



La app AlertCops en el Camino de Santiago: la importancia de comunicar un Camino seguro

MEMORIA CIENTÍFICO-TÉCNICA

José Sixto García



XUNTA
DE GALICIA

galicia



Xacobeo 21-22



CATEDRAL
DE SANTIAGO

RESUMEN

Es difícil imaginarse un peregrino sin un teléfono móvil. Pero ¿saben los peregrinos que existe una aplicación que les garantiza un Camino seguro? Con este proyecto se pretende diagnosticar el grado de conocimiento que tienen los peregrinos sobre la existencia de AlertCops, la aplicación móvil de titularidad pública que permite a los ciudadanos ponerse en contacto de forma inmediata con la Policía o la Guardia Civil para alertar de cualquier situación delictiva, y que tiene una funcionalidad específica para el Camino de Santiago.

En un proyecto de investigación realizado por la profesora de Psicología Mar Durán y financiado por esta Cátedra en 2019 sobre la percepción de seguridad en el Camino se alertaba de que un 80 % de las personas no se atreverían a peregrinar solas. La investigación que ahora se propone pretende paliar esta situación y contribuir a la búsqueda de antidotos contra la sensación de miedo y vulnerabilidad que constataron los peregrinos. Con el fin de comprobar el grado de conocimiento acerca de la existencia de AlertCops y cuantificar el posible uso de sus funcionalidades para determinar cómo influyen estos datos en la percepción de estar realizando un Camino seguro se realizó una encuesta a 100 peregrinos y se complementó la interpretación de los datos cuantitativos obtenidos con entrevistas cualitativas a los responsables administrativos de la aplicación.

La hipótesis de partida se verifica y se diagnostica que AlertCops es una *app* desconocida para la mayoría de los peregrinos, por lo que resulta ineludible transferir estos resultados tanto a las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado como al Consejo Jacobeo y a la Federación de Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago para que implementen acciones en sus políticas comunicativas que incrementen los índices de conocimiento de AlertCops entre los peregrinos, pues el Camino de Santiago no solo debe ser seguro, sino que debe saberse que lo es.

Palabras clave: Alertcops; Camino de Santiago; *apps*; *social media*; género.

ABSTRACT

It is difficult to imagine a pilgrim without a mobile phone. But do pilgrims know that there is an app that guarantees them a safe journey? This project aims to diagnose the degree of knowledge that pilgrims have about the existence of AlertCops, the publicly owned mobile application that allows citizens to immediately contact the Police or the Civil Guard to alert them of any criminal situation, and that has a specific functionality for the Camino de Santiago.

In a research project carried out by the Mar Durán and funded by this Chair in 2019 on the perception of safety on the Camino, it was warned that 80 % of people would not dare to pilgrimage alone. The research proposed aims to alleviate this situation and contribute to the search for antidotes to the feeling of fear and vulnerability that the pilgrims observed. To verify the level of knowledge about the existence of AlertCops and quantify the possible use of its functionalities to determine how this data influences the perception of being on a safe route, a survey was carried out on 100 pilgrims. The interpretation of the quantitative data obtained was complemented with qualitative interviews with the administrative managers of the app.

The starting hypothesis was verified and it is diagnosed that AlertCops is an app unknown to the majority of pilgrims, so it is unavoidable to transfer these results to both the National Police Force and the Guardia Civil, and also the Jacobean Council and the Federation of Associations of Friends of the Camino de Santiago, to implement actions in their communication policies that increase the AlertCops knowledge rates among pilgrims, since the Camino de Santiago must not only be safe, but it must be known that it is.

Keywords: Alertcops; Camino de Santiago; apps; social media; gender.

1. Introducción	1
2. Contexto de la comunicación digital	3
3. La aplicación AlertCops	12
4. Estudios previos	25
5. Hipótesis de partida y objetivos	30
6. ¿Cómo se realizó el informe?	31
6.1 Encuestas y muestra	31
6.2 Entrevistas en profundidad	39
6.3 Plazos de ejecución	44
7. Resultados	46
7.1 Resultados de la encuesta	46
7.1.1 Catalogación, formas de realizar el Camino y sensación de miedo	46
7.1.2 Conocimiento de AlertCops y uso de las funcionalidades que ofrece	48
7.1.3 Incidencia de AlertCops en la percepción de seguridad en el Camino de Santiago	54
7.1.4 Utilización de <i>apps</i> en el Camino	65
7.2 Resultados de las entrevistas	80
7.2.1 Cuantificación de la utilización de AlertCops durante la peregrinación	80
7.2.2 Medición de las funcionalidades de la <i>app</i> utilizadas en el Camino	82
7.2.3 Evaluación del grado de seguridad que transmite a los peregrinos la existencia de AlertCops	84
7.2.4 Comparación del uso de AlertCops con el de otras <i>apps</i> generalistas y específicas para peregrinos	85
7.2.5 Interpretación de los datos con perspectiva de género	88
8. Discusión	90
9. Conclusiones	92
10. Transferencia de resultados	101
11. Resultados científicos	103
Referencias	106
Anexos	111

1. Introducción

2024 ha sido un año histórico en cuanto al número de peregrinos que han realizado el Camino de Santiago. El Camino ha batido el mayor récord desde que hay registros, ya que a 8 de octubre ya se habían superado las 446.078 compostelas entregadas el año pasado (Cadena SER, 2024) y el 23 de octubre la cifra ascendía a 473.500. Hace 10 años, en 2014, la cifra de peregrinos anuales superaba por poco la mitad de la cifra actual, ya que fueron 238.000 personas las que peregrinaron a Santiago. Cuando el actual deán de la Catedral, José Fernández Lago, comenzó como canónigo en 1978 apenas llegaban 60 peregrinos al año (Cope, 2024).

Por otra parte, los últimos datos que ofrece We are Social (2024), el principal indicador para conocer la evolución de los soportes de comunicación digital, destacan que el 96,5 % de la población mundial cuenta con un teléfono móvil con conexión a Internet. En concreto, el 94,6 % de estos teléfonos son *smartphones*, es decir, teléfonos inteligentes que funcionan con un sistema operativo y que permiten el uso de *apps*.

Entre las aplicaciones más utilizadas se localizan las de mensajería instantánea como WhatsApp (94,7 %) o las redes sociales (94,3 %), pero también otras más específicas como las que ofrecen mapas, servicios de geolocalización y parking (54,4 %); *apps* especializadas en servicios de movilidad como las de transporte compartido o alquiler de bicicletas (28,6 %); o en temáticas específicas como el deporte (25,8 %) o los viajes (24,5 %).

Los estudios previos que han estudiado el uso de *apps* en o sobre el Camino de Santiago son muy escasos. No obstante, es evidente que la seguridad constituye un elemento determinante en la gestión turística como así lo demuestran el Plan Turismo Seguro o La Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030. En la web de la Secretaría de Estado y Turismo (2020) se indica que el turismo necesita herramientas de información que comuniquen de forma transparente para tranquilizar a los turistas mediante canales digitales como son las *apps*.

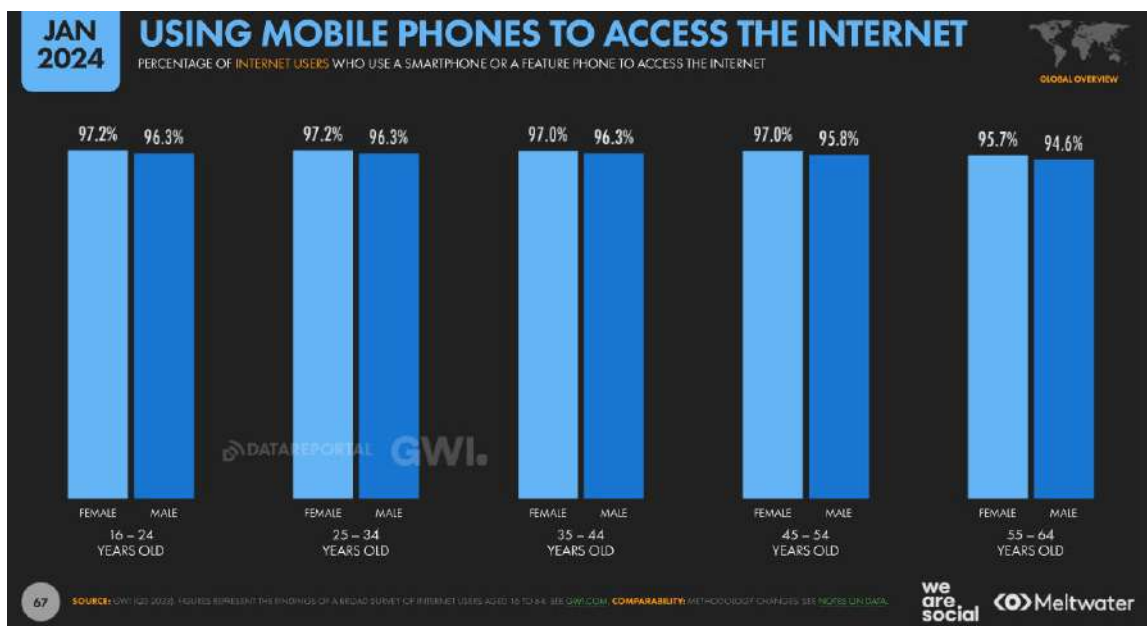
En concreto, la seguridad en el Camino fue analizada por Durán en un proyecto financiado por esta Cátedra en 2019. Los resultados son concluyentes y presentan un importante porcentaje de percepción de riesgo y/o vulnerabilidad a la hora de realizar el Camino, hasta el punto de que un 80 % de los peregrinos aseguraban que no harían el Camino solos. Durán especifica que la mayoría de las participantes en el estudio eran mujeres y que la percepción de la vulnerabilidad era mayor en mujeres que en hombres.

En este proyecto de investigación se comprueba el grado de conocimiento entre los peregrinos acerca de la existencia de AlertCops, una *app* del Ministerio del Interior que facilita la comunicación de los ciudadanos con las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado para alertar de una situación delictiva o de peligro de la que se es víctima o testigo, y que incluye una funcionalidad específica para el Camino de Santiago. El objetivo de este proyecto es cuantificar el uso de esta aplicación y de sus opciones de protección durante la peregrinación para determinar cómo influyen estos datos en la percepción de estar realizando un Camino seguro y en la imagen que puedan estar trasladando los peregrinos acerca de la seguridad que ofrece el Camino de Santiago.

2. Contexto de la comunicación digital

El uso del móvil para acceder a Internet y, en consecuencia, a las *apps* que necesitan conexión para funcionar está ampliamente extendido en todas las franjas de edad y es ligeramente mayor en mujeres que en hombres (ver infografía 1).

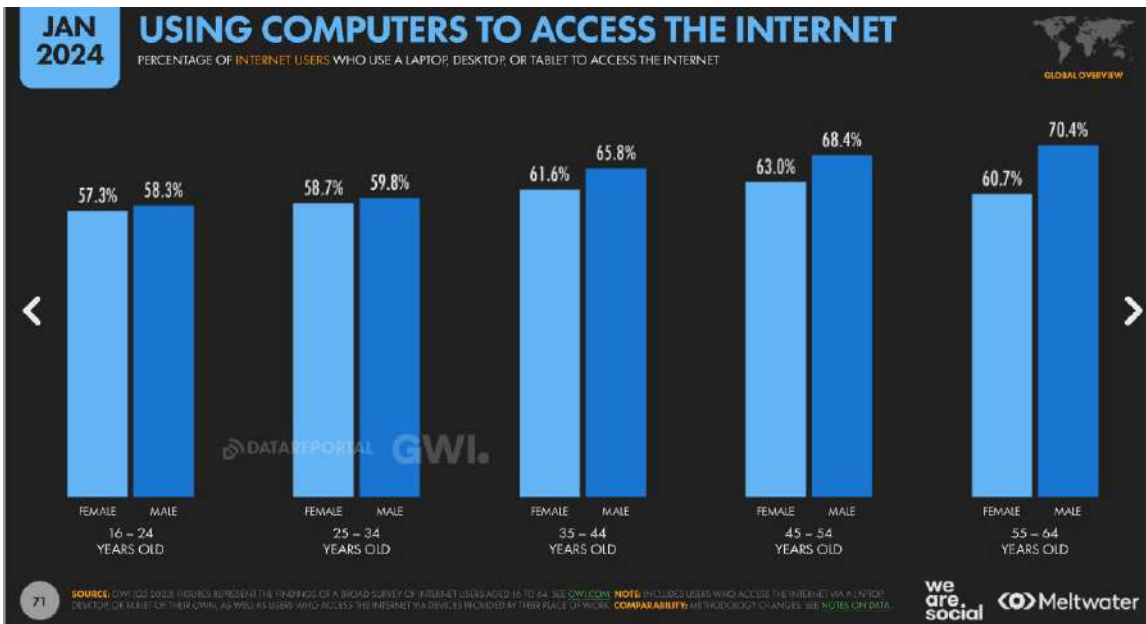
Infografía 1. Uso de móviles para conectarse a Internet por géneros y franja de edad



Fuente: We are Social (2024).

Los datos resultan especialmente significativos si se comparan con los de uso de ordenadores, lo que pone de manifiesto que el móvil se ha convertido en el dispositivo preferente para conectarse a Internet (ver infografía 2).

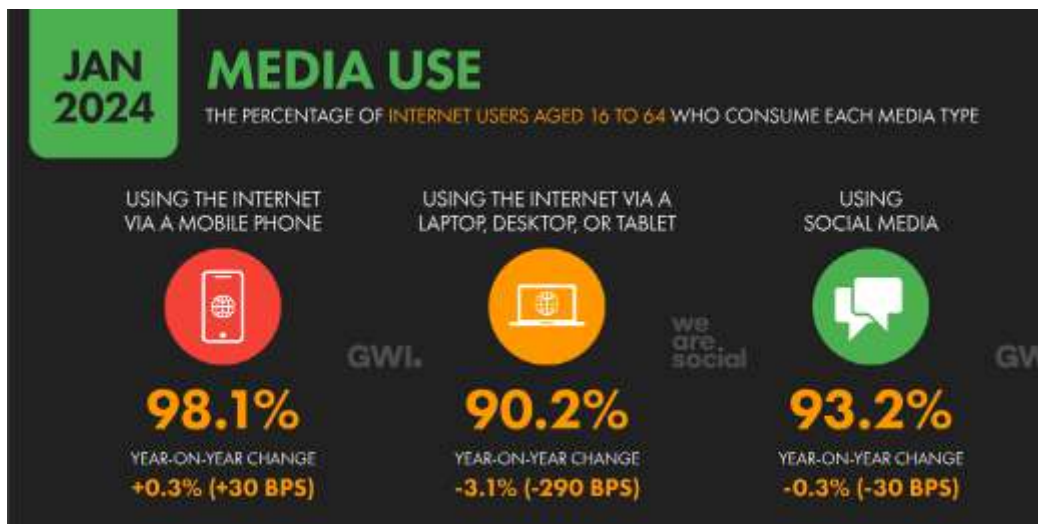
Infografía 2. Uso de ordenadores para conectarse a Internet por géneros y franja de edad



Fuente: We are Social (2024).

El uso del móvil para acceder a Internet se sigue incrementando cada año y el porcentaje de usuarios de Internet que utiliza medios sociales se sitúa ya en el 93,2 % (ver infografía 3).

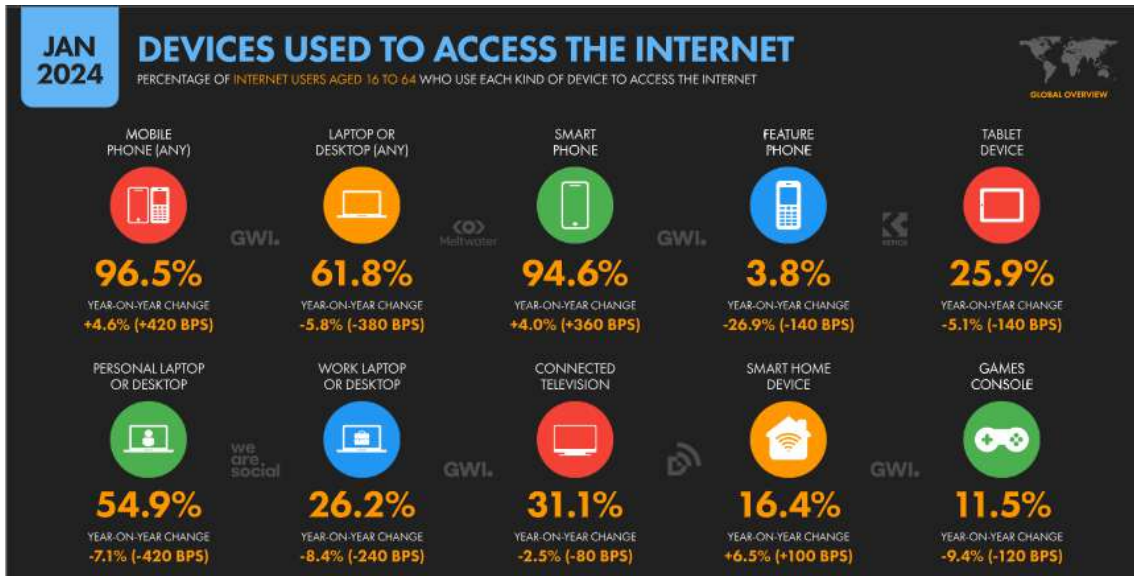
Infografía 3. Porcentaje de usuarios de Internet



Fuente: We are Social (2024).

En efecto, la gran mayoría de usuarios emplea el teléfono móvil para acceder a Internet (96,5 %) y, específicamente, los *smartphones* se utilizan en el 94,6 % de los casos para conectarse a la red, un porcentaje superior a las conexiones realizadas a través de ordenadores (61,8 %) u ordenadores personales (54,9 %), tal y como se recoge en la infografía 4.

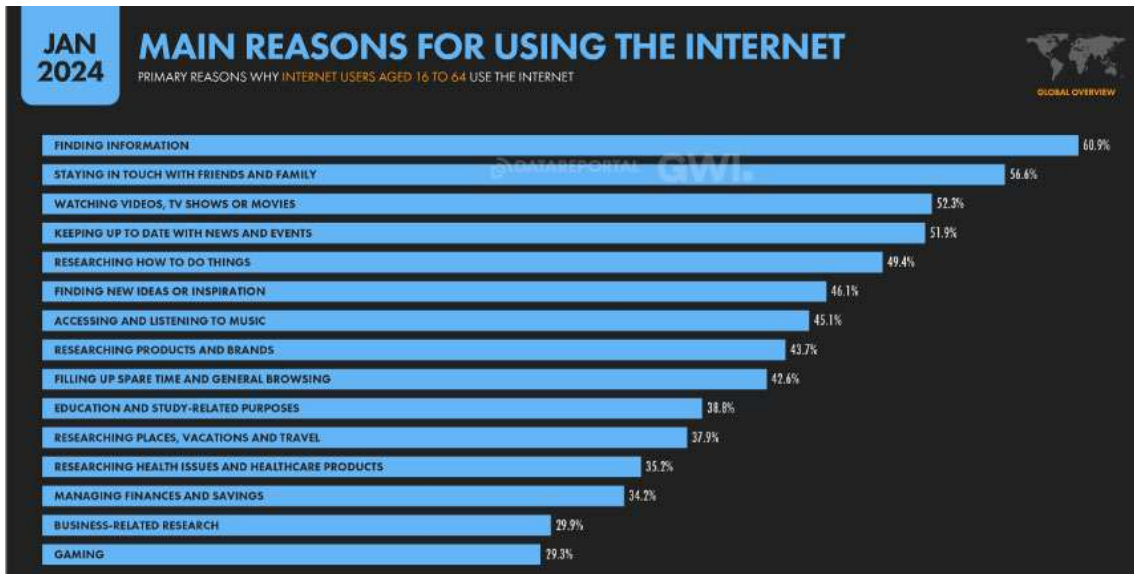
Infografía 4. Porcentaje de uso de dispositivos para conectarse a Internet



Fuente: We are Social (2024).

Encontrar información, estar en contacto con amigos y familiares, y ver vídeos encabezan la lista de las principales razones que justifican la utilización de Internet. Además, es importante destacar que el 37,9 % de la población recurre a Internet para la búsqueda de lugares, vacaciones o viajes.

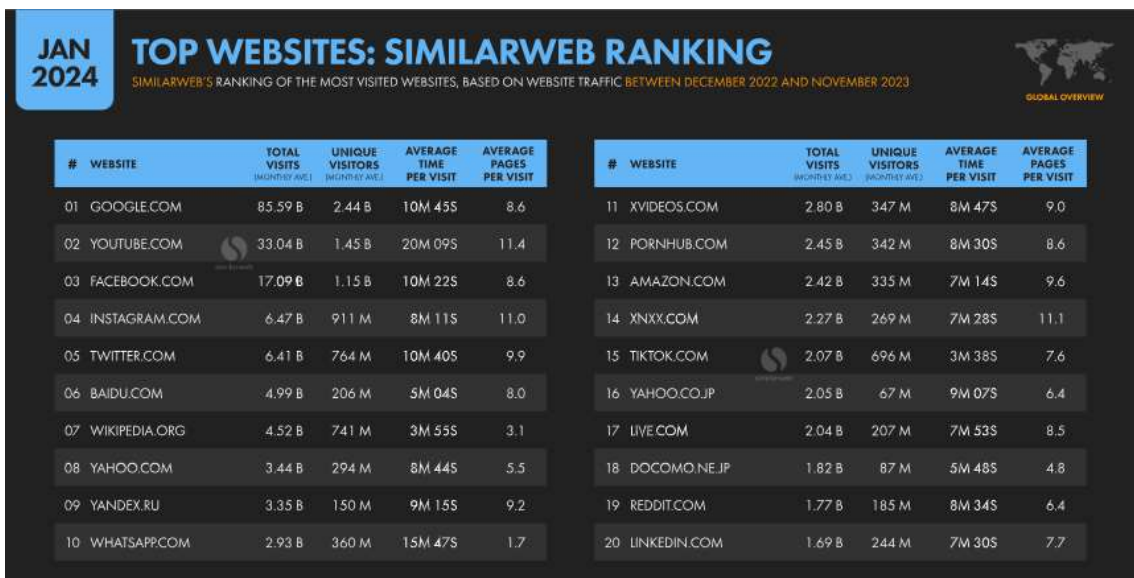
Infografía 5. Razones principales para el uso de Internet



Fuente: We are Social (2024).

Las redes sociales como YouTube, Facebook, Instagram, X (antes Twitter), TikTok o LinkedIn se sitúan entre el top 20 de los sitios web más visitados (ver infografía 6). La versión web de la aplicación de mensajería WhatsApp también está presente en este ranking (ocupa el puesto 10).

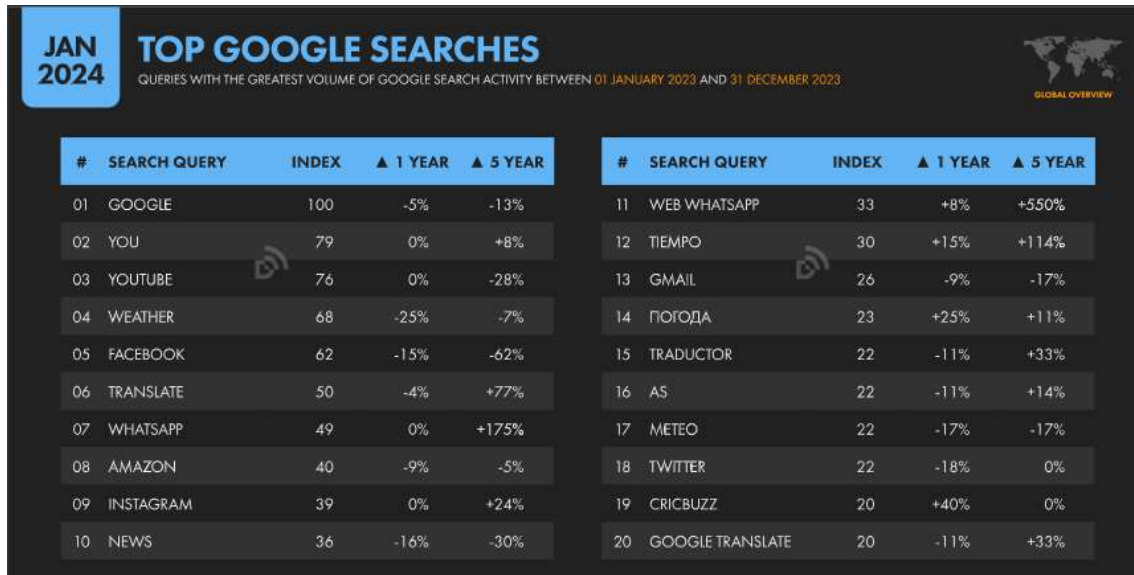
Infografía 6. Sitios web con mayor número de visitas



Fuente: We are Social (2024).

De igual modo, tanto las redes sociales como la aplicación WhatsApp figuran entre las 20 búsquedas más realizadas en Google (ver infografía 7).

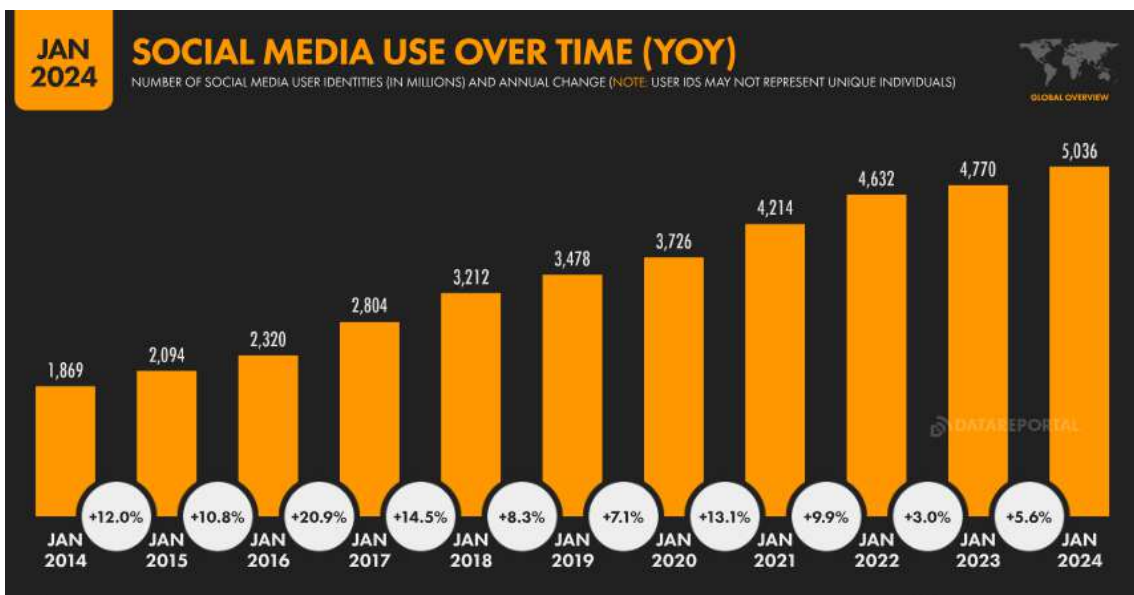
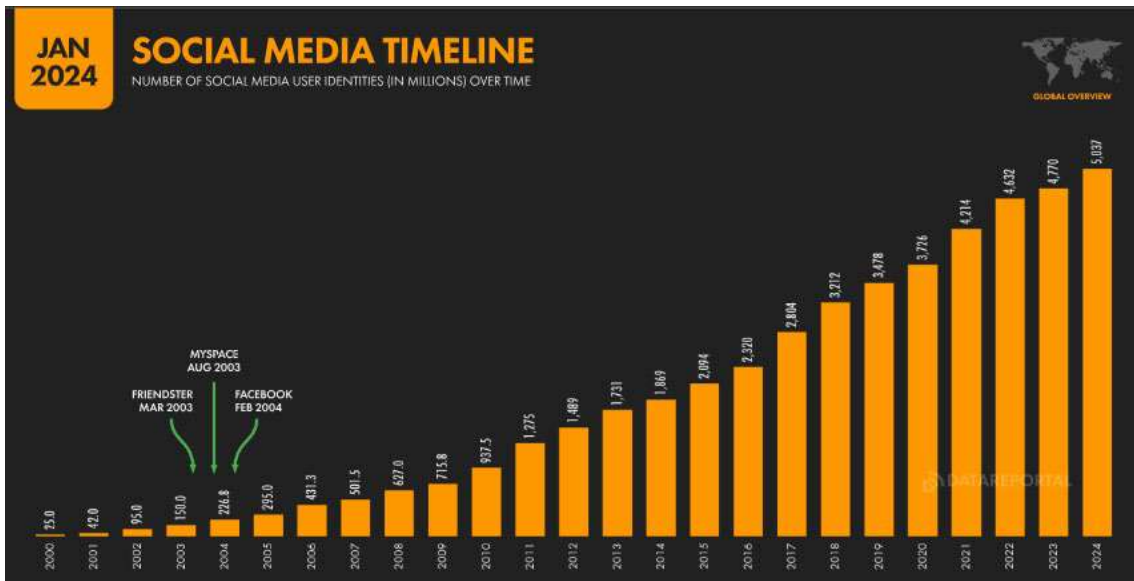
Infografía 7. Top 20 de búsquedas en Google



Fuente: We are Social (2024).

No es de extrañar, por tanto, que el número de usuarios de medios sociales siga creciendo año a año (ver infografía 8).

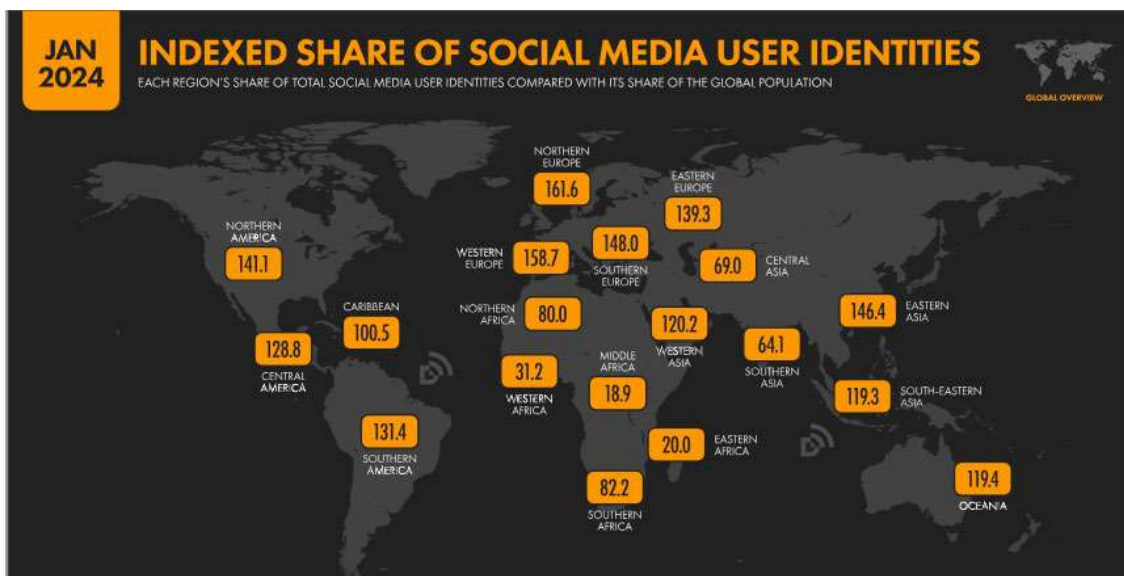
Infografía 8. Usuarios de medios sociales



Fuente: We are Social (2024).

Además, Europa figura entre las zonas con mayor número de usuarios de medios sociales en comparación con el resto de regiones del mundo (ver infografía 9).

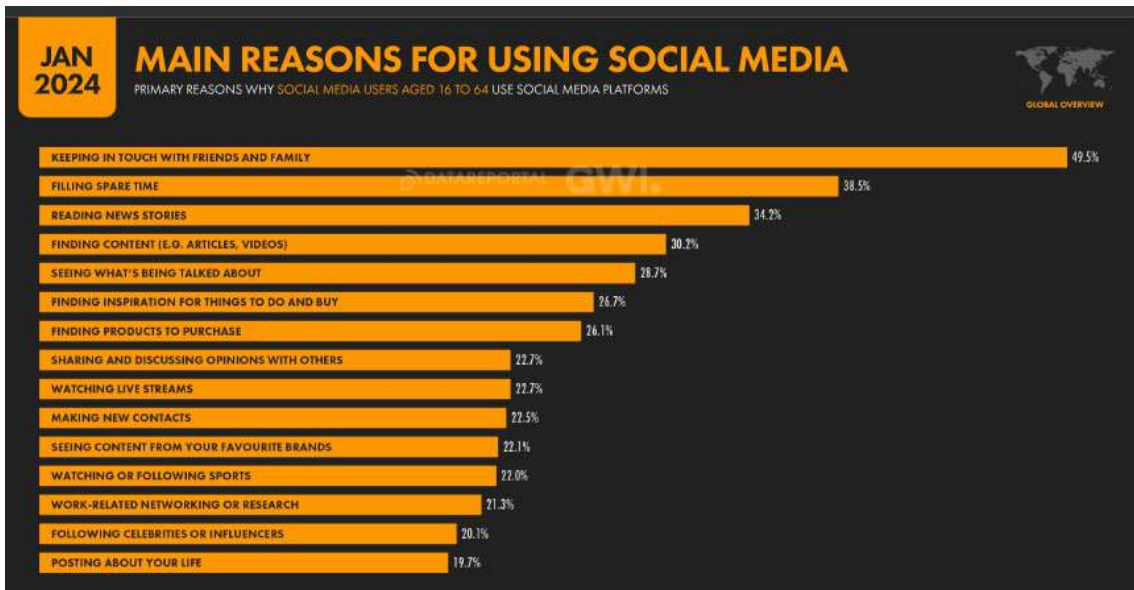
Infografía 9. Proporción indexada de usuarios de medios sociales



Fuente: We are Social (2024).

Estar en contacto con amigos y familiares, ocupar el tiempo libre y leer nuevas historias encabezan la lista de las principales razones por las que se usan los medios sociales (ver infografía 10). Entre los motivos más notorios por los que los usuarios dicen emplear estas plataformas no se localiza ninguno vinculado directamente con la seguridad, aunque sí constan el seguimiento de *influencers* (20,1 %) y la publicación de contenido sobre la vida personal (19,2 %). Estos datos son significativos porque contribuyen a la configuración de la imagen social de las acciones compartidas en redes sociales (viajes, experiencias, restaurantes, etc.) tanto entre el círculo de contactos en el caso de usuarios particulares como con millones de seguidores en el caso de los usuarios de especial relevancia (*influencers*).

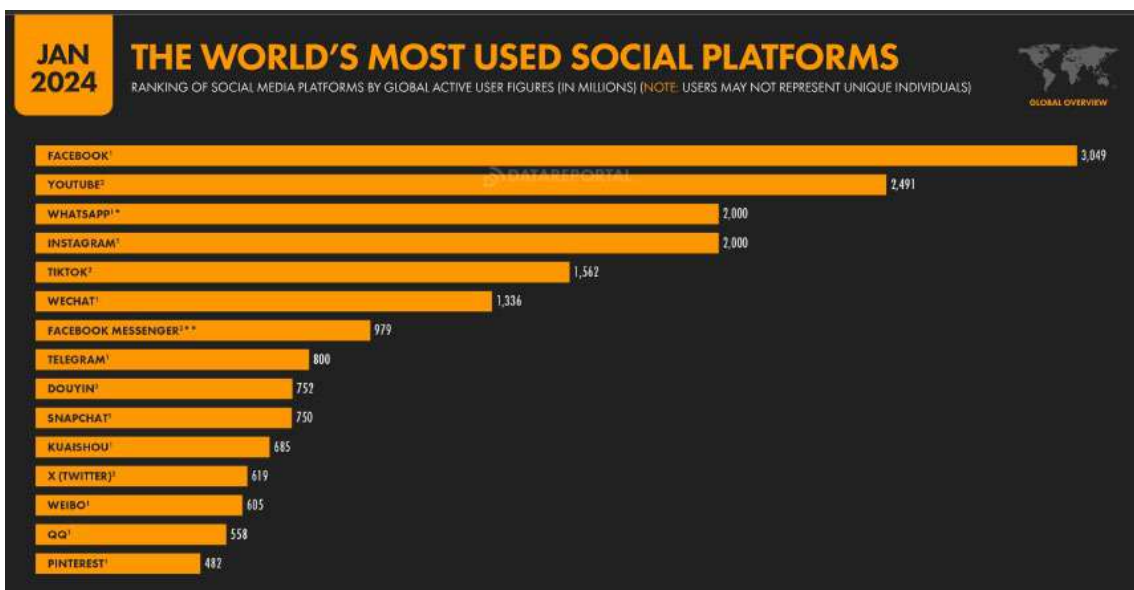
Infografía 10. Principales razones de uso de los medios sociales



Fuente: We are Social (2024).

Dos redes sociales (Facebook y YouTube) y una aplicación de mensajería instantánea (WhatsApp) encabezan el ranking de las plataformas sociales con mayor número de usuarios en el mundo (ver infografía 11).

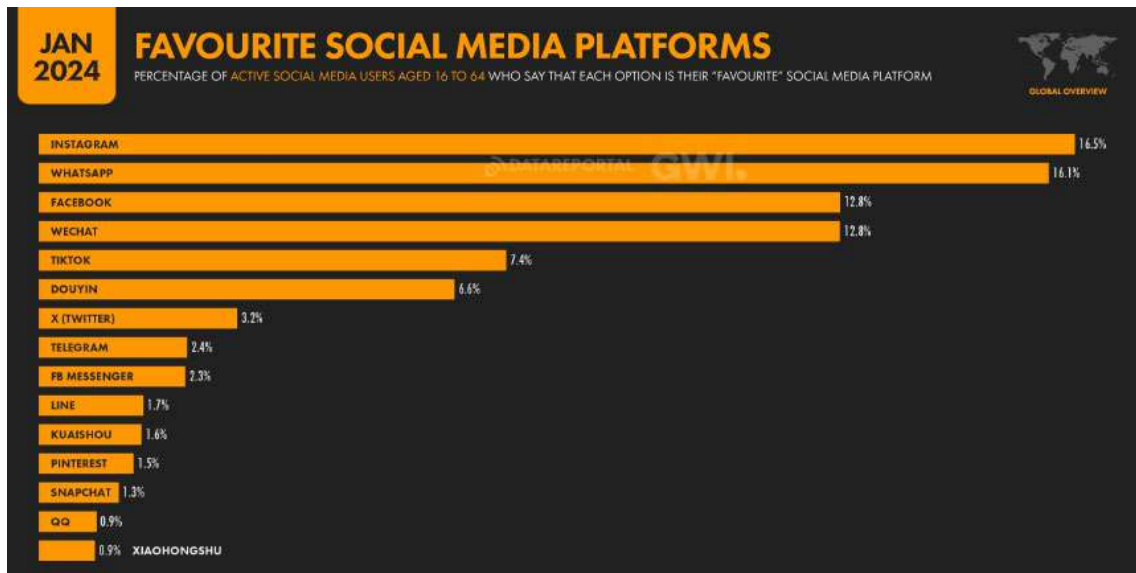
Infografía 11. Plataformas sociales más usadas en el mundo



Fuente: We are Social (2024).

Sin embargo, no existe coincidencia entre los medios sociales con mayor número de usuarios y los medios sociales preferidos por los usuarios (ver infografía 12), ya que en este caso el orden se altera y la red social Instagram se sitúa en primer lugar, seguida de la *app* de mensajería instantánea WhatsApp y de la red social Facebook. De cualquiera forma, las tres principales plataformas sociales preferidas en el mundo pertenecen a una misma empresa, Meta (Meta Platforms, Inc.), un conglomerado estadounidense de tecnología y redes sociales con sede en California y presidido por Mark Zuckerberg.

Infografía 12. Medios sociales preferidos por los usuarios



Fuente: We are Social (2024).

3. La aplicación AlertCops

AlertCops es una *app* creada por la Subdirección General de Sistemas de Información y Comunicaciones para la Seguridad (SGSICS), dependiente de la Secretaría de Estado de Seguridad del Ministerio del Interior de España, que facilita la comunicación de los ciudadanos con las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado (FCSE) para alertar de una situación delictiva o de peligro de la que se es víctima o testigo. Su utilización es rápida y sencilla, puesto que solo requiere descarga -como cualquier otra *app* (disponible en Google Play y en el App Store)- y validación del número de teléfono. Según consta en la web del Ministerio del Interior (2024), “puedes enviar imágenes y vídeos e indicar si la alerta te ha sucedido a ti o has sido testigo de ella. Las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado recibirán toda la información para poder ayudarte lo más rápido posible”.

AlertCops es totalmente gratuita y su principal objetivo (ver infografía 13) es facilitar el acceso a los servicios de seguridad ciudadana con independencia del idioma o de las discapacidades auditivas o vocales, de modo que se oferta como un canal complementario para contactar con la Policía Nacional o la Guardia Civil “de una manera rápida, directa, discreta y eficaz” (Ministerio del Interior, 2024).

Infografía 13. Misión y objetivos de AlertCops

- 1** Facilitar un **nuevo canal de comunicación** entre los ciudadanos y las FFCCSE.
- 2** **Agilizar el protocolo de demanda de información y respuesta**, obteniendo desde el principio datos tales como: posicionamiento, tipo de incidente, personas involucradas u otros datos relevantes.
- 3** **Mejorar los tiempos de respuesta** al ciudadano y del proceso de información y abrir un nuevo canal para la colaboración ciudadana.
- 4** **Ofrecer a las personas extranjeras** que visiten o residan en nuestro país **un canal en su idioma** para acceder a los servicios de seguridad de las FFCCSE.
- 5** **Garantizar la accesibilidad** a estos servicios de personas con discapacidades de comunicación.
- 6** Servir de plataforma para **futuros usos de gestión y comunicación** interna y/o externa.

Fuente: Ministerio del Interior (2024).

AlertCops cuenta con 99 centros activos atendidos por la Policía Nacional y por la Guardia Civil. En los últimos 12 meses recibió más de 158.000 alertas (ver infografía 14) y las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado atendieron 24.433 situaciones de riesgo. En 2023 AlertCops superó los dos millones de descargas y permitió comunicar 120.000 situaciones de riesgo (La Moncloa, 2023), aunque no constan cifras específicas sobre su utilización en el Camino. Según los datos facilitados por Francisco Alonso Batuecas, responsable del departamento de Sistemas, Comunicaciones y Seguridad en el CETSE (Centro Tecnológico de Seguridad) de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad Españolas, en la entrevista que se le realizó para este proyecto, el 8 de noviembre de 2024 el número de descargas era exactamente de 2.454.980.

Infografía 14. AlertCops en cifras



Fuente: Ministerio del Interior (2024).

Entre los servicios que ofrece AlertCops se encuentran los siguientes (ver infografía 15):

- a) Envío de alertas a las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado. Este servicio permite chatear o hablar con el centro de atención más cercano, así como enviar fotos o vídeos. Está adaptado para personas con discapacidad auditiva.
- b) Guardián. Esta opción posibilita compartir la ubicación con las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado.
- c) Guardián privado. Esta funcionalidad permite compartir la ubicación con hasta cinco personas seleccionadas por el usuario de la *app*. El guardián de confianza visualizará las localizaciones de la persona que lo haya agregado y viceversa.
- d) Botón SOS. Se trata de una protección reforzada para colectivos vulnerables como las víctimas de violencia de género o el personal sanitario. Con solo pulsar el icono de la aplicación el botón SOS avisa a las autoridades más cercanas de forma instantánea y graba 10 segundos de audio que se envían con la alerta.
- e) Alertas geopositionadas. Se trata de avisos por zonas, de modo que son las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado quienes informan sobre una emergencia que esté sucediendo en la zona en la que se encuentre el usuario.

Es importante señalar que la aplicación incluye el icono específico ‘personas sordas’ que “permite a las personas con discapacidad auditiva o fónica acceder a los servicios de emergencia necesarios en cada momento. A través de él no solo podrán solicitar asistencia policial o de bomberos, sino también asistencia médica u otro tipo de necesidad asistencial” (Ministerio del Interior, 2024). Esta nueva funcionalidad también resulta útil para personas con trastornos del espectro autista (TEA) y que comprenden con mayor facilidad el lenguaje pictográfico.

Infografía 15. Funcionalidades de AlertCops

Envío de alertas a las FCCSE	Guardián - Cuerpos de seguridad	Personas Sordas
		
<p>Puedes hablar por chat o por teléfono con el centro de atención más cercano para informar de un hecho del que estés siendo víctima o testigo con la posibilidad de adjuntar imágenes y videos.</p> <p>Además, las personas con discapacidad auditiva cuentan con una alerta específica mediante la cual pueden solicitar servicios de emergencia (asistencia médica, policial, bomberos, etc.) de forma directa.</p> <p>¿Cómo envío una alerta a las FCCSE?</p>	<p>Puedes suscribirte a los servicios públicos de seguridad para compartir tu posición con las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado.</p> <p>Al suscribirte a este servicio tu posición será enviada periódicamente para que puedas ser localizado en caso de emergencia.</p> <p>¿Cómo configuro un Guardián - Cuerpos de Seguridad?</p>	<p>El icono de "personas sordas" permite a las personas con discapacidad auditiva acceder a los servicios de emergencia necesarios en cada momento. A través de él no solo podrán solicitar asistencia policial o de bomberos sino, también, asistencia médica u otro tipo de necesidad asistencial. Este novedoso servicio resultará útil no solo a personas con discapacidad auditiva o fónica sino, también, a aquellas que presenten trastornos del espectro autista (TEA) y comprendan más fácilmente el lenguaje icónico o pictográfico.</p>

Botón SOS para colectivos vulnerables



Ofrece protección reforzada para colectivos vulnerables: víctimas de violencia de género y personal sanitario.


Podrás pedir ayuda con solo pulsar un icono en la pantalla principal del móvil.

Avisa instantáneamente a las fuerzas policiales más cercanas para una atención urgente.

Se grabarán 10 segundos de audio que se enviarán como anexo a la alerta.

[¿Cómo configuro el Botón SOS para colectivos vulnerables?](#)

Avisos por zonas y Alertas Geo posicionadas



Recibe avisos de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado informando de una emergencia que esté ocurriendo en la zona en la que te encuentres.

También podrás recibir consejos y alertas de los dispositivos especiales de seguridad desplegados cuando asistas, por ejemplo, a un festival de música o un evento deportivo.

[Más información sobre mi posición](#)

Guardián privado



Te permite compartir tu posición con personas de tu confianza para sentirte más seguro.

Cualquier familiar o allegado de la "Agenda de contactos" de tu móvil, que también tenga instalado Alertcops, podrá ser tu GUARDIÁN.

Cuando tu familiar o allegado acepte tu petición de GUARDIÁN te conviertes en PROTEGIDO y podrás ver tus últimas localizaciones en el MAPA de la app.

[¿Cómo configuro un Guardián privado?](#)

Botón SOS Guardianes



Podrás pedir ayuda con solo pulsar un icono en la pantalla principal del móvil, sin apenas interacción.

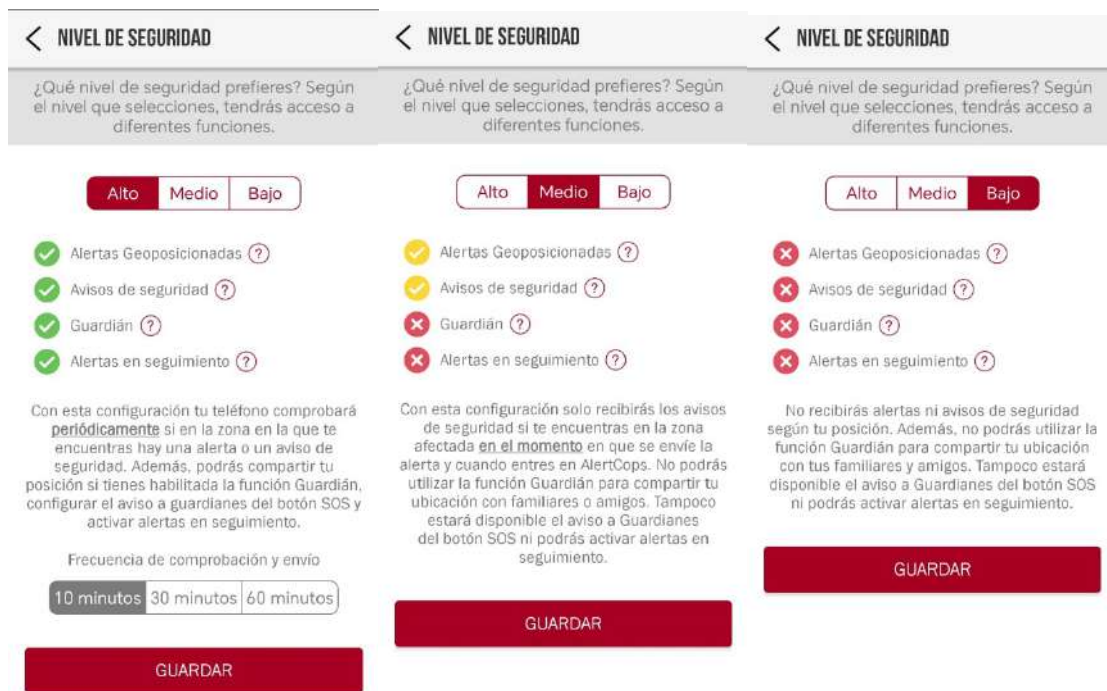
La alerta será remitida a tus Guardianes y se grabarán 10 segundos de audio que se enviarán como anexo a la alerta.

[¿Cómo configuro el Botón SOS Guardianes?](#)

Fuente: Ministerio del Interior (2024).

AlertCops permite al tomador seleccionar entre tres niveles de seguridad (alto, medio o bajo), de modo que se activan distintas funcionalidades en función del nivel escogido (ver infografía 16). Además, también es posible escoger la frecuencia de comprobación y envío de datos (10 minutos, 30 minutos o 60 minutos).

Infografía 16. Niveles de seguridad en AlertCops



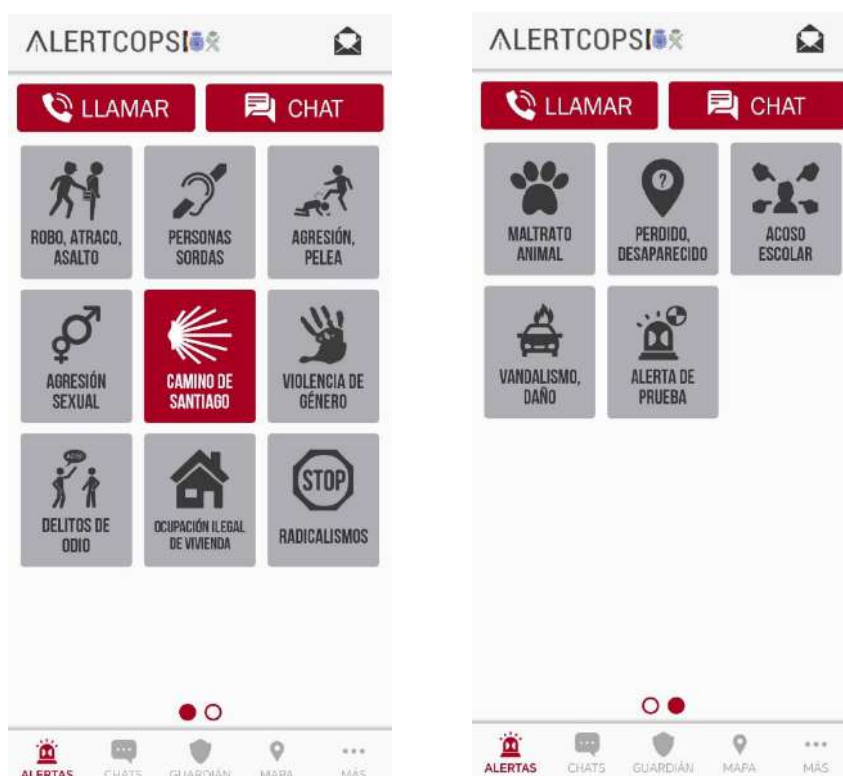
Fuente: AlertCops (2024).

A continuación (ver infografía 17), se presenta cómo se visualiza la aplicación en un teléfono móvil. Como puede comprobarse, la *app* permite la comunicación inmediata de distintas situaciones de emergencia a las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado:

- a) Robos, atracos o asaltos.
- b) Agresiones y peleas.
- c) Agresión sexual.
- d) Violencia de género.
- e) Delitos de odio.
- f) Ocupación ilegal de vivienda.

- g) Radicalismos.
- h) Maltrato animal.
- i) Desapariciones.
- j) Acoso escolar
- k) Vandalismo.

Infografía 17. Pantallas de inicio de AlertCops en un *smartphone*

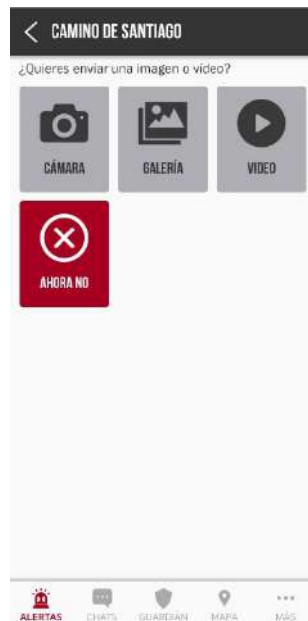


Fuente: AlertCops (2024).

AlertCops incluye una funcionalidad específica para el Camino de Santiago con el objetivo de mejorar la seguridad durante la peregrinación. Los peregrinos pueden añadir un ‘guardián público’ para compartir su ubicación, recurrir a la ‘alerta peregrino’ para informar sobre cualquier situación de riesgo o activar el ‘servicio de avisos’ para recibir mensajes de seguridad según la zona en la que se encuentren. La aplicación está disponible en siete idiomas, permite enviar alertas geoposicionadas para recibir atención inmediata y activar un chat directo (con traducción automática a 100 idiomas) con el centro de seguridad más cercano.

En la infografía 17 se aprecia claramente como la *app* incluye en el centro y en color rojo un icono específico denominado ‘Camino de Santiago’. Al pulsar sobre él ofrece las opciones que figuran en la infografía 18 (cámara, galería, vídeo o ahora no).

Infografía 18. AlertCops al pulsar en el icono ‘Camino de Santiago’



Fuente: AlertCops (2024).

Si el peregrino pulsa la opción ‘ahora no’ accede a la opción para enviar una alerta geoposicionada (ver infografía 19), de tal forma que su posición y sus datos serán enviados al centro de seguridad más cercano.

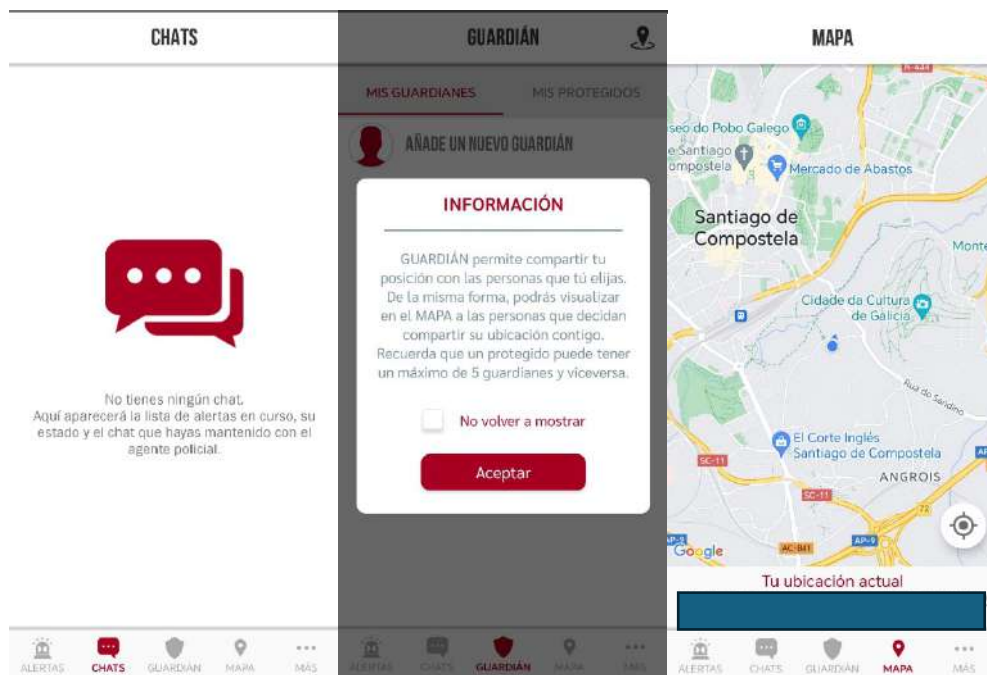
Infografía 19. Envío de alerta geoposicionada en el Camino de Santiago



Fuente: AlertCops (2024).

Al igual que el resto de usuarios, los peregrinos también tienen la posibilidad de chatear directamente con las Fuerzas y los Cuerpos de Seguridad del Estado, activar la función guardián, tanto ser protegido como para proteger, y compartir la ubicación actual con los guardianes (ver infografía 20).

Infografía 20. Capturas en *smartphone* de las funcionalidades de AlertCops



Fuente: AlertCops (2024).

El botón SOS se encuentra en el perfil de usuario (ver infografía 21). Es en este mismo espacio donde se ha de determinar el nivel de seguridad (alto, medio o bajo) para realizar el Camino.

Infografía 21. Perfil de usuario en AlertCops



Fuente: AlertCops (2024).

El botón SOS remite la alerta a los guardianes (pueden ser otros peregrinos, por ejemplo) con solo pulsar el icono y se grabará un audio de 10 segundos de duración (ver infografía 22).

Infografía 22. Botón SOS en AlertCops

AlertCops – Principales capacidades

Auto protección: Botón SOS Guardianes

- Podrás pedir ayuda con solo pulsar un icono en la pantalla principal del móvil, sin apenas interacción.
- Remite la alerta a tus Guardianes.
- Se grabará 10 segundos de audio que se enviarán como anexo a la alerta.



Fuente: Ministerio del Interior (2024).

Al añadir un guardián público la ubicación del peregrino se compartirá con las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado (ver infografía 23).

Infografía 23. Guardián público en AlertCops

AlertCops – Principales capacidades

Auto protección: Guardián – Cuerpos de seguridad

- Te permite compartir tu posición con las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado.
- Puedes suscribirte a los servicios públicos de seguridad.
- Al suscribirte a este servicio tu posición será enviada periódicamente a las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado para que puedas ser localizado en caso de emergencia.



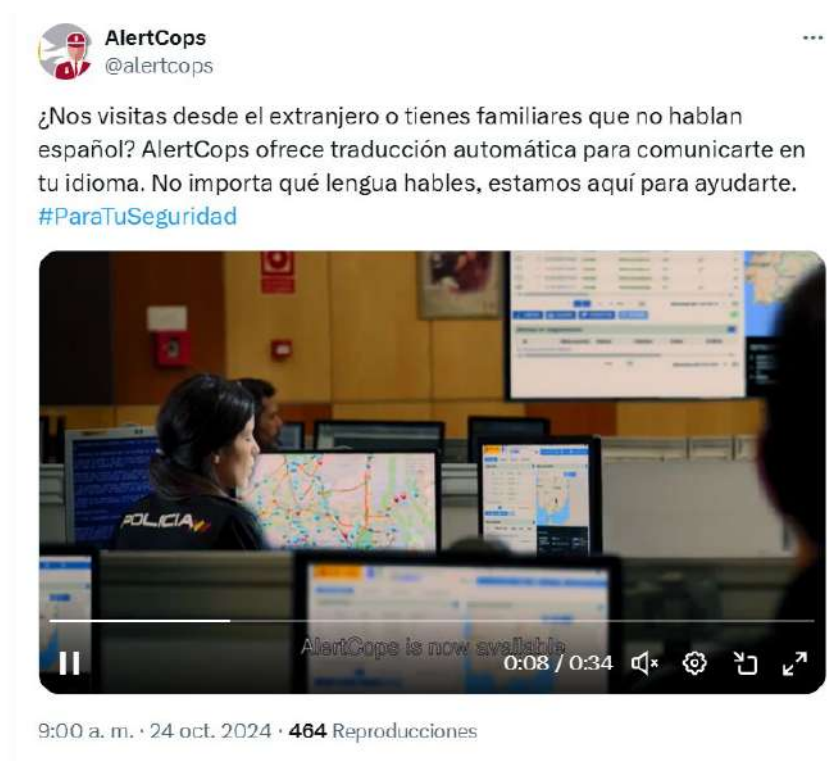
Fuente: Ministerio del Interior (2024).

Al activar la opción ‘Camino de Santiago’ se indica que este servicio de protección está disponible para los peregrinos que realicen las siguientes rutas:



Para garantizar la seguridad de los peregrinos extranjeros AlertCops ofrece traducción automática (ver imagen 1).

Imagen 1. Captura del perfil de AlertCops en la red social X



Fuente: X (2024).

Todas estas funcionalidades y servicios de seguridad han llevado a que la aplicación fuese premiada en varias ocasiones (ver infografía 24).

Infografía 24. Premios recibidos por AlertCops



Fuente: Ministerio del Interior (2024).

4. Estudios previos

La evolución de la tecnología móvil ha contribuido a que cada vez más empresas y organizaciones hayan optado por ofrecer sus productos o servicios a través de aplicaciones, de modo que se pretende que estas *apps* contribuyan a satisfacer las necesidades de los consumidores y usuarios (Correia & Tam, 2024; Lischka, Schaetz & Oltersdorf, 2022). En la generación digital el empleo generalizado de este tipo aplicaciones por parte de la población se ha relacionado con los niveles de bienestar, aunque sigue sin estar claro si constituyen el antecedente o la consecuencia del bienestar (Schenkel et al., 2024).

Desde otro punto de vista, emplear aplicaciones móviles podría concebirse como el modo de estar conectados permanentemente, de tal forma que su uso no es simplemente resultado de satisfacer necesidades, sino también una forma de subsanar el miedo a perderse algo o de mantener cierta sensación de aceleración (Zhou, 2018). En esta misma línea, Chib y sus colaboradores (2021) entendieron que la relevancia de los teléfonos móviles radica en el empoderamiento individual que otorgan, ya que la evolución de las tecnologías móviles provoca el aumento de ubicuidad hasta el punto de que se produce una suerte de espacio híbrido en el que la información digital se superpone a la física (Frizzera 2015). La investigación de Pybus y Coté (2022) sugiere que este desarrollo de la tecnología móvil está facilitando ya una fase más consolidada del *big data*, a la vez que la estética, la automatización, la distribución, el compromiso, la identidad y la proximidad emergen como características definitorias de una evolución de la tecnología móvil totalmente imparable (Karlsson, Ferrer-Conill & Örnebring, 2023).

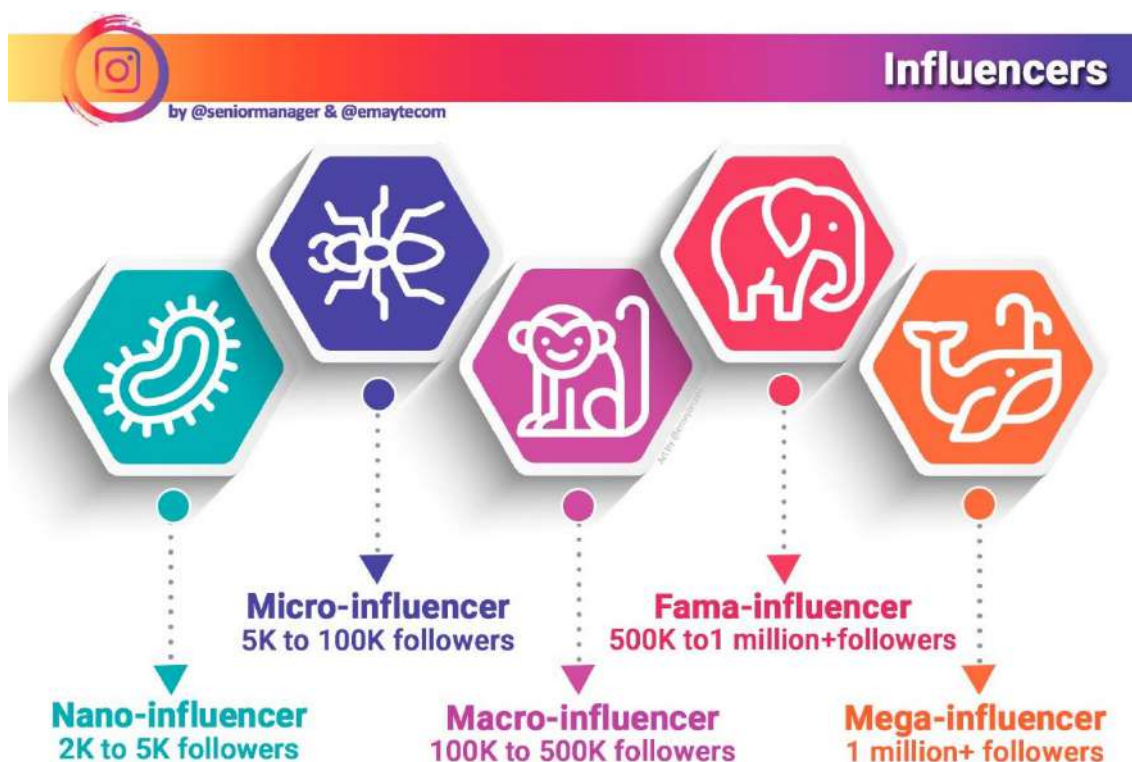
Este desarrollo tecnológico provoca que los creadores de contenidos, ya sean personas u organizaciones públicas o privadas, se vean prácticamente en la obligación de dar respuesta a un entorno comunicativo cambiante e impredecible y en el que, al mismo tiempo, la propia naturaleza de estas tecnologías digitales ha transformado las prácticas sociales y culturales (Bazzara 2021; Duffy *et al.* 2021). Por otra parte, el acceso ubicuo e instantáneo a la información desde los teléfonos móviles ha favorecido el desarrollo de notificaciones *push* que alertan a los usuarios en sus pantallas y que repercute en un mayor consumo de información digital (Ohme 2020; Stroud, Peacock & Curry, 2020).

Uno de los factores determinantes en el aumento del acceso a Internet a través de teléfonos móviles son los medios sociales (Borchers, 2019; Sixto-García, 2018), ya que gran parte de este tipo de plataformas están concebidas para su utilización preferente desde *smartphones* en lugar de ordenadores. Entre los medios o plataformas sociales se encuentran las aplicaciones de mensajería instantánea como WhatsApp o las redes sociales como Facebook, Instagram, X o YouTube. Precisamente, gran parte de las funcionalidades de estas plataformas sociales están diseñadas para ser utilizadas desde un teléfono móvil (compartir fotos o vídeos, chatear, enviar ubicación...).

Una de las opciones más específicas y exitosas consiste en compartir contenido autodestruible, es decir, contenido que se desaparece del perfil generalmente a las 24 horas y que permite al usuario comprobar qué seguidores lo han visualizado (Sixto-García, Rodríguez-Vázquez & López-García, 2021). El ejemplo más significativo y popular son las historias (*stories*) de Instagram, concebidas para compartir experiencias (Yılmaz, Sezerel & Uzuner, 2020). Si bien otras redes como Facebook o TikTok u otras aplicaciones de mensajería como WhatsApp han creado formatos similares, su éxito entre los usuarios es mucho menor (Lee et al., 2021; Sixto-García & Duarte-Melo, 2020; Sixto-García, Duarte-Melo & Andradre, 2024).

El auge de las redes sociales (Angeloni & Rossi, 2021) ha provocado que aquellas personas con un gran número de usuarios se conviertan en los denominados *influencers* debido a la capacidad de influjo que tienen sobre su comunidad de seguidores (Santamaría & Meana, 2017; Sixto-García & Álvarez, 2020). Empresas y organizaciones han sabido utilizar esta oportunidad y están utilizando a los *influencers* como prescriptores de las marcas (Suárez, 2021), pues el vínculo entre *influencer* y seguidor es mayor que el que consigue la publicidad tradicional en los medios de comunicación (prensa, radio o televisión) e, incluso, superior al que pueden producir las campañas de publicidad ordinaria o de promoción reglada en las propias redes sociales (Sixto-García, 2012). El *engagement* (Bentley et al., 2021), es decir, la relación de compromiso que se establece entre la marca y el usuario suele ser mayor cuanto menor es el número de seguidores dentro de los umbrales necesarios (ver infografía 25) para poder considerar que un usuario de redes sociales alcanza la categoría de *influencer* (Rodríguez & Sixto-García, 2022).

Infografía 25. Tipologías de *influencers*



Fuente: Rojas (2024).

Los estudios previos que han estudiado el uso de *apps* en o sobre el Camino de Santiago son muy escasos. Conscientes de que los peregrinos cada vez utilizaban más tecnología móvil (Nickerson, Austreich & Eng, 2014; Nickerson & Mourato-Dussault, 2015), Nickerson y Eng (2017) examinaron el impacto que tenía la tecnología en la experiencia del Camino. Los resultados demostraron que los peregrinos utilizaban ampliamente algunas tecnologías móviles, aunque no consideraban que fuesen esenciales para la realización del Camino. Además, estos investigadores también descubrieron que los peregrinos considerarían una buena *app* para el Camino aquella que ofreciese información cultural e histórica o listados de albergues, pero no hacen ninguna mención a la seguridad.

Antunes y Amaro (2016) exploraron la necesidad de crear una aplicación de peregrinación y descubrieron que la intencionalidad de utilizar una *app* durante el Camino residiría en

la expectativa de rendimiento y en las opciones que esa *app* brindara a los peregrinos para resolver sus inquietudes. Antunes (2016) también comprobó que la intencionalidad de uso sería mayor si esa *app* ofreciese contenidos generalistas.

Por otro lado, con respecto al análisis de aplicaciones sobre el Camino, Fernández (2019) analizó la nueva versión de la *app* del Camino de Santiago del Centro Nacional de Información Geográfica, mientras que en otro trabajo Martínez (2017) presentó la *app* del Instituto Geográfico Nacional. En una línea semejante, la tesis doctoral de Marques (2014) explora cómo las nuevas tecnologías pueden contribuir a la promoción de la oferta turística y propone la creación de una guía interactiva para el Camino Portugués a su paso por Barcelos.

Tourís y su equipo (2022) exploraron las tecnologías para la gestión de la seguridad pública y su relación con el Camino de Santiago. Estos investigadores recalcan que el Camino no está exento de amenazas y que son los poderes públicos quienes deben ofrecer soluciones tecnológicas para garantizar la seguridad. Este es el único estudio previo encontrado en el que se hace alusión a AlertCops, aunque en el trabajo solo se cita como ejemplo de *app* que contribuye a un turismo seguro, pero no figura ningún dato sobre el grado de conocimiento por parte de los peregrinos ni sobre su uso en el Camino.

Es evidente que la seguridad constituye un elemento determinante en la gestión turística como así lo demuestran el Plan Turismo Seguro o La Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030. En la web de la Secretaría de Estado y Turismo (2020) se indica que el turismo necesita herramientas de información que comuniquen de forma transparente para tranquilizar a los turistas mediante canales digitales como pueden ser las *apps*. También la Xunta de Galicia en su *app* Camino de Santiago en Galicia incluye acceso directo a la descarga de AlertCops.

Más en concreto, la seguridad en el Camino fue analizada por la profesora Mar Durán en un proyecto financiado por esta misma Cátedra en 2019. Los resultados son concluyentes y alertan de un importante porcentaje de percepción de riesgo y/o vulnerabilidad a la hora de realizar el Camino, hasta el punto de que un 80 % de los peregrinos afirman que no harían el Camino solos. En ese mismo trabajo se ratifica, tomando como referencia las investigaciones de Lorenc y su equipo (2013) y Pain (2000), que la percepción de vulnerabilidad aumenta en función de los espacios oscuros, solitarios o poco cuidados,

mientras que desciende con la mejora de la iluminación o el estado de las viviendas (Lorenc, 2013; Pain, 2000). Además, Durán especifica que la mayoría de las participantes en el estudio son mujeres y que la percepción de la vulnerabilidad es mayor en mujeres que en hombres.

5. Hipótesis de partida y objetivos

Una vez comprobado que el uso de aplicaciones móviles entre la población es generalizado porque ayudan a mejorar la vida de las personas, que los estudios previos demuestran la predisposición de los peregrinos para utilizar *apps* y que la percepción de riesgo es muy alta a la hora de realizar el Camino, en esta investigación se combina el trinomio **app + seguridad + comunicación**. No basta con que las instituciones públicas hayan desarrollado una aplicación para mejorar la seguridad en el Camino, sino que es necesario comprobar si su existencia se está comunicando lo suficiente como para transmitir la imagen de que el Camino es seguro.

Hipótesis de partida: la mayoría de los peregrinos no conocen AlertCops y esta *app* no está contribuyendo a que caminen más seguros.

En consecuencia, se plantea un objetivo general y cuatro objetivos secundarios:

Objetivo general (OBG): diagnosticar el grado de conocimiento de AlertCops por parte de los peregrinos.

Objetivos secundarios (OBS):

OBS1. Cuantificar la utilización de AlertCops durante la peregrinación.

OBS2. Medir las funcionalidades de la *app* utilizadas en el Camino.

OBS3. Evaluar el grado de seguridad que transmite a los peregrinos la existencia de AlertCops.

OBS4. Comparar el uso de AlertCops con el de otras *apps* generalistas y específicas para peregrinos.

OBS5. Identificar posibles variaciones de uso en cuanto a país y/o lugar de procedencia, edad y género.

6. ¿Cómo se realizó este estudio?

Este proyecto de investigación se realizó con triangulación metodológica, lo que implica combinación de técnicas cuantitativas (encuesta) y técnicas cualitativas (entrevistas en profundidad).

6.1 Encuestas y muestra

En primer lugar, se recurrió a un enfoque fundamentalmente cuantitativo y como técnica de investigación se utilizó una encuesta que se realizó a peregrinos que finalizaron el Camino de Santiago. Para acreditar esta circunstancia las encuestas se realizaron en el momento de recogida de la compostela en las proximidades de la Oficina de Acogida al Peregrino, situada en la rúa das Carretas, número 33, en Santiago de Compostela.

Las encuestas se efectuaron de forma presencial a través de la metodología HAPI (encuesta personal asistida por *tablet*) mediante semilla de aleatorización para garantizar la validez de los datos en cuanto a género, edad y procedencia. Con respecto al idioma, a los que hablaban español el cuestionario se les presentó en este idioma, y al resto, en inglés. El trabajo de campo se realizó entre el 11 y el 24 de septiembre de 2024. La recogida de la información y su tratamiento se encargaron a una empresa de estudios demoscópicos, Sondaxe. Al tratarse de un estudio con personas, la validación de las técnicas de recogida de información y de los instrumentos utilizados fueron aprobados por el Comité de Bioética de la Universidade de Santiago de Compostela. La relación detallada de respuestas puede consultarse en los Anexos.

La muestra la compusieron 100 peregrinos. Las tablas 1 y 2 recogen los datos de participación por género y franjas de edad, respectivamente. En los datos de catalogación de la muestra se incluían el género no binario y la opción “prefiero no decirlo”, pero ninguna persona optó por ninguna de estas alternativas.

Tabla 1. Muestra de estudio por género

	Valores absolutos	Porcentajes
Hombre	49	49,0
Mujer	51	51,0

Fuente: elaboración propia.

Tabla 2. Muestra de estudio por franjas de edad

	Valores absolutos	Porcentajes
De 18 a 29 años	26	26,0
De 30 a 44 años	26	23,0
De 45 a 59 años	27	27,0
De 60 y más	24	24,0

Fuente: elaboración propia.

Para poder ofrecer una respuesta satisfactoria de acuerdo con los objetivos formulados en la investigación, se buscó una distribución equitativa entre peregrinos nacionales y extranjeros (ver tabla 3).

Tabla 3. Muestra de estudio por lugar de procedencia

	Valores	Porcentajes
España	52	52,0
Resto	48	48,0

Datos clasificación

País procedencia

	Valores absolutos	Porcentajes
España	52	52,0
Alemania	9	9,0
Francia	4	4,0
Australia	3	3,0
Canadá	3	3,0
Reino Unido	3	3,0
Irlanda	3	3,0
Polonia	3	3,0
Brasil	2	2,0
EEUU	2	2,0
Italia	2	2,0

	Valores absolutos	Porcentajes
Argentina	1	1,0
Bielorrusia	1	1,0
Bolivia	1	1,0
China	1	1,0
República Checa	1	1,0
Dinamarca	1	1,0
Hungría	1	1,0
Japón	1	1,0
México	1	1,0
Nueva Zelanda	1	1,0
Noruega	1	1,0
Portugal	1	1,0
Rumanía	1	1,0
Suiza	1	1,0

Fuente: elaboración propia.

En consecuencia, la lengua materna de los participantes fue dispar (ver tabla 4). Si bien, la mayoría de los peregrinos tienen el castellano como lengua materna (55%), el 45 % de las encuestas se realizaron en inglés.

Tabla 4. Muestra de estudio por lengua materna

	Valores absolutos	Porcentajes
Castellano	55	55,0
Inglés	16	16,0
Francés	5	5,0
Alemán	10	10,0
Portugués	3	3,0
Polaco	3	2,0
Italiano	2	2,0
Otros	6	6,0

Fuente: elaboración propia.

La semilla de aleatorización garantizó que el lugar de comienzo del Camino fuera también heterogéneo. En este sentido, se registraron participaciones de peregrinos que habían comenzado el Camino en sitios diferentes (ver tabla 5).

Tabla 5. Muestra de estudio por lugar de inicio del Camino de Santiago

	Valores absolutos	Porcentajes
Oporto	24	24,0
Sarria	17	17,0
Tui	6	6,0
Valença do Minho	5	5,0
Otros	48	48,0

Fuente: elaboración propia.

Para analizar la percepción de seguridad y/o de vulnerabilidad a la hora de realizar el Camino de Santiago también resultó determinante conocer si las personas participantes en la muestra caminaban solas o acompañadas (ver tabla 6).

Tabla 6. Muestra de estudio por forma de realizar el Camino de Santiago en cuanto a acompañamiento

	Valores absolutos	Porcentajes
Solo/a	36	36,0
1 persona	24	24,0
2 personas	17	17,0
3 personas	11	11,0
4 personas o más	12	12,0

Fuente: elaboración propia.

Como la selección de la muestra se realizó mediante semilla de aleatorización se garantizó, por tanto, la validez de los datos en cuanto a género, edad y procedencia y, además, esto permitió extraer datos en función de cada una de estas variables.

La encuesta se estructuró en cuatro bloques (B):

B1. Datos de catalogación: edad, género y lugar de procedencia

En este primer bloque se incluyen otras preguntas como la lengua materna, si la persona camina sola o acompañada y, en el caso de la segunda opción, si tendría miedo si caminase sola o si se atrevería a realizar el Camino en solitario.

B2. Conocimiento de AlertCops y uso de las funcionalidades que ofrece

En este bloque se explora el conocimiento de AlertCops entre los peregrinos. Primero, se pregunta acerca de cómo habrían conocido la aplicación y, luego, sobre si la tenían descargada en su teléfono y, en este caso, si lo habrían hecho antes o durante la realización del Camino. Además, se indaga sobre el conocimiento de que la *app* incluye una funcionalidad específica para el Camino de Santiago y sobre las características que ofrece esta posibilidad (guardián público para compartir ubicación, compartir posición con hasta cinco personas seleccionadas, posibilidad de que otras personas compartan la ubicación con el tomador, establecimiento de diferentes niveles de seguridad, existencia del botón SOS, recurrencia a la ‘alerta peregrino’ para informar sobre cualquier situación de riesgo, activación del servicio de avisos para recibir mensajes de seguridad según la zona en la que el usuario se encuentre en el Camino, envío de alertas geopositionadas para recibir atención inmediata, llamada a las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad, chat directo con el centro de atención más cercano, traducción automática a 100 idiomas y disponibilidad de la aplicación en siete idiomas).

Por otra parte, se pregunta acerca del conocimiento de la titularidad pública de la *app* y sobre los niveles de seguridad que permite establecer (bajo, medio, alto) y que cada peregrino puede seleccionar. También se indaga sobre la activación de la ubicación en el teléfono y acerca del conocimiento de que la aplicación no funciona con esta opción desactivada.

En una segunda parte de este bloque 2 se analiza la utilización de AlertCops durante la realización del Camino de Santiago. Se estudia para qué se utilizó la aplicación (compartir ubicación con otras personas, ver ubicación de otras personas que comparten situación con el usuario, botón SOS, ‘guardián público’ para compartir ubicación, ‘alerta peregrino’ para informar sobre cualquier situación de riesgo, servicio de avisos para recibir mensajes de seguridad según la zona en la que se encontraba la persona, envío de alertas geoposicionadas para recibir atención inmediata, llamada a la Policía o a la Guardia Civil, chat directo, etc.), qué sucedió cuándo se notificó la incidencia (acudió la Policía, acudió la Guardia Civil, llamó la Policía, llamó la Guardia Civil, etc.) y cuál fue el tiempo de resolución del problema (menos de 1 minuto, menos de 3 minutos, entre 3 y 5 minutos, entre 5 y 10 minutos, más de 10 minutos o más de 30 minutos). Para evaluar el nivel de satisfacción con el uso de la *app*, con la traducción automática en el caso de peregrinos extranjeros o con la solución de la incidencia se incluyeron varias preguntas de valoración en puntuación numérica mediante escala de Likert en las que se determinó que 0 es nada y 10 es todo.

Finalmente, también mediante escala de Likert, se examina el conocimiento de las funcionalidades de AlertCops por parte de los peregrinos y por la ciudadanía en general, la dificultad de utilización de la aplicación, la importancia de comunicar que existe AlertCops, la implicación en este cometido de las instituciones públicas, la efectividad de la comunicación sobre la existencia de AlertCops realizada en la actualidad y la adecuación de las distintas opciones para dar a conocer la aplicación (redes sociales, publicidad en redes sociales, publicidad en televisión, publicidad en otros medios de comunicación, anuncios durante el Camino de Santiago o avisos en los lugares de sellado de la Credencial del Peregrino).

B3. Incidencia de AlertCops en la percepción de seguridad en el Camino de Santiago

El bloque 3 se dedicó al análisis de la percepción de seguridad en el Camino y a la incidencia de AlertCops en esta circunstancia. Se averigua si la persona que peregrinó sintió miedo en algún momento del Camino y, en caso afirmativo, se pregunta por

qué. Por otro lado, se consulta si la persona sufrió algún incidente durante el peregrinaje y, en caso de haber sido así, si utilizó AlertCops para comunicarlo.

El resto de cuestiones se plantearon mediante escalas de Likert con la finalidad de puntuar estos ítems:

1. Percepción de seguridad durante el Camino.
2. Percepción de vulnerabilidad durante el Camino.
3. Percepción del aumento de seguridad que ofrece AlertCops, en caso de uso.
4. Aumento de la percepción de seguridad al haber sabido que existe AlertCops.
5. Percepción de aumento de seguridad al saber que existe una *app* para acompañar al peregrino.
6. Concordancia con un estudio previo realizado en 2019 en la Universidad de Santiago de Compostela que alertaba de que el 80 % de los peregrinos no harían solos el Camino.
7. Concordancia con que en ese mismo estudio se indicaba que la percepción de vulnerabilidad es mayor en mujeres que en hombres.
8. Valoración sobre la consideración de que el Camino es más peligroso para las mujeres que para los hombres.

B4. Utilización de *apps* en el Camino

El último de los bloques se centra en el uso de aplicaciones durante el Camino de Santiago. Las preguntas abarcan tanto las aplicaciones de mensajería instantánea como WhatsApp o Telegram como las redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, Threads, X o Twitch). En el primer caso, se pregunta para qué se utilizaron (hablar con la familia o con los amigos, enviar fotos, enviar ubicación, participar en grupos, etc.). En el caso de aquellos peregrinos que realizaron el Camino acompañados, se pregunta si crearon un grupo de WhatsApp específico para peregrinar y, en caso afirmativo, con qué finalidad.

Con respecto a las redes sociales, también se examina cuáles se utilizaron durante el Camino y con qué propósito (hablar con amigos o familia, subir fotos, publicar historias o hacer directos). Además, se les pregunta a los peregrinos si se consideran

influencers y cuántos seguidores tienen en cada red social, así como acerca de la consideración que tienen sobre que el contenido que publican influye en la imagen del Camino que puedan percibir sus seguidores.

En una segunda parte se comprueba si los peregrinos publicaron algún contenido relacionado con la seguridad en el Camino y, más en concreto, sobre si ese contenido se refería a AlertCops. En caso afirmativo, se les pregunta dónde (redes sociales, aplicaciones de mensajería instantánea, blog, página web propia, etc.) y en qué formato (*post* con foto, historia, vídeo, *reel*, directo, podcast, solo texto escrito, etc.).

En tercer lugar, se explora el uso de otras aplicaciones diferentes a AlertCops que puedan contribuir a sentir más protección en el Camino. Se solicita valoración numérica y comparativa con AlertCops, así como también percepción sobre si las aplicaciones sociales contribuyen a aumentar la seguridad en el Camino. Por último, se indaga sobre el conocimiento de la *app* Camino de Santiago de la Xunta de Galicia y, en particular, acerca del acceso directo que incluye esta aplicación para la descarga de AlertCops.

Todas las preguntas que integran el cuestionario son cerradas, excepto en el B3, donde aparte de una escala de Likert, se incluye la variable cualitativa con respuesta abierta. En algunos casos se introduce la respuesta múltiple, ya que las diferentes alternativas de respuesta no son excluyentes entre sí.

6.2 Entrevistas en profundidad

Con respecto a las técnicas cualitativas, se optó por la entrevista en profundidad para conocer los sistemas de gestión de la comunicación de AlertCops y las estrategias empleadas para comunicar su existencia a los peregrinos. Las entrevistas se realizaron una vez extraídos los resultados de las encuestas con el fin de que los responsables de AlertCops pudiesen valorarlos desde una óptica cualitativa y tomar conciencia de acometer posibles medidas correctoras.

Las entrevistas se estructuraron en cuatro secciones establecidas a partir de los objetivos de investigación y de los principales hallazgos, de modo que se posibilitó la valoración de los datos cuantitativos desde un enfoque interpretativo. Las secciones se establecieron del siguiente modo:

Sección 1. Cuantificación de la utilización de AlertCops durante la peregrinación

- El 86 % de los peregrinos no sabe que existe AlertCops y, en consecuencia, que esta aplicación les ayudaría a realizar el Camino de Santiago de forma más segura. ¿Cómo valora esta situación?
- Que solo uno de cada diez peregrinos (14 %) conozca AlertCops supone que las políticas comunicativas no están funcionando y que, por lo tanto, es necesario mejorar las acciones de visibilidad y promoción de la *app*. ¿Son conscientes de esta situación? ¿Tienen prevista alguna acción para subsanarla?

Sección 2. Medición de las funcionalidades de la *app* utilizadas en el Camino

- Solo un hombre y una mujer, ambos españoles, (2 % del total de la muestra) han descargado la *app* y ninguno de ellos la utilizó durante la peregrinación. ¿Qué opinión le merece este dato?
- ¿Considera que el desconocimiento de la existencia de esta aplicación contribuye a que no se identifique el Camino de Santiago como un lugar ni seguro ni vigilado?
- La percepción de seguridad durante la realización del Camino se sitúa en el notable (8,30), mientras que la percepción de vulnerabilidad es muy baja (2,24 puntos), aunque no es nula. La valoración del aumento de percepción de seguridad que ofrece AlertCops se sitúa también en el notable (8 puntos) para aquellos peregrinos que conocen la aplicación, mientras que para aquellos que no la conocen saber de su existencia aumentaría la percepción de seguridad en 7,54 puntos. ¿Tienen conocimiento de estos datos?

Sección 3. Evaluación del grado de seguridad que transmite a los peregrinos la existencia de AlertCops

- No todos los peregrinos que conocen la aplicación saben que incluye una funcionalidad específica para el Camino, sino que solo un tercio de esas personas (35,71 %) lo saben. ¿Qué interpretación le merecen estos datos? ¿Cree que esto influye en la percepción de seguridad que se está comunicando acerca del Camino?
- Los peregrinos valoran con 8,14 puntos la importancia de comunicar que existe esta *app* y con 8,93 puntos la consideración de que este cometido corresponde a las instituciones públicas. ¿Creen que las políticas de comunicación sobre AlertCops están funcionando?
- Como medidas de subsanación los entrevistados proponen, en primer lugar, anunciar la aplicación en redes sociales y, en segundo, publicitar AlertCops en los lugares de sellado de la Credencial del Peregrino. ¿Se están acometiendo estas acciones?
- Esta disfunción es todavía más llamativa en el caso de las personas extranjeras, puesto que ninguna de ellas tiene instalada la *app*.
- A pesar de los datos anteriores, nueve de cada diez peregrinos (91 %) no sintieron miedo mientras realizan el Camino de Santiago. Aunque la cifra es positiva, con que una sola persona no se sienta segura es más que suficiente para poner en marcha mecanismos que corrijan esta situación.
- La iluminación escasa en algunos tramos, caminar en solitario o encontrarse con perros sueltos son algunas de las situaciones que provocaron miedo a los caminantes. En todas ellas la activación del ‘guardián público’, por ejemplo, ¿cree que podría haber contribuido a reducir la sensación de vulnerabilidad?
- Nueve de cada diez peregrinos (92 %) afirmaron que no habían sufrido ningún percance durante el Camino. La mayoría de los que los padecieron fueron hombres

(10,2 %). El 59,2 % de los peregrinos está de acuerdo con que no se atrevería a realizar el Camino en solitario.

- El 54,6 % de los peregrinos no está de acuerdo con que el grado de vulnerabilidad sea mayor en mujeres que en hombres. No obstante, el 72,7 % considera que el Camino resulta más peligroso para las mujeres que para los hombres.

Sección 4. Comparación entre el uso de AlertCops y el de otras *apps* generalistas y específicas para peregrinos

- Se confirma que el uso de aplicaciones móviles para mensajear es un hábito plenamente consolidado entre los peregrinos, ya que solo una de cada diez personas (14 %) afirma no haber utilizado ningún tipo de *app* durante el Camino. Además, resulta significativo que dos de cada diez personas (20,9 %) las empleen para enviar su ubicación a otras personas, una función concreta para la que AlertCops está especialmente diseñada ¿Cómo valoran que AlertCops no se encuentre entre esas aplicaciones?
- Seis de cada cien personas (5,7 %) podrían ya estar transmitiendo una imagen negativa del Camino porque no conocen mecanismos de protección o seguridad mientras peregrinan. ¿Les preocupa esta cifra?
- El 15 % de los peregrinos utilizó alguna *app* que ellos consideran de seguridad en el Camino, pero en ninguno de los casos fue AlertCops.
- Tampoco todos los que conocen la *app* la han descargado, sino que solo lo han hecho el 14,28 %. ¿Cree que esto implica la necesidad por parte de las instituciones públicas de implementar medidas concretas de promoción de la aplicación, preferentemente en los lugares que demandan los peregrinos como son, por ejemplo, en las redes sociales o en los sitios de sellado de la Credencial del Peregrino?

Por otra parte, se debe destacar que en las entrevistas en profundidad la valoración de los datos obtenidos mediante las encuestas se realizó en todo momento contemplando las variantes de procedencia, edad y género que se mostraron los resultados cuantitativos.

Por ejemplo, se indicó que al realizar el Camino las mujeres (9,8 %) sienten más miedo que los hombres (8,2 %). En consecuencia, la percepción de seguridad es más alta en hombres (8,61 puntos) que en mujeres (8 puntos), a pesar de que los hombres (10,2 %) sufrieron más percances que las mujeres (5,9 %). AlertCops ofrece más seguridad a los hombres (8,43 puntos) que a las mujeres (7,40 puntos).

Las fuentes consultadas (ver tabla 7) fueron Francisco Alonso Batuecas, responsable de AlertCops en el Centro Tecnológico de Seguridad (CETSE), Unidad dedicada a proporcionar servicios y herramientas tecnológicas a las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad Españolas, y los gabinetes de comunicación de la Guardia Civil y de la Policía Nacional.

El gabinete de comunicación de la Policía Nacional rechazó la entrevista por considerar que la aplicación está gestionada por la Secretaría de Estado de Seguridad, mientras que desde el gabinete de la Guardia Civil se derivó la entrevista a Miguel Cañellas Vicens, teniente general de la Guardia Civil en la Dirección Adjunta Operativa, dependiente del Mando de Operaciones.

Las entrevistas se realizaron por videoconferencia o correo electrónico y se exigió consentimiento informado y firma de la cláusula relativa a protección de datos de carácter personal, de conformidad con el Reglamento UE 2016/679 y con la Ley Orgánica 3/2018 de Protección de Datos y Garantías de los Derechos Digitales. La transcripción íntegra de las entrevistas puede consultarse en los Anexos.

Tabla 7. Relación de participantes en las entrevistas en profundidad

Fuente	Cargo	Fecha de realización de la entrevista	Lugar y modalidad
Francisco Alonso Batuecas	Responsable del Departamento de Sistemas, Comunicaciones y Seguridad en el Centro Tecnológico de Seguridad (CETSE).	8 de noviembre de 2024	Online mediante MS Teams.
Miguel Cañellas Vicens	Teniente coronel. Dirección Adjunta Operativa Guardia Civil Estado Mayor (Sección de Operaciones). Oficial de Enlace Guardia Civil (Mando de Operaciones/Estado Mayor de la Defensa).	26 de noviembre de 2024 28 de noviembre de 2024	Online mediante correo electrónico. Teléfono con grabación en MS Teams.

Fuente: elaboración propia.

6.3 Plazos de ejecución

En el siguiente cronograma (ver tabla 8) se incluyen las distintas fases de elaboración de la investigación. Todas las fases se han concluido satisfactoriamente, incluso la última, pues ya se ha dictado la conferencia ‘La plataforma AlertCops: seguridad en el Camino’ el día 11 de noviembre de 2024 en el seminario *El Camino de Santiago en la construcción del Patrimonio Cultural Europeo* y está aceptada la presentación de la comunicación ‘Comunicación digital en el Camino de Santiago: La app AlertCops’ en el XI Congreso Internacional Ciudades Creativas, que se celebra en la Universidad de Valladolid (campus de Segovia) los días 12 y 13 de diciembre de 2024. Además, el IP de este proyecto tiene ya preparados dos manuscritos para enviar a sendas revistas científicas.

Tabla 8. Cronograma de desarrollo del proyecto

Tarea	Ejecutor	Periodo temporal					
		Septiembre		Octubre		Noviembre	
		1-14	15-30	1-15	16-31	1-14	15-30
Revisión de literatura	USC	■					
Diseño del cuestionario. Validación de ítems	USC	■					
Recogida de datos: encuestas	Empresa		■				
- Análisis estadístico de datos - Entrevistas en profundidad	USC			■	■		
Elaboración de informe de resultados	USC					■	■
- Preparación de publicaciones - Transferencia de resultados	USC						■

Fuente: elaboración propia.

7. Resultados

7.1 Resultados de la encuesta

7.1.1 Catalogación, formas de realizar el Camino y sensación de miedo

El 64 % de los peregrinos realiza el Camino en compañía. Cuatro de cada diez hombres (44,9 %) realizan el Camino solos, mientras que la mayoría de las mujeres (72,5 %) caminan acompañadas (ver tabla 9). Son los peregrinos con edades comprendidas entre los 18 y los 29 años los que más optan por la modalidad de caminar en solitario (50 %), mientras que la mayoría de los que caminan en pareja o en grupo se sitúan en la franja de edad que comprende de los 45 a los 59 años.

Con respecto al lugar de procedencia, los peregrinos españoles optan mayoritariamente por realizar el Camino acompañados (71,2 %), mientras que los extranjeros prefieren realizarlo en solitario (43,8 %).

Tabla 9. Forma de realizar el Camino según género, edad y procedencia

Valores en porcentajes verticales

<i>Camino solo o acompañado</i>	Hombre	Mujer	18 a 29	30 a 44	45 a 59	60 y más	Total
Solo/a	44,9	27,5	50,0	39,1	22,2	33,3	36,0
Acompañado/a	55,1	72,5	50,0	60,9	77,8	66,7	64,0

<i>Camino solo o acompañado</i>	España	Resto	Total
Solo/a	28,8	43,8	36,0
Acompañado/a	71,2	56,3	64,0

Fuente: elaboración propia.

Al analizar estos datos atendiendo a las variables de género y procedencia, se aprecia una discrepancia importante entre hombres y mujeres, puesto el 92,6 % de los hombres afirman que no tendría miedo al caminar solo, mientras que en el caso de las mujeres el porcentaje se reduce al 70,3 %. En conjunto, ocho de cada diez peregrinos que hicieron

el Camino acompañados (79,7 %) aseguran que no tendrían miedo si lo realizasen solos. Los porcentajes también son muy diferentes según el lugar de procedencia, ya que los extranjeros aseguran tener menos miedo a caminar solos que los españoles (ver tabla 10).

Tabla 10. Realizaría el Camino solo/a según género, edad y procedencia

Base: N=64. Hacen el camino acompañado

Valores en porcentajes verticales

Realizaría el camino solo/a	Hombre N=27	Mujer N=37	18 a 29 N=13	30 a 44 N=14	45 a 59 N=21	60 y más N=16	Total N=64
Sí	77,8	54,1	69,2	71,4	66,7	50,0	64,1
No	22,2	45,9	30,8	28,6	33,3	50,0	35,9

Realizaría el camino solo/a	España N=37	Resto N=27	Total N=64
Sí	59,5	70,4	64,1
No	40,5	29,6	35,9

Realizaría el camino solo/a

	Valores absolutos	Porcentajes
Sí	41	64,1
No	23	35,9

Fuente: elaboración propia.

Así las cosas, el 64,1 % de las personas que caminan acompañadas se atreverían a realizar el Camino en solitario (más hombres que mujeres y más extranjeros que españoles). El 79,7 % asegura que no tendría miedo si caminase en solitario (ver tabla 11).

Tabla 11. Miedo si caminase en solitario

Base: N=64. Hacen el camino acompañado/a

Miedo si caminase solo/a

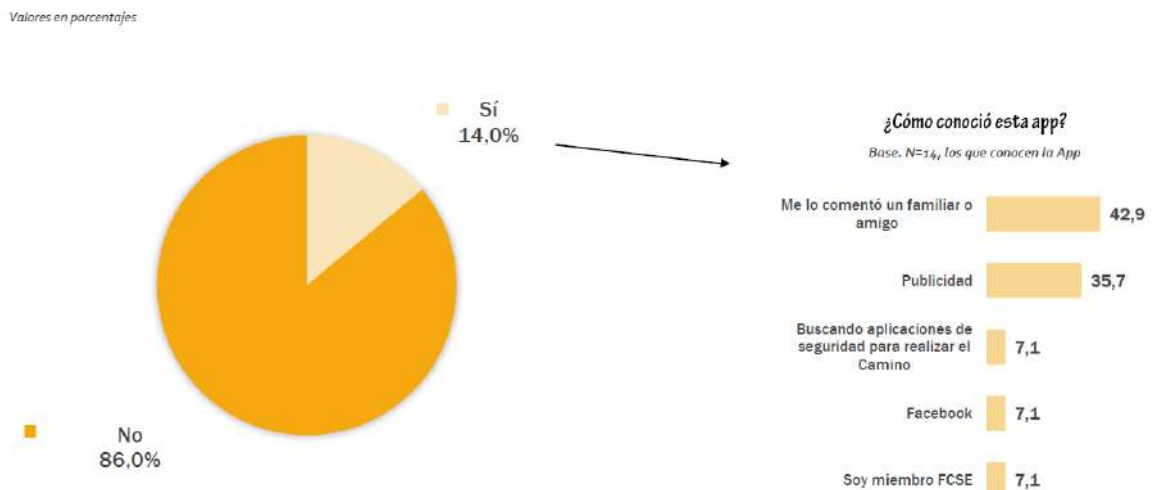
	Valores absolutos	Porcentajes
Sí	13	20,3
No	51	79,7

Fuente: elaboración propia.

7.1.2 Conocimiento de AlertCops y uso de las funcionalidades que ofrece

La gran mayoría de los peregrinos (86 %) no conoce la aplicación AlertCops (ver gráfico 1). Entre los que la conocen (14 %), la mayoría fue a través de un familiar o amigo (42,9 %), seguidos por aquellos que la conocieron gracias a la publicidad (35,7 %).

Gráfico 1. Conocimiento de AlertCops



Fuente: elaboración propia.

Son más los hombres (16,3 %) que las mujeres (11,8%) los que conocen la *app* (ver tabla 12). El mayor índice de conocimiento se sitúa entre la población de 45 a 59 años (25,9 %) y, sorprendentemente, el mayor desconocimiento se manifiesta entre los más jóvenes (96,2 %).

Tabla 12. Conocimiento de AlertCops según género y edad

Valores en porcentajes verticales

Conocimiento de AlertCops	Hombre	Mujer	18 a 29	30 a 44	45 a 59	60 y más	Total
Sí	16,3	11,8	3,8	8,7	25,9	16,7	14,0
No	83,7	88,2	96,2	91,3	74,1	83,3	86,0

Fuente: elaboración propia.

Al analizar los datos de conocimiento de AlertCops por países (ver tabla 13) no se aprecian diferencias significativas entre nacionales y extranjeros.

Tabla 13. Conocimiento de AlertCops según procedencia

Valores en porcentajes verticales

Conocimiento de AlertCops	España	Resto	Total
Sí	15,4	12,5	14,0
No	84,6	87,5	86,0

Fuente: elaboración propia.

Solo uno de cada tres peregrinos que conoce AlertCops (35,71 %) sabe que esta *app* incluye una funcionalidad específica para el Camino de Santiago (ver gráfico 2) y solo el 14,28 % de los que la conocen la tienen descargada en su móvil.

Gráfico 2. Conocimiento de funcionalidad específica de AlertCops para el Camino de Santiago y número de descargas

Valores absolutos



Fuente: elaboración propia.

De los que conocen la aplicación (ver gráfico 3) la mayoría son hombres españoles (57,1 %) y la mitad tiene una edad entre 45 y 59 años (50 %).

Gráfico 3. Porcentaje de peregrinos que conocen AlertCops según género, procedencia y edad

Base N=14, los que conocen la app



Fuente: elaboración propia.

Solo el 5 % de los peregrinos sabían que AlertCops incluye una funcionalidad específica para el Camino de Santiago (ver tabla 14). Son más hombres que mujeres y más extranjeros que españoles.

Tabla 14. Número de peregrinos que saben que AlertCops incluye una funcionalidad específica para el Camino de Santiago según género, procedencia y edad

Base N=5, los que los que saben que incluye una funcionalidad para el Camino de Santiago

Sexo	Valores absolutos	Procedencia	Valores absolutos	Edad	Valores absolutos
Hombre	3	España	2	30 a 44	2
Mujer	2	Resto	3	45 a 59	3

Fuente: elaboración propia.

Solo dos personas (una mujer y un hombre) tienen instalada esta *app* en su teléfono móvil (ver infografía 26). Ambos son españoles y ambos la tenían instalada antes de comenzar el Camino. Uno de ellos la utilizó dos veces en el último año como prueba y ninguno (0 %) durante la realización del Camino de Santiago, por lo que no es posible determinar para qué ni qué sucedió cuándo se notificó la incidencia ni el tiempo de resolución. Tampoco es posible comprobar el nivel de satisfacción con la usabilidad ni con la traducción automática.

Infografía 26. Conocimiento de las funcionalidades de AlertCops en el Camino de Santiago

Ambos saben que...	Encuestado A sabe que...	Ninguno sabe
<ul style="list-style-type: none"> Pueden añadir un guardián público para compartir su ubicación. Otras personas pueden compartir su ubicación con ellos. Existe un botón SOS. Pueden recurrir a la 'alerta peregrina' para informar sobre cualquier situación de riesgo. Pueden activar el servicio de avisos para recibir mensajes de seguridad según la zona en la que se encuentren durante el Camino. La <i>app</i> permite enviar alertas geopositionadas para recibir atención inmediata. Tienen activada la ubicación del teléfono. 	<ul style="list-style-type: none"> La <i>app</i> permite compartir su posición con las personas que quiera (hasta un máximo de 5). Puede establecer diferentes niveles de seguridad. La <i>app</i> permite llamar a los FCSE. El chat ofrece traducción automática a 100 idiomas. La <i>app</i> está disponible en siete idiomas. Esta <i>app</i> es de titularidad pública. Tiene establecido el nivel de seguridad medio (la otra persona no sabe). 	<ul style="list-style-type: none"> La <i>app</i> permite activar un chat directo con el centro de seguridad más cercano.

Fuente: elaboración propia.

A continuación (infografía 27), se muestran los datos de catalogación de estas dos personas que tenían instalada AlertCops mientras realizaron el Camino de Santiago.

Infografía 27. Características de los 2 peregrinos que tenían instalada AlertCops

Base N=2, los que tienen descargada la app

Características de los 2 encuestados que tienen instalada la aplicación

	<u>Sexo</u>	<u>Procedencia</u>	<u>Edad</u>	<u>Influencer</u>	<u>RRSS</u>
A	Mujer	→ España	→ 18 a 29	→ No	→ Utiliza Instagram. No especifica núm. de seguidores
B	Hombre	→ España	→ 45 a 59	→ No	→ No utiliza RRSS

Ambos tenían ya la aplicación instalada antes de empezar el Camino.

Encuestado A (mujer) la utilizó 2 veces en el último año como prueba.

Ninguno utilizó la app durante el Camino.

Fuente: elaboración propia.

A estas personas se les pidió que valorasen de 0 a 10 (donde 0 es nada y 10 es todo) si las funciones propias de AlertCops (ver infografía 15) eran lo suficientemente conocidas por los peregrinos, por la ciudadanía en general y si la *app* era fácil de usar. Los resultados de las valoraciones son los siguientes (ver infografía 28):

Infografía 28. Valoración de funcionalidades de AlertCops por peregrinos con la *app* descargada

Base N=2, los que tienen descargada la *app*

2 personas tienen instalada la aplicación

	Encuestado A	Encuestado B
Estas funciones de AlertCops son lo suficientemente conocidas por los peregrinos	8,00	Ns/Nc
Estas funciones son lo suficientemente conocidas por la ciudadanía en general	9,00	5,00
En qué medida la aplicación le parece fácil de utilizar	9,00	5,00

Fuente: elaboración propia.

Por otro lado, también se les pidió a aquellos que conocían la existencia de la *app* (n = 14), a pesar de que no todos la utilizan, que valorasen de 0 a 10 (donde 0 es nada y 10 es todo) la importancia de comunicar la existencia de la aplicación, también en el caso de las instituciones públicas, y la efectividad de la comunicación actual. En los resultados (ver infografía 29) se aprecia que la efectividad alcanza la menor nota de los tres ítems:

Infografía 29. Media de valoración de los peregrinos que conocen AlertCops

Base N=14, los que conocen la *app*



Fuente: elaboración propia.

Preguntados sobre cómo subsanar esta situación (de nuevo en una escala de 0 a 10), la opción mejor valorada para dar a conocer AlertCops entre la población (ver gráfico 4) es la publicidad en redes sociales (8,08 puntos). Sorprende que las redes se consideren más efectivas para aumentar la visibilidad si se emplean anuncios que publicaciones orgánicas (7,38 puntos) y que, paradójicamente, la publicidad en otros medios de comunicación como la prensa, la radio o la televisión alcancen la menor puntuación de todas las alternativas.

Gráfico 4. Media de valoración de estrategias de mejora de visibilidad pública de AlertCops

Base N=14, los que conocen la app



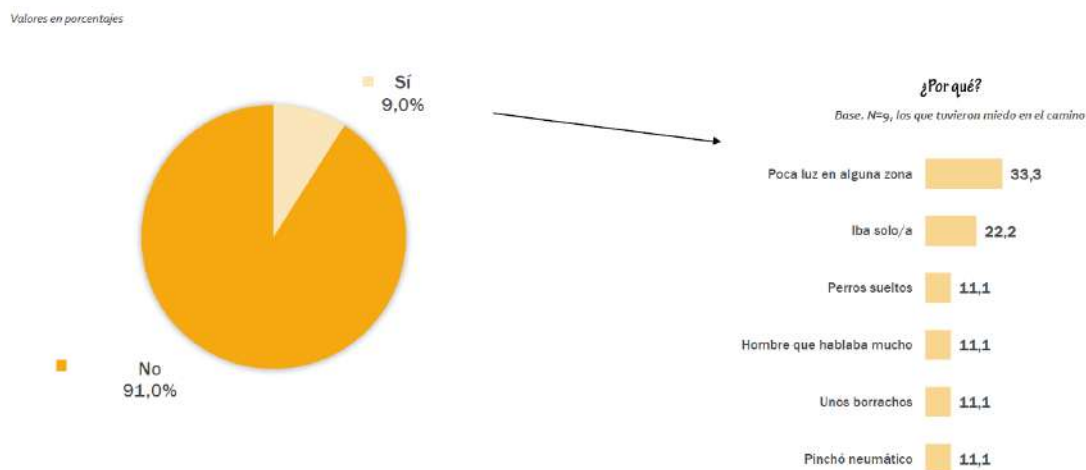
Fuente: elaboración propia.

7.1.3 Incidencia de AlertCops en la percepción de seguridad en el Camino de Santiago

La gran mayoría de los peregrinos (91 %) asegura no haber sentido miedo mientras realizaba el Camino (ver gráfico 5). No es, sin embargo, menos significativo que el 9 % sí lo haya percibido. La causa principal que provocó este miedo fue la falta de luz en alguna zona (33,3 %), seguida de caminar solo/a (22,2 %) y de encontrarse con perros sueltos, con un hombre que hablaba mucho o con unos borrachos (11,1 % en cada una de

las situaciones). El pinchazo de un neumático de la bicicleta también supuso una situación de miedo para el 11,1 % de los peregrinos.

Gráfico 5. Porcentajes de miedo al realizar el Camino de Santiago y motivos



Fuente: elaboración propia.

De las personas que sintieron miedo (ver tabla 15) la mayoría son mujeres (9,8 %), en especial con edades comprendidas entre los 30 y los 44 años.

Tabla 15. Peregrinos que sintieron miedo en el Camino según género y edad

Valores en porcentajes verticales

Miedo en algún momento	Hombre	Mujer	18 a 29	30 a 44	45 a 59	60 y más	Total
Sí	6,2	9,8	11,5	17,4	7,4		9,0
No	91,8	90,2	88,5	82,6	92,6	100,0	91,0

Fuente: elaboración propia.

Con respecto a la procedencia (ver tabla 16), la mayoría de las personas que sintieron miedo en algún momento del Camino son españolas.

Tabla 16. Peregrinos que sintieron miedo en el Camino según procedencia

Valores en porcentajes verticales

<i>Miedo en algún momento</i>	España	Resto	Total
Sí	11,5	6,3	9,0
No	88,5	93,8	91,0

Fuente: elaboración propia.

El 92 % de los peregrinos afirman no haber sufrido ningún incidente durante el Camino (ver tabla 17). En este caso, son más los hombres que tuvieron algún percance (10,2 %) que las mujeres (5,9 %). Con respecto a la procedencia, han sufrido más incidentes las personas españolas (9,6 %) que las de otras nacionalidades (6,3 %). Los percances más destacados fueron perderse en algún tramo del Camino (37,5 %), perder parte del equipaje (25 %) y encontrarse con perros sueltos (12,5 %).

Tabla 17. Peregrinos que sufrieron algún percance durante el Camino según género, edad y procedencia

Valores en porcentajes verticales

<i>Incidente durante el camino</i>	Hombre	Mujer	18 a 29	30 a 44	45 a 59	60 y más	Total
Sí	10,2	5,9	11,5	4,4	14,8		8,0
No	89,8	94,1	88,5	95,7	85,2	100,0	92,0

<i>Incidente durante el camino</i>	España	Resto	Total
Sí	9,6	6,3	8,0
No	90,4	93,8	92,0

Fuente: elaboración propia.

Los peregrinos valoran con una media de 8,30 puntos (donde 0 es nada y 10 es todo) la percepción de seguridad que sintieron durante el Camino (ver gráfico 6). Es importante destacar, por otra parte, que la mayoría de las respuestas se sitúan en una valoración sobresaliente de la seguridad (el 23 % concede 9 puntos y el 35 %, 10 puntos).

Gráfico 6. Percepción de seguridad en el Camino de Santiago

Distribución puntuaciones
Valores en porcentajes



Fuente: elaboración propia.

La media de percepción de seguridad (ver tabla 18) es más alta en hombres (8,61) que en mujeres (8,0). Por franjas de edad, las personas de entre 18 y 29 años son las que menos seguras se sintieron (7,73), mientras que las de entre 30 y 44 años fueron las que mayor seguridad percibieron al realizar el Camino (8,83).

Tabla 18. Media de percepción de seguridad en el Camino según género y edad

Hombre	Mujer	18 a 29	30 a 44	45 a 59	60 y más	Total
8,61	8,00	7,73	8,83	8,41	8,29	8,30

Fuente: elaboración propia.

Tampoco se constatan grandes diferencias entre españoles y extranjeros (ver tabla 19), ya que las medias se sitúan en 8,21 puntos y 8,40 puntos, respectivamente.

Tabla 19. Media de percepción de seguridad en el Camino según procedencia

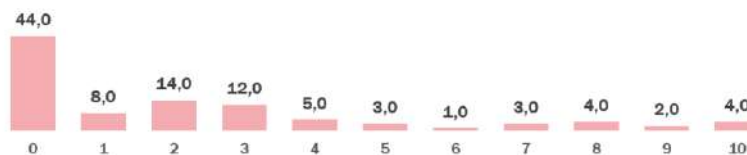
España	Resto	Total
8,21	8,40	8,30

Fuente: elaboración propia.

Al plantear la pregunta a la inversa, es decir, sobre la percepción de vulnerabilidad, los resultados (ver gráfico 7) ratifican las respuestas anteriores, puesto que la media es muy baja (2,24 puntos sobre 10). Casi la mitad de las respuestas se sitúan en una vulnerabilidad nula (44,0 %). En conjunto, el 83 % de los peregrinos concede menos de 5 puntos a la sensación de vulnerabilidad.

Gráfico 7. Percepción de vulnerabilidad en el Camino de Santiago

Distribución puntuaciones
Valores en porcentajes



Fuente: elaboración propia.

La percepción de vulnerabilidad es un poco más alta en mujeres (2,43) que en hombres (2,04). Si decíamos que en la franja de edad que comprende desde los 30 a los 44 años era donde más alta era la sensación de seguridad, también es esa misma franja la que mayor grado de vulnerabilidad percibe (2,83), si bien, en este caso, la media es igualmente muy baja (ver tabla 20).

Tabla 20. Media de percepción de vulnerabilidad en el Camino de Santiago según género y edad

Hombre	Mujer	18 a 29	30 a 44	45 a 59	60 y más	Total
2,04	2,43	2,31	2,83	2,63	1,17	2,24

Fuente: elaboración propia.

Sí se aprecia, no obstante, una mayor percepción de vulnerabilidad entre los extranjeros (2,81) que entre los españoles (1,71). La diferencia entre ambos grupos es de 1,11 puntos (ver tabla 21).

Tabla 21. Media de percepción de vulnerabilidad en el Camino de Santiago según procedencia

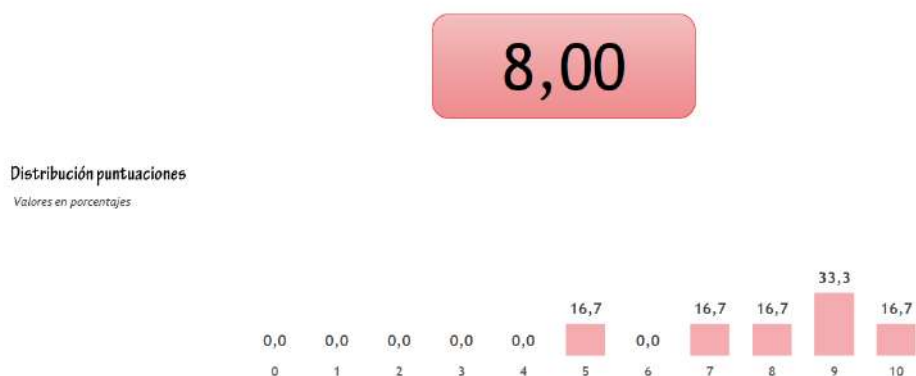
España	Resto	Total
1,71	2,81	2,24

Fuente: elaboración propia.

La valoración media del aumento de seguridad que ofrece AlertCops a los peregrinos que conocen la aplicación es de 8 puntos (ver infografía 30). El 14 % conocen la *app*, pero el 13 %, a pesar de conocerla, no la utilizaron durante el último año. Solo el 1% la utilizó alguna vez y, en concreto, le otorga 10 puntos a la valoración de cómo aumentó su percepción de seguridad en el Camino con AlertCops. Cabe recordar, sin embargo, que ninguno de los peregrinos (0 %) la utilizó durante el Camino.

Infografía 30. Media y porcentajes de valoración del aumento de seguridad que ofrece AlertCops entre peregrinos que conocen la *app*

Base N=13, los que conocen la *app* y no usan



Fuente: elaboración propia.

La percepción de seguridad (ver tabla 22) es mayor en hombres (8,43) que en mujeres (7,40). Por franjas de edad, de nuevo, la franja de 30 a 44 años es la que menor puntuación concede (6 puntos), mientras que son las personas de 60 o más años las que únicas que otorgan un sobresaliente (9 puntos).

Tabla 22. Media de percepción de aumento de seguridad que ofrece AlertCops según género y edad

Hombre	Mujer	18 a 29	30 a 44	45 a 59	60 y más	Total
8,43	7,40		6,00	8,14	9,00	8,00

Fuente: elaboración propia.

Con respecto a la procedencia (ver tabla 23), la percepción de seguridad es marcadamente mayor entre los españoles (8,67) que entre los extranjeros (7,33).

Tabla 23. Media de percepción de aumento de seguridad que ofrece AlertCops según procedencia

España	Resto	Total
8,67	7,33	8,00

Fuente: elaboración propia.

Para los que no conocen AlertCops, saber que existe esta *app* que acompaña al peregrino aumenta su índice de percepción de seguridad en el Camino en una media de 7,54 puntos (ver infografía 31).

Infografía 31. Media y porcentajes de valoración del aumento de seguridad entre peregrinos que no conocen AlertCops al saber que existe

Base N=86, los que no conocen la app.

7,54

Distribución puntuaciones

Valores en porcentajes



Fuente: elaboración propia.

En este caso, no se aprecian diferencias significativas ni entre hombres y mujeres ni por lugar de procedencia (ver tabla 24). Sí es llamativo que, de nuevo, sean las personas con edades comprendidas entre los 30 y los 44 años las que concedan la valoración media más alta (8,16 puntos).

Tabla 24. Media de valoraciones de seguridad al saber que existe AlertCops según género, edad y procedencia

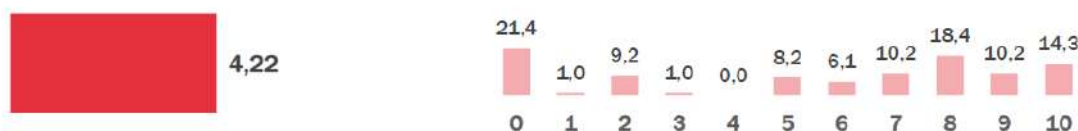
Hombre	Mujer	18 a 29	30 a 44	45 a 59	60 y más	Total
7,60	7,49	7,67	8,16	7,26	7,06	7,54

España	Resto	Total
7,93	7,06	7,54

Fuente: elaboración propia.

Con el objetivo de estudiar la incidencia de AlertCops en la percepción de seguridad en el Camino, se informó a los encuestados sobre un estudio realizado en 2019 en la Universidad de Santiago de Compostela en el que se concluía que el 80 % de los peregrinos no harían el Camino solos, y se les preguntó sobre su grado de acuerdo con esta afirmación (donde 0 es nada y 10 es todo). La media de las respuestas (ver infografía 32) no alcanzó el aprobado (4,22 puntos) y la mayoría simple de las respuestas se situaron en el desacuerdo absoluto (el 21,4 % puntúa con 0).

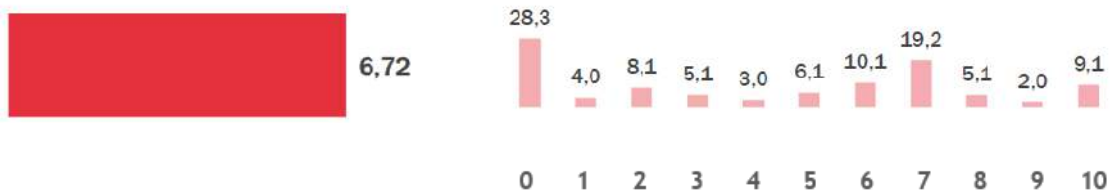
Infografía 32. Media y porcentajes de concordancia con que el 80 % de los peregrinos no harían el Camino solos (según estudio de Durán de 2019)



Fuente: elaboración propia.

También se les informó a los peregrinos que en ese mismo estudio se concluía que la percepción de vulnerabilidad era mayor entre las mujeres que en entre los hombres, con el propósito de que valoraran en qué medida estaban de acuerdo con esta afirmación. La media resultante fue de 6,72 puntos y la mayoría simple de las respuestas se situó en los 0 puntos (ver infografía 33).

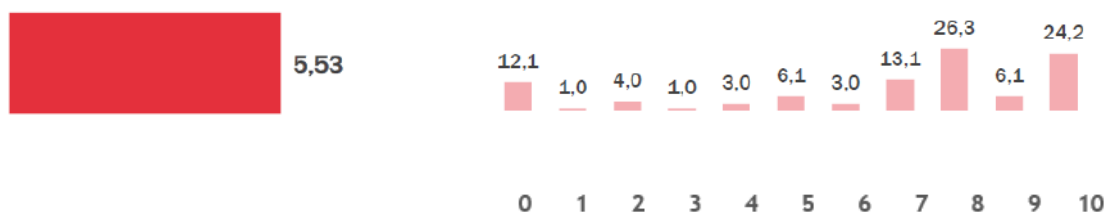
Infografía 33. Media y porcentajes de concordancia con que la percepción de vulnerabilidad era mayor entre las mujeres que entre los hombres (según estudio de Durán de 2019)



Fuente: elaboración propia.

Por otro lado, se les preguntó si consideraban que el Camino es más peligroso para las mujeres que para los hombres (ver infografía 34). La media se situó en 5,53 puntos, si bien la mayoría simple de las respuestas (26,3 %) otorgaron 8 puntos al nivel de concordancia con esta afirmación.

Infografía 34. Media y porcentajes de concordancia con que el Camino es más peligroso para las mujeres que para los hombres



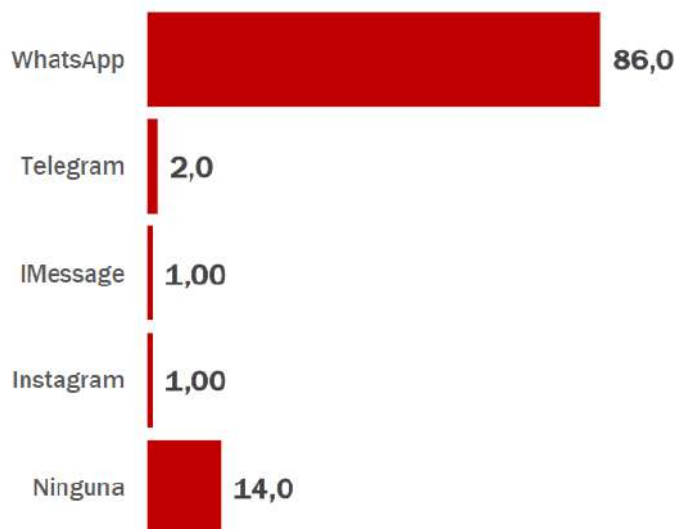
Fuente: elaboración propia.

7.1.4 Utilización de *apps* en el Camino

WhatsApp es la aplicación de mensajería instantánea más utilizada durante el Camino de Santiago, ya que la usan el 86 % de los caminantes (ver gráfico 8). No obstante, también resulta llamativo que el 14 % de los peregrinos aseguren no emplear ninguna *app* mientras peregrinan.

Gráfico 8. Porcentajes de uso de mensajería instantánea durante el Camino de Santiago

Valores en porcentajes de respuesta múltiple

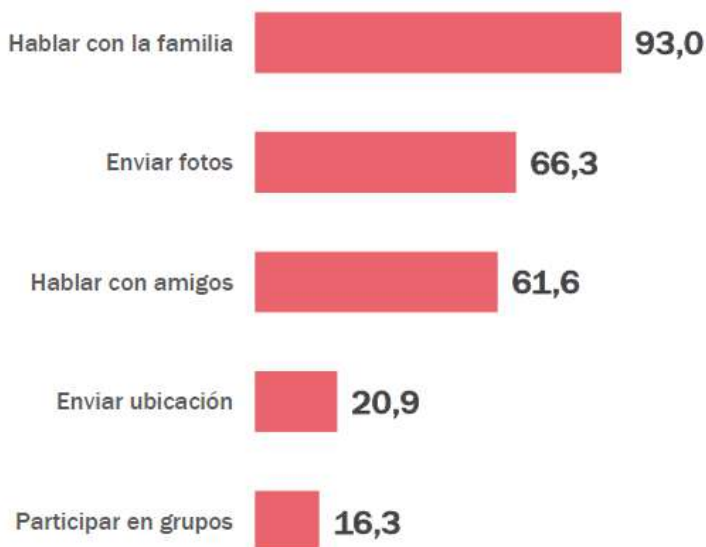


Fuente: elaboración propia.

De los que utilizan mensajería instantánea la gran mayoría (93 %) lo hacen para hablar con la familia (ver gráfico 9), mientras que la utilización de estas *apps* para hablar con amigos se relega al tercer puesto (61,6 %). En segundo lugar, figura el envío de fotos (66,3 %). También es relevante que el 20,9 % emplee estas *apps* (WhatsApp fundamentalmente) para enviar su ubicación o participar en grupos (16,3 %).

Gráfico 9. Porcentajes de uso de funciones de la mensajería instantánea durante el Camino de Santiago

Valores en porcentajes de respuesta múltiple



Fuente: elaboración propia.

No se constatan diferencias significativas en el uso de WhatsApp (ver tabla 25) entre hombres (87,8 %) y mujeres (84,3 %). Sí es importante subrayar que ninguna mujer emplea Telegram. Atendiendo a las franjas de edad, las diferencias tampoco son especialmente relevantes, aunque sí se han de resaltar dos consideraciones:

1. La franja de edad que sentía mayor vulnerabilidad al realizar al Camino (entre 30 y 44 años) sorprendentemente es de las que menos emplea aplicaciones de mensajería instantánea (87,0 %).
2. El uso de la tecnología disminuye notoriamente entre la población con 60 o más años (66,7 %). De hecho, es en esta franja de edad donde se concentran el mayor número de casos que no utilizaron ninguna *app* durante el Camino (33,3 %).

Tabla 25. Usos de la mensajería instantánea durante el Camino de Santiago según género y edad

Valores en porcentajes verticales

Uso de aplicaciones de mensajería instantánea	Hombre	Mujer	18 a 29	30 a 44	45 a 59	60 y más	Total
WhatsApp	87,8	84,3	92,3	87,0	96,3	66,7	86,0
Telegram	4,1			4,3	3,7		2,0
Instagram	2,0			4,3			1,0
Imessage		2,0				4,2	1,0
Ninguna	12,2	15,7	7,7	13,0	3,7	33,3	14,0

Fuente: elaboración propia.

Con respecto a la procedencia (ver tabla 26), el uso de WhatsApp está significativamente más popularizado entre los españoles (94,2 %) que entre los foráneos (77,1 %). También se ha de destacar que la mayoría de las personas que no utilizaron ninguna *app* durante el Camino eran extranjeras (22,9 %), mientras que ese porcentaje se reduce al 5,8 % en el caso de los caminantes nacionales.

Tabla 26. Usos de la mensajería instantánea durante el Camino de Santiago según procedencia

Valores en porcentajes verticales

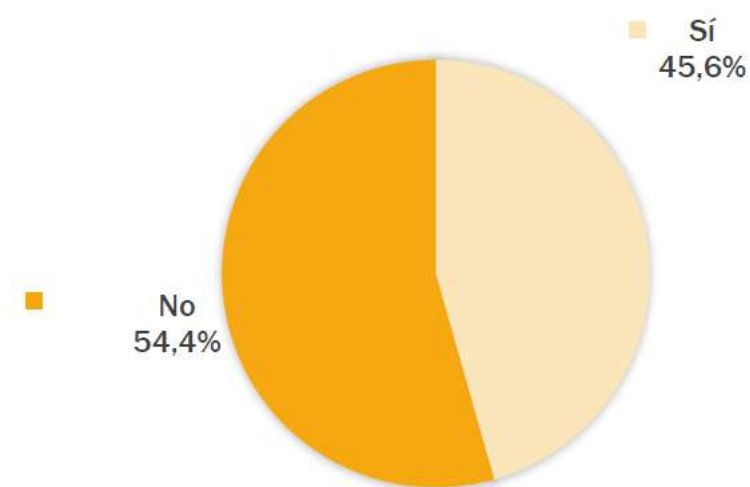
Uso de aplicaciones de mensajería instantánea	España	Resto	Total
WhatsApp	94,2	77,1	86,0
Telegram	1,9	2,1	2,0
Instagram	1,9		1,0
Imessage		2,1	1,0
Ninguna	5,8	22,9	14,0

Fuente: elaboración propia.

Tal y como figura en el gráfico 9, el 16,3 % de los peregrinos emplearon las aplicaciones de mensajería instantánea (WhatsApp) para participar en grupos. Casi la mitad de los peregrinos que realizaron el Camino acompañados (45,6 %) crearon un grupo para estar conectados (ver gráfico 10).

Gráfico 10. Peregrinos que crearon un grupo de WhatsApp

Valores en porcentajes. Base=57, los que utilizaron WhatsApp

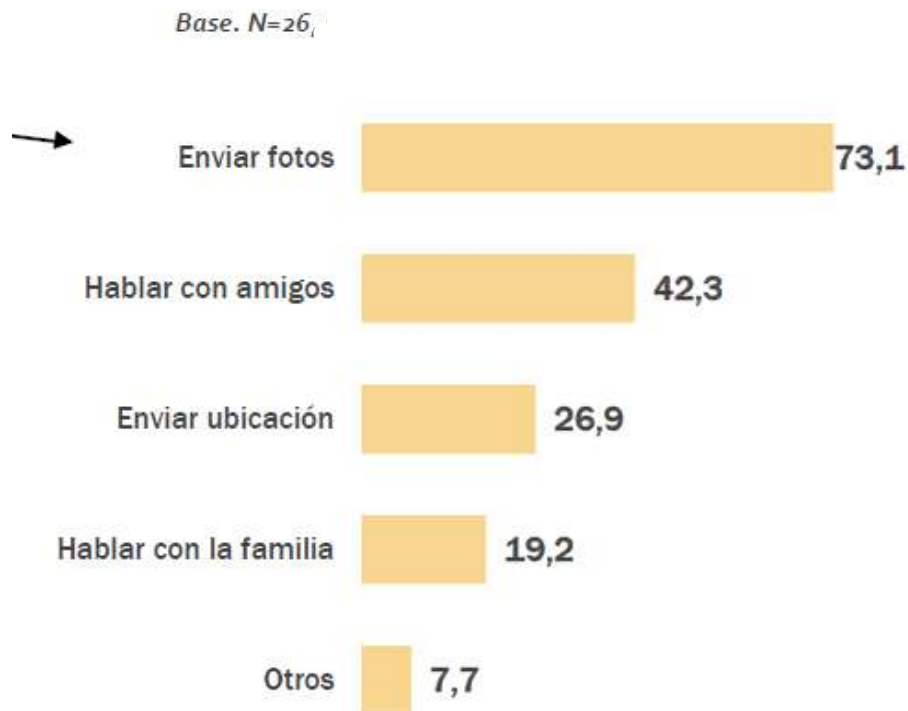


Fuente: elaboración propia.

La función fundamental de estos grupos (ver gráfico 11) fue enviar fotos (73,1 %), seguida de hablar entre ellos (42,3 %) y permanecer geolocalizados (26,9 %).

Gráfico 11. Porcentaje de uso de WhatsApp por parte de los peregrinos que crearon un grupo para realizar el Camino

Valores en porcentajes de respuesta múltiple

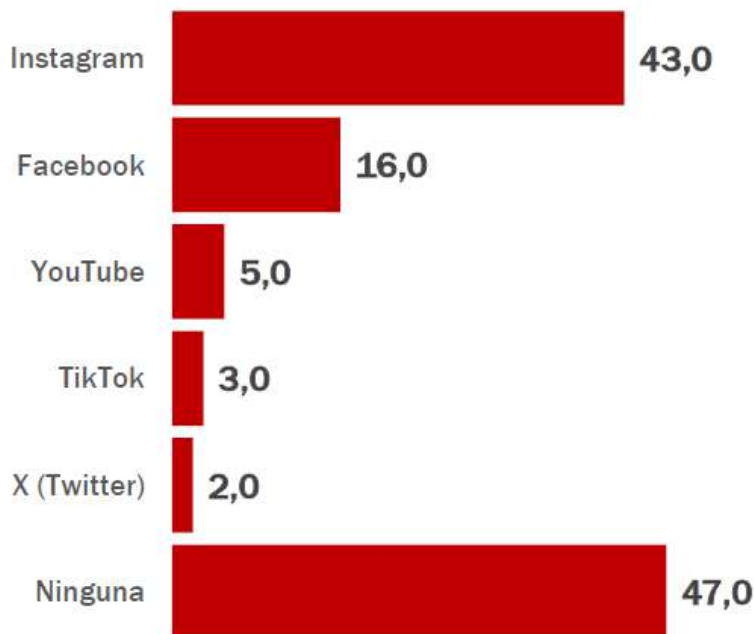


Fuente: elaboración propia.

Con respecto a las redes sociales (ver gráfico 12), Instagram (43 %) fue la más utilizada, aunque la mayoría de los peregrinos no empleó ninguna (47,0 %). Tampoco se registra ningún caso de empleo de redes más innovadoras como Twitch o Threads.

Gráfico 12. Porcentaje de uso de redes sociales durante el Camino de Santiago

Valores en porcentajes de respuesta múltiple



Fuente: elaboración propia.

En la siguiente tabla (tabla 27) se presentan los resultados de utilización de redes sociales por género, edad y procedencia. Tanto entre las mujeres (45,1 %) como entre los hombres (40,8 %) la red más utilizada fue Instagram. En el caso de los peregrinos españoles Instagram también fue la red más usada (53,8 %), mientras que Facebook resulta la red más recurrida entre los extranjeros (18,8 %). Por franjas de edad Instagram es la preferida entre los más jóvenes y, en cambio, Facebook gana popularidad entre los peregrinos de 45 o más años.

Con todo, se ha de recalcar que el 47 % de las personas que realizan el Camino de Santiago dicen no haber utilizado ninguna red social mientras peregrinaban y que esta ausencia de redes es mucho mayor entre los extranjeros (58,3 %) que entre los españoles (36,5 %). No obstante, no se aprecia una diferencia significativa entre mujeres (47,1 %) y hombres (46,9 %), aunque sí atendiendo a los rangos de edad, de manera que el número de usuarios que no utilizaron ninguna red durante el Camino es más del triple entre los

usuarios de 45 o más años (66,7 %) que entre los que tienen una edad comprendida entre los 30 y los 44 años (21,7 %).

Tabla 27. Uso de redes sociales durante el Camino de Santiago según género, edad y procedencia

Valores en porcentajes verticales

Uso de redes sociales	Hombre	Mujer	18 a 29	30 a 44	45 a 59	60 y más	Total
Instagram	40,8	45,1	69,2	73,9	14,8	16,7	43,0
Facebook	12,2	19,6	11,5	8,7	22,2	20,8	16,0
YouTube	6,1	3,9	7,7	8,7	3,7		5,0
TikTok	4,1	2,0	3,8	8,7			3,0
X (Twitter)	4,1			4,3		4,2	2,0
Ninguna	46,9	47,1	30,8	21,7	66,7	66,7	47,0

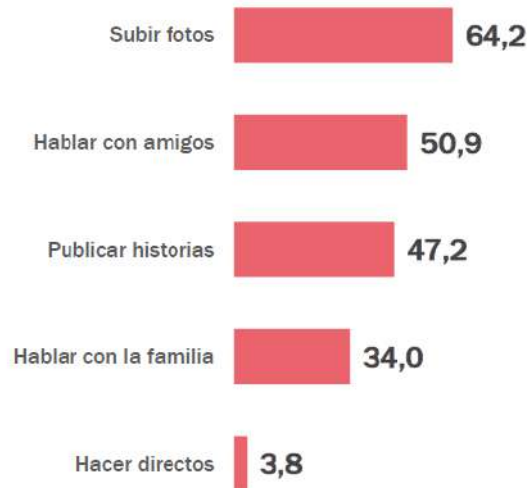
Uso de redes sociales	España	Resto	Total
Instagram	53,8	31,3	43,0
Facebook	13,5	18,8	16,0
YouTube	1,9	8,3	5,0
TikTok	3,8	2,1	3,0
X (Twitter)	1,9	2,1	2,0
Ninguna	36,5	58,3	47,0

Fuente: elaboración propia.

La mayoría empleó las redes sociales para subir fotos (64,2 %). A esto le sigue la utilización de las redes como forma de mensajería instantánea (50,9 %) y la publicación de contenido autodestruible (47,2 %). Al igual que en el caso de las aplicaciones de mensajería instantánea, en las redes sociales vuelve a prevalecer su utilización para hablar con amigos frente a hablar con familiares (ver gráfico 13). Por otra parte, las opciones más innovadoras que ofrecen las redes, por ejemplos los *live* o directos, se relegan a un 3,8 %.

Gráfico 13. Porcentaje de uso de funciones de redes sociales durante el Camino de Santiago

Base N=53 Utilizaron redes sociales en el Camino

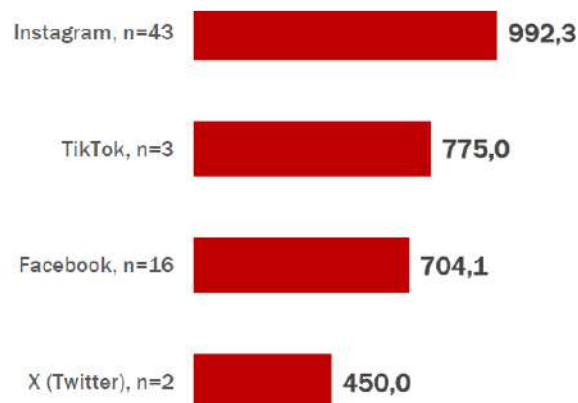


Fuente: elaboración propia.

El 4 % de las personas que realizaron el Camino se consideran *influencers* (ver gráfico 14). La media más alta de seguidores se registra en Instagram (992,3), aunque esta media no se corresponde con las cifras consensuadas para poder consensuarse *influencer* (Rojas, 2024).

Gráfico 14. Media de seguidores en redes sociales

Base N=53 Utilizaron redes sociales en el Camino



Fuente: elaboración propia.

Si bien, al analizar caso por caso el número de seguidores en cada red social de estos peregrinos que se consideraban *influencers* para valorar la repercusión de sus mensajes sobre el Camino de Santiago entre su comunidad de seguidores, tal y como se aprecia en la infografía 35, se encontró que los usuarios A y B superan los 2.000 seguidores en Instagram, por lo que se catalogarían como *nanoinfluencers* (entre 2 K y 5 K de *followers*). Las usuarias C y D no podrían considerarse *influencers* porque su número de seguidores está debajo del umbral mínimo de 2 K exigido para tales efectos (Rojas, 2024).

Infografía 35. Características de los 4 peregrinos que se consideran *influencers*

Influencers

Base N=4, los que se consideran influencers

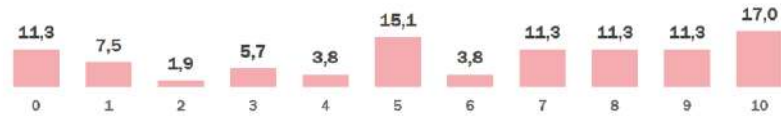
	<u>Sexo</u>	<u>Edad</u>	<u>RRSS que utiliza y número de seguidores</u>
A	Hombre	30 a 44	Instagram con 3.500 seguidores y TikTok con 550
B	Hombre	30 a 44	Instagram con 2.000 seguidores
C	Mujer	18 a 29	Facebook con 1.100 seguidores e Instagram con 1.000
D	Mujer	60 y más	Facebook con 1.000 seguidores

Fuente: elaboración propia.

Ninguna (0 %) de estas personas consideradas (o autoconsideradas) *influencers* utilizaron AlertCops mientras peregrinaban. Al valorar en una escala de 0 a 10 (0 es nada y 10 es todo) la medida en la que creen que su contenido en redes sobre el Camino de Santiago influye en la imagen del Camino que puedan tener sus seguidores la media se sitúa en 5,83 puntos (ver gráfico 15). No se aprecian diferencias significativas entre los porcentajes otorgados a cada valoración.

Gráfico 15. Porcentaje de valoración de que el contenido influye en la imagen del Camino que se configura la comunidad de seguidores

Valores en porcentajes



Fuente: elaboración propia.

Son las mujeres (ver tabla 28) las que otorgan una valoración mayor a la influencia de la imagen que transmiten en sus redes sociales (6,63 puntos).

Tabla 28. Media de valoraciones imagen transmitida del Camino en redes según género y edad

Hombre	Mujer	18 a 29	30 a 44	45 a 59	60 y más	Total
5,00	6,63	5,83	5,83	5,67	6,00	5,83

Fuente: elaboración propia.

La puntuación media las personas extranjeras (6,35) es superior a la otorgada por los españoles (ver tabla 29).

Tabla 29. Media de valoraciones imagen transmitida del Camino en redes según procedencia

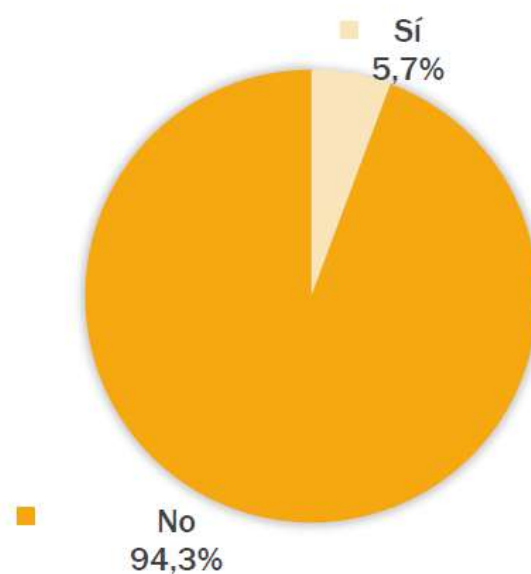
España	Resto	Total
5,52	6,35	5,83

Fuente: elaboración propia.

Solo el 5,7 % de los peregrinos que utilizaron redes sociales durante su peregrinaje publicó algún contenido relacionado con la seguridad en el Camino (ver gráfico 16), aunque en ningún caso (0 %) esas publicaciones estuvieron relacionadas con AlertCops.

Gráfico 16. Publicaciones relacionadas con la seguridad en el Camino de Santiago

Valores en porcentajes. Base. N=53, Utilizaron redes sociales

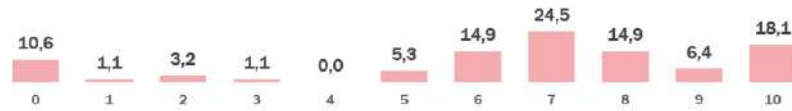


Fuente: elaboración propia.

Al preguntarles a los peregrinos sobre si las aplicaciones de mensajería instantánea y las redes contribuyen a sentirse más seguros durante el Camino, la media se sitúa en 6,55 puntos (ver gráfico 17). En una escala de 0 a 10 (donde es 0 es nada y 10 es todo), la mayor concentración de respuestas se sitúa 7 puntos (24,5 %).

Gráfico 17. Porcentajes de valoración sobre si los medios sociales aumentan la seguridad en el Camino de Santiago

Distribución puntuaciones



Fuente: elaboración propia.

La valoración es ligeramente superior en los hombres (6,68) que en las mujeres (6,43). Las puntuaciones también son semejantes entre las distintas franjas de edad (ver tabla 30).

Tabla 30. Media sobre si los medios sociales aumentan la seguridad en el Camino de Santiago según género y edad

Hombre	Mujer	18 a 29	30 a 44	45 a 59	60 y más	Total
6,68	6,43	6,68	6,50	6,81	6,14	6,55

Fuente: elaboración propia.

Sin embargo, se diagnostica una valoración más alta en el caso de los peregrinos españoles (7,04) (ver tabla 31).

Tabla 31. Media sobre si los medios sociales aumentan la seguridad en el Camino de Santiago según procedencia

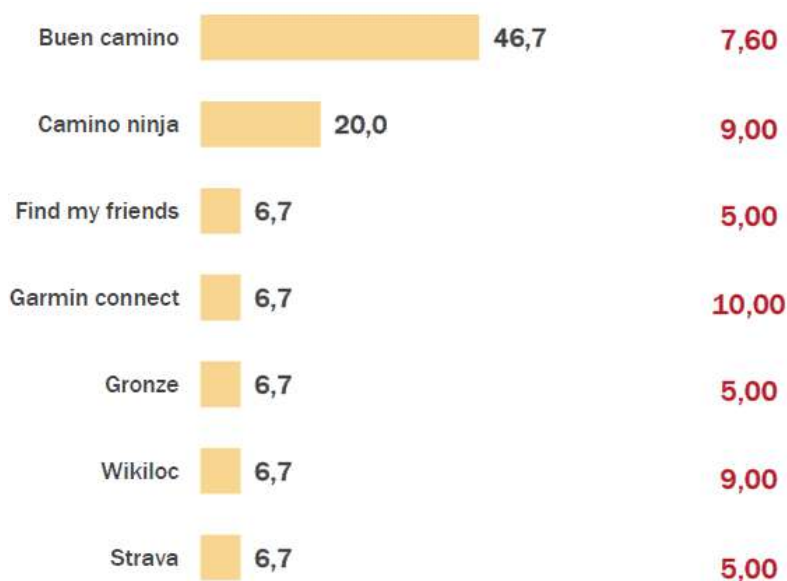
España	Resto	Total
7,04	6,00	6,55

Fuente: elaboración propia.

Solo el 15 % de los peregrinos emplearon alguna aplicación que consideraban de seguridad en el Camino (ver infografía 36). La mayoría utilizó Buen Camino (46,7 %). La valoración del aumento de seguridad al caminar acompañado con esa aplicación alcanza una media de 7,6 puntos, mientras que la *app* mejor valorada (10 puntos) es Garmin connect.

Infografía 36. Porcentaje de uso y media de valoración de otras *apps* consideradas de seguridad en el Camino

Base N=15



Fuente: elaboración propia.

De las 15 personas que utilizaron otra *app* considerada por ellas de seguridad en el Camino, solo 3 respondieron al preguntarles en qué medida consideraban que esa otra *app* era más segura que AlertCops. Las valoraciones que realizaron fueron las siguientes (ver infografía 37).

Infografía 37. Media de valoración de otras *apps* que contribuyen a la seguridad según los peregrinos

Base N=15

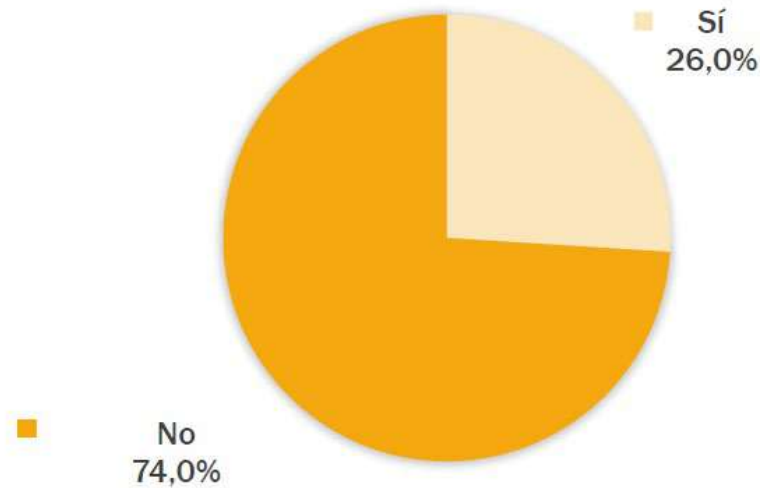
App que utilizó	Valoración con respecto a AlertCops
Camino ninja	1,00
Find my friends	5,00
Garmin connect	9,00

De las 15 personas que utilizaron otra *app* considerada de seguridad, solo 3 responden al preguntarles “en qué medida considera esa otra *app* más segura que AlertCops”

Fuente: elaboración propia.

Uno de cada cuatro peregrinos (26 %) conoce la *app* Camino de Santiago en Galicia de la Xunta de Galicia, si bien ninguno de ellos (0 %) sabe que esa *app* incluye acceso directo a la descarga de AlertCops (ver gráfico 18).

Gráfico 18. Conocimiento de la *app* Camino de Santiago en Galicia de la Xunta de Galicia



Fuente: elaboración propia.

La aplicación de la Xunta de Galicia es más conocida (ver tabla 32) entre los hombres (32,7 %) que entre las mujeres (19,6 %). Por otra parte, son los más jóvenes (de 18 a 29 años) los que menos la conocen.

Tabla 32. Porcentajes de conocimiento de la *app* Camino de Santiago en Galicia de la Xunta de Galicia según género y edad

Conocimiento <i>app</i> Camino de Santiago de la Xunta de Galicia	Hombre	Mujer	18 a 29	30 a 44	45 a 59	60 y más	Total
Sí	32,7	19,6	15,4	34,8	33,3	20,8	26,0
No	67,4	80,4	84,6	65,2	66,7	79,2	74,0

Fuente: elaboración propia.

Ocho de cada diez extranjeros (81,3 %) no saben que existe esta aplicación (ver tabla 33) y siete de cada diez españoles (67,3 %), tampoco.

Tabla 33. Porcentajes de conocimiento de la *app* Camino de Santiago en Galicia de la Xunta de Galicia según procedencia

Conocimiento <i>app</i> Camino de Santiago de la Xunta de Galicia	España	Resto	Total
Sí	32,7	18,8	26,0
No	67,3	81,3	74,0

Fuente: elaboración propia.

7.2 Resultados de las entrevistas

7.2.1 Cuantificación de la utilización de AlertCops durante la peregrinación

Según la interpretación de Francisco Alonso, que el 86 % de los peregrinos no conozcan AlertCops se debe a un problema de difusión, que él mismo ya ha trasladado. El director de proyectos tecnológicos en el CETSE asegura haber notificado estas debilidades al Gobierno. Matiza que desde la Administración se están realizando anuncios en televisión y otro tipo de campañas de diferentes servicios, pero que en el caso de AlertCops está costando más. Indican que llevan ya diez años con el sistema y que tienen unos 2,5 millones de descargas, lo que considera un mal dato para un total de 46 millones de población que hay en España.

“Somos conscientes de que poco a poco la gente la va conociendo, pero nos gustaría que la conocieran muchísimo más”, asegura Alonso. Además, concreta que se han realizado campañas en redes sociales y que las Fuerzas y Cuerpos, tanto policiales como la Guardia

Civil, están siendo los canales más importantes para dar a conocer AlertCops, pero que aún así no es suficiente.

En efecto, Miguel Cañellas, teniente coronel de la Sección de Operaciones del Estado Mayor de la Guardia Civil, considera que “el dato del 14 % de los peregrinos que conocen la aplicación ya es un logro, puesto que la difusión de la existencia de un elemento complementario para la seguridad del peregrino forma parte de la actividad habitual del esfuerzo que realiza la Guardia Civil a través de la presencia efectiva en el Camino, la cual se sustenta en los siguientes pilares: nuestras patrullas de seguridad ciudadana; las diferentes especialidades del Cuerpo orientadas a la seguridad del Camino; las Oficinas Móviles de Atención al Peregrino y la labor de atención al peregrino que se desarrolla en nuestros Cuarteles”.

Alonso apuesta claramente por que el Gobierno realice campañas en medios tradicionales, ya que las redes las tienen ya más que explotadas. Cuentan con Instagram, YouTube, TikTok o X e intentan lanzar mensajes que tengan visibilidad. Sin embargo, considera que una campaña en radio y televisión tendría “muchísimo más impacto”, pero acusa los inconvenientes del coste económico y de que el equipo de Gobierno actual no lo considera oportuno y el anterior, tampoco. También se repartieron folletos entre los alojamientos de peregrinos y al principio se hizo una campaña. “¿Habría que continuarla? ¿Habría que reforzarla?”, se pregunta. “Pues seguramente sí, para que por lo menos de los que lleven la aplicación de AlertCops sepan el 100 % que tiene una funcionalidad para el Camino de Santiago”, dice.

Por su parte, Cañellas argumenta que tan solo ese porcentaje de peregrinos sea consciente de la existencia de la herramienta les motiva a seguir trabajando para darla a conocer. Dice que es importante destacar que esa labor de la difusión de la aplicación es una tarea en la que les ayudan tanto la Federación Española de Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago como la Asociación de Municipios del Camino de Santiago Francés, cuyas plataformas de comunicación hacia el peregrino llegan más allá del territorio nacional, y principalmente en el exterior. “Y es que debemos tener presente que el Camino de Santiago es una experiencia nacional, pero sobre todo internacional”, concreta.

Según el teniente coronel de la Guardia Civil, “ya en 2023, 430.326 peregrinos fueron contabilizados por la Oficina del Peregrino en Santiago de Compostela, por ser punto por

el que pasan la mayoría de peregrinos para recoger la compostela (la estadística de compostelas entregadas se toma como la cifra oficial del número de peregrinos que llegan a Santiago, por ser el documento que acredita que han realizado la peregrinación). Sin perjuicio de los datos oficiales, la afluencia de peregrinos en el Camino es muy superior, puesto que no se contabilizan todos los peregrinos que se encuentran en el Camino (peregrino en itinerancia), siendo estos los que comienzan después de Roncesvalles o los que recorren otras rutas jacobeanas o simplemente recorren el Camino por fases durante meses o años hasta llegar a Santiago de Compostela. De esos peregrinos registrados, 187.185 eran españoles, mientras que 243.141 fueron extranjeros, es decir, solo un 44 % fueron ciudadanos nacionales, y sabemos que el porcentaje de extranjeros sigue creciendo. Teniendo en cuenta esa tendencia al alza en cuanto al peregrino extranjero podemos afirmar que el carácter internacional y global del Camino se afianza, y por ello nos ocupa”.

Por tanto, continúa, “nuestro esfuerzo de difusión de la aplicación AlertCops se centra por supuesto en el ámbito nacional, pero sobre todo en la esfera internacional puesto que el peregrino extranjero es consciente de la necesidad de disponer de un mayor número de herramientas que le garanticen su seguridad y solicitar una posible respuesta policial ante un incidente puntual. En este punto, debemos tener presente que la aplicación AlertCops es un elemento complementario a la labor diaria que desarrollan las Fuerzas de Seguridad españolas sobre el Camino y los peregrinos”.

7.2.2 Medición de las funcionalidades de la *app* utilizadas en el Camino

“La respuesta de seguridad que ofrece la Guardia Civil en el Camino de Santiago se fundamenta en una serie de fortalezas institucionales que parten de una realidad física, como es el hecho de la presencia natural del Cuerpo en las distintas rutas jacobeanas. Resulta un hecho objetivo que la Guardia Civil es la institución que proporciona el núcleo básico de la seguridad pública en el Camino de Santiago, donde la presencia natural del Cuerpo corresponde al 92 % del Camino, en un territorio cuya extensión asciende a los 4.716 km de rutas jacobeanas, de los cuales 4.291 km estarían ubicados en demarcación territorial de la Guardia Civil. Dicha presencia física se ve jalonada mediante la ubicación de 150 Unidades Territoriales de la Guardia Civil a menos de 1 km de distancia al Camino, de

modo que se puede afirmar que cada 28 km del Camino hay un Cuartel de la Guardia Civil (de modo general, en cada etapa de un peregrino existe un Puesto del Cuerpo). Todo ello nos confiere la característica única y exclusiva de ser el cuerpo policial español con mayor entidad de fuerza, de modo que permite al Cuerpo llevar a cabo una gran diversidad de servicios básicos hasta los más específicos sobre el Camino, en concreto en la protección de sus patrimonios de naturaleza cultural y natural, y sobre todo orientados a velar por la protección de los peregrinos”, explica Miguel Cañellas.

Realmente, el guardián AlertCops para las situaciones (zonas poco iluminadas, caminar en solitario o perros sueltos) que se les han presentado a los peregrinos encuestados no serviría, ya que este guardián en lo que consiste es en ir compartiendo la posición con el sistema “para que si te pierdes o te ocurre algo podamos iniciar un dispositivo de búsqueda”, aclara Alonso. “Pero sí que es cierto que, aparte del guardián del camino, que tiene esa funcionalidad, tenemos una alerta geoposicionada para el Camino de Santiago. Entonces, esa alerta que aparece normalmente en el centro cuando estás dentro de la zona de influencia, en rojo y de manera destacada, sí que podría haberles ayudado en ese caso si lo hubieran activado. Así, a la sala correspondiente en función de donde te encontrases, le hubiera llegado esa información, incluso una fotografía de los perros o una fotografía de la situación para que pudieran haber valorado el envío del auxilio correspondiente”, resume.

“La función ‘guardián público’, recordemos que se trata de un plus de confianza que el peregrino deposita en la *app*, y por ende en las FCSE. En el caso de activarla, la geolocalización del peregrino queda automáticamente a disposición del operador del Centro de Operaciones y Servicios policial correspondiente. El hecho de disponer de dicha potencialidad supone un aumento del grado de seguridad para el peregrino, puesto que ante cualquier situación adversa las FCSE disponen de su trazabilidad en el Camino, aun cuando no se haya dirigido o interactuado con nosotros de manera voluntaria. Esta funcionalidad es muy útil ante desapariciones involuntarias o accidentes fortuitos durante los recorridos”, explica Miguel Cañellas.

El teniente coronel añade: “el esfuerzo policial, y en particular el que realiza la Guardia Civil en el Camino y sobre los entornos donde discurren los peregrinos, donde incluimos la estrecha colaboración con la sociedad civil vinculada al Camino, es una realidad. Desde

hace más de una década, la Guardia Civil mantiene una línea de trabajo enfocada al fortalecimiento de la seguridad pública en el Camino mediante el diseño de un Plan de Seguridad específico que se centra en el Camino de Santiago en toda su extensión. Dicho plan recibe el nombre de Plan de Seguridad Jacobea de la Guardia Civil, y cada año sufre una revisión con el propósito de actualizarlo, y si es el caso, introducir aspectos de mejora”.

En este sentido, su percepción pasa por “la necesidad de llevar a cabo un mayor esfuerzo mediante una campaña nacional de sensibilización entre diversas administraciones con vinculación sobre el Camino de Santiago para que el peregrino conozca la aplicación AlertCops, la cual supone un complemento a la actividad y presencia policial que se ofrece desde los distintos Cuerpos policiales que desarrollan su labor a diario en la zona de afectación del Camino de Santiago”. “Somos conscientes, por otros indicadores externos, del elevado grado de seguridad subjetiva que perciben los peregrinos durante los periodos que llevan a cabo su peregrinación. Podemos afirmar, que el peregrino se siente seguro a lo largo del Camino, siendo este aspecto una prioridad para la Guardia Civil. Por ello, cada año venimos incorporando nuevas acciones y actividades desde el ámbito de la seguridad que permiten reforzar la seguridad pública en el Camino de Santiago.

7.2.3 Evaluación del grado de seguridad que transmite a los peregrinos la existencia de AlertCops

El responsable del departamento de Sistemas, Comunicaciones y Seguridad, en el Centro Tecnológico de Seguridad de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad Españolas considera que hay otros elementos que contribuyen a que el Camino de Santiago sea seguro y esté bien vigilado. AlertCops es uno más, no el único. Considera que la percepción que puedan tener los peregrinos al ver una patrulla de la Guardia Civil o a la Policía les puede generar seguridad. “Si tienes la aplicación, es un elemento más”, explica.

El espíritu de todo el dispositivo que desde el Ministerio del Interior se ha desplegado para el Camino consiste en dar percepción de seguridad. De hecho, los vehículos, el personal que patrulla el Camino, la uniformidad que lleva, etc., contribuyen a la imagen de policía de proximidad que se pretende dar para acompañar al peregrino sin alarmarle.

La Guardia Civil es la que más presencia tiene en el Camino de Santiago. Cuenta con la Orden de Servicio Especial para el Camino de Santiago. La Policía solo actúa en las localidades más grandes por las que pasa el Camino y no tienen un dispositivo específico. Desde la propia Guardia Civil, el teniente coronel Miguel Cañellas, indica que el peregrino que decide descargar la aplicación tiene acceso inmediato al botón del Camino de Santiago. Dicha mejora en las potencialidades de la aplicación AlertCops fue introducida con antelación al último Año Jubilar de 2021, y la Guardia Civil colaboró intensamente con el CETSE de la Secretaría de Estado de Seguridad en ella, de manera que se diseñó un botón de alerta específico para el peregrino que le permite acceder directamente a los centros operativos de servicios, donde la atención al peregrino forma parte de las distintas actividades que se desarrollan por parte de sus operadores, y que se encuentran en cada provincia, explica Cañellas. “La particularidad del citado ‘botón de alerta peregrino’ es que tan solo aparece en la pantalla principal una vez que el peregrino accede a las zonas y áreas de responsabilidad de la Guardia Civil (demarcación territorial del Cuerpo en el Camino) a lo largo de gran parte del territorio jacobeo (principalmente los Caminos clásicos, y así reconocidos por el Consejo Jacobeo), esto es en un área que comprende varios kilómetros a ambos lados del Camino, así como a lo largo de su extensión. Una vez que el peregrino sale de dichas áreas acotadas, el botón desaparece de la aplicación”, concreta.

7.2.4 Comparación del uso de AlertCops con el de otras *apps* generalistas y específicas para peregrinos

“Sin perjuicio de la necesidad de seguir impulsando el uso de la *app* AlertCops desde nuestras terminales corporativas, así como del resto de actores civiles y policiales asociados, entendemos como algo natural el hecho que las potencialidades para la geolocalización de los peregrinos previstas en la *app* no están siendo tenidas en cuenta por parte de los peregrinos en favor de otras de naturaleza no policial. Y este aspecto debe interpretarse, al menos para la Guardia Civil, como positivo puesto que ello afianza la idea que tiene el peregrino, nacional y extranjero, sobre la ausencia de amenazas graves para su seguridad durante el tiempo que decide emprender su experiencia en el Camino”.

Francisco Alonso no conoce otra aplicación de seguridad para el Camino. Matiza, por otra parte, que a través de las asociaciones de peregrinos intentan estar en todos los eventos. “El año pasado hubo un evento muy grande en Santiago de Compostela, pusimos un stand y a todos los que pasaron por allí se les informó. O sea, que campañas se han hecho, otra cosa es que hayan llegado, o que el ciudadano las haya tenido en cuenta”, argumenta. Además, afirma: “pero sí, podemos reforzar”.

“El ciudadano creo que está cansado de que el Estado le diga cómo tiene que hacer las cosas. Entonces, yo no veo interesante hacer una política de comunicación diciendo: en lugar de compartirlo por WhatsApp, tienes AlertCops para hacer esto”, afirma Alonso. “O en el caso de que el ciudadano diga, bueno, sí, yo tengo una persona por WhatsApp, pero prefiero que mi *track* lo tenga el sistema de AlertCops, que es un sistema de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad, para que, si me ocurre algo, rápidamente puedan buscar ellos y no tengan que estar dependiendo del teléfono de mi contacto de seguridad que yo haya apuesto”, aclara.

El responsable de la aplicación también asegura que están trabajando en una nueva versión para principios del año que viene (2025), que es completamente nueva y que resulta más sencilla para compartir la ubicación. Además, es consciente de que todo el mundo está acostumbrado a utilizar WhatsApp y, por eso, han buscado una forma de compartir ubicación “muy parecida”, puesto que “ahora, para compartir tu ubicación, o bien te suscribes si la quieres compartir con el sistema policial, con el guardián público, o bien creas un guardián privado, pero la otra persona debe tener también AlertCops y aceptarlo”. Sobre la difusión de las potencialidades para la localización de personas (o al menos para evitar que no se pierdan), Cañellas añade: “puede ser una situación transitoria debido al hecho que se está trabajando en una nueva versión de AlertCops, la cual incorpora interesantes recursos que permitirán al ciudadano comunicar su paradero con las personas que estime apropiadas, y así ayudar a evitar la alarma que suponen los extravíos habituales”.

Por otra parte, el teniente coronel Cañellas dice: “siento discrepar en este punto, puesto que, al menos en lo que atañe a la Guardia Civil, el aspecto de la divulgación de la herramienta se lleva a cabo una difusión de la existencia de la aplicación AlertCops en sus redes sociales, y por parte de nuestro personal que vuelca su esfuerzo diario en el

Camino de Santiago, la recomendación del uso de la aplicación es una directriz operativa. Además, desde el año 2020, la Guardia Civil incorporó las Oficinas Móviles de Atención al Peregrino (OMAP, con 4 unidades) y en el diseño exterior de la misma se incluyó un símbolo QR donde se permitía llevar al peregrino a la página web de la Guardia Civil donde se daban instrucciones para la descarga de la aplicación. En la actualidad, disponemos de 19 OMAP, y todas ellas disponen del vínculo a AlertCops a través del QR. Sin perjuicio de lo anterior, el personal del Cuerpo asignado a dichas OMAP tiene encomendado entre sus cometidos informativos la recomendación del uso de AlertCops para todos los peregrinos, nacionales o extranjeros, que se acercan o interactúan con dichas unidades móviles”.

“Aprovecho para recordar que la seguridad ciudadana es un aspecto integral y multidisciplinar, donde el factor humano sigue siendo determinante para garantizar y materializar las medidas y acciones necesarias para la seguridad de nuestros peregrinos y ciudadanos que transitan por la demarcación territorial de la Guardia Civil, coincidente con el Camino de Santiago. Cuando se aprobó el desarrollo de la aplicación por parte de la Secretaría de Estado de Seguridad, y se puso en conocimiento de las FCSE, se determinó que el éxito de la misma pasaría por disponer de personal de cada cuerpo policial atendiendo las posibles incidencias y comunicaciones que establecieran los ciudadanos desde la aplicación. De modo que, la *app* es una herramienta muy válida para complementar la oferta de acciones de seguridad que ofrecen al ciudadano, tanto el CNP como la Guardia Civil, al recibir las alertas o comunicaciones del peregrino en tiempo real en nuestros Centros de Operaciones y Servicios policiales de cada provincia. Y una vez analizada la incidencia, el operador de cada centro respectivo, y en función de la demarcación policial territorial donde se encuentre el peregrino, se movilizarán los recursos policiales que se estimen necesarios para atender al peregrino allá donde se encuentre a lo largo del Camino. En este punto, las Oficinas Móviles de Atención al Peregrino, junto a los helicópteros de la Guardia Civil, suelen ser los recursos que inicialmente se asignan para resolver la incidencia relacionada con el peregrino en caso de necesidad”, sintetiza Cañellas.

7.2.5 Interpretación de los datos con perspectiva de género

“La experiencia del Camino es, sobre todo, personal y en función de los objetivos que cada peregrino se plantea al realizarlo. Considero que, hoy en día, el factor de la seguridad podría ser el menos determinante a la hora de decidir si se realiza en solitario, en compañía o en grupo”, asegura Miguel Cañellas. “En base a nuestra experiencia e informaciones internas tras años de dedicación al Plan de Seguridad Jacobea de la Guardia Civil, somos conscientes que como en cualquier otro escenario geográfico donde se concentran grandes cantidades de personas y que, por ello, conllevan un aumento en la criminalidad objetiva, la vulnerabilidad de la mujer puede ser mayor. Por ello, una de las finalidades de la incorporación de las Oficinas Móviles de Atención al Peregrino de la Guardia Civil fue estar próximos a las peregrinas en puntos del Camino en los que no se realizaba un servicio de atención al peregrino por diversos factores, generalmente por las distancias a ser cubiertas. Mediante la dotación de dichas oficinas móviles, y en las que debe haber personal femenino del Cuerpo, se ha tratado de reforzar la labor preventiva a víctimas de delitos violentos (atendidas conforme al criterio de prioridad sobre el resto), y de modo especial cuando la víctima es mujer – violencia de género, robos con violencia, agresiones sexuales– o en los que estas requieran especial protección, constituyendo en este supuesto un plus de garantía de su intimidad”. “Sin embargo, a tenor de los datos objetivos, el Camino sigue siendo un escenario seguro para hombres y mujeres, en función del gran número de peregrinos que se concentran o transitan por las rutas jacobeanas y el escaso número de incidentes que afectan a los peregrinos en general”, argumenta.

“Nosotros siempre hemos intentado escuchar a todo el mundo y sí que es cierto que nos han trasladado, desde asociaciones de mujeres, posibles funcionalidades que vamos a incorporar en esta nueva versión que vamos a sacar”, afirma Francisco Alonso del CETSE.

Estas funcionalidades tienen un propósito general, pero también se pueden usar en el Camino. “Para que te hagas una idea, una [...] es la simulación de una llamada. Nos han trasladado que cuando tienen (las mujeres) que volver por la noche a casa a horas intempestivas, a lo mejor tienen que cruzar una zona poco iluminada, un parque... y les da seguridad el ir hablando por teléfono. Pero, claro, a las 3 de la mañana a lo mejor no tiene una persona con la que hablar. Entonces, esta funcionalidad se va a incorporar en la

nueva versión, que básicamente es que tú antes de entrar ahí, la pulsas, te suena el teléfono y tienes una locución que la puedes configurar, de un hombre o una mujer, que va hablando de cara a persuadir a un posible agresor a no ejecutar la agresión porque en ese momento justo estás recibiendo una llamada y empiezas a hablar. Esto lo hemos hecho pensando sobre todo en el género femenino”.

Otra de las nuevas funcionalidades es una alarma. “Se trata de tener un botón para que si lo pulsas el teléfono empiece a sonar, a vibrar y a encenderse la linterna al máximo volumen para intentar disuadir”, dice. Esta es, según Alonso, “otra de las peticiones que nos hicieron”. “Estamos intentando incorporar y, sobre todo, escuchando este tipo de peticiones para dotar de herramientas que puedan darle una percepción de seguridad a las mujeres. La percepción es un tema individual e intangible. ¿Con este tipo de cosas lo vamos a conseguir? ¿Vamos a conseguir mejorar esa percepción? No lo sé, ya lo veremos, pero las hemos tenido en consideración y las hemos implementado”, argumenta Alonso. Además, es importante “ir sacando parches, correcciones, y si tú no actualizas una aplicación de emergencias, cuando la vas a usar lo mismo no puedes porque estás ahí actualizando”.

El responsable de la aplicación señala que están cerrando el plan de formación de todos los agentes que hay detrás de la aplicación, ya que la principal potencialidad de esta *app* es que quien atiende directamente es un policía o un guardia civil, no hay intermediarios; son ellos, entonces, “tenemos que dar una formación a dos mil agentes”, recuerda Alonso. Por su parte, el teniente coronel Cañellas explica: “no considero que la *app* AlertCops esté orientada al género de la persona sino al tipo delincencial concreto o emergencia detectada por el usuario de la aplicación. Si uno analiza los tipos delincuenciales que se contemplan en la *app* que permiten una rápida respuesta, existe una clara apuesta por las conductas delincuenciales que afectan a la ciudadanía (agresiones, consumos de sustancias ilícitas, robos, estafas, daño en propiedad privada y/o pública, delito medioambiental, delito tecnológico, maltrato animal, etc.), y también hacia las mujeres como colectivo vulnerable, puesto que son una realidad, y por ello se han implementado botones específicos sobre violencia de género, violencia doméstica y violencia sexual”.

8. Discusión

Los hallazgos de este proyecto de investigación ratifican lo diagnosticado en otros trabajos previos como los de Correia y Tam (2024) o Lischka, Schaetz y Oltersdorf (2022) en el sentido de que la evolución tecnológica ofrece cada vez más alternativas para satisfacer las necesidades de las personas. Como la propia naturaleza de las tecnologías digitales ha modificado substancialmente las relaciones sociales y las prácticas culturales, tal y como describen Bazzara (2021) o Duffy y sus colaboradores (2021), las organizaciones se ven en la obligación de ofrecer alternativas de comunicación que mejoren la vida de las personas. Así lo hace en España el Ministerio del Interior al haber habilitado la *app* AlertCops para que la ciudadanía pueda contactar con la Policía Nacional y la Guardia Civil de una manera rápida y directa. Esta aplicación es, pues, de titularidad pública y, entre sus funciones, contempla una específica para garantizar la seguridad en el Camino de Santiago.

Por tanto, se coincide con Zhou (2018) en que la intención de satisfacer las necesidades de los usuarios se materializa a través de aplicaciones que permiten estar siempre al tanto de lo que ocurre, de ahí el éxito de los medios sociales, fundamentalmente de las aplicaciones de mensajería instantánea y de las redes sociales, para estar en contacto con familiares y amigos, y para compartir con ellos actividades de nuestra vida cotidiana, al tiempo que informarnos de lo que ellos también publican para que nosotros lo visualicemos. Se trata, en definitiva, de una relación comunicativa basada en la bidireccionalidad y que acaba actuando como un *win win*. Se concuerda con Tourís y su equipo (2022) en que el Camino no está exento de amenazas y que corresponde a los poderes públicos proporcionar soluciones tecnológicas para garantizar la seguridad de los peregrinos.

Tal y como habían descubierto Frizzera (2015) y Chib y sus colaboradores (2021), esta relación mutua basada en compartirlo todo, contempla también el compartir la ubicación con personas de nuestro círculo familiar o de amistades. Sin embargo, los resultados de este proyecto de investigación demuestran que AlertCops todavía no es lo suficientemente conocida como para comunicar la localización del peregrino durante el Camino de

Santiago con las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, sino que para compartir la ubicación se sigue optando por los medios sociales.

Con respecto a la notoriedad de la imagen pública transmitida, cuando la cantidad de seguidores que un usuario tiene en redes sociales supera los 2 K se empieza a considerar *influencer* (Rojas, 2024), de modo que los mensajes que ese usuario difunde a través de sus redes tienen alcance, credibilidad y transmiten confianza a sus *followers*, tal y como describieron Sixto-García y Álvarez en 2020. Durante esta investigación solo se han localizado dos peregrinos *nanoinfluencers* (entre 2 K y 5 K de seguidores), si bien esto es suficiente para alertar de que la difusión de posibles mensajes sobre sensación de miedo o percepción de inseguridad o vulnerabilidad durante la realización del Camino de Santiago podría dañar su imagen de forma irreparable.

El Camino es seguro, pero no todos los peregrinos lo saben. Saber que existe AlertCops les haría sentir más seguros a la hora de caminar (7,54 puntos sobre 10). Tanto en esta investigación como en otras previas (Antunes & Amaro, 2016; Martínez, 2017; Nickerson & Eng, 2017) se confirma la predisposición de los peregrinos a utilizar aplicaciones móviles mientras realizan caminan. Entonces, ¿por qué no están utilizando AlertCops cuando esta *app* incluye una funcionalidad específica para ellos?

La respuesta es clara: fallan las políticas de comunicación. Los peregrinos solicitan que la *app* se publicite en redes sociales y en los lugares de sellado de la Credencial. Francisco Alonso Batuecas, responsable del Departamento de Sistemas, Comunicaciones y Seguridad en el CETSE, reconoce que es necesaria más publicidad en los medios de comunicación tradicionales. En la entrevista en profundidad realizada se le alerta de que la publicidad física (vallas publicitarias, carteles, etc.) debe realizarse en los lugares de inicio del Camino y no tanto en Santiago de Compostela cuando los peregrinos ya lo han finalizado. Por su parte, Miguel Cañellas, de la Guardia Civil, considera “que la labor de difusión y sensibilización hacia el peregrino sobre las potencialidades de la aplicación AlertCops merecen una revisión por parte de cuantos actores nos encontramos en el Camino, y ese debe ser un aspecto de mejora a tener en cuenta desde el momento presente”.

9. Conclusiones

Certificado el uso de aplicaciones móviles entre la población porque ayudan a mejorar la vida de las personas, comprobado que los estudios previos demuestran la predisposición de los peregrinos para utilizar *apps* y que la percepción de riesgo es muy alta a la hora de realizar el Camino, este proyecto de investigación combina las variables *app* + seguridad + comunicación. No basta con que las instituciones públicas hayan desarrollado una aplicación para mejorar la seguridad en el Camino, sino que es necesario comprobar si su existencia se está comunicando lo suficiente como para transmitir la imagen de que el Camino es seguro.

La **hipótesis de partida** se confirma, es decir, la mayoría de los peregrinos no conocen AlertCops y esta *app* no está contribuyendo a que caminen más seguros. Los datos ratifican que el uso de aplicaciones móviles está generalizado entre la población porque ayudan a mejorar la vida de las personas, pero AlertCops no está contribuyendo a ese cometido en el Camino de Santiago.

El 86 % de los peregrinos no sabe que existe AlertCops y, en consecuencia, que esta aplicación les ayudaría a realizar el Camino de Santiago de forma más segura. Que solo uno de cada diez peregrinos (14 %) conozca AlertCops supone que las políticas comunicativas no están funcionando y que, por lo tanto, es necesario mejorar las acciones de visibilidad y promoción de la *app*. Además, no todos los que conocen la aplicación saben que incluye una funcionalidad específica para el Camino, sino que solo lo saben un tercio de esas personas (35,71 %). Tres de cada diez peregrinos que no conocen AlertCops (28,4 %) conceden 10 puntos a que su percepción de seguridad aumentaría al saber que existe esta aplicación.

Los peregrinos que conocen la aplicación puntúan con solo 6,83 puntos la efectividad de la comunicación para dar a conocer a la sociedad la existencia de AlertCops. No obstante, las puntuaciones ascienden a 8,14 puntos al valorar la importancia de comunicar que existe esta *app* y a 8,93 puntos con respecto a la consideración de que este cometido corresponde a las instituciones públicas. Como medidas de subsanación los entrevistados proponen, en primer lugar, anunciar la aplicación en redes sociales y, en segundo, publicitar AlertCops en los lugares de sellado de la Credencial del Peregrino.

Desde la Guardia Civil, el teniente coronel Cañellas dice estar de acuerdo “con la apreciación sobre la importancia de comunicar y poner de manifiesto que los peregrinos, al igual que todos los ciudadanos, tiene a su disposición una aplicación que está concebida para contribuir a mejorar la sensación subjetiva de seguridad, pero a la vez, permitir la interacción entre el peregrino/ciudadano y las FCSE en caso de tener conocimiento, o ser objeto, de un hecho ilícito”.

Con respecto al **OBS1** (cuantificar la utilización de AlertCops durante la peregrinación), solo el 2 % han descargado la *app* y ninguno de ellos (0 %) la utilizó durante la peregrinación. El desconocimiento de la existencia de esta aplicación contribuye a que no se identifique el Camino de Santiago como un lugar ni seguro ni vigilado, sino que los peregrinos no son conscientes de que existen mecanismos públicos para velar por su protección durante el peregrinaje. Esta disfunción es todavía más llamativa en el caso de las personas extranjeras, puesto que ninguna de ellas (0 %) tiene instalada la *app*.

Atendiendo al **OBS2** (medir las funcionalidades de la *app* utilizadas en el Camino), las dos personas que tienen descargada la aplicación en su móvil saben que pueden añadir un ‘guardián público’ para compartir su ubicación, que otras personas pueden compartir su localización con ellos, que existe el botón SOS, que pueden recurrir a la ‘alerta peregrino’ para informar sobre cualquier situación de riesgo, que pueden activar el servicio de avisos para recibir mensajes de seguridad según la zona en la que se encuentra durante el Camino, que la aplicación permite enviar alertas geoposicionadas para recibir atención inmediata y ambos tienen activada la ubicación del teléfono, condición indispensable para que la *app* funcione correctamente.

Solo uno de ellos sabe que la *app* es de titularidad pública, que permite compartir su posición con hasta un máximo de cinco personas, que se pueden establecer diferentes niveles de seguridad, que la aplicación permite realizar llamadas a las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, que está disponible en siete idiomas y que ofrece traducción automática a 100. Esta persona tiene activado el nivel de seguridad medio, por lo que solo recibirá los avisos de seguridad si se encuentra en la zona afectada en el momento en el que se envíe la alerta y cuando entre a la aplicación. Además, este nivel implica que tenga desactivada la opción ‘guardián’ para compartir la ubicación con personas de confianza,

que no pueda utilizar el botón SOS y que no podrá activar alertas en seguimiento (ver infografía 38).

Infografía 38. Nivel de seguridad medio en AlertCops



Fuente: AlertCops.

La otra persona que tiene instalada AlertCops ni siquiera sabe qué nivel de seguridad ha configurado, por lo que desconoce los servicios a los que tiene acceso. Por otra parte, ninguno de ellos tenía conocimiento de que la aplicación permite activar un chat directo con el centro de seguridad más cercano, una particularidad esencial para mejorar la seguridad durante el Camino de Santiago.

Existen discrepancias entre ambas personas a la hora de valorar si las funcionalidades de AlertCops son lo suficientemente conocidas por la ciudadanía (9 puntos vs. 5 puntos), si son suficientemente conocidas por los propios peregrinos (8 puntos vs. Ns/Nc), así como con respecto al nivel de dificultad que les implica utilizar la *app* (9 puntos vs. 5 puntos).

En tercer lugar, con respecto al **OBS3** (evaluar el grado de seguridad que transmite a los peregrinos la existencia de AlertCops), a pesar de las conclusiones anteriores, nueve de cada diez peregrinos (91 %) no sintieron miedo mientras realizan el Camino de Santiago. Aunque la cifra es positiva, con que una sola persona no se sienta segura es más que suficiente para poner en marcha mecanismos que corrijan esta situación. La iluminación escasa en algunos tramos, caminar en solitario o encontrarse con perros sueltos son algunas de las situaciones que provocaron miedo en los caminantes. En todas ellas la activación de la ‘alerta peregrino’, por ejemplo, podría haber contribuido a reducir la sensación de vulnerabilidad.

También nueve de cada diez peregrinos (92 %) afirmaron que no habían sufrido ningún percance durante el Camino. El 59,2 % de los peregrinos está de acuerdo con que no se atrevería a realizar el Camino en solitario y el 54,6 % no está de acuerdo con que el grado de vulnerabilidad sea mayor en mujeres que en hombres. Sin embargo, el 72,7 % considera que el Camino resulta más peligroso para las mujeres que para los hombres.

La percepción de seguridad durante la realización del Camino se sitúa en el notable (8,30). En cambio, la percepción de vulnerabilidad es muy baja (2,24 puntos), aunque no es nula. La valoración del aumento de percepción de seguridad que ofrece AlertCops se sitúa también en el notable (8 puntos) para aquellos peregrinos que conocen la aplicación, mientras que para aquellos que no la conocen saber de su existencia aumentaría su percepción de seguridad en 7,54 puntos.

“Debemos entender que las conductas delictivas más comunes son tratadas desde la *app* a partir de una serie de fichas informativas sobre el fenómeno criminal ante el que se encuentran para el ciudadano, así como el ofrecimiento de un catálogo de servicios que se incluyen en la *app* para que el usuario final, en este caso, peregrinos nacionales y extranjeros, puedan disponer de un recurso policial que les ofrece una atención especial por el hecho singular de realizar el Camino de Santiago”, concluye el teniente coronel Cañellas.

Atendiendo al **OBS4** (comparar el uso de AlertCops con el de otras *apps* generalistas y específicas para peregrinos), como se comentó anteriormente, el uso de AlertCops durante el Camino de Santiago es residual, puesto que solo utilizaron esta *app* el 2 % de los peregrinos. Los porcentajes de uso de las aplicaciones de mensajería instantánea son muy

superiores y están totalmente popularizados. Así, por ejemplo, WhatsApp lo emplearon el 86 % de los caminantes.

Se confirma también que el uso de aplicaciones móviles para mensajear es un hábito plenamente consolidado entre los peregrinos, ya que solo una de cada diez personas (14 %) afirma no haber utilizado ningún tipo de *app* durante el Camino. Casi todos utilizan este tipo de aplicaciones para hablar con la familia (93 %), aunque resulta significativo que dos de cada diez personas (20,9 %) las empleen para enviar su ubicación a otras personas, una función concreta para la que AlertCops está especialmente diseñada y que no se está utilizando porque los peregrinos desconocen tanto la *app* como las opciones que ofrece.

La necesidad de estar conectado con otros peregrinos se acredita también en que el 45,6 % de los peregrinos que realizaron el Camino acompañados decidieron crear un grupo de WhatsApp para estar en contacto con sus compañeros. El 26,9 % de los que crearon grupos para el realizar el Camino los emplearon para enviar la ubicación.

Atendiendo a las redes sociales, el uso disminuye de forma notoria en comparación con las aplicaciones de mensajería. De hecho, el 47 % de los peregrinos no empleó ninguna red social durante el Camino y entre los que lo hicieron prevalece el uso de Instagram sobre las demás (47 %). Las redes más orientadas a vídeos como YouTube (5 %) o TikTok (3 %) apenas alcanzan representación, al igual que sucede con X (2 %), una red donde prevalece el formato *microblogging*.

Si las aplicaciones de mensajería instantánea se utilizaban sobre todo para hablar con la familia, las redes sociales se emplearon principalmente para subir fotos (64,2 %), lo que justifica el éxito de Instagram frente a otras redes. En efecto, publicar historias, es decir, contenido autodestruible, una opción particular de Instagram y en la que esta red es líder, justifica su utilización en el 47,2 % de los casos. Además, también es en Instagram donde los peregrinos cuentan con más seguidores (media de 992,3), de manera que resulta lógico publicar contenido donde más posibilidades existen de que pueda ser visualizado y consumido.

Siete de cada diez peregrinos (69,8 %) consideran (atribuyen más de 5 puntos en una escala de 0 a 10) que las publicaciones que realizan en redes sociales influyen en la

imagen del Camino de Santiago. La mayoría de respuestas (17 %) conceden 10 puntos a este ítem, de modo que si los peregrinos perciben que el Camino no es seguro, esta percepción podría dañar la imagen del Camino en un contexto virtual en el que las opiniones de los usuarios cada vez gozan de mayor importancia y credibilidad.

Si bien la mayoría de las publicaciones realizadas durante la peregrinación no estuvieron relacionadas con la seguridad, se diagnostica un 5,7 % vinculadas con este asunto. Dicho con otras palabras, seis de cada cien personas podrían estar ya transmitiendo una imagen negativa del Camino porque no conocen mecanismos de protección o seguridad mientras peregrinan. Esto se corrobora cuando se les pregunta a los peregrinos en qué medida las aplicaciones de mensajería instantánea y las redes sociales contribuyen a sentirse más seguros durante el Camino de Santiago, puesto que la media se sitúa en 6,55 puntos (en una escala de 0 a 10).

El 15 % de los peregrinos utilizó alguna *app* considerada por ellos de seguridad en el Camino, pero en ninguno de los casos fue AlertCops (0 %). La seguridad es un asunto que preocupa a los peregrinos, puesto que la valoración del aumento de seguridad al caminar acompañado con una *app* específica de protección se sitúa en una media de 7,60 puntos (en una escala de 0 a 10 puntos), pero no se está utilizando AlertCops porque los peregrinos no la conocen (86 %) o desconocen las funcionalidades específicas que ofrece para el Camino de Santiago. Incluso entre los que conocen la existencia de esta aplicación, solo uno de cada tres (35,71 %) sabe que AlertCops incluye una función propia para los peregrinos. Tampoco todos los que conocen la *app* la tienen descargada, sino que solo la descargaron el 14,28 %. Esto implica que las instituciones públicas deberían implementar medidas concretas de promoción de la aplicación, preferentemente en los lugares que demandan los peregrinos como las redes sociales o los lugares de sellado de la Credencial del Peregrino.

El desconocimiento de AlertCops está provocando que los peregrinos opten por otras aplicaciones para acompañarlos durante el Camino de Santiago. Son ejemplos Buen Camino, una *app* gratuita elaborada por el periodista Carlos Mencos, que cuenta con 10 años de vida y casi un millón de descargas, lo que la convierte en la aplicación más utilizada por los peregrinos (Buen Camino, 2024); Camino Ninja, otra *app* también gratuita; Find My Friends, otra aplicación para guardar ubicaciones, compartir y rastrear

ubicaciones; Garmin Connect, una *app* especializada en ejercicio y salud; Gronze, que ofrece información participativa sobre los principales Caminos de Santiago; Wikiloc, otra *app* que permite al usuario grabar las rutas de senderismo o ciclismo; y Strava, una aplicación de atletismo, ciclismo y senderismo. La aplicación Camino de Santiago de Galicia, de la Xunta de Galicia, es conocida por uno de cada cuatro peregrinos (26 %), pero, nuevamente, ninguno de ellos (0%) sabe que esta *app* incluye un acceso directo a la descarga de AlertCops.

Se constata que los peregrinos caminan con un teléfono móvil en el que tienen instaladas distintas aplicaciones sociales. Por tanto, que el uso de AlertCops sea anecdótico se explica por el desconocimiento que existe de la aplicación, sobre todo acerca de que incluye funcionalidades específicas para el Camino de Santiago. Lo que no se comunica no existe y este es el factor determinante que provoca que los peregrinos no empleen AlertCops, puesto que queda demostrado que emplean tecnología durante el Camino y que la seguridad les preocupa.

También se confirma que los peregrinos creen, en especial las mujeres, las que más influencia dicen tener en redes sociales y las que menos seguras se sienten al peregrinar, que sus publicaciones en redes sociales influyen en la imagen que sus seguidores conforman del Camino de Santiago. La comunicación de una sensación de inseguridad o de vulnerabilidad al peregrinar dañaría la imagen del Camino.

Por último, en relación con el **OBS5** (identificar posibles variaciones de uso en cuanto a país y/o lugar de procedencia, edad y género), se extraen las siguientes conclusiones:

- En cuanto al conocimiento de AlertCops:
 - a) Más hombres (16,3 %) que mujeres (11,8 %).
 - b) Gran desconocimiento entre los jóvenes (96,2 %).
 - c) Más españoles (15,4 %) que extranjeros (12,5 %).

- En cuanto a la utilización de AlertCops durante la peregrinación:
 - a) No hay uso ni por parte de hombres ni de mujeres.
 - b) No hay uso en ninguna franja de edad.
 - c) No hay uso ni entre españoles ni entre extranjeros.

- En cuanto a la medición de las funcionalidades de la *app* utilizadas en el Camino:
 - a) No se pueden probar diferencias entre hombres y mujeres. Los resultados no están vinculados a la variable de género.
 - b) No se pueden confirmar diferencias por franja de edad.
 - c) Todos los que usaron la *app* en el Camino son españoles (100 %).

- En cuanto a la evaluación del grado de seguridad que transmite a los peregrinos la existencia de AlertCops:
 - a) Al realizar el Camino las mujeres (9,8 %) sienten más miedo que los hombres (8,2 %). En consecuencia, la percepción de seguridad es más alta en hombres (8,61 puntos) que en mujeres (8 puntos), a pesar de que los hombres (10,2 %) sufrieron más percances que las mujeres (5,9 %). AlertCops ofrece más seguridad a los hombres (8,43 puntos) que a las mujeres (7,40 puntos). Al preguntar a los entrevistados si consideraban que el Camino era más peligroso para las mujeres que para los hombres la media se situó en 5,53 puntos, si bien el 72,7 % de las puntuaciones otorgaron un nivel de concordancia con esta afirmación superior a 5 puntos. Los hombres (6,68) se sienten más seguros que las mujeres (6,43) al caminar con un teléfono móvil con aplicaciones sociales instaladas.

 - b) Las personas de 60 o más años nunca han sentido miedo durante el Camino. Las más jóvenes (entre 18 y 29 años) son las que menos seguras se sintieron (7,73 puntos), mientras que las de entre 30 y 44 años fueron las que mayor seguridad percibieron al peregrinar (8,83 puntos). De nuevo, las personas de 60 o más años son a las que AlertCops les transmite mayor seguridad (9 puntos).

 - c) Los españoles (11,5 %) sintieron más miedo que los extranjeros (6,3 %). La percepción de seguridad es similar entre españoles (8,21 puntos) y extranjeros (8,40 puntos), a pesar de que los españoles (9,6 %) sufrieron más contratiempos que los extranjeros (6,3 %). En cambio, los extranjeros (2,81 puntos) se sienten más vulnerables que los españoles (1,71 puntos). Por su parte, AlertCops ofrece más seguridad a los españoles (8,67 puntos) que a los

extranjeros (7,33 puntos). Los españoles (7,04) se sienten más seguros que los foráneos (6) al caminar con un teléfono móvil con aplicaciones sociales instaladas.

- En cuanto al uso de otras *apps* generalistas y específicas para peregrinos en comparación con AlertCops:
 - a) AlertCops no es usada ni por hombres ni por mujeres. En cuanto al uso de WhatsApp, las cifras son semejantes entre mujeres (84,3 %) y hombres (87,8 %). En cuanto a la imagen que se transmite del Camino a través de las redes sociales, las mujeres (6,63) consideran en mayor medida que los hombres (5) que sus publicaciones influyen en la percepción que sus seguidores tienen sobre la peregrinación a Santiago.
 - b) La mayoría de los que no utilizan ninguna *app* tienen 60 o más años.
 - c) Los españoles (94,2 %) emplean más WhatsApp que los extranjeros (77,1 %). En cuanto a la imagen que se transmite del Camino a través de las redes sociales, los extranjeros (6,35) consideran en mayor medida que los españoles (5,52) que sus publicaciones influyen en la percepción que sus seguidores tienen sobre la peregrinación a Santiago.

En síntesis, tal y como explica el teniente coronel Cañellas con respecto a la importancia de difundir AlertCops desde todas las instituciones, tanto públicas como privadas, “sigue siendo necesario subrayar la necesidad de llevar a cabo un enfoque adecuado que permita dar a conocer esta herramienta de extremada solvencia, como un elemento interactivo entre las FCSE y los peregrinos, que ofrece un servicio próximo y especializado de atención al peregrino ante situaciones de emergencia para su integridad o la de terceros”.

10. Transferencia de resultados

a) Transferencia de resultados:

- Transferencia de resultados a los gabinetes de comunicación de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado (Policía Nacional y Guardia Civil).
- Transferencia de resultados al Consejo Jacobeo como órgano de cooperación entre la Administración General del Estado y las comunidades autónomas por donde transcurren los Caminos de Santiago históricos. Se considera importante que en la labor de comunicación entre estas administraciones se difunda AlertCops como garantía de seguridad y como fortaleza de imagen de un Camino seguro.
- Transferencia de resultados a la Federación Española de Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago para que contribuyan a difundir y promocionar AlertCops.
- Transferencia de resultados a la Asociación de Municipios del Camino de Santiago (por donde discurre el Camino Francés) para que tengan conocimiento de la situación y colaboren en dotar de mayor visibilidad a la aplicación.
- Transferencia de resultados a la Xunta de Galicia para incentivar la promoción de AlertCops en sus espacios corporativos relacionados con el Camino.
- Transferencia de resultados al CSIC, en concreto en el marco del proyecto Neocamiños ("nuevas" rutas de los Caminos de Santiago en Galicia) desarrollado en el Instituto de Estudos Galegos Padre Sarmiento.

b) Actuaciones de divulgación:

- Presentación de los resultados en el seminario *Leccións Xacobeas Internacionais da USC*.
- Envío de nota de prensa a medios de comunicación locales, autonómicos y nacionales. Se solicita la colaboración del gabinete de comunicación de la USC.
- Publicación de resultados en la web de la USC.

- Publicación de la memoria científico-técnica en la web de la Cátedra.
- Publicación de la memoria científico-técnica en el repositorio Zenodo (repositorio abierto de propósito general desarrollado bajo el programa europeo OpenAIRE y operado por CERN).
- Publicación de resultados en el repositorio institucional Minerva y en Zenodo.
- Difusión de resultados en redes sociales.

11. Resultados científicos

- Conferencia impartida el día **11 de noviembre de 2024** en el seminario *El Camino de Santiago en la construcción del Patrimonio Cultural Europeo*, organizado por el Laboratorio Interdisciplinar de Estudios Visuales y Museografía Digital (INTERVISUALAB) de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid.

Programa

9:45 - 10:00	Inauguración institucional. Presenta: Dr. Ángel Pazos-López, Profesor de Historia del Arte y Director del Laboratorio INTERVISUALAB de la Universidad Rey Juan Carlos.
10:00 - 10:30	Conferencia de Juan Manuel Monterroso (Universidade de Santiago de Compostela): ▶ «Un Camino llamado Europa. Valores patrimoniales del Camino de Santiago».
10:30 - 11:00	Conferencia de Rosanna Bianco (Università degli studi di Bari Aldo Moro): ▶ «La Puglia nel Camino de Santiago».
11:00 - 11:30	Descanso
11:30 - 12:00	Conferencia de Paula Pita Galán (Universidad de Granada): ▶ «El Camino de Santiago como hilo conductor para los estudios del Románico hispano: el trabajo pionero de la norteamericana Georgiana Goddard King».
12:00 - 12:30	Conferencia Victoriano Nodar Fernández (Universidad de Vigo): ▶ «La geografía jacobea en Galicia: las otras reliquias de Santiago».
12:30 - 13:00	Conferencia de Ana María Cuesta Sánchez (Universidad Complutense de Madrid): ▶ «El camino de Santiago como vehículo de transmisión artística».
13:00 - 13:30	Debate.
13:30 - 16:00	Comida.
16:00 - 18:00	Mesa redonda. El Camino de Santiago y las Humanidades Digitales Ramón Yzquierdo Peiró Museo Catedral de Santiago de Compostela «Google Arts and Culture y proyectos digitales del Museo Catedral de Santiago» Silvia Díaz de la Fuente Universidad de Burgos «Bases de datos y repositorios para la investigación en el Camino de Santiago digital» Zollo Perrino Díez Asociación Cluny Ibérica «El Camino virtual: el patrimonio cluniacense en 3D del Camino de Santiago» Jose Sixto García Universidad de Santiago de Compostela «La plataforma AlertCops: seguridad en el Camino» Ángel Pazos-López Universidad Complutense de Madrid «Ars Rituum: un proyecto digital para la experiencia de la liturgia medieval»



- Presentación de la comunicación ‘Comunicación digital en el Camino de Santiago: La app AlertCops’ en el XI Congreso Internacional Ciudades Creativas, que se celebra en la Universidad de Valladolid (campus de Segovia) los días **12 y 13 de diciembre de 2024**.



- Presentación del proyecto en el Cumio Ibérico de Xornalismo Local, organizado por el grupo Novos Medios, en colaboración con el Departamento y la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la USC, que se va a celebrar los **días 20 y 21 de enero de 2025** en Santiago de Compostela. En estas jornadas participarán investigadores del proyecto MediaTrust.Lab-Local Media Lab for Civic Trust and Literacy, adscrito a la Universidade da Beira Interior (Portugal).

Además de la presentación del proyecto, José Sixto García intervendrá en la mesa ‘Desinformación a escala local’, donde presentará cómo puede contribuir el desconocimiento de AlertCops a la desinformación en el Camino de Santiago.



20 e 21 de xaneiro de 2025

Sala de Doutoramento, Facultade de Ciencias da Comunicación

Cumio Ibérico de Xornalismo Local



Luns (segunda-feira) 20

17:00 h

- Presentación de resultados de "MediaTrust.Lab - Local Media Lab for Civic Trust and Literacy", por **Pedro Jerónimo** (Univ. Beira Interior, Portugal)
- Presentación do proxecto DIGINATIVEMEDIA, por **Berta García** (USC)
- Presentación do proxecto "IBERIFIER – Observatorio ibérico de medios dixitais", por **Jorge Vázquez** (USC)
- Presentación do proxecto VALCOMM, por **Miguel Túñez** (USC)
- La app AlertCops en el Camino de Santiago: la importancia de comunicar un Camino seguro, por **José Sixto** (USC)

18:45 h

Galicia-Portugal: novos horizontes de colaboración na investigación en Comunicación

- **Carlos Toural** (USC)
 - **Pedro Jerónimo** (UBI, Portugal)
- Moderan e animan: **Ángel Vizoso** (USC) e **Sara Pérez** (USC)

Martes (terça-feira) 21

9:00 h

News deserts

Luísa Torre (UBI, Portugal), **Cruz Negreira** (USC) e **Alberto Quián** (USC)

10:00 h

Desinformación a escala local

José Sixto (USC), **Alba Silva** (USC) e **Pedro Jerónimo** (UBI, Portugal)

11:00h DESCANSO

11:30 h

Novas funcións e modelos de negocio do xornalismo de proximidade

Marta Rodríguez (USC), **Giovanni Ramos** (UPC, Portugal) e **Rubén Rivas** (USC)

12:30 h

Audiencias de proximidade

Ana Isabel Rodríguez (USC)

13:00 h

Panel de doutoramento internacional

Lucas Cabral (UFSC, Brasil), **Luísa Torre** (UBI, Portugal) e **Tania Fernández** (USC)

14:00 h PECHE DA ACTIVIDADE

Coordinador do Cumio: **Rubén Rivas de Roca**

Entidades colaboradoras: **Facultade de Ciencias da Comunicación e Departamento de Ciencias da Comunicación**

- Envío de 2 manuscritos a sendas revistas científicas.

Referencias

- Angeloni, S., & Rossi, C. (2021). An analytical model for comparing the profitability of competing online marketing channels: Search engine marketing versus e-commerce marketplace. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 29(4), 534-549. <https://doi.org/10.1080/10696679.2021.1879656>
- Antunes, Â. I. L. (2016). *Caminhar na era tecnológica em direção a Santiago de Compostela: Estudo do uso de uma app por parte dos peregrinos* [tesis doctoral]. Repositório Científico do Instituto Politécnico de Viseu. <http://hdl.handle.net/10400.19/3322>
- Antunes, A., & Amaro, S. (2016). Pilgrims' acceptance of a mobile app for the Camino de Santiago. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2016: Proceedings of the International Conference in Bilbao, Spain, February 2-5, 2016* (pp. 509-521). Springer International Publishing.
- Bazzara, L. (2021). Datificación y streamificación de la cultura: Nubes, redes y algoritmos en el uso de las plataformas digitales. *Inmediaciones de la Comunicación*, 16, 1-26. <https://doi.org/10.18861/ic.2021.16.2.3082>
- Bentley, K., Chu, C., Nistor, C., Pehlivan, E., & Yalcin, T. (2021). Social media engagement for global influencers. *Journal of Global Marketing*, 34(3), 205-219. <https://doi.org/10.1080/08911762.2021.1895403>
- Borchers, N. (2019). Social Media Influencers in Strategic Communication. *International Journal of Strategic Communication*, 13(4), 255-260. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2019.1634075>
- Buen Camino (2024, 15 de noviembre). *Buen Camino, la App del Camino de Santiago más completa*. <https://editorialbuencamino.com/app-del-camino-de-santiago/>
- Cadena SER (2024, 14 de octubre). *El Camino de Santiago bate el récord histórico de 'Compostelas': se superan las 446.000*. Cadena SER. <https://cadenaser.com/galicia/2024/10/08/el-camino-de-santiago-bate-el-record-historico-de-compostelas-se-superan-las-446000-radio-galicia/>
- Chib, A., Ang, M. W., Ibasco, G. C., & Nguyen, H. (2021). Mobile Media (Non-)Use as Expression of Agency. *Mass Communication and Society*, 24, 818-842. <https://doi.org/10.1080/15205436.2021.1970187>
- COPE (2024, 23 de octubre). *El Camino de Santiago bate récord de llegada de peregrinos: "Es una meta indiscutible"*. COPE. https://www.cope.es/emisoras/galicia/a-coruna-provincia/santiago/noticias/camino-santiago-bate-record-llegada-peregrinos-apuntamos-medio-millon-20241023_3033160.html#google_vignette

Correia, R., & Tam, C. (2024). Understanding the Motivations for Continuance Usage of Mobile Apps. *Journal of Computer Information Systems*, 1–15.

<https://doi.org/10.1080/08874417.2024.2302001>

Duffy, B. E., Pinch, A., Sannon, S., & Sawey, M. (2021). The Nested Precarities of Creative Labor on Social Media. *Social Media + Society*, 7(2).

<https://doi.org/10.1177/20563051211021368>

Durán, M. M. (2019). *Percepción de seguridad en el Camino de Santiago. Memoria Final Científico-Técnica de Resultados*. Proyectos de investigación sobre el Camino de Santiago y las Peregrinaciones 2019. Ref./Cód. Organismo: 2019-PU021.

https://www.catedradelcaminodesantiago.com/wp-content/uploads/2023/08/1599518571_Memoria_Final_Proyecto-de-investigacion-Camino-de-Santiago_MAR_DURAN_Def.pdf

Fernández, J. J. (2019). Nueva versión de la app de Camino de Santiago del CNIG. Evolución del proyecto. *Mapping (1131-9100)*, 28(195).

<https://ojs.revistamapping.com/MAPPING/article/download/202/65>

Frizzera, L. (2015). Mobile Media as New Forms of Spatialization. *Interdisciplinary Science Reviews*, 40, 29–43. <https://doi.org/10.1179/0308018814Z.000000000103>

Karlsson, M., Ferrer-Conill, R., & Örnebring, H. (2023) Recording Journalism: Establishing Normative Dimensions for a Twenty-First Century News Media. *Journalism Studies*, 24(5), 553–572. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2161929>

La Moncloa (2023, 16 de enero). *La aplicación AlertCops alcanza dos millones de descargas*.

<https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/interior/Paginas/2023/160123-AlertCops.aspx>

Lee, J., Sudarshan, S., Sussman, K., Bright, L., & Eastin, M. (2021). Why are consumers following social media influencers on Instagram? Exploration of consumers' motives for following influencers and the role of materialism. *International Journal of Advertising*, 41(1), 78–100. <https://doi.org/10.1080/02650487.2021.1964226>

Lischka, J. A., Schaetz, N., & Oltersdorf, A. L. (2022). Editorial Technologists as Engineers of Journalism's Future: Exploring the Professional Community of Computational Journalism. *Digital Journalism*, 11(6), 1026–1044.

<https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1995456>

Lorenc, T., Petticrew, M., Whitehead, M. *et al.* (2013). Fear of crime and the environment: systematic review of UK qualitative evidence. *BMC Public Health*, 13, <https://doi.org/10.1186/1471-2458-13-496>

Marques, M. N. (2014). Sistemas de Informação Geográfica e Realidade Aumentada em Turismo: Guia interactivo do Caminho Português de Santiago em Barcelos [tesis doctoral]. Centro Singular de Investigación en Tecnoloxías Intelixentes da Universidade de Santiago de Compostela. <https://citius.gal/es/research/publications/sistemas-de-informacao-geografica-e-realidade-aumentada-em-turismo-guia-interactivo-do-caminho-portugues-de-santiago-em-barcelos/>

Martínez, J. (2017). Aplicación para teléfonos móviles "Camino de Santiago IGN". *Peregrino: revista del Camino de Santiago*, 173, 14-15.

Ministerio del Interior (2024, 14 de noviembre). *La App de la Policía y de la Guardia Civil*. <https://AlertCops.ses.mir.es/publico/AlertCops/>

Nickerson, R. C. & Eng, J. (2017). Use of Mobile Technology and Smartphone Apps on the Camino de Santiago: A Comparison of American and European Pilgrims. *CAPSI 2017 Proceedings*. <https://aisel.aisnet.org/capsi2017/20>

Nickerson, R. C., & Mourato-Dussault, F. (2015). Managing stored data for mobile apps: survey of apps and case study. In *Proceedings of the 2015 International Conference on Mobile Business*.

Nickerson, R. C., Austreich, M., & Eng, J. (2014). Mobile Technology and Smartphone Apps: A Diffusion of Innovations Analysis. In *Proceedings of the Twentieth Americas Conference on Information Systems*.

Ohme, J. (2019). Mobile but Not Mobilized? Differential Gains from Mobile News Consumption for Citizens' Political Knowledge and Campaign Participation. *Digital Journalism*, 8(1), 103–125. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1697625>

Pain, R. (2000). Place, social relations and the fear of crime: a review. *Progress in Human Geography*, 24(3), 365-387. <https://doi.org/10.1191/030913200701540474>

Pybus, J., & Coté, M. (2021). Did you give permission? Datafication in the mobile ecosystem. *Information, Communication & Society*, 25(11), 1650–1668. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.1877771>

Rodríguez, P., & Sixto-García, J. (2022). Uso de influencers en el marketing digital de las empresas turísticas españolas. *Cuadernos.info*, (51), 200-222. <https://dx.doi.org/10.7764/cdi.51.27743>

Rojas, P. (2024). The Plan company Blog. Los 5 tipos o categorías de influencers en Instagram. <https://www.theplancompany.es/los-5-tipos-o-categorias-de-influencers-en-instagram/>

Santamaría, E., & Meana, R. (2017). Social media and "influencers". Reflections from a psychological perspective. *Miscelánea Comillas*, 75(147), 445-447.

Secretaría de Estado de Turismo (2020, 3 de agosto). *La Transformación Digital, aliada clave del turismo seguro y resiliente*. <https://www.segittur.es/blog/destinos-turisticos-inteligentes/la-transformacion-digital-aliada-clave-del-turismo-seguro-y-resiliente/>

Schenkel, K., Nussbeck, F. W., Kerkhoff, D., Scholz, U., Keller, J., & Radtke, T. (2024). Digital generation: the association between daily smartphone app use and well-being. *Behaviour & Information Technology*, 1–18. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2024.2406255>

Sixto-García J. & Álvarez, A. (2020). Influencers en Instagram y publicidad engañosa: la necesidad de regular y autorregular. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(4), 1611-1622. <https://doi.org/10.5209/esmp.66921>

Sixto-García, J. & Duarte Melo, A. (2020). Self-destructive content in university teaching: new challenge in the Digital Competence of Educators. *Communication & Society*, 33(3), 187-199. <https://doi.org/10.15581/003.33.3.187-199>

Sixto-García, J. (2012). Campañas de promoción autónoma y de promoción reglada en Facebook: dos modalidades para comunicar en red social. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 11(21), 109-121.

Sixto-García, J. (2018). *Gestión profesional de redes sociales: Rutinas y estrategias de Community Management*. Comunicación Social.

Sixto-García, J., Duarte-Melo, A., & Andrade, J. G. (2024). The relationship between the most consumed digital media in Portugal and audience participation mechanisms. *Frontiers in Communication*, 9. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1466140>

Sixto-García, J., Rodríguez-Vázquez, A. I., & López-García, X. (2021). News Sharing Using Self-destructive Content in Digital Native Media from an International Perspective. *Journalism Practice*, 17(7), 1341–1356. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.2000883>

Stroud, N. J., Peacock, C., & Curry, A. L. (2019). The Effects of Mobile Push Notifications on News Consumption and Learning. *Digital Journalism*, 8(1), 32–48. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1655462>

Suárez, S. (2021). Influence marketing and relevant brands. *Harvard Deusto Business Review*, 308, 24-31. <https://www.harvard-deusto.com/el-marketing-de-influencia-y-las-marcas-relevantes>

Tourís, R. M., García, R., Narbona, B., & Martínez, I. (2022). Technologies for the management of public safety and the way of St. James: Practical application in religious tourism. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 5(1), 153-164. <https://www.jthr.es/index.php/journal/article/view/336>

We are Social (2024). *Special report digital 2024*. Consultado el 14 de noviembre de 2024. <https://wearesocial.com/es/blog/2024/01/digital-2024/>

Yilmaz, M., Sezerel, H., & Uzuner, Y. (2020). Sharing experiences and interpretation of experiences: A phenomenological research on Instagram influencers. *Current Issues in Tourism*, 23(24), 3034-3041. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1763270>

Zhou, B. (2018). Fear of missing out, feeling of acceleration, and being permanently online: a survey study of university students' use of mobile apps in China. *Chinese Journal of Communication*, 12(1), 66–83.
<https://doi.org/10.1080/17544750.2018.1523803>

Anexos

Transcripción entrevista a Francisco Alonso Batuecas

[Transcripción entrevista a Francisco Alonso Batuecas.pdf](#)

Entrevista a Miguel Cañellas Vicens

[Entrevista a Miguel Cañellas Vicens](#)

Datos encuestas

<https://zenodo.org/records/14196307>