a cabo por parte del Camino del Cid, para poder comprobar si se están siguiendo correctamente los preceptos del Desarrollo Turístico Sostenible, especialmente a la hora de proporcionar recursos económicos y socioculturales a la población local afectada. Para ello, el análisis de las relaciones entre actores presentes en el desarrollo turístico del Camino del Cid puede resultar notablemente enriquecedor.

6. Agradecimientos

Agradecer la amabilidad y cortesía de Alberto Luque Cortina y a todos los integrantes del Consorcio del Camino del Cid por facilitar información de gran valor e interés para esta investigación.

Referencias

- Alonso, C. M. (2008). El atractivo turístico del Camino del Cid en la comunicación publicitaria. In A. Escribano (Ed.), *El "Poema de Mio Cid": la comunicación de un mito* (168 p.). Servicio de Publicaciones de la Universidad Pontificia de Salamanca.
- Alonso, F. (2009). Santiago y los Caminos de Santiago: un paisaje cultural, una cultura del paisaje. *Boletín de La Asociación de Geógrafos Españoles*, 51, 203–218. <https://bage.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/article/view/1138>
- Bellens, A., Le Banc, N. V., Eloire, F., Grabar, N., Kergosien, E., & Severo, M. (2016). Social media and european cultural routes: Instagram networks on the Via Francigena. *8th International Conference on Management of Digital EcoSystems, MEDES 2016*, 122–128. <https://doi.org/10.1145/3012071.3012082>
- Beltramo, S. (2015). European Cultural Routes: A Tool for Landscape Enhancement. In R. Gambino & A. Peano (Eds.), *Nature Policies and Landscape Policies: Towards an Alliance* (pp. 1–497). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-05410-0>
- Benedicto, E. (2011). La recuperación de los antiguos caminos reales y sus rutas literarias como producto turístico. El caso de los valles del Huerva y Jiloca (Aragón). *Cuadernos de Turismo*, 27, 39–55. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/139731>
- Bogacz-Wojtanowska, E., Góral, A., & Bugdol, M. (2019). The role of trust in sustainable heritage management networks. Case study of selected cultural routes in Poland. *Sustainability (Switzerland)*, 11(10). <https://doi.org/10.3390/su11102844>
- Briedenhann, J., & Wickens, E. (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas—vibrant hope or impossible dream? *Tourism Management*, 25(1), 71–79. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00063-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00063-3)
- Calderón-Puerta, D. M., Arcila-Garrido, M. L., & López-Sánchez, J. A. (2018). Las Rutas e Itinerarios Turístico-Culturales en los Portales Oficiales de Turismo de las Comunidades Autónomas Españolas. *Revista de Estudios Andaluces*, 35(35), 123–145. <https://doi.org/10.12795/rea.2018.i35.05>
- Campos, M. L. (2006). Ruta de Don Quijote. Un personaje literario... un producto turístico. *PH: Boletín Del Instituto Andaluz Del Patrimonio Histórico*, 60, 126–129. <https://doi.org/10.33349/2006.60.2264>
- Camino del Cid, (2011). Camino del Cid, un viaje por la Edad Media, España. <https://www.caminodelcid.org>
- Castillo, J. (2006). Los itinerarios culturales. Características y tipos. Principales experiencias nacionales e internacionales. *Cuadernos de Arte de La Universidad de Granada*, 37(0), 319–335. <https://doi.org/10.30827/caug.v37i0.8746>
- Consejo de Europa. (2015). *Cultural routes management: from theory to practice*. Council of Europe Publishing.
- Del Río, R. M. (2020). Criteria for designing cultural itineraries as a strategy for restoring the dynamics of cultural landscape formation. Some research notes about the case study of Itálica. *Ri-Vista*, 18(1), 238–263. <https://doi.org/10.13128/rv-8093>
- Diti, I., Torreggiani, D., & Tassinari, P. (2015). Rural landscape and cultural routes: A multicriteria spatial classification method tested on an italian case study. *Journal of Agricultural Engineering*, 46(1), 23–29. <https://doi.org/10.4081/jae.2015.451>
- Duque, C. M. (2014). El Camino de Santiago Primitivo a su paso Por Asturias, Estudio de una ruta Cultural Desde la Perspectiva Turística. *Cuadernos de Turismo*, 33, 233–249. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/195721>
- Fundación El Legado Andalusi. (2006). Legado Andalusi: recuperando una memoria del pasado para mejorar el presente. *PH: Boletín Del Instituto Andaluz Del Patrimonio Histórico*, 60, 98–105.
- García, L. (2004). Los grandes ejes territoriales turísticos peninsulares. La dificultad de planificar, articular y consolidar productos turísticos especiales. El ejemplo de la Vía de la Plata. *Cuadernos Geográficos*, 34, 145–162. <https://revistaseug.ugr.es/index.php/cuadgeo/article/view/1825>
- Gómez-Martín, M. B. (2019). Hiking tourism in Spain: Origins, issues and transformations. *Sustainability (Switzerland)*, 11(13). <https://doi.org/10.3390/su11133619>
- Grabow, S. (2010). The Santiago de Compostela pilgrim routes: The development of European cultural heritage policy and practice from a critical perspective. *European Journal of Archaeology*, 13(1), 89–116. <https://doi.org/10.1177/1461957109355411>
- Hernández Ramírez, J. (2011). Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(2), 225–236. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2011.09.021>
- ICOMOS. (2008). *Carta de Itinerarios Culturales*. (Comité Científico Internacional de Itinerarios Culturales (CIIC)).
- Lois, R. C., Castro, B. M., & Lopez, L. (2015). From Sacred Place to Monumental Space: Mobility Along the Way to St. James. *Mobilities*, 11(5), 770–788. <https://doi.org/10.1080/17450101.2015.1080528>
- López, I. (2006). Diseño y programación de itinerarios culturales. *PH: Boletín Del Instituto Andaluz Del Patrimonio Histórico*, 20. <https://doi.org/10.33349/2006.60.2253>

- Lopez, L. (2020). Filmic gendered discourses in rural contexts: The case of the Camino De Santiago (Spain). *Sustainability (Switzerland)*, 12(12). <https://doi.org/10.3390/su12125080>
- Lopez, L., Guilarte, Y. P., & González, R. C. L. (2017). The Way to the Western European Land's End. The Case of Finisterre (Galicia, Spain). *Italian Journal of Planning Practice*, 7(1), 186–212. <http://hdl.handle.net/10347/17581>
- Maak, K. (2009). El Camino De Santiago Como Posible Motor Turístico En Zonas Rurales De Escasos Recursos: El Caso De Brandeburgo. *Cuadernos de Turismo*, 23, 149–172. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/70081>
- MacLeod, N. (2015). Cultural Routes, Trails and the Experience of Place. *The Routledge Handbook of Cultural Tourism*, 10872. <https://doi.org/10.4324/9780203120958.ch46>
- Michael, M., Jorge, E., & Esteban, C. J. de. (2009). Has the Experience Economy Arrived? The views of destination managers in three visitor-dependent areas. *International Journal of Tourism Research*, 216, 201–216. <https://doi.org/10.1002/jtr.719>
- Moreno-Lobato, A., Costa, C., & Hernández-Mogollón, J. M. (2020). Value creation in the Cultural Routes of the European Council through the design of military tourism products. *Journal of Tourism and Development*, 34, 53–64. <https://doi.org/10.34624/rtd.v0i34.22336>
- Moreno-Lobato, A., Hernández-Mogollón, J. M., & Di-Clemente, E. (2021). La gestión público-privada en la red de destinos de los Itinerarios Culturales del Consejo de Europa: la Ruta del Emperador Carlos V. *Revista Galega de Economía*, 30(3), 1–9. <https://doi.org/10.15304/rge.30.3.7449>
- Morère, N. (2012). Sobre los Itinerarios Culturales del ICOMOS y las rutas temáticas turístico-culturales. Una reflexión sobre su integración en el turismo. *Revista de Análisis Turístico*, 1(13), 57–68.
- Moulin, C., & Boniface, P. (2001). Routeing heritage for tourism: Making heritage and cultural tourism networks for socio-economic development. *International Journal of Heritage Studies*, 7(3), 237–248. <https://doi.org/10.1080/13527250120079411>
- Murray, M., & Graham, B. (1997). Exploring the dialectics of route-based tourism: The Camino de Santiago. *Tourism Management*, 18(8), 513–524. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(97\)00075-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(97)00075-7)
- Oikonomopoulou, E., Delegou, E. T., Sayas, J., & Moropoulou, A. (2017). An innovative approach to the protection of cultural heritage: The case of cultural routes in Chios Island, Greece. *Journal of Archaeological Science: Reports*, 14, 742–757. <https://doi.org/10.1016/j.jasrep.2016.09.006>
- Paiva, O., Seabra, C., & Abrantes, J. L. (2019). Cultural routes crossing Portugal: History and traditions. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 7(4), 18–33. <https://doi.org/10.21427/x9fb-w815>
- Precedo, A., Revilla, A., & Míguez, A. (2007). El turismo cultural como factor estratégico de desarrollo: El Camino de Santiago. *Estudios Geográficos*, 68(262), 205–234. <https://doi.org/10.3989/egeogr.2007.i262.11>
- Rengifo, J. I. (2006). Rutas culturales y turismo en el contexto español. *Revista PH*, 114. <https://doi.org/10.33349/2006.60.2263>
- Richards, G., & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*, 27(6), 1209–1223. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.06.002>
- Rutas Culturales de España. (s/f). [Spainculturalroutes.com](http://spainculturalroutes.com). Recuperado el 25 de junio de 2022, de <https://www.spainculturalroutes.com/>
- Santos, X. M. (2006). El camino de Santiago: Turistas y peregrinos hacia Compostela. *Cuadernos de Turismo*, 18, 135–150. <https://doi.org/10.31819/9783964566423>
- Schrire, D. (2008). The Camino de Santiago: The interplay of European heritage and new traditions. *Ethnologia Europaea*, 36(2), 69–86. <https://doi.org/10.16995/ee.1008>
- Severo, M. (2017). European Cultural Routes: Building a Multi-Actor Approach. *Museum International*, 69(1–2), 136–145. <https://doi.org/10.1111/muse.12157>
- Timothy, D. J. (2014). Contemporary cultural heritage and tourism: Development issues and emerging trends. *Public Archaeology*, 13(1–3), 30–47. <https://doi.org/10.1179/1465518714Z.000000000052>
- UNWTO. (2015). *Global Report on Cultural Routes and Itineraries Affiliate Members Report: Volume twelve*. World Tourism Organization.xw