

# E1.3.1. ESTRATEGIA TRANSNACIONAL DE LOS CAMINOS DE SANTIAGO DEL ESPACIO SUDOE

ACTIVACIÓN DE  
RECURSOS CULTURALES  
Y NATURALES EN LOS  
CAMINOS DE SANTIAGO  
DEL SUDOESTE EUROPEO.



FUNDACIÓN  
CAMINO  
LEBANIEGO



amica



Asociación de Municipios  
del Camino de Santiago



Santa María  
la Real fundación



Chemins de  
COMPOSTELLE  
patrimoine mondial

Agence française  
des chemins  
de Compostelle



FACULDADE DE  
CIÉNCIAS E TECNOLOGIA



Interreg  
Sudoe



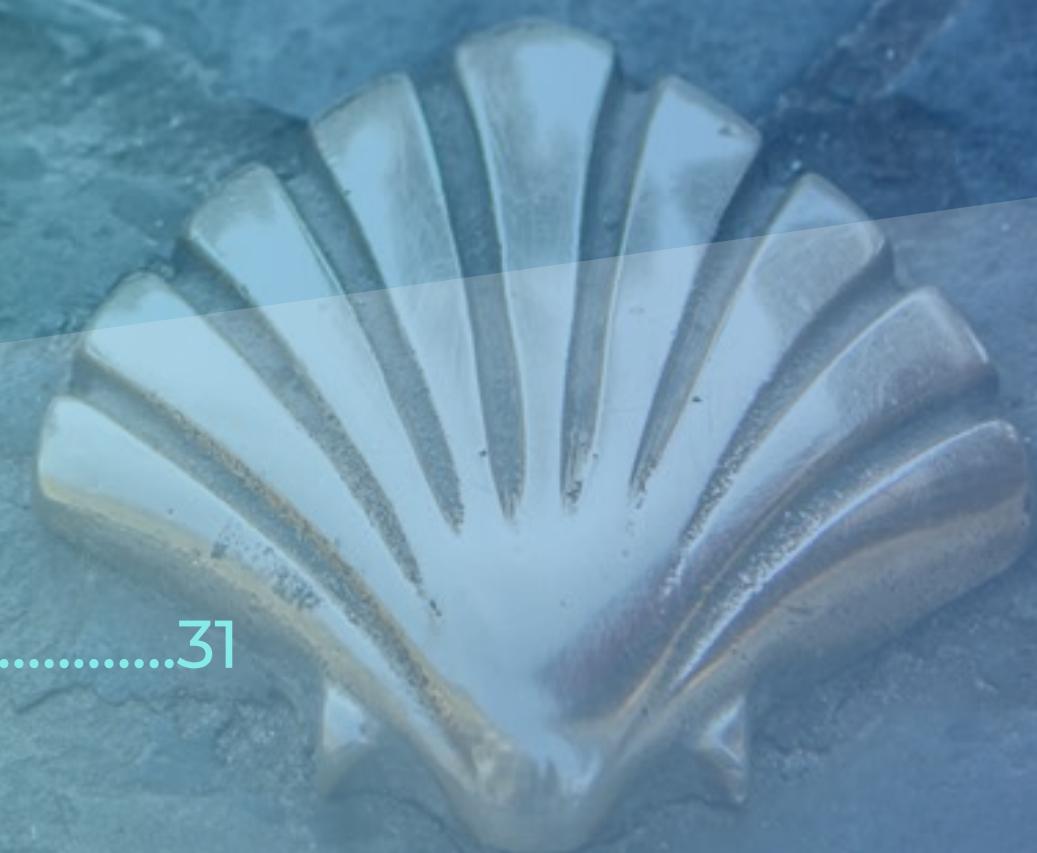
Co-funded by  
the European Union

Ultreia\_Sudoe

|  |    |
|--|----|
| 1. EL PROYECTO .....                                   | 3  |
| 2. IDEAS FUERZA .....                                  | 4  |
| 3. ANÁLISIS .....                                      | 5  |
| ○ 3.1. ESTUDIOS PREVIOS                                |    |
| ○ 3.2. TENDENCIAS DE PEREGRINACIÓN POSPANDEMIA         |    |
| ○ 3.3. COMPETENCIAS TURÍSTICAS DE LOS CAMINOS          |    |
| ○ 3.4. PESTEL  |    |
| ○ 3.5. DAFO  |    |
| ○ 3.6. ANÁLISIS PORTER                                 |    |
| ○ 3.7. ANÁLISIS SCAME                                  |    |
| 4. ESTRATEGIA. VISIÓN DE LOS CAMINOS DE SANTIAGO ..... | 14 |
| ○ 4.1. LÍNEAS ESTRATÉGICAS                             |    |
| ■ L1. GOBERNANZA COMPARTIDA                            |    |
| ■ L2. PATRIMONIO CULTURAL                              |    |
| ■ L3. ACCESIBILIDAD UNIVERSAL                          |    |
| ■ L4. DESARROLLO LOCAL                                 |    |
| ■ L5. EXPERIENCIA PEREGRINA                            |    |
| ■ L6. INNOVACIÓN TECNOLÓGICA                           |    |
| ■ L7. CAMBIO CLIMÁTICO                                 |    |
| 5. PLAN DE COMUNICACIÓN .....                          | 31 |

## Ultreia\_Sudoe

|                      |   |   |   |   |   |
|----------------------|---|---|---|---|---|
| ACTIVACIÓN DE        | • | • | • | • | • |
| RECURSOS CULTURALES  | • | • | • | • | • |
| Y NATURALES EN LOS   | • | • | • | • | • |
| CAMINOS DE SANTIAGO  | • | • | • | • | • |
| DEL SUDOESTE EUROPEO | • | • | • | • | • |



# 1. El proyecto

El proyecto UltreiaSudoe es una iniciativa de cooperación transnacional centrada en la valorización del patrimonio cultural y natural asociado a los Caminos de Santiago en la región SUDOE (suroeste de Europa). Su objetivo principal es impulsar el desarrollo socioeconómico de las zonas rurales a través de la innovación en la gestión turística y la promoción de un turismo sostenible y experiencial.

## OBJETIVOS CLAVE

- Identificación y puesta en valor de recursos patrimoniales tangibles e intangibles poco conocidos a lo largo de los Caminos de Santiago.
- Desarrollo de productos turísticos innovadores que integren el patrimonio cultural, natural y gastronómico local enriqueciendo la peregrinación.
- Fomento de la desestacionalización y desconcentración promoviendo el flujo de visitantes durante todo el año y hacia áreas menos concurridas, distribuyendo así el impacto económico y reduciendo la presión sobre los puntos más transitados.
- Participación ciudadana y gobernanza colaborativa con las comunidades locales, empresas y administraciones públicas para la planificación y gestión de las actividades asegurando un enfoque inclusivo y sostenible.
- Digitalización y accesibilidad. Implementar herramientas digitales para mejorar la promoción, la reserva y la experiencia del visitante, haciendo los Caminos más accesibles e inclusivos.

## 2. Ideas Fuerza

- Los Caminos de Santiago de Compostela ~~suma~~ extensa red de peregrinación en Francia, España y Portugal que ~~traviesan~~ una gran variedad de paisajes culturales del sudoeste europeo.
- La peregrinación tiene un impacto positivo en los territorios que atravesá, facilitando el intercambio cultural, la actividad económica y la permanencia de la población en las zonas rurales.
- La homogeneización e industrialización de los servicios y productos que se ofrecen al peregrino supone una pérdida de los valores de diversidad y autenticidad de los Caminos.
- La promoción de los diversos valores naturales y culturales, los productos locales auténticos y originales aportará una experiencia diversa y más profunda al peregrino mejorando la atractividad del territorio y la repetición de la visita.

# 3. Análisis

## 1. ESTUDIOS PREVIOS

<https://caminolebaniego.sharepoint.com/sites/ULTREIA/SitePages/CollabHome.aspx?ga=1>



- Contexto socioeconómico
- Vulnerabilidad frente al cambio climático
- Accesibilidad e inclusividad

## 2. TENDENCIAS EN PEREGRINACIÓN POSPANDEMIA

## 3. COMPETENCIA TURÍSTICA DE LOS CAMINOS DE SANTIAGO

## 4. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS



- PESTEL
- DAFO
- PORTER
- CAME



# ESTRATEGIA

## 3.1. ESTUDIOS PREVIOS

### • CONTEXTO SOCIOECONÓMICO

- Los Caminos transitan mayoritariamente por zonas rurales.
- Despoblación y envejecimiento de muchas zonas rurales atravesadas por los Caminos.
- Baja densidad de población y pérdida de servicios básicos en el medio rural. Los Caminos ayudan a mantener población y servicios en el territorio.
- Economías basadas en el sector primario en las zonas rurales. La diversificación viene de la mano del sector terciario: Turismo.
- Alta dependencia del turismo como motor económico local, con fuerte estacionalidad.
- Impacto positivo del peregrino: mayor gasto medio y dinamización de economías locales.
- Crecimiento de alojamientos rurales y servicios turísticos en tramos emergentes.
- Desigualdades territoriales en acceso digital, empleo juvenil y capacidad de acogida.

### • VULNERABILIDAD FREnte AL CAMBIO CLIMÁTICO

- Los escenarios de proyecciones de cambio climático auguran un incremento de las temperaturas y cambios en el régimen de lluvias.
- Estos escenarios de temperaturas plantean un riesgo de estrés térmico en peregrinos y otras situaciones como sequías prolongadas, riesgos de incendios y daños en los suelos.
- El incremento de temperatura puede implicar una alteración de la estacionalidad turística lo cual puede ser una oportunidad para la desestacionalización.
- Incremento de costes en climatización de alojamientos.
- Cambios en la flora y fauna del entorno del Camino. Pérdida de biodiversidad y aparición de especies invasoras.

## 3.1. ESTUDIOS PREVIOS

### • ACCESIBILIDAD E INCLUSIVIDAD

- Conciencia creciente sobre la necesidad de accesibilidad universal.
- Persistencia de tramos y entornos difíciles para personas con movilidad reducida.
- Escasez de datos unificados y fiables sobre la accesibilidad de servicios.
- Falta de alojamientos y equipamientos plenamente adaptados.
- Frecuente necesidad de apoyo o equipo especial para algunos peregrinos.
- Iniciativas Locales: Existencia de proyectos puntuales que facilitan la inclusión.
- Déficit de Formación en el sector para atender diversas necesidades.

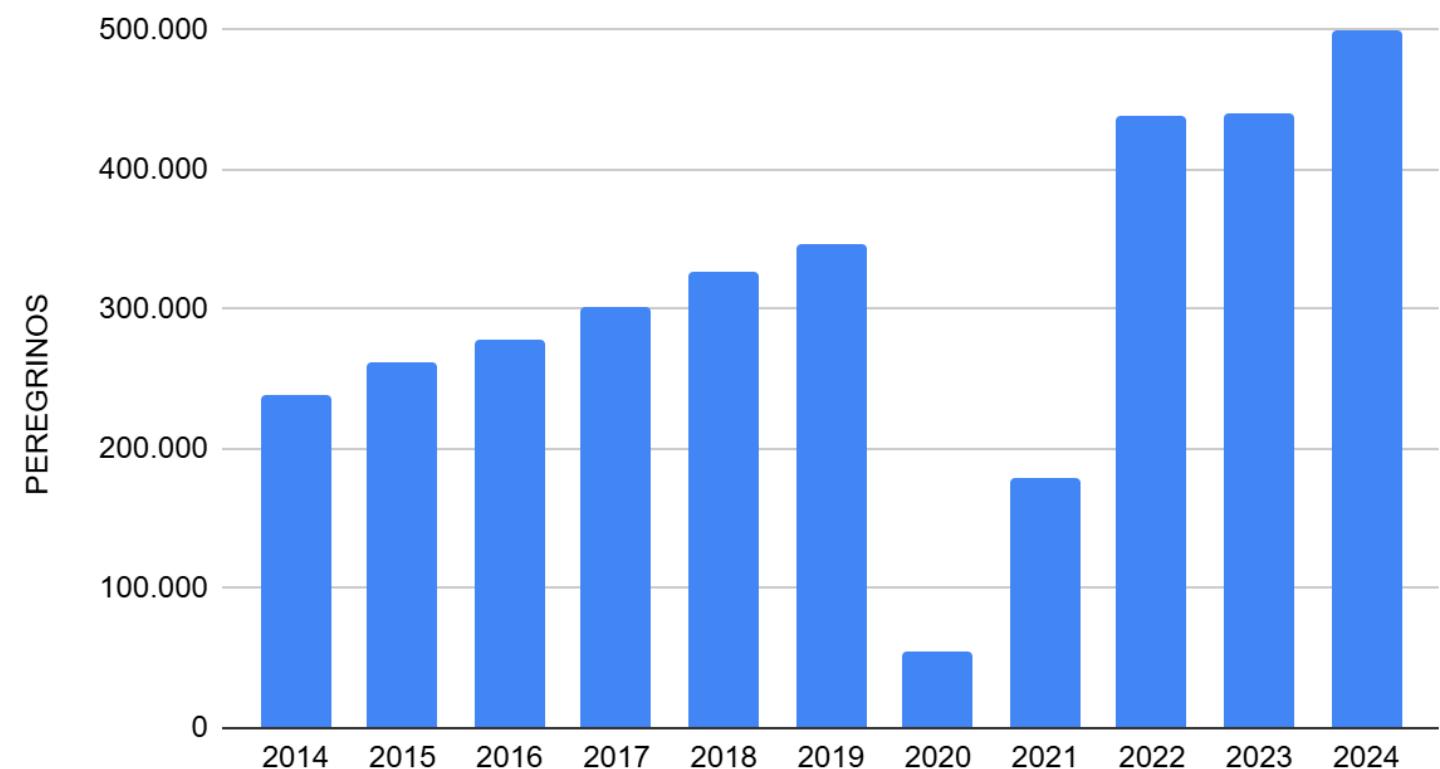


## 3.2. TENDENCIAS EN PEREGRINACIÓN POSPANDEMIA

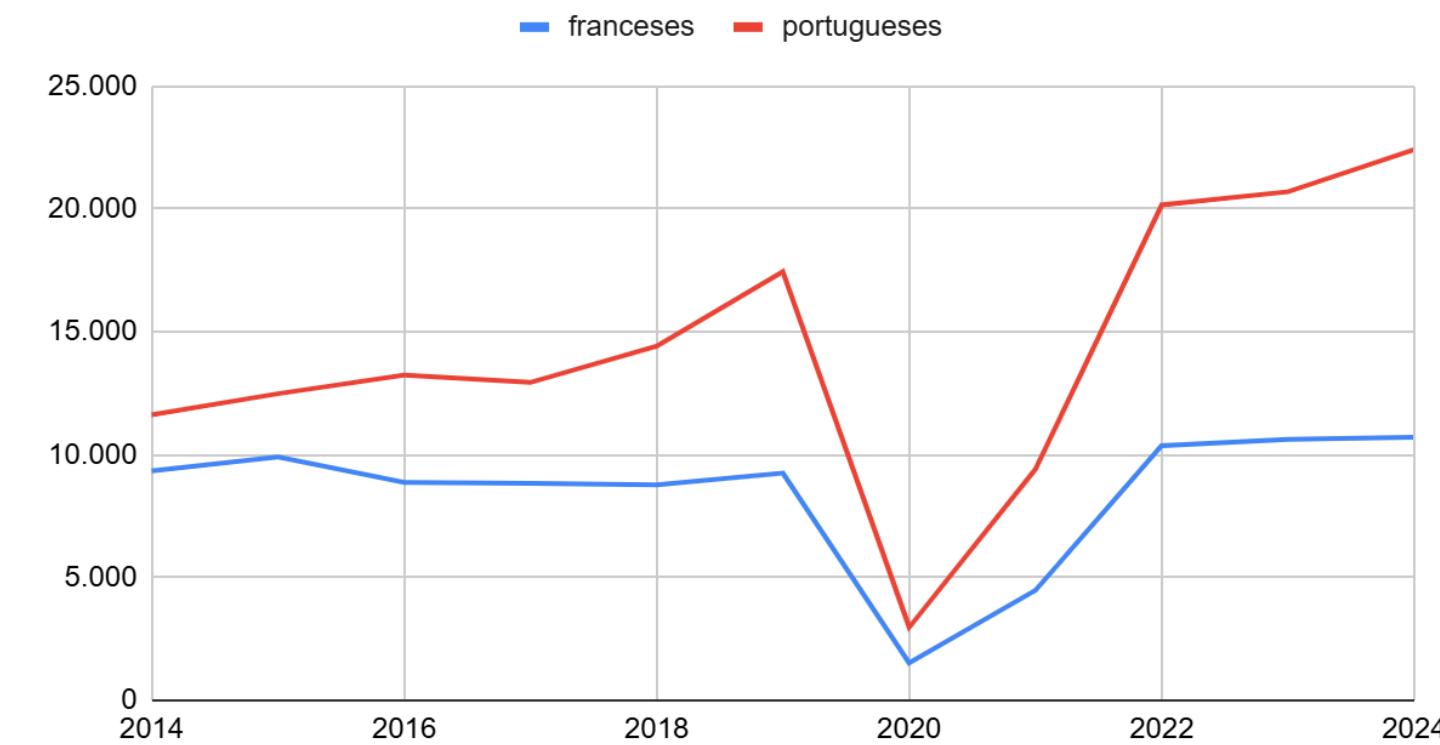
- Aumento de la necesidad social de viajar. La peregrinación se ha incrementado de forma notable
- Cambios en los patrones de movilidad: auge del turismo nacional y de proximidad
- Preferencia por entornos seguros, al aire libre y con baja densidad
- Digitalización acelerada: apps, reservas online, credenciales electrónicas
- Revalorización del Camino destino seguro y como espacio de salud, introspección y naturaleza
- Persisten desigualdades territoriales en la recuperación y adaptación de servicios

Datos de la Oficina del Peregrino  
<https://oficinadelperegrino.com/estadisticas-2/>

evolución nº PEREGRINOS 2014-2024



franceses y portugueses 2014-2024



### 3.3. COMPETENCIA TURÍSTICA DE LOS CAMINOS DE SANTIAGO

- Oferta europea diversificada: capitales culturales, naturaleza alpina, costas y ocio temático
- Auge de destinos de aventura, bienestar, ecoturismo e inmersión cultural profunda
- Crecimiento del slow tourism y del interés por entornos rurales y auténticos
- Aumento del atractivo de destinos exóticos o menos conocidos fuera del circuito tradicional
- Competencia con opciones de ocio más cómodas y accesibles para públicos amplios

## 3.4. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS PESTEL

### POLÍTICA

- Apoyo institucional diverso pero desigual entre regiones y países.
- Falta de coordinación interadministrativa fuerte.
- Participación en programas europeos de cooperación territorial.
- Falta de legislación armonizada para rutas culturales y de peregrinación transnacionales.

### ECONOMÍA

- Importante impacto económico local vinculado al turismo de peregrinación.
- Vulnerabilidad ante crisis económicas o sanitarias (como la COVID-19).
- Posibilidades de innovación económica en torno al turismo rural, cultural y espiritual.
- Desigualdades territoriales en inversión y desarrollo de servicios.

### SOCIAL

- Envejecimiento y despoblación de las zonas rurales.
- Interés creciente por el turismo con sentido, espiritual y de conexión con la naturaleza.
- Oportunidad para reforzar el tejido asociativo local y la transmisión del patrimonio inmaterial.
- Necesidad de sensibilización de la población local sobre el valor patrimonial y económico del Camino.
- Relevancia creciente de la accesibilidad universal como derecho y factor de inclusión social.



### LEGAL

- Reconocimiento internacional del Patrimonio Mundial
- Necesidad de marcos legales coordinados para la protección, uso y gestión del trazado.
- Insuficiencia de normativas comunes en accesibilidad y sostenibilidad a escala europea

### ECOLOGÍA

- Sensibilidad creciente hacia el impacto ambiental del turismo.
- El Camino puede actuar como infraestructura verde que conecta ecosistemas.
- Amenazas derivadas del cambio climático: incendios, lluvias torrenciales, olas de calor

### TECNOLOGÍA

- Uso creciente de tecnologías digitales para planificación, información, seguimiento y promoción.
- Escasa conectividad en algunos tramos rurales.
- Potencial para el desarrollo de soluciones tecnológicas accesibles para personas con discapacidad

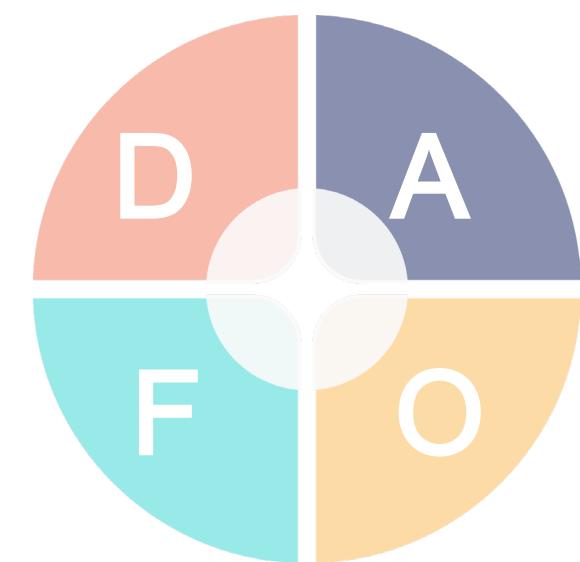
## 3.5. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS DAFO

### DEBILIDADES

- Mantenimiento irregular de los trazados.
- Ausencia de planes de conservación y valorización a largo plazo.
- Bienes culturales asociados frecuentemente cerrados o sin uso.
- Trazados naturalizados a veces inaccesibles en condiciones meteorológicas adversas.
- Falta de estándares comunes en accesibilidad universal e inclusividad de los Caminos
- Escasez de información estructurada sobre puntos de agua, descanso y accesibilidad.
- Alta estacionalidad, lo que lleva a :
- Alojamientos limitados fuera de temporada o en zonas con menor densidad de peregrinos.
- Saturación de servicios municipales en picos de demanda.
- Falta de herramientas fiables para medir y analizar flujos.
- Baja densidad y envejecimiento poblacional en zonas rurales.
- Escaso reconocimiento social del valor del Camino como Patrimonio Mundial.
- Escasa coordinación y gobernanza transnacional.
- Ausencia de redes efectivas entre entidades prestadoras de servicios.

### AMENAZAS

- Vulnerabilidad a los efectos del cambio climático.
- Dependencia excesiva de las administraciones públicas.
- Desvirtuación de la experiencia por la masificación o la mercantilización.
- Falta de regulación sobre estándares de calidad y accesibilidad.
- Competencia entre itinerarios sin una visión cooperativa.
- Oferta de otros destinos que son competencia
- Continuo despoblamiento rural y pérdida de servicios básicos.
- Riesgo de pérdida del patrimonio inmaterial.
- Lentitud en la toma de decisiones compartidas entre países.



### FORTALEZAS

- Gran riqueza cultural y paisajística asociada al Camino.
- Tradición histórica milenaria, diferenciadora respecto a otros GR.
- Reconocimiento como Patrimonio Mundial (en algunos tramos).
- Diversidad de paisajes y culturas, cohesionados por el relato jacobeano.
- Potencial como conector verde, cultural y espiritual.
- Alta especialización en servicios al peregrino.
- Capacidad para activar nuevas economías rurales.
- Interés internacional consolidado.
- Efectos socioeconómicos positivos.
- Diversidad de actores implicados.
- Potencial sinérgico de los proyectos europeos en curso.
- Existencia de iniciativas en favor de la accesibilidad (aunque dispersas).

### OPORTUNIDADES

- Incremento del interés por la peregrinación y el turismo slow.
- Demanda de experiencias transformadoras
- Búsqueda de experiencias auténticas y sostenibles.
- Digitalización y emprendimiento como motores de modernización.
- Recomendaciones europeas en favor del turismo sostenible y accesible.
- Revalorización del medio rural y los productos de cercanía.
- Interés institucional por la cohesión territorial.
- Posibilidad de armonización normativa sobre sostenibilidad y accesibilidad.
- Potencial para posicionarse como itinerarios inclusivos de referencia a nivel europeo.

## 3.6. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS

### PORTER: Competencia de otros destinos

#### RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES

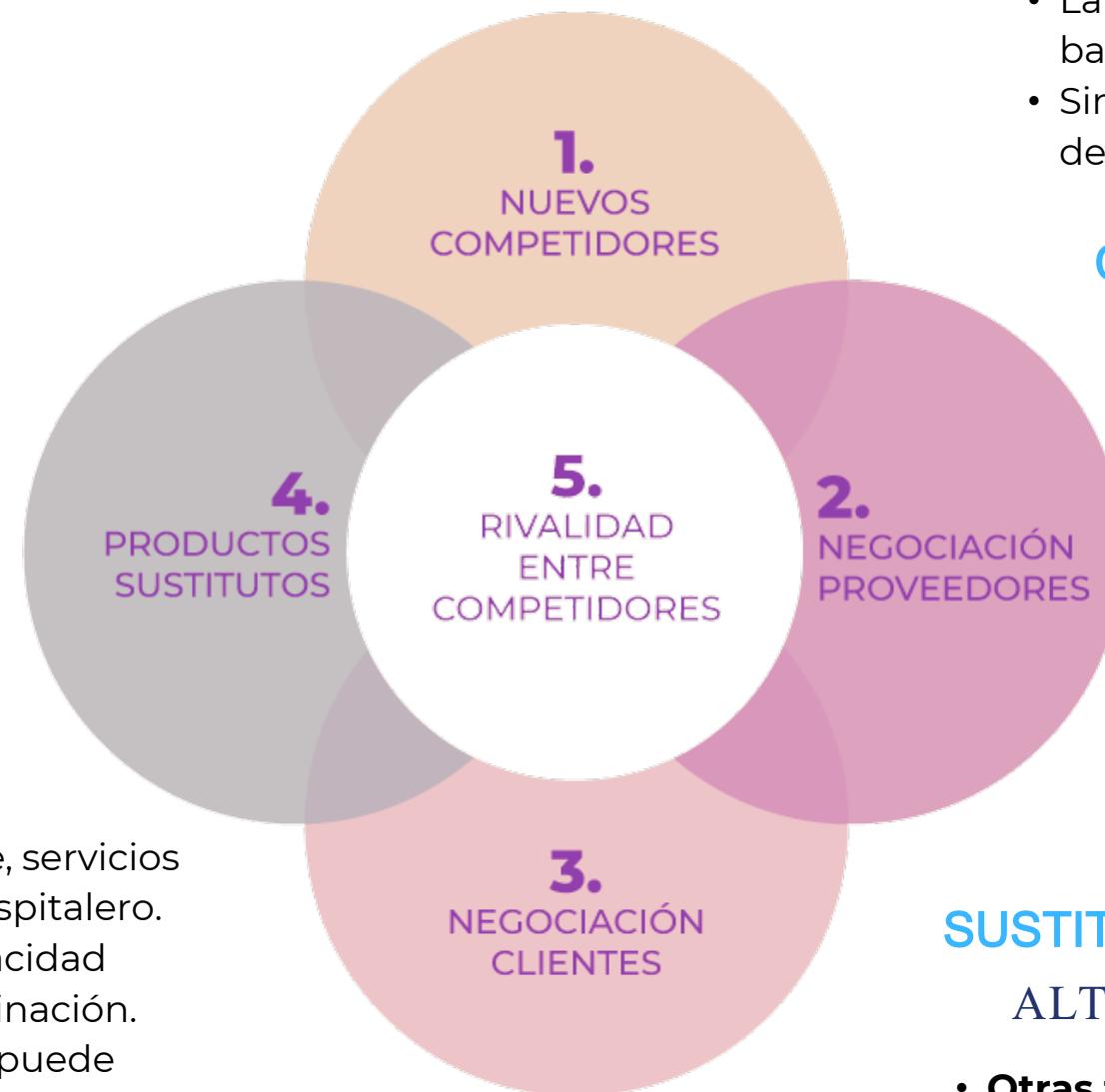
ALTA (creciente)

- Aumento del número de **otros itinerarios culturales y rutas de peregrinación**, que compiten por recursos, visibilidad e interés de los peregrinos/turistas.
- **Turismo rural y experiencial** en auge, con muchos destinos que intentan replicar o atraer a los públicos de los CaS
- En algunos tramos, **rivalidad territorial o política** entre regiones por atraer a los peregrinos o destacar su patrimonio.
- Falta de una **estrategia conjunta y diferenciadora** puede hacer que los CaS pierdan su posición dominante.
- La **saturación** en etapas concretas puede afectar negativamente a su reputación.

#### SUMINISTRADORES

MEDIA (fragmentado, pero clave)

- **Proveedores clave**: alojamientos, restauración, transporte, servicios turísticos, guías, entidades patrimoniales, voluntariado hospitalero.
- **Alta fragmentación** de proveedores, lo que limita su capacidad individual de negociación, pero también dificulta la coordinación.
- **Riesgo de desigualdad** en la calidad de los servicios, que puede afectar a la experiencia del peregrino.
- En zonas poco pobladas, los proveedores locales pueden tener **monopolio de facto** sobre servicios básicos, encareciendo o limitando la oferta.
- Escasez de **relevamiento generacional** y **falta de profesionalización** en parte del sector.



#### NUEVOS COMPETIDORES

MEDIA (moderada, pero con potencial)

- La creación de **nuevas rutas** (por promoción local o eclesiástica) puede fragmentar el flujo y desdibujar la marca "Camino de Santiago".
- Nuevos proyectos de turismo cultural, slow tourism o ecoturismo rural están captando la atención de los **mismos públicos**.
- La **digitalización** facilita la creación y promoción de nuevos itinerarios sin barreras de entrada físicas.
- Sin regulación ni coordinación, pueden surgir proyectos que compitan de forma desleal o sin garantías de calidad.

#### COMPRADORES

ALTA (muy informado y exigente)

- Peregrinos y turistas culturales actuales están **hiperinformados**, conectados digitalmente y son muy sensibles a la calidad, autenticidad y sostenibilidad.
- Proliferación de redes sociales, foros, apps, y plataformas de reseñas que **amplifican la voz del cliente**.
- Hay más **turismo de motivación espiritual y transformacional**, que exige experiencias coherentes y significativas.
- Cambios generacionales implican **nuevos valores y expectativas**: accesibilidad, digitalización, seguridad, sostenibilidad, diversidad.

#### SUSTITUTOS

ALTA (creciente)

- **Otras formas** de turismo experiencial o transformador:
  - Retiro de bienestar o yoga en la naturaleza.
  - Ecoturismo, voluntariado, viajes de aprendizaje.
  - Turismo literario o cinematográfico.
- En tiempos de crisis (climática, sanitaria, económica), el turista busca **opciones más cortas, cómodas o tematizadas**.

## 3.7. HERRAMIENTAS DE ANÁLISIS

### CAME: Corregir , Afrontar , Mantener , Explotar

#### CORREGIR (C)

- Definir criterios compartidos y buenas prácticas entre los socios.
- Impulsar una auditoría inicial de accesibilidad por tramo.
- Crear un órgano permanente de gobernanza ULTREIA.
- Establecer mecanismos de toma de decisiones multinivel.
- Inventariar y jerarquizar bienes culturales con potencial de uso comunitario.
- Establecer modelos de gestión compartida y usos adaptativos.
- Desarrollar una base de datos digital georreferenciada de puntos críticos para el peregrino, con enfoque de accesibilidad.
- Impulsar campañas de sensibilización y educación patrimonial dirigidas a la población local, especialmente a jóvenes.

#### AFRONTAR (A)

- Implementar un sistema de alerta temprana y adaptación climática local.
- Integrar los Caminos en estrategias de resiliencia rural y territorial.
- Desarrollar un código de calidad y autenticidad con enfoque común.
- Incentivar rutas menos transitadas y épocas del año menos saturadas.
- Proponer un marco común de estándares mínimos en el marco europeo de itinerarios culturales.
- Impulsar una narrativa transnacional unificada del Camino
- Monitorizar los flujos de peregrinos para la gestión de servicios asociados a los Caminos y realizar promociones fuera de temporada.
- Sensibilización y educación patrimonial enfocada a peregrinos



#### MANTENER (M)

- Reforzar su comunicación como elemento diferenciador frente a otras rutas: condición de Itinerario Cultural y Patrimonio Mundial
- Conservación del patrimonio
- Fomentar itinerarios interpretativos que integren esta diversidad bajo un relato común.
- Consolidar redes de intercambio y formación entre agentes locales.
- Mantener el foco en la promoción del emprendimiento vinculado a productos y servicios locales.
- Iniciativas en accesibilidad: Sistematizarlas, visibilizarlas y adaptarlas como referencia para el conjunto de CaS

#### EXPLOTAR (E)

- Posicionar los Caminos del proyecto ULTREIA como referencia europea en turismo espiritual e inclusivo.
- Apoyar soluciones digitales para conectar oferta y demanda local (como las “Paradas en el Camino”).
- Convertir el proyecto en laboratorio piloto alineado con estas recomendaciones.
- Establecer circuitos cortos de comercialización vinculados a las rutas.
- Promover la elaboración de una carta común ULTREIA sobre principios compartidos de gestión, accesibilidad y sostenibilidad.
- Promocionar la identidad diferenciadora de cada territorio a través de sus productos locales agroalimentarios y artesanales.

# 4. Visión estratégica

---

Impulsar los Caminos de Santiago como destino auténtico, seguro, accesible y basado en unos valores sociales, culturales y naturales que los hacen únicos y capaces de garantizar el desarrollo sostenible de los territorios por los que transurren.

## 4.1. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

- L1
GOBERNANZA COMPARTIDA

Fortalecer la cooperación institucional entre territorios y agentes del proyecto mediante una estructura de gobernanza eficaz, representativa y orientada a resultados, que favorezca la toma de decisiones conjunta, la planificación integrada y la corresponsabilidad.
- L2
PATRIMONIO CULTURAL

Impulsar la protección activa, la transmisión intergeneracional y la valorización del patrimonio cultural y espiritual – material e inmaterial- vinculado a los Caminos, como elementos clave de identidad, cohesión y sostenibilidad territorial.
- L3
ACCESIBILIDAD UNIVERSAL

Garantizar el acceso equitativo a la experiencia jacobea mediante la adopción de estándares comunes de accesibilidad universal en infraestructuras, servicios e información, promoviendo una cultura inclusiva y respetuosa con la diversidad.
- L4
DESARROLLO LOCAL

Activar el potencial de los Caminos como motores de desarrollo local mediante la dinamización de sectores clave (agroalimentario, artesanía, cultura, servicios) con criterios de sostenibilidad, innovación y participación comunitaria.
- L5
EXPERIENCIA PEREGRINA

Reforzar el carácter transformador y hospitalario de los Caminos, favoreciendo vivencias significativas y respetuosas que integren el patrimonio natural y cultural, el sentido espiritual del viaje y el contacto humano.
- L6
INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

Desarrollar e incorporar soluciones tecnológicas inclusivas y participativas que faciliten la gestión territorial y la experiencia del usuario, sin comprometer la autenticidad ni los valores esenciales de los Caminos.
- L7
CAMBIO CLIMÁTICO

Preparar los territorios frente a los impactos del cambio climático, promoviendo estrategias de adaptación y modelos de movilidad y consumo más sostenibles, que preserven los valores naturales y culturales del entorno.

## 4.1. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

L1

GOBERNANZA  
COMPARTIDA

### JUSTIFICACIÓN

La diversidad de realidades territoriales, culturales y administrativas de los Caminos de Santiago del sudoeste europeo requiere una estructura de gobernanza sólida, participativa y adaptable. Una cooperación transnacional eficaz es clave para diseñar respuestas conjuntas a los desafíos actuales, fomentar la cohesión entre socios y optimizar el uso de los recursos disponibles.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Consolidar mecanismos estables de coordinación y toma de decisiones entre socios.
- Establecer un marco común de planificación estratégica con visión a largo plazo.
- Garantizar la participación activa de todos los actores implicados (instituciones, agentes locales, ciudadanía).

### FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO

- Voluntad política y compromiso institucional sostenido.
- Transparencia en los procesos de decisión.
- Reconocimiento mutuo de las especificidades de cada Camino.

### REFERENCIAS

- Estrategia Europea para las Macroregiones (EU Strategy for the Alpine Region – EUSALP).
- Metodología de los Grupos de Acción Local (LEADER).
- Principios de la Carta de Turismo Sostenible de la UNESCO.

### CONEXIÓN CON LOS VALORES DEL PROYECTO

Esta línea estratégica encarna el valor de la cooperación como fundamento de la construcción europea, la solidaridad entre territorios y la eficiencia colectiva para gestionar bienes comunes como los Caminos de Santiago.



## 4.1. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

| L1 | GOBERNANZA COMPARTIDA  | ACCIONES | INDICADOR DE SEGUIMIENTO                                     | RESPONSABLE                                 | CRONOGRAMA | PRESUPUESTO ORIENTATIVO |
|----|--|----------|--|---|------------|-------------------------|
|    | ACTIVIDAD CLAVE  |          |  |   |            |                         |
|    | Consolidación de mecanismos estables de coordinación.                    |          | Número de reuniones de coordinación y acuerdos alcanzados    | Equipo de coordinación del proyecto, socios | S1-S4      | 25.000 €                |
|    | Desarrollo de un marco común de planificación estratégica a largo plazo. |          | Existencia y aprobación de un plan estratégico conjunto      | Equipo de coordinación del proyecto, socios | S1-S2      | 20.000 €                |
|    | Fomento de la participación activa de todos los actores implicados       |          | Número de actores participantes en iniciativas de gobernanza | Socios del proyecto, grupos de trabajo.     | S2-S4      | 20.000 €                |



## 4.1. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

L2

### PATRIMONIO CULTURAL

#### JUSTIFICACIÓN

El valor universal de los Caminos se fundamenta en su dimensión patrimonial, espiritual e histórica. Para garantizar su autenticidad, es necesario reforzar los mecanismos de conservación y promoción del patrimonio material e inmaterial, y vincularlos al relato cultural europeo.

#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Mejorar la protección, señalización y mantenimiento del trazado histórico.
- Poner en uso bienes culturales infráutilizados y encontrar mecanismos de apertura
- Impulsar actividades de interpretación, educación y mediación cultural.

#### FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO

- Coordinación entre niveles administrativos para la gestión del patrimonio.
- Participación activa de las comunidades en la transmisión cultural.
- Evaluación continua del estado de conservación.

#### REFERENCIAS

- Itinerarios Culturales del Consejo de Europa.
- Inventarios participativos de patrimonio inmaterial.
- Manual de Gestión del Patrimonio Mundial (UNESCO).

#### CONEXIÓN CON LOS VALORES DEL PROYECTO

Reafirma la memoria, la espiritualidad, el sentido de comunidad y el compromiso con las generaciones futuras.



## 4.1. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

L2

PATRIMONIO CULTURAL

### ACCIONES

#### ACTIVIDAD CLAVE

Implementación de planes de protección y mantenimiento del trazado histórico

Puesta en valor de bienes culturales infrautilizados.

Organización de actividades de interpretación y educación cultural.

#### INDICADOR DE SEGUIMIENTO

Kilómetros de trazado señalizado y con mantenimiento regular.

Número de bienes culturales recuperados y puestos en uso.

Número de actividades culturales y educativas realizadas y asistentes.

#### RESPONSABLE

Equipos técnicos de patrimonio, administraciones locales.

Entidades gestoras de patrimonio, asociaciones locales.

Museos, centros de interpretación, asociaciones culturales.

#### CRONOGRAMA

S2-S4

S2-S3

S3-S4

#### PRESUPUESTO ORIENTATIVO

30.000 €

35.000 €

20.000 €



## 4.1. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

L3

ACCESIBILIDAD  
UNIVERSAL

### JUSTIFICACIÓN

Para garantizar que los Caminos sean espacios inclusivos y equitativos, es necesario eliminar barreras físicas, sensoriales y cognitivas que limiten su disfrute por parte de todas las personas, especialmente aquellas con discapacidad o necesidades específicas, sin alterar la condición de la ruta.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diagnosticar y adaptar los tramos accesibles en cada territorio.
- Diseñar recursos interpretativos multiformato (señalética, contenidos digitales, guías).
- Formar al personal técnico y de acogida en accesibilidad universal.

### FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO

- Implicación de asociaciones de personas con discapacidad.
- Asignación de recursos técnicos y presupuestarios suficientes.
- Coordinación transnacional de criterios y estándares de accesibilidad

### REFERENCIAS

- Camino de Santiago para Todos (Xunta de Galicia).
- Guías Accesibles del Camino Francés (PREDIF).
- Proyecto TUR4all.

### CONEXIÓN CON LOS VALORES DEL PROYECTO

Refuerza la igualdad de oportunidades, la inclusión, la dignidad de la persona y el derecho a la experiencia cultural y espiritual.



## 4.1. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

| L3 | ACCESIBILIDAD UNIVERSAL   | ACCIONES | INDICADOR DE SEGUIMIENTO   | RESPONSABLE  | CRONOGRAMA | PRESUPUESTO ORIENTATIVO |
|----|---|----------|--|--|------------|-------------------------|
|    | ACTIVIDAD CLAVE   |          |  |  |            |                         |
|    | Diagnóstico y adaptación de tramos accesibles.                      |          | Kilómetros de tramos accesibles diagnosticados y adaptados.            | Equipos técnicos, asociaciones de discapacidad.            | S1-S3      | 30.000 €                |
|    | Puesta en valor de bienes culturales infrautilizados.               |          | Número de bienes culturales recuperados y puestos en uso.              | Diseñadores, expertos en accesibilidad.                    | S2-S4      | 20.000 €                |
|    | Organización de actividades de interpretación y educación cultural. |          | Número de actividades culturales y educativas realizadas y asistentes. | Entidades de formación, gestores de albergues y servicios. | S3-S4      | 10.000 €                |



## 4.1. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

L4

DESARROLLO LOCAL

### JUSTIFICACIÓN

Los Caminos de Santiago son corredores de oportunidad para el desarrollo rural. Su revitalización depende de la capacidad para vincular la oferta caminera con los recursos agroalimentarios, culturales, artesanos y naturales del entorno. El fortalecimiento de estos vínculos impulsa economías circulares, sostenibles e identitarias.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fortalecer los ecosistemas locales de emprendimiento vinculados al Camino.
- Crear circuitos cortos de comercialización para productores y artesanos.
- Integrar la economía social y solidaria en la cadena de valor caminera.

### FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO

- Articulación entre agentes locales y Hubs de dinamización.
- Acceso a financiación y asistencia técnica.
- Mantenimiento de redes y plataformas digitales de visibilidad.

### REFERENCIAS

- Paradas en el Camino (proyecto ULTREIA).
- Mercados locales en el Camino Portugués.
- Clústeres agroalimentarios rurales.

### CONEXIÓN CON LOS VALORES DEL PROYECTO

Fomenta la resiliencia rural, la transmisión de saberes y el orgullo territorial.



## 4.1. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

L4

DESARROLLO LOCAL

ACCIONES

ACTIVIDAD CLAVE

Fortalecimiento de ecosistemas locales de emprendimiento.

Creación de circuitos cortos de comercialización.

Integración de la economía social y solidaria en la cadena de valor.

INDICADOR DE SEGUIMIENTO

Número de nuevos emprendimientos vinculados al Camino.

Número de productores y artesanos integrados en circuitos cortos.

Número de iniciativas de economía social en el Camino.

RESPONSABLE

Agencias de desarrollo local, cámaras de comercio.

Asociaciones de productores, mercados locales.

Cooperativas, asociaciones solidarias.

CRONOGRAMA

S1-S4

S2-S4

S2-S3

PRESUPUESTO ORIENTATIVO

30.000 €

20.000 €

15.000 €



## 4.1. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

L5

### EXPERIENCIA PEREGRINA

#### JUSTIFICACIÓN

La peregrinación no solo es una práctica turística o deportiva, sino una experiencia vital cargada de significados. Es necesario fortalecer su dimensión simbólica y comunitaria, así como mejorar los servicios de acogida, hospitalidad y acompañamiento.

#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diseñar servicios centrados en la calidad humana del acogimiento.
- Promover espacios de encuentro intercultural y espiritual.
- Incorporar relatos y testimonios que enriquezcan el sentido del viaje.



#### FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO

- Formación de hospitaleros/as y voluntariado.
- Equilibrio entre autenticidad y profesionalización.
- Coordinación entre redes de acogida formal e informal.



#### REFERENCIAS

- Hospitalidad tradicional en albergues voluntarios.
- Proyectos de acompañamiento al peregrino.
- Testimonios recogidos en iniciativas de memoria oral del Camino



#### CONEXIÓN CON LOS VALORES DEL PROYECTO

Resalta la hospitalidad, el sentido del viaje, la transformación personal y la conexión humana.



## 4.1. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

| L5  | EXPERIENCIA PEREGRINA   | ACCIONES                                     |            |                         |
|---|---|--|------------|-------------------------|
| ACTIVIDAD CLAVE   | INDICADOR DE SEGUIMIENTO  | RESPONSABLE                                  | CRONOGRAMA | PRESUPUESTO ORIENTATIVO |
| Diseño y mejora de servicios centrados en la calidad humana del acogimiento.                | Nivel de satisfacción de los peregrinos con los servicios de acogida. | Albergues, asociaciones de hospitaleros.     | S2-S4      | 25.000 €                |
| Promoción de espacios de encuentro intercultural y espiritual.                              | Número de actividades y eventos de encuentro organizados.             | Centros culturales, asociaciones religiosas. | S2-S4      | 15.000 €                |
| Recopilación e incorporación de relatos y testimonios que enriquezcan el sentido del viaje. | Número de relatos y testimonios documentados y difundidos.            | Investigadores, asociaciones de peregrinos.  | S3-S4      | 10.000 €                |



## 4.1. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

L6

INNOVACIÓN  
TECNOLÓGICA

### JUSTIFICACIÓN

La tecnología puede ser una aliada para una mejor gestión y una experiencia peregrina más rica, siempre que se aplique con criterios de inclusión, ética y sostenibilidad. Es necesario avanzar en herramientas digitales compartidas que fortalezcan la red caminera.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Implementar plataformas digitales colaborativas para la gestión del Camino.
- Diseñar aplicaciones accesibles y multilingües para peregrinos y turistas.
- Promover la participación ciudadana mediante tecnologías inclusivas.

### FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO

- Accesibilidad tecnológica universal.
- Sostenibilidad económica y técnica de las soluciones.
- Seguridad y respeto de los datos personales.

### REFERENCIAS

- Apps de seguimiento del Camino adaptadas a necesidades diversas.
- Mapas interactivos geolocalizados.
- Plataformas de cocreación digital de contenidos culturales.

### CONEXIÓN CON LOS VALORES DEL PROYECTO

Impulsa la innovación responsable, la participación, la inclusión digital y el respeto por la autenticidad.



## 4.1. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

| L6   | INNOVACIÓN<br>TECNOLÓGICA  | ACCIONES  |            |                            |
|--|--|---|------------|----------------------------|
| ACTIVIDAD CLAVE  | INDICADOR DE<br>SEGUIMIENTO  | RESPONSABLE   | CRONOGRAMA | PRESUPUESTO<br>ORIENTATIVO |
| Implementación de plataformas digitales colaborativas.                   | Nº de usuarios y funcionalidades de las plataformas implementadas.         | Equipos de desarrollo tecnológico, administraciones públicas. | S1-S3      | 25.000 €                   |
| Diseño y desarrollo de aplicaciones accesibles y multilingües.           | Nº de descargas y valoraciones de las aplicaciones, diversidad de idiomas. | Empresas tecnológicas, desarrolladores de Apps.               | S2-S4      | 20.000 €                   |
| Promoción de la participación ciudadana mediante tecnologías inclusivas. | Nº de participantes en iniciativas de cocreación digital.                  | Plataformas de participación ciudadana, asociaciones.         | S2-S4      | 15.000 €                   |



## 4.1. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

L7

CAMBIO CLIMÁTICO

### JUSTIFICACIÓN

Los Caminos atraviesan ecosistemas frágiles y están expuestos a fenómenos climáticos extremos. Para garantizar su viabilidad futura, deben incorporarse medidas de mitigación, adaptación y sensibilización ambiental.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar diagnósticos de vulnerabilidad climática por tramos.
- Promover el ahorro energético y la gestión sostenible de residuos.
- Implementar soluciones basadas en la naturaleza en la infraestructura caminera.

### FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO

- Integración del enfoque climático en la planificación territorial.
- Participación de comunidades locales en acciones ambientales.
- Acceso a financiación verde y fondos europeos específicos.

### REFERENCIAS

- Caminos Naturales del Ministerio de Agricultura.
- Manual de Adaptación al Cambio Climático en Espacios Protegidos.
- Proyecto europeo LIFE para peregrinaciones sostenibles.

### CONEXIÓN CON LOS VALORES DEL PROYECTO

Favorece la sostenibilidad, la responsabilidad ambiental, la solidaridad intergeneracional y la conservación del entorno.



## 4.1. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

| L7 | CAMBIO CLIMÁTICO  | ACCIONES | INDICADOR DE SEGUIMIENTO   | RESPONSABLE   | CRONOGRAMA | PRESUPUESTO ORIENTATIVO |
|----|---|----------|--|---|------------|-------------------------|
|    | ACTIVIDAD CLAVE   |          |  |   |            |                         |
|    | Elaboración de diagnósticos de vulnerabilidad climática por tramos.                   |          | Número de diagnósticos de vulnerabilidad realizados y áreas identificadas. | Expertos en cambio climático, equipos de gestión ambiental.   | S1-S2      | 15.000 €                |
|    | Promoción de ahorro energético y gestión sostenible de residuos.                      |          | Porcentaje de reducción de consumo energético y de residuos.               | Albergues, municipios, empresas de servicios.                 | S2-S4      | 15.000 €                |
|    | Implementación de soluciones basadas en la naturaleza en la infraestructura caminera. |          | Km de infraestructura caminera con soluciones basadas en la naturaleza.    | Equipos de ingenieros, paisajistas, administraciones locales. | S3-S4      | 215.000 €               |



## 4.1. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

| Línea                     | Actividad | Semestres | Presupuesto (€) | S1 | S2 | S3 | S4 |
|---------------------------|-----------|-----------|-----------------|----|----|----|----|
| L1 Gobernanza             | A1.1      | S1-S4     | 25000           |    |    |    |    |
|                           | A1.2      | S1-S2     | 20000           |    |    |    |    |
|                           | A1.3      | S2-S4     | 20000           |    |    |    |    |
| L2 Patrimonio             | A2.1      | S2-S4     | 30000           |    |    |    |    |
|                           | A2.2      | S2-S3     | 35000           |    |    |    |    |
|                           | A2.3      | S3-S4     | 20000           |    |    |    |    |
| L3 Accesibilidad          | A3.1      | S1-S3     | 30000           |    |    |    |    |
|                           | A3.2      | S2-S4     | 20000           |    |    |    |    |
|                           | A3.3      | S3-S4     | 10000           |    |    |    |    |
| L4 Desarrollo local       | A4.1      | S1-S4     | 30000           |    |    |    |    |
|                           | A4.2      | S2-S4     | 20000           |    |    |    |    |
|                           | A4.3      | S2-S3     | 15000           |    |    |    |    |
| L5 Experiencia peregrina  | A5.1      | S2-S4     | 25000           |    |    |    |    |
|                           | A5.2      | S2-S4     | 15000           |    |    |    |    |
|                           | A5.3      | S3-S4     | 10000           |    |    |    |    |
| L6 Innovación tecnológica | A6.1      | S1-S3     | 25000           |    |    |    |    |
|                           | A6.2      | S2-S4     | 20000           |    |    |    |    |
|                           | A6.3      | S2-S4     | 15000           |    |    |    |    |
| L7 Cambio climático       | A7.1      | S1-S2     | 15000           |    |    |    |    |
|                           | A7.2      | S2-S4     | 15000           |    |    |    |    |
|                           | A7.3      | S3-S4     | 25000           |    |    |    |    |



# 5. Plan de comunicación

## OBJETIVO PRINCIPAL

Dar visibilidad a la Estrategia Transnacional de los Caminos de Santiago en el Espacio SUDOE, promoviendo su adopción por parte de actores institucionales, sociales y territoriales, y fomentando la implicación ciudadana a largo plazo.



# 5. Plan de comunicación

## PÚBLICO OBJETIVO

- Administraciones públicas (europeas, nacionales, regionales y locales).
- Entidades gestoras y asociaciones de los Caminos de Santiago.
- Agentes económicos y sociales del entorno rural (alojamientos, productores, guías, asociaciones).
- Redes de peregrinos y visitantes potenciales.
- Medios de comunicación especializados

## MENSAJES CLAVE

- Reforzar la cooperación transnacional y la cohesión territorial del Camino.
- Apostar por un modelo de turismo sostenible, inclusivo y digitalizado.
- Valorizar el patrimonio natural, cultural e inmaterial de los territorios.
- Contribuir a fijar población, diversificar la economía y preparar los Caminos de Santiago frente al cambio climático.

# 5. Plan de comunicación

## CANALES DE DIFUSIÓN

- PREsentaciones en foros institucionales y técnicos.
- Página web de proyectos Interreg y sitios de los socios.
- Redes sociales de socios y entidades colaboradoras.
- Medios especializados en turismo, cultura y sostenibilidad.
- Newsletter y mailing institucional.

## ACCIONES PROPUESTAS

- Elaboración de un catálogo específico con amplia difusión, vídeos promocionales
- Desarrollar una estrategia de marketing integrada que promueva los Caminos de Santiago y sus valores diferenciales.
- Jornadas de presentación en los tres países del SUDOE.
- Implicación de los agentes de interés para su difusión coordinada en redes
- Inclusión de la Estrategia mediante participación en eventos de interés vinculados al turismo cultural y rural
- Difusión de la estrategia en ferias y congresos vinculados al turismo cultural y rural.



Interreg  
Sudoe



Co-funded by  
the European Union

Ultreia\_Sudoe



A  
gence  
française  
des chemins  
de Compostelle



FACULDADE DE  
CIÉNCIAS E TECNOLOGIA

