



Diputación
DE PALENCIA



Boletín Informativo del OBSERVATORIO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE PALENCIA

Número 12 • Octubre 2011

Coordinación:

Luis Alfonso Hortelano Mínguez

Equipo de investigadores:

José Manuel Llorente Pinto
María Isabel Martín Jiménez
Juan Ignacio Plaza Gutiérrez

Base de datos y cartografía:

Mercedes Tapia Peña
Daniel Casas Casas
Diego Jiménez García
César Martín Pescador

www.dip-palencia.es



Patronato Provincial de Turismo

C/ Mayor, 31 Bajo
34001 Palencia
Tel : 979 706523
Fax : 979 706525

www.palenciaturismo.es



PRESENTACIÓN

La reactivación de la agenda turística ha llegado con el inicio de la temporada estival porque confluyen en este trimestre las condiciones propicias para este sector a pesar de los problemas económicos generales del país y de los atípicos condicionantes climáticos. El período veraniego constituye la época vacacional por excelencia para los visitantes españoles y extranjeros y, por tanto, en toda la geografía palentina se desarrollan diversos eventos y se ofertan diferentes productos para atraer a los turistas. Desde el punto de vista de las características climatológicas ha sido un trimestre desigual al contrastar las temperaturas frías de julio con los ahornagantes calores de agosto. Durante el verano, se han alternado los momentos lúdicos y festivos con la celebración de festivales folklóricos y de ferias de exaltación a los productos artesanales y gastronómicos tradicionales. De los días de fiesta destacan los declarados como Fiestas de Interés Turístico; por ejemplo, la XXXIX edición del «Día de Fuentes Carrionas y la Montaña Palentina», donde se reparten raciones de guiso de pastor en la campa de Puente Agudín de Cardaño de Arriba, en el término municipal de Velilla del Río Carrión (15-17 de julio), el XL «Festival de Exaltación del Cangrejo de Río» en Herrera de Pisuerga (5-7 de agosto), la XXXIV «Gran Paella Ollerense» en Olleros de Pisuerga (7 de agosto), el XLVII «Descenso Internacional del Pisuerga y Fiesta Palentina de las Piraguas» en Alar del Rey (15 de agosto), «San Bartolomé» en Villarramiel (19-24 de agosto) y las «Fiestas patronales de la Virgen del Valle» en Saldaña (5-10 de septiembre). En la capital provincial, la referencia festiva ha estado marcada por los variados actos de las «Fiestas de San Antolín 2011» que han tenido lugar del 27 de agosto al 3 de septiembre. El punto álgido de los sanantolines es el día 2 de septiembre que, al finalizar la eucaristía en la catedral, se baja a beber el agua bendita de la cripta en honor del patrón.

En relación a los certámenes feriales, se han sucedido en el calendario estival los siguientes: la IX Feria de Antigüedades, Almoneda y Coleccionismo del Camino de Santiago en Carrión de los Condes (1-3 de julio), la XVIII edición de la Feria de Artesanía y Productos Agroalimentarios de la Montaña Palentina en Cervera de Pisuerga (24 de julio), la XVIII Feria del Queso y Productos Artesanales en Frómista (24 de julio), la VI Jornada de Ambientación Rural en Becerril de Campos (30 de julio), la I Feria de Productos Artesanos y Agroalimentarios de El Cerrato «Buen rato en El Cerrato» en Baltanás (31 de julio), la I Feria de Exaltación del Ajo de La Ojeda-El Boedo en Prádanos de Ojeda (30 de julio), la I Feria del Dulce «Feria de la Galleta y el Dulce Artesano» en Aguilar de Campóo (30-31 de julio), la XXI Feria de Turismo y Artesanía del Camino de Santiago en Carrión de los Condes (6-7 de agosto), la XII Feria de Artesanía y Productos de la Tierra en Villarramiel (14 de agosto), la VI Feria de Artesanía en Barruelo de Santullán (20-21 de agosto), la IX Feria de la Cerámica en Paredes de Nava (20-21 de agosto), la Muestra de Ganado Vacuno de La Pernía en San Salvador de Cantamuda (20 de agosto), la I Feria de Artesanía (26-27 de agosto) y la XIX Feria del Cristo (4 de septiembre) en Guardo,



la IX Feria de Antigüedades y Almoneda en Aguilar de Campóo (2 de septiembre), la XII Feria de Artesanía en Palencia (29 de agosto-4 de septiembre) y la XVIII Feria del Pimiento en Torquemada (18 de septiembre).

Con un espíritu similar a las anteriores ferias comerciales, se han desarrollado variados mercados temáticos con ambientaciones propias de cada época; por ejemplo, el III Mercado Castellano en Dueñas (1-2 de julio), el XVIII Mercado Medieval en Aguilar de Campóo (1-2 de julio), el Mercado Romano «IV Legio Macedónica del Imperio Romano» en Herrera de Pisuerga y el «VIII Mercatus Romano» en Saldaña (16 y 17 de julio), el II Mercado Medieval en Fuentes de Valdepero (31 de julio), el XII Mercado Castellano en Fuentes de Nava (7 de agosto), el Mercado Medieval y la III Muestra Nacional de Bolillos en Paredes de Nava (14 de agosto), el Mercado de las Tres Culturas en Palencia (27 de agosto-3 de septiembre) y la VI Feria Barroca (24 de septiembre) y el X Mercado Castellano (25 de septiembre) en Ampudia. Por otro lado, la promoción de la cocina provincial y local ha estado representada en las jornadas gastronómicas «Altos vuelos de Tierra de Campos» en Ampudia (13-21 de agosto), la degustación de las tapas de la Feria de Día de San Antolín (25 de agosto-3 de septiembre) y el V Concurso de «Ollas Ferroviarias» en Alar del Rey (17 de septiembre).

Por último, el estío ha sido propicio para la organización de varios ciclos de música clásica y festivales de música tradicional, de bailes y de danzas populares: el XXX Festival de Paloteo y Danza Villa de Ampudia (30 de julio) y la XV edición de los «Conciertos de La Ojeda» en la iglesia románica de Santa Eufemia de Cozollós (18-20 de agosto). Igualmente, en otras localidades se han reunido vecinos y visitantes para recordar antiguas costumbres, como la Fiesta de La Trilla en Castrillo de Villavega (7 de agosto), la XI Fiesta Medieval «La Condal de los Ansúrez» en Monzón de Campos (20-21 de agosto) y el Día del Montanero en Cevico Navero (17 de septiembre). Un caso singular son las recreaciones teatrales históricas de la toma de Carrión de los Condes por las tropas napoleónicas y el incendio de la iglesia de Santiago (24 de julio) y de la entrada de Napoleón en Autilla del Pino (13 de agosto), que rememoran sendos episodios de la Guerra de la Independencia. Como colofón a todas estas citas se han celebrado este año los actos de la XIV edición del Día del Turismo de Castilla y León, en la localidad de Cervera de Pisuerga, el 23 de julio, y la decimosexta etapa de la 66ª edición de la Vuelta Ciclista a España tuvo como punto de salida la Villa Romana «La Olmeda» (6 de septiembre). Aunque celebrada fuera de Palencia, la información turística provincial también ha estado presente en la XXVIII edición de la Feria Internacional Agropecuaria y la XXIII Exposición Internacional de Ganado Puro, del 7 al 11 de septiembre, en el Recinto Ferial de Salamanca. Así mismo, el Ayuntamiento de Palencia y el Patronato Provincial de Turismo han realizado actos en el Día Mundial del Turismo que se celebra desde 1980 el 27 de septiembre.

El Patronato Provincial de Turismo ha organizado de manera directa las excursiones teatralizadas por la provincia «Palencia, escenario de tus sueños» y «Palencia, caminos de arte y vino». Al mismo tiempo, el ayuntamiento de la capital ha puesto en marcha una nueva edición de las «Rutas de la Luz» y la Fundación Santa María la Real, con sede en Aguilar de Campóo, ha dirigido los paseos nocturnos por algunos templos dentro del Ciclo de Rutas «La Magia de la Luz del Románico». Otra línea de promoción este verano, ha sido la difusión del patrimonio arqueológico provincial. El Museo de Palencia ha organizado los talleres «La memoria de los objetos» y «El museo en movimiento», destinados a los niños, y la Villa Romana «La Olmeda», en Pedrosa de la Vega, ha continuado con el programa «Cultura a la romana» con el fin de divulgar la vida del mundo romano a través de la música, las recreaciones históricas y los talleres didácticos.

Finalmente, las propuestas más innovadoras relacionadas con el turismo están asociadas a las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, como la renovación o la apertura de páginas web y el mantenimiento diario de las redes sociales o iniciativas aún más innovadoras; por ejemplo, la Fundación Francis Chapelet y el Grupo de Acción Local Araduey-Campos han presentado una videoguía de los órganos de la comarca que se puede descargar en los formatos MP4, PSP o pdf en los aparatos iPhone/iPod e iPad, con los sistemas operativos IOS de Apple o Android de Google. Igualmente, dentro del programa «Guardo te da más» el Ayuntamiento ha instalado el programa Guardo Virtual que a través del sistema de «códigos QR» permite descargar cualquier información de los recursos turísticos vía Internet en teléfonos móviles («smartphones»), tabletas o miniportátiles.

I. COYUNTURA TURÍSTICA

Oferta de alojamientos y restaurantes

El balance turístico de los meses estivales, a partir de la información ofrecida por el Boletín de Coyuntura Turística de la Junta de Castilla y León, es el más optimista desde el inicio de la recesión económica a finales del 2007, aunque la dinámica de la oferta de los establecimientos hoteleros y extrahoteleros sigue la misma inercia de trimestres pasados. Se han mantenido las 123 instalaciones hoteleras con 3.984 camas y los 5 campamentos de turismo de segunda categoría con 1.544 parcelas y se ha incrementado el número de alojamientos de turismo rural hasta situarse en 253 inmuebles con 2.209 plazas. La inauguración de nuevos alojamientos de turismo rural ha sido en la categoría de «casa rural» gracias al impulso financiero de los programas de desarrollo rural. En lo que respecta al grupo de los restaurantes, no sufre grandes alteraciones ya que el cierre, traspaso o apertura de los locales es mínima como lo demuestran los 290 salones para 28.662 tenedores de esta temporada. Estos datos nos muestran un estancamiento en los establecimientos hoteleros y casas de comida y un ligero incremento de los alojamientos de turismo rural; mientras, la oferta de infraestructuras turísticas resiste las consecuencias de la crisis financiera.

El movimiento de viajeros y gasto

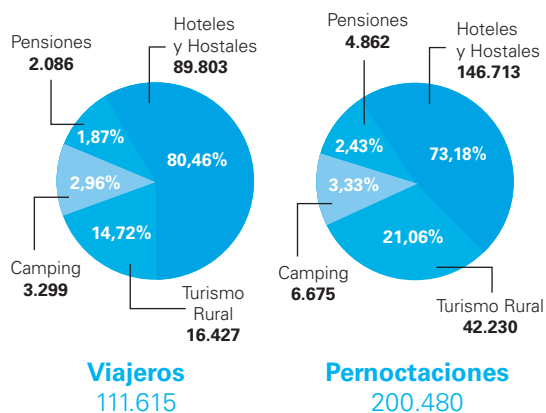
Frente al inmovilismo de la oferta se ha observado un crecimiento del número de visitantes y de pernoctaciones durante la estación veraniega en comparación con el pasado y se abre así una puerta al optimismo. El movimiento de viajeros ha alcanzado los 111.615 registros debido a que el estío constituye el período vacacional por excelencia y, en menor medida a otros pormenores, como el «puente de Nuestra Señora de la Asunción», la proliferación de las reuniones familiares o la celebración de numerosas fiestas locales. Igualmente, las pernoctaciones han subido hasta las 200.480 noches en relación al positivo trasiego de turistas. La estancia media, como resultado de la ocupación nocturna de las plazas entre los viajeros registrados, se eleva a 1,79 noches por visitante (1,64 en los alojamientos hoteleros; 2,57 en los alojamientos de turismo rural y 2,02 en los campamentos de turismo).

Según el recuento de los turistas, la procedencia mayoritaria es de origen nacional con 95.129 viajeros (85,23%) en comparación con los 16.486 extranjeros (14,77%). Los turistas españoles, por Comunidades Autónomas, provienen de Madrid, Castilla y León, Cataluña, País Vasco, Andalucía, Cantabria, Principado de Asturias, Galicia y, sucesivamente, del resto de las regiones. En cuanto a la distribución de los visitantes extranjeros, la lista está dominada por los europeos (Francia, Reino Unido, Alemania, Italia, Países Bajos, Portugal y un goteo del resto de países) y por los oriundos de Brasil, Estados Unidos, Japón y Canadá.

Para finalizar, el gasto turístico está encabezado por el apartado destinado al pago del hospedaje en los establecimientos alojativos y, le siguen en el presupuesto, las partidas dedicadas a la manutención en los restaurantes, los desplazamientos y el transporte, la comida en tiendas y supermercados, las entradas a actos culturales y de ocio, la adquisición de recuerdos y regalos y otros completan este capítulo de gastos.



Tipo de Establecimiento



Número de viajeros y pernoctaciones en verano

Período	Españoles		Extranjeros		Total	
	Viajeros	Pernoctaciones	Viajeros	Pernoctaciones	Viajeros	Pernoctaciones
Julio	28.132	52.213	4.564	6.647	32.696	58.860
Agosto	39.017	77.092	5.251	7.981	44.268	85.073
Septiembre	27.980	47.448	6.671	9.099	34.651	56.547
Verano	95.129	176.753	16.486	23.727	111.615	200.480

Fuente: Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León. Boletín de Coyuntura Turística de Castilla y León, Julio, Agosto y Septiembre de 2011.

II. PERFIL DEL VISITANTE

El tipo y las características del visitante estival se han podido establecer gracias a la campaña de encuestas realizadas por los responsables de las Oficinas de Turismo y demás centros de recepción de turistas repartidas por la provincia. A tenor del tratamiento y análisis de los resultados de las encuestas, la tipología más extendida guarda estrecha relación con el denominado «turismo familiar», sin olvidar, el «turismo de paso» y el «viaje organizado». La fórmula de viaje más común ha sido en familia con los hijos, las parejas jóvenes y adultas, los grupos de amigos y de escolares y, especialmente por el buen tiempo, los auténticos «peregrinos». La principal motivación del turista veraniego para acercarse a las tierras palentinas es disfrutar del período vacacional con el fin de realizar actividades de ocio y de recreo relacionadas con la naturaleza o con el patrimonio cultural. En este período, juegan un papel secundario las visitas a la familia y la estadia con los amigos y, por tanto, en la procedencia de los turistas encontramos un mayor número de visitantes de territorios más alejados. Los turistas nacionales, por Comunidades Autónomas, llegan preferentemente de Madrid, Castilla y León, País Vasco, Cataluña, Andalucía, Cantabria, Asturias, Galicia y Murcia. Por otro lado, los viajeros extranjeros aumentan su presencia en estos meses y encabezan la lista los países europeos.

En este trimestre, la estancia en el destino se alarga, en comparación con otras estaciones y se necesita de pernoctar uno o varios días. Los establecimientos comerciales preferidos para pasar la noche siguen siendo los alojamientos hoteleros y de turismo rural; sin embargo, se aprecia que no se opta tanto por las casas de familiares o amigos y la segunda residencia y ganan peso las autocaravanas, los campamentos de turismo y los albergues turísticos y de peregrinos. La variedad en cuanto a la elección del tipo y categoría de alojamiento introduce otro rasgo distintivo a la temporada turística estival.

Una gran parte de los visitantes de la provincia repiten destino porque ya conocían las bondades de esta tierra; sin embargo, un alto porcentaje ignoraba la diversidad de los recursos turísticos palentinos. Este segundo colectivo, para organizar el viaje ha utilizado como medio más propicio para la contratación de los servicios turísticos un amplio abanico de posibilidades encabezadas por las páginas web, el e-mail, las redes sociales y el teléfono, las agencias de viaje o las centrales de reservas. El modo de locomoción preferido sigue siendo el vehículo privado, por la garantía en cuanto a la independencia y la movilidad, seguido del autobús y de otros medios alternativos acordes con la estación.

Los canales de información y de documentación más habituales de los turistas sobre la provincia han sido los portales de Internet genéricos y específicos, las publicaciones especializadas en los formatos de guías o folletos, las oficinas de información turística, los artículos y reportajes de la prensa escrita y, en último lugar, la asistencia a ferias y mercados de promoción. No hay que olvidar que una de las mejores vías de comunicación y promoción exterior es la imagen que transmite la población local y el relato «boca-oreja» de las experiencias positivas de los transeúntes.

El reparto del presupuesto con el que cuenta cada viajero se dedica, por orden de gasto, al pago del alojamiento, a la comida en restaurantes, a las consumiciones en bares y cafeterías (tapas y aperitivos), al transporte y a las diversas compras. Esta distribución del gasto turístico guarda relación con el perfil del viajero que busca tranquilidad, una gastronomía con platos típicos y actividades en la naturaleza, deportivas y culturales y, además, dedica una parte del modesto presupuesto a la adquisición de souvenirs y de productos locales agroalimentarios y artesanos. Finalmente, las impresiones más gratas de los visitantes se refieren al conjunto de aspectos relativos al trato recibido por parte de los técnicos encargados de la recepción y transmisión de información y, en general, de la población local. Entre los puntos más destacados en la temporada estival hay que reseñar que se valora la variedad de eventos, centros museísticos y actividades turísticas que nos indican la competitividad y la calidad del turismo provincial en verano. En contra, el menor grado de satisfacción de los encuestados hace referencia al paquete de infraestructuras, equipamientos, señalización, estado de los caminos, zonas de aparcamiento, accesibilidad arquitectónica, etc. Por tanto, el compromiso futuro del sector turístico será potenciar las fortalezas a lo largo de todo el año y minimizar las debilidades con la colaboración de todos los palentinos.

PERFIL DEL VISITANTE

	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	TOTAL VERANO
PROCEDECENCIA (%)				
Castilla y León	24,05	13,61	16,67	18,73
Ávila	0,63			0,29
Burgos	1,27	3,40		2,02
León	2,53	2,04	2,38	2,31
Palencia	9,49	5,44	4,76	7,20
Segovia	0,63			0,29
Salamanca	1,27			0,58
Soria		0,68		0,29
Valladolid	7,59	1,36	9,52	5,19
Zamora	0,63	0,68		0,58
Madrid	16,46	26,53	38,10	23,34
Cataluña	3,80	13,61	2,38	7,78
Aragón	3,16	0,68		1,73
Asturias	5,70	3,40	2,38	4,32
Cantabria	7,59	4,76	9,52	6,63
Galicia	1,27	4,08		2,31
Castilla-La Mancha	2,53	1,36		1,73
Comunidad Valenciana	3,80	2,04	4,76	3,17
País Vasco	10,13	9,52	2,38	8,93
La Rioja	1,27	2,04	2,38	1,73
Extremadura	0,63	0,68		0,58
Andalucía	10,13	4,08	4,76	6,92
Murcia	0,63	4,76	2,38	2,59
Navarra	1,27	1,36		1,15
Canarias	0,63	0,68		0,58
Illes Balears	1,27			0,58
Ceuta y Melilla				0,00
Extranjeros	3,16	1,36	7,14	2,88
Sin especificar procedencia	2,53	5,44	7,14	4,32
TOTAL	100	100	100	100
SEXO (%)				
Hombre	52,53	41,50	38,10	46,11
Mujer	47,47	58,50	61,90	53,89
TOTAL	100	100	100	100
EDAD (%)				
Menos de 19	2,53	1,36		1,73
Entre 20 y 30	13,29	10,88	2,38	10,95
Entre 30 y 40	29,11	29,93	21,43	28,53
Entre 40 y 50	27,22	26,53	30,95	27,38
Entre 50 y 65	19,62	27,89	33,33	24,78
Más de 65	8,23	3,40	11,90	6,63
TOTAL	100	100	100	100
VIAJA (%)				
Solo	5,06	8,16	7,14	6,63
En pareja	47,47	42,18	45,24	44,96
En familia	27,85	34,69	28,57	30,84
Con amigos	19,62	12,24	16,67	16,14
En viaje organizado		1,36	2,38	0,86
Otros		1,36		0,58
TOTAL	100	100	100	100
PRINCIPAL MOTIVO DE LA VISITA (%)				
Visita de paso	12,66	12,93	11,90	12,68
Visita familia/ amigos	13,92	11,56	11,90	12,68
Turismo	70,25	72,79	71,43	71,47
Trabajo/Estudios	3,16	1,36	4,76	2,59
Otros		1,36		0,58
TOTAL	100	100	100	100

TIPO DE VIAJE

	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	TOTAL VERANO
DURACIÓN (%)				
1 día	24,05	32,65	52,38	31,12
2 días	15,82	18,37	28,57	18,44
3 días	17,72	17,01	4,76	15,85
4 días	12,03	6,12	7,14	8,93
Varios	21,52	22,45	7,14	20,17
Sin especificar duración	8,86	3,40		5,48
TOTAL	100	100	100	100
PERNOCTACIÓN (%)				
Si	58,23	54,42	59,52	56,77
No	30,38	38,78	33,33	34,29
Sin respuesta	11,39	6,80	7,14	8,93
TOTAL	100	100	100	100
TIPO DE ALOJAMIENTO (%)				
Hotel	23,01	32,26	50,00	29,91
Hostal/Pensión	23,89	20,43	7,14	20,51
Camping	7,96	4,30		5,56
Albergue	6,19	5,38	3,57	5,56
Alojamiento T. R.	22,12	22,58	32,14	23,50
2ª Residencia	6,19	7,53		5,98
Otros	10,62	7,53	7,14	8,97
TOTAL	100	100	100	100
ORGANIZACIÓN DEL VIAJE (%)				
Sin contratación previa	60,76	48,30	38,10	52,74
Por teléfono/internet	29,11	31,97	33,33	30,84
Agencia de viajes	0,63	6,12	9,52	4,03
Central de reservas	0,63	2,04	4,76	1,73
Otros	8,86	11,56	14,29	10,66
TOTAL	100	100	100	100
CONOCIMIENTO DE LA PROVINCIA (%)				
Si	67,72	63,27	47,62	63,40
No	32,28	36,73	52,38	36,60
TOTAL	100	100	100	100
MEDIO DE TRANSPORTE (%)				
Turismo (Coche)	85,44	87,07	90,48	86,74
Autobús	1,27	4,08	2,38	2,59
Tren	1,90	3,40		2,31
Otros	11,39	5,44	7,14	8,36
TOTAL	100	100	100	100
VISITA OTROS DESTINOS (%)				
Si	40,51	27,89	28,57	33,72
No	59,49	72,11	71,43	66,28
TOTAL	100	100	100	100
OTRAS ACTIVIDADES (%)				
Comer en un restaurante local	29,29	30,33	29,35	29,75
Comprar productos típicos de la zona	18,73	22,68	20,65	20,67
Realizar actividades culturales	24,54	30,05	34,78	28,08
Realizar actividades en la naturaleza	23,22	14,21	13,04	18,16
Practicar deportes	4,22	2,73	2,17	3,35
Otros				
TOTAL	100	100	100	100

CARACTERÍSTICAS DE LA VISITA

	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	TOTAL VERANO						
CONOCIMIENTO DE LA PROVINCIA (%)										
Soy de la zona	16,50	15,18	16,95	16,00						
Amigos/Familia	26,50	28,27	23,73	26,89						
Guía y/o folletos especializados	15,00	14,14	15,25	14,67						
Medios de comunicación	8,00	9,42	8,47	8,67						
Internet	17,00	18,85	16,95	17,78						
No sabía de su existencia	0,50	0,52		0,44						
Oficinas de turismo	10,50	7,33	10,17	9,11						
Feria de turismo	0,50	1,57	1,69	1,11						
Otros	5,50	4,71	6,78	5,33						
TOTAL	100	100	100	100						
GASTOS ESTANCIA (por persona) (%)										
Menos de 10 €	1,27	1,36		1,15						
Entre 10 y 20 €	1,90	2,72	7,14	2,88						
Entre 20 y 30 €	8,86	7,48	11,90	8,65						
Entre 30 y 40 €	6,96	4,76	7,14	6,05						
Entre 40 y 50 €	3,16	4,08	14,29	4,90						
Más de 50 €	67,09	59,86	45,24	61,38						
Sin especificar gasto	10,76	19,73	14,29	14,99						
TOTAL	100	100	100	100						
GASTO PRINCIPAL DE LA VISITA (%)										
Transporte	14,46	16,31	20,45	16,08						
Alojamiento	24,40	25,61	28,41	25,39						
Restauración	25,30	24,22	18,18	23,98						
Bares/ Cafeterías	17,47	18,34	18,18	17,91						
Compras	14,46	13,49	10,23	13,54						
Otros	3,92	1,73	4,55	3,10						
TOTAL	100	100	100	100						
SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES										
JULIO										
Infraestructuras	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Accesibilidad										
Zonas de aparcamiento										
Señalización turística										
Servicio Oficinas Información Turística										
Museos										
Limpieza Urbana										
Calidad servicios hosteleros/alojamiento										
Variedad oferta servicios										
Trato recibido por el personal turístico										
Trato recibido por la población local										
AGOSTO										
Infraestructuras	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Accesibilidad										
Zonas de aparcamiento										
Señalización turística										
Servicio Oficinas Información Turística										
Museos										
Limpieza Urbana										
Calidad servicios hosteleros/alojamiento										
Variedad oferta servicios										
Trato recibido por el personal turístico										
Trato recibido por la población local										
SEPTIEMBRE										
Infraestructuras	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Accesibilidad										
Zonas de aparcamiento										
Señalización turística										
Servicio Oficinas Información Turística										
Museos										
Limpieza Urbana										
Calidad servicios hosteleros/alojamiento										
Variedad oferta servicios										
Trato recibido por el personal turístico										
Trato recibido por la población local										
TOTAL VERANO										
Infraestructuras	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Accesibilidad										
Zonas de aparcamiento										
Señalización turística										
Servicio Oficinas Información Turística										
Museos										
Limpieza Urbana										
Calidad servicios hosteleros/alojamiento										
Variedad oferta servicios										
Trato recibido por el personal turístico										
Trato recibido por la población local										

Nivel de confianza 95,00%
Intervalo de confianza 5,25%

III. CUEVA DE LOS FRANCESES

La Cueva de los Franceses se encuentra en la entidad local menor de Revilla de Pomar, en el término municipal de Pomar de Valdivia, y dentro del Espacio Natural de Covalagua y de la Reserva Geológica de Las Loras. En concreto, esta zona interprovincial se asienta en parte en la unidad morfoestructural del «Páramo de La Lora o Pata del Cid» del Cretácico Superior. Las corrientes fluviales a partir de la erosión diferencial han logrado desgajar en el extremo occidental de La Lora una amplia «mesa caliza» denominada «La Lora de Valdivia». Los procesos de disolución del páramo calizo o «karst» dan como resultado diversas formas kársticas externas (simas, dolinas o torcas, uvalas, lapiaces, etc.) e internas, en este caso, las galerías y las oquedades de la cavidad de la Cueva de los Franceses. La infiltración de las aguas en la paramera ha originado una corriente interna que aparece en forma de cascada en una arquitectura tobácea o «terrazas de toba calcárea» y da pie al nacedero del río Ivía o Covalagua que se abre paso por el angosto vallejo o «valle cerrado». Las pronunciadas y abruptas cuevas, sobre todo en la vertiente que enlaza con Valderredible en Cantabria, debido al desmantelamiento de la cobertera caliza y de las arcillas y arenas subyacentes, se pueden apreciar desde el Mirador de Valcabado (1.218 m).

El nombre del entramado de galerías de la Cueva de los Franceses, cuenta la leyenda, se debe a los huesos encontrados en su interior de los soldados caídos en el enfrentamiento entre las tropas napoleónicas y el ejército de húsares cántabros en la Guerra de la Independencia o Guerras Peninsulares. El descubrimiento de esta oquedad tuvo lugar en el año 1904, de forma casual, por un pastor local que, a su vez, se lo comunicó a D. Luciano Huidobro. A partir de este momento, este sacerdote dedicó su vida a la investigación y promoción de las excelencias de la gruta: salas con caprichosas estalactitas colgadas del techo, con estalagmitas y columnas pétreas de calcita emergiendo del suelo, coladas y grandes bloques fracturados y/o desprendidos.

La cueva ha estado cerrada en varias ocasiones desde el comienzo de su explotación turística en 1974 para acometer múltiples reformas encaminadas a preservar las condiciones de conservación, ampliar el recorrido de la visita y mejorar la seguridad del visitante. La intervención más reciente fue dotar a la entrada de acceso a la cueva de un moderno y funcional Centro de Recepción de Visitantes del arquitecto José Antonio González, inaugurado el 3 de julio de 2009, que representa un prisma inclinado construido de hormigón, acero laminado, cristal y cubierto de chapas metálicas. El pabellón está pensado para arropar la entrada de la gruta, de las inclemencias climatológicas del páramo y, al mismo tiempo, acoger a los grupos de visitas y sensibilizar sobre las singularidades de esta formación geológica. La segunda actuación, ha consistido en la ampliación del recorrido visitable por el interior de la cavidad, la dotación de modernos sistemas de iluminación y sonido y la instalación de cuatro estaciones meteorológicas. La reanudación de la actividad turística tras las obras, fue el 14 de julio de 2010, con la incorporación de 53 metros de pasarela (ahora están al uso un total de 445

Número de visitas realizadas a la Cueva de los Franceses

AÑOS	E	F	M	A	M	Jn	Jl	A	S	O	N	D	TOTAL
2004							1.345	5.629	1.629	1.829			10.432
2005				1.070	3.220	2.015	2.421	3.465	1.180	696	339	351	14.757
2006				2.063	2.065	1.362	2.253	3.887	1.365	1.288	403	498	15.184
2007	175	368	183	2.302	1.600	1.890	2.179	3.951	1.122	1.201	683	559	16.213
2008	157	403	985	1098	546								3.189
2009							3.096	5.142	1.998	2.101	1.209	692	14.238
2010							3.090	7.150	2.434	2.646	1.246	734	17.300
2011		399	1.108	2.687	2.347	2.775	3.225	4.869	2.067	2.517	778	568	23.040

Fuente: Diputación Provincial de Palencia. Patronato Provincial de Turismo.

PERFIL DEL VISITANTE

	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	TOTAL VERANO
PROCEDECENCIA (%)				
Castilla y León	33,33	32,00	47,62	35,29
Ávila				
Burgos	18,75	4,00	9,52	10,92
León	6,25	2,00	9,52	5,04
Palencia	4,17	18,00		9,24
Segovia				
Salamanca				
Soria				
Valladolid	4,17	8,00	28,57	10,08
Zamora				
Madrid	18,75	18,00	4,76	15,97
Cataluña	4,17	2,00	4,76	3,36
Aragón				
Asturias	2,08	2,00		1,68
Cantabria	6,25	10,00		6,72
Galicia	6,25	2,00		3,36
Castilla-La Mancha				
Comunidad Valenciana	12,50	18,00		12,61
País Vasco	4,17	4,00		3,36
La Rioja			19,05	3,36
Extremadura	2,08			0,84
Andalucía	6,25	2,00		3,36
Murcia				
Navarra				
Canarias				
Illes Balears				
Extranjeros				
Sin especificar procedencia	4,17	10,00	23,81	10,08
TOTAL	100	100	100	100
SEXO (%)				
Hombre	52,08	48,00	38,10	47,90
Mujer	47,92	52,00	61,90	52,10
TOTAL	100	100	100	100
EDAD (%)				
Menos de 19	35,42	8,00	4,76	18,49
Entre 20 y 30	0,00	22,00	23,81	13,45
Entre 30 y 40	14,58	18,00	23,81	17,65
Entre 40 y 50	14,58	18,00	14,29	15,97
Entre 50 y 65	27,08	24,00	14,29	23,53
Más de 65	8,33	10,00	19,05	10,92
TOTAL	100	100	100	100
GRADO DE FORMACIÓN (%)				
Sin estudios	6,25			2,59
Primarios	22,92	10,00	47,62	22,41
Secundarios	12,5	28,00	28,57	22,41
Universitarios	54,17	54,00	23,81	50,00
Otros	4,17	8,00		5,17
TOTAL	100	100	100	100
VIAJA (%)				
Solo	2,08	2,00	9,52	3,36
En pareja	22,92	14,00	23,81	19,33
En familia	37,50	44,00	28,57	38,66
Con amigos	37,50	16,00	38,10	28,57
En Viaje Organizado		24,00		10,08
TOTAL	100	100	100	100

TIPO DE VIAJE

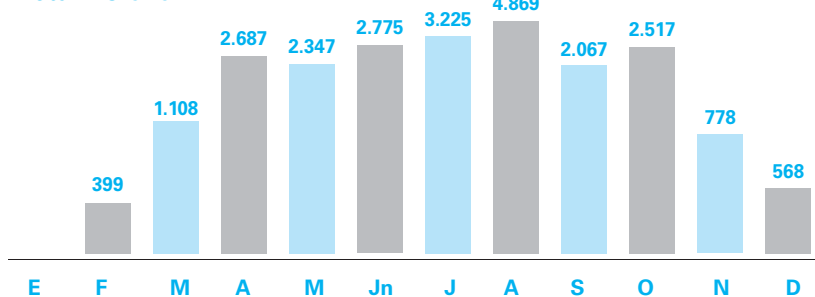
	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	TOTAL VERANO
DURACIÓN (%)				
1 día	27,08	44,00	19,05	32,77
2 días	4,17	4,00	33,33	9,24
3 días	8,33	10,00	42,86	15,13
4 días	10,42	2,00		5,04
Varios	37,50	26,00	4,76	26,89
Sin especificar duración	12,50	14,00		10,92
TOTAL	100	100	100	100
PERNOCTACIÓN (%)				
Si	35,42	50,00	23,81	39,50
No	58,33	44,00	57,14	52,10
Sin respuesta	6,25	6,00	19,05	8,40
TOTAL	100	100	100	100
TIPO DE ALOJAMIENTO (%)				
Hotel	25,00	14,81	33,33	23,53
Hostal/Pensión	15,00	7,41	4,76	8,82
Camping				
Albergue		25,93	4,76	11,76
Alojamiento T. R.	50,00	18,52	19,05	27,94
2ª Residencia	5,00	14,81	19,05	13,24
Otros	5,00	18,52	19,05	14,71
TOTAL	100	100	100	100
ORGANIZACIÓN DEL VIAJE (%)				
Sin contratación previa	58,33	50,00	23,81	48,74
Por teléfono/internet	25,00	30,00	47,62	31,09
Agencia de viajes		2,00	14,29	3,36
Central de reservas				
Otros	16,67	18,00	14,29	16,81
TOTAL	100	100	100	100
CONOCIMIENTO DE LA PROVINCIA (%)				
Si	64,58	72,00	80,95	70,59
No	35,42	28,00	19,05	29,41
TOTAL	100	100	100	100
MEDIO DE TRANSPORTE (%)				
Coche	93,75	76,00	57,14	79,83
Autobús		20,00	33,33	14,29
Tren	2,08		9,52	2,52
Otros	4,17	4,00		3,36
TOTAL	100	100	100	100
VISITA A LA CUEVA PRINCIPAL MOTIVO (%)				
Si	20,83	16,00	66,67	26,89
No	79,17	84,00	33,33	73,11
TOTAL	100	100	100	100
OTRAS VISITAS DURANTE SU ESTANCIA (%)				
Si	60,42	44,00	33,33	48,74
No	39,58	56,00	66,67	51,26
TOTAL	100	100	100	100
OTRAS ACTIVIDADES (%)				
Comer en un restaurante local	34,67	38,75	42,00	38,05
Comprar productos típicos de la zona	28,00	23,75	24,00	25,37
Realizar actividades culturales	22,67	30,00	24,00	25,85
Practicar deportes	9,33	2,50	2,00	4,88
Otros	5,33	5,00	8,00	5,85
TOTAL	100	100	100	100

CARACTERÍSTICAS DE LA VISITA

	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	TOTAL VERANO						
MEDIO CONOCIMIENTO DE LA CUEVA (%)										
Soy de la zona	9,52	20,00	18,75	15,48						
Amigos/Familia	39,68	30,00	37,50	35,48						
Guía y/o folletos	7,94	3,33	6,25	5,81						
Medios de comunicación	3,17	6,67		3,87						
Internet	20,63	15,00	12,50	16,77						
No sabía de su existencia	0	5,00		1,94						
Oficinas de turismo	11,11	3,33	6,25	7,10						
Otros	7,94	16,67	18,75	13,55						
TOTAL	100	100	100	100						
PRINCIPAL MOTIVO DE LA VISITA (%)										
Interés histórico-artístico	46,15	43,86	51,61	46,43						
Visita a los entornos naturales	28,85	45,61	32,26	36,43						
Otros motivos	25,00	10,53	16,13	17,14						
TOTAL	100	100	100	100						
CONOCIÓ ANTERIORMENTE LA CUEVA (%)										
Si	29,17	30,00	19,05	27,73						
No	70,83	70,00	80,95	72,27						
TOTAL	100	100	100	100						
SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES										
JULIO										
Centro de Recepción	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Dotación museística										
Personal										
Información /Señalización										
Precio										
Horario										
Reserva de entradas										
Recorrido interior										
Valoración general										
AGOSTO										
Centro de Recepción	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Dotación museística										
Personal										
Información /Señalización										
Precio										
Horario										
Reserva de entradas										
Recorrido interior										
Valoración general										
SEPTIEMBRE										
Centro de Recepción	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Dotación museística										
Personal										
Información /Señalización										
Precio										
Horario										
Reserva de entradas										
Recorrido interior										
Valoración general										
TOTAL TRIMESTRE										
Centro de Recepción	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Dotación museística										
Personal										
Información /Señalización										
Precio										
Horario										
Reserva de entradas										
Recorrido interior										
Valoración general										

Visitantes por meses

Total: 23.040



Nivel de confianza 95,00%
Intervalo de confianza 8,93%

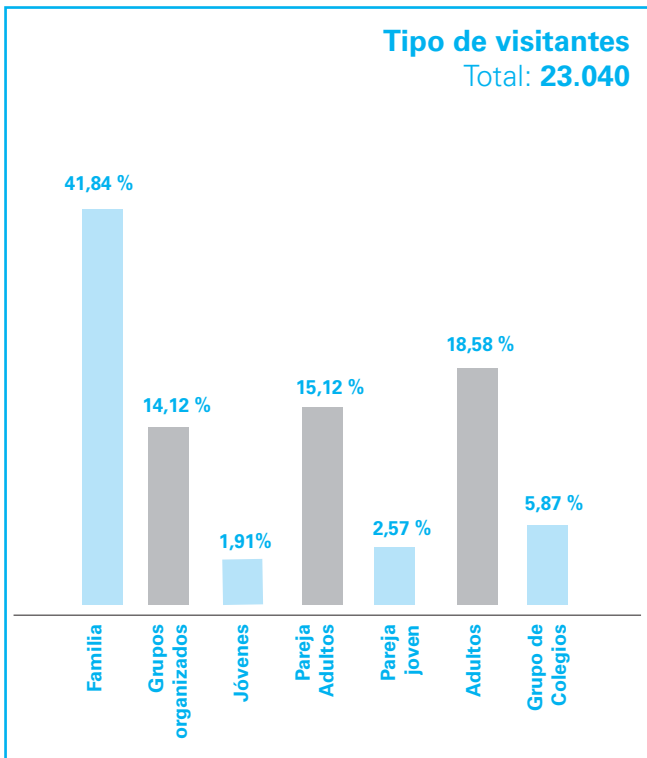


metros) y dos nuevas salas al itinerario subterráneo, una de ellas con un auditorio para 36 personas, que se traduce en un recorrido de unos 45 minutos de duración.

La Cueva de los Franceses será la anfitriona del IV Congreso Nacional de Cuevas Turísticas de España «Cuevatur 2012», con el lema «Las Cuevas Turísticas como Activos Económicos: Conservación e Innovación», bajo la supervisión de la Asociación de Cuevas Turísticas Españolas (ACTE). Las sesiones de la reunión científica se desarrollarán en el Cine Amor en Aguilar de Campóo, del 17 al 21 de octubre de 2012, donde se debatirán temas relacionados con el desarrollo socioeconómico de los territorios con cuevas, la investigación y la conservación del patrimonio natural y la incorporación de la innovación tecnológica.

En esta primera década del siglo XXI, se ha incrementado el número de visitantes a la Cueva de los Franceses, hasta superar las 20.000 entradas, atraídos por el fascinante «turismo subterráneo» que esconden las galerías y las salas. La procedencia de los visitantes, de forma mayoritaria, corresponde a la propia comarca, a la provincia, a Castilla y León y a Madrid; seguidos, por este orden, de los que provienen de la Comunitat Valenciana, Cantabria, País Vasco, Cataluña, Galicia, Andalucía y La Rioja.

Las características de los visitantes nos indican que están presentes todas las cohortes de edad y con un alto grado de formación. El tipo de viaje suele ser en familia, en grupo de amigos o en pareja con vehículo privado, mientras que, el viaje organizado utiliza el autobús. Cuando se pernocta se utilizan los alojamientos de turismo rural y los establecimientos hoteleros de los municipios de alrededor y otros medios (autocaravanas). La mitad de los visitantes ya conocía la cueva y el otro cincuenta por ciento se ha informado mediante referencias de conocidos, internet, oficinas de turismo, publicidad impresa y otros (medios de comunicación, cartelería, recepción de hoteles, ferias, etc.). Por tanto, la tipología turística de la Cueva de los Franceses se puede encuadrar en un modelo de «turismo familiar», representado por familias con hijos y parejas adultas, de «turismo escolar» destinado a colegios y de «turismo de paso» que aprovechan los grupos organizados.



Medio de conocimiento de la Cueva

Total: 23.040

Conocían	56,80%
Internet	9,67%
Amigos/Familiares	19,20%
Oficinas de Turismo	3,93%
Cartelería	4,70%
Medios de Comunicación	2,58%
Hostelería	1,34%
Bono	0,27%
Guía/Folleto	1,50%
Ferias	0,01%

Fuente: Diputación Provincial de Palencia. Patronato Provincial de Turismo.

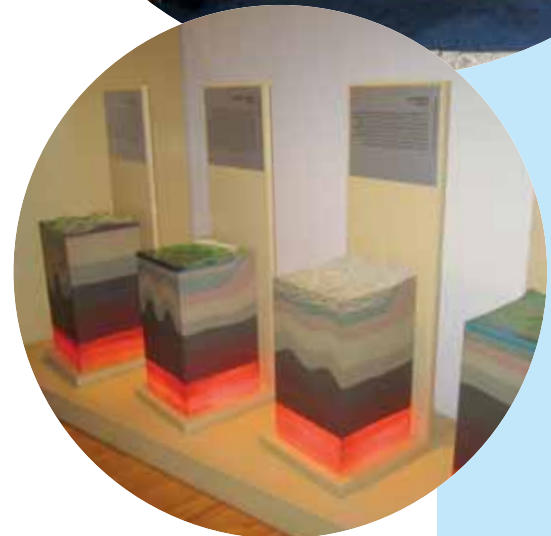
IV. TURISMO MINERO: LA PUESTA EN VALOR DEL «PATRIMONIO MINERO» O «PATRIMONIO HISTÓRICO INDUSTRIAL»

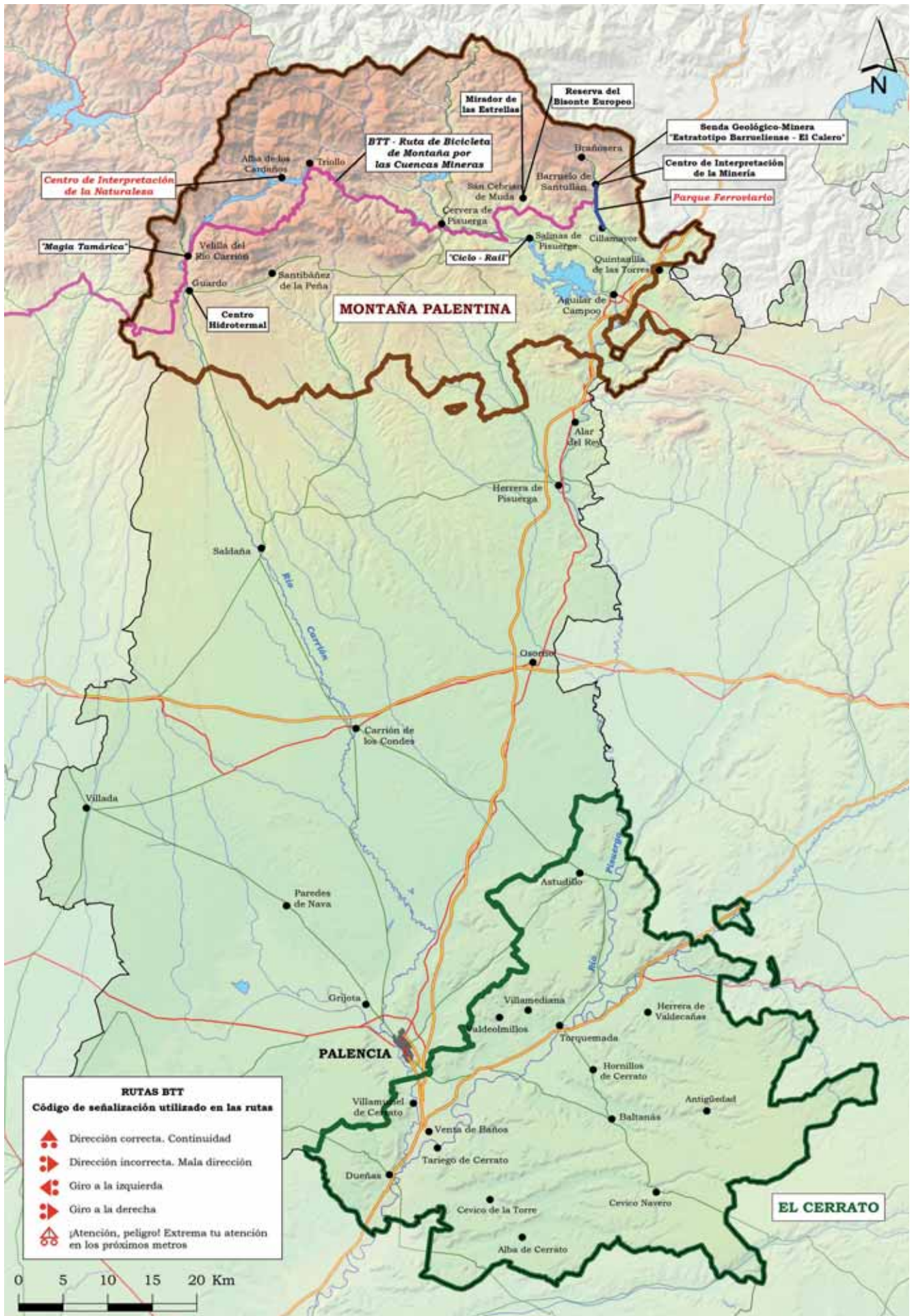
El territorio de la provincia de Palencia atesora en el subsuelo numerosos minerales y recursos geológicos que a lo largo de la historia las diferentes culturas han explotado. Desde las montañas cantábricas hasta los páramos cerrateños se pueden ver las cicatrices de las labores extractivas y descubrir el poso cultural que ha dejado en el peculiar modo de vida de los mineros. En la actualidad, las huellas materiales y la herencia inmaterial del «patrimonio minero» se erigen en un recurso para el desarrollo turístico de los «territorios mineros». Los restos mineros forman parte de un conjunto de elementos mucho más amplio, conocido como «patrimonio histórico industrial» o «arqueología industrial minera», que están relacionados con la economía y los procesos productivos e industriales del pasado. La administración regional, en el marco del Plan del Patrimonio Histórico de Castilla y León (Plan PAHIS, 2004-2012) y con la colaboración del Consejo Regional de Cámaras Oficiales de Comercio e Industria de Castilla y León, ha realizado un exhaustivo inventario de los bienes del «patrimonio histórico industrial» de Palencia.

Con la denominación de «territorios mineros» en la provincia palentina hacemos referencia, en primer lugar, a las subcuencas del norte provincial dedicadas a la extracción del carbón de hulla y antracita mediante pozo y galerías subterráneas o a cielo abierto y, en segundo lugar, al conjunto de minas de yeso o yeseras localizadas en las cuevas de los páramos del Cerrato. En el área de la montaña, la minería del carbón ha legado formas de poblamiento y de hábitat minero únicas (poblados, colonias, barrios de viviendas y «cuarteles») con todos los equipamientos (sanatorio, farmacia, cine, casino obrero, colmado de alimentación, etc.), restos de la extracción y gestión minera (bocaminas, castilletes, talleres, lavaderos de mineral, oficinas, etc.), infraestructuras de transporte en desuso (estaciones y tramos ferroviarios) y rasgos culturales propios (la celebración de Santa Bárbara, el concurso de entibadores, las tonadas, etc.). En la comarca cerrateña, la herencia minera del yeso ha sido muy modesta; sin embargo, todavía pervive en la memoria colectiva y presenta una gran impronta la «arquitectura rupestre» resultante sobre el paisaje.

El uso turístico del patrimonio minero encuentra su punto de referencia, junto a los recorridos por el singular «paisaje cultural» creado por el duro trabajo de los mineros, en la oferta de instalaciones y equipamientos destinados a la recepción de los visitantes e interpretación del «patrimonio territorial minero».

En la subcuenca del Rubagón, con centro en Barruelo de Santullán, la oferta turística está compuesta por el Centro de Interpretación de la Minería (CIM) y la Senda Geológico-Minera «Estratotipo Barrueliense-El Calero». El producto turístico del Centro de Interpretación de la Minería (CIM), inaugurado el 13 de abril de 1999, comprende el Museo Minero y la Mina Visitable. El Museo Minero está ubicado en lo que fueron las antiguas escuelas nacionales, junto al alojamiento de turismo rural El Valle, y a lo largo de sus salas se explica la historia, los tipos y la ingeniería minera del carbón. Las galerías de la Mina Visitable, emplazada a un kilómetro del casco urbano en el paraje «Alto del Tomillo», transmiten las sensaciones del interior de una explotación subterránea y permiten comprender los sistemas tradicionales de las labores (entibado de los túneles, sistemas de explotación, etc.). Alrededor del caserío, se han colocado paneles en los hitos de la Senda Geológico-Minera «Estratotipo Barrueliense-El Calero» para explicar el estrato carbonífero descubierto por el investigador holandés Roberto Wagner. Además, completa





Localización de los territorios mineros en la provincia

el destino la casa Museo de Herminio Revilla con las esculturas en madera sobre la vida en la Montaña Palentina y las maquetas en movimiento.

Por los términos municipales de Barruelo de Santullán y San Cebrián de Mudá, transcurre el sendero de pequeño recorrido circular (11 kilómetros), denominado «Senda de Ursi» (PRC-P2), en reconocimiento al trabajo del minero/escultor Ursicino Martínez «Ursi» natural de Villabellaco. Los artistas del Grupo Muriel han colocado más de una treintena de esculturas en el camino que une las poblaciones de Villabellaco, Valle de Santullán y el Santuario de la Virgen del Carmen. A comienzos del año 2011, se ha inaugurado el Centro de Visitantes de la senda en Villabellaco con la adaptación de la casa natal y taller del escultor Herminio Revilla. El objetivo del itinerario es contemplar las creaciones artísticas integradas en la naturaleza y, a la vez, descubrir todos los matices del paisaje montaños del valle de Santullán desde el Mirador de Rulaya y desde el Mirador de la Solana.

Las labores mineras en la pequeña subcuenca de los valles de Vergaño y Mudá cesaron en el pasado siglo XX. El cierre de las minas ha servido de acicate para iniciar un proceso de desarrollo local con el turismo como eje estratégico. El uso alternativo de un antiguo cargadero de carbón, junto al Barrio de San Miguel, ha posibilitado la apertura de un innovador producto turístico como es el Observatorio Astronómico «El Mirador de las Estrellas». Sin embargo, la oferta más mediática del plan de desarrollo es la Reserva del Bisonte Europeo «*Bison bonasus*» con el Centro de Interpretación en San Cebrián de Mudá. Con la llegada desde los bosques polacos de Bialowieza y Puszczyna de dos machos y cinco hembras de bisonte europeo, el 4 de junio de 2010, iniciaba la andadura este proyecto. Posteriormente, la manada ha crecido con dos crías y, en pocos meses, convivirán en el cercado con otros animales salvajes (onagros, uros, caballos de przewalski, etc.).

Sobre las vías del ferrocarril abandonadas que unían las minas del valle de Mudá con la estación de Salinas de Pisuerga opera el «ciclo-raíl». Mediante una plataforma, dos bicicletas de montaña unidas circulan por los raíles de la línea férrea que parte de la estación del «ciclo-raíl» en Salinas de Pisuerga y llega a Mudá (8 kilómetros de recorrido). La puesta en valor de las líneas ferroviarias cerradas o inconclusas se inicia a comienzos de los años noventa en la Montaña Palentina mediante la aplicación del «ciclo-raíl».

La oferta en el extremo occidental de la cuenca minera palentina está centrado en las poblaciones de Velilla del Río Carrión y Guardo. El proyecto «Magia Tamárica», con la urbanización y ajardinamiento del entorno del Calero y de La Reana, pretende poner en valor turístico el horno de cal y las fuentes tamáricas en Velilla del Río Carrión. Además, la cultura minera del municipio de Velilla del Río Carrión se muestra en el Concurso Nacional de Entibadores y en las sendas: «Senda del Sestil de Torales» y Los Senderos y el Sabinar que nos acercan a las bocami-



Número de visitas realizadas al Centro de Interpretación de la Minería (CIM)

AÑOS	E	F	M	A	M	Jn	Jl	A	S	O	N	D	TOTAL
2006	71	153	860	2.060	1.445	799	958	2.305	668	1.120	732	665	11.836
2007	43	354	722	1.525	1.576	1.158	739	1.954	749	727	674	443	10.664
2008	104	433	1.269	982	1.796	1.195	1.254	2.027	496	818	689	499	11.562
2009	109	206	1.058	1.252	1.805	737	995	2.123	691	1.159	542	343	11.020
2010	171	331	1.097	1.392	1.235	592	936	1.948	465	1.494	541	497	10.699

Fuente: Ayuntamiento de Barruelo de Santullán.



nas y explotaciones mineras. El ayuntamiento de Guardo ha apostado por la construcción de un Centro Hidrotermal como alternativa de ocio y de atracción de turistas. Las nuevas instalaciones, anexas a la piscina climatizada, contarán con un circuito con ducha de inicio, pediluvio y poza fría. Además, el complejo estará dotado de una zona de contrastes (duchas de sensaciones, sauna, baño de vapor, baño turco, banco térmico y máquina de hielo), una piscina multifuncional, un área de descanso con jacuzzi y un espacio caliente de relajación (ducha Vichy, sala de masajes y sala de relax).

Las cuencas mineras de León y Palencia han realizado la señalización de las «Rutas turísticas de Bicicleta de Montaña por las Cuencas Mineras de Castilla y León (desde la Montaña Palentina hasta Los Ancares)». Esta ruta cicloturista para Bicicleta de Montaña BBT tiene su origen en Barruelo de Santullán y discurre hasta Galicia, atravesando en la zona de la Montaña Palentina Triollo, el valle de Miranda, Valsurbio, Valcobero, Velilla del Río Carrión y Guardo. A comienzos del mes de septiembre, se ha presentado en la oficina de turismo de Guardo la guía «Rutas turísticas de bicicleta de montaña por las Cuencas Mineras de Castilla y León» que divide el itinerario en cinco rutas.

Aún quedan pendientes algunos proyectos turísticos basados en el aprovechamiento de los recursos ociosos relacionados con la minería del carbón, como por ejemplo, el «Parque Ferroviario de Barruelo» con un Punto Activo, que persigue la rehabilitación de la estación barruelana y de la vía férrea de Barruelo de Santullán a Quintanilla de las Torres (de 12 kilómetros de longitud), el «Centro de Interpretación de la Naturaleza» en Alba de los Cardaños (término municipal de Velilla del Río Carrión) o las Rutas de Senderismo por las Cuencas Mineras.

En casi todos los pueblos del Cerrato, a lo largo de la historia se ha extraído de las cuevas de los páramos de forma artesanal el aljez (cristal de yeso). El resultado aparece en el paisaje como grandes huecos que siguen una misma curva de nivel y que da paso al interior a través de grutas. Estas antiguas minas de yeso o yeseras, en la actualidad abandonadas, se han usado de vivienda troglodítica avanzado el siglo pasado, de establecimientos de restauración (mesones) o para cultivar champiñones y setas. Para muchas familias de cerrateños fue un modo de trabajo e, incluso, algunos pueblos tuvieron fábricas de yeso, como por ejemplo, la Fábrica de Yeso «El Carmen» en Cevico Navero o las «Industrias Casero. Fábrica de Yesos» en Hornillos de Cerrato y, hoy en día, se mantiene con actividad la Fábrica de «Yesos Maté S. L.» en Villamediana. La recuperación con fines turísticos de las yeseras es una aspiración para las localidades de Alba de Cerrato, Antigüedad, Astudillo, Baltanás, Cevico Navero, Hornillos de Cerrato, Valdeolmillos, Villamediana, Villamuriel de Cerrato, etc.

La demanda de «turismo minero» está creciendo a escala internacional y nacional como ponen de manifiesto los datos de los destinos y productos de los territorios mineros. El respaldo del Plan de la Minería del Carbón y Desarrollo Alternativo de las Comarcas Mineras (Plan «MINER», 1998-2005) ha sido decisivo para concienciar a los agentes locales y acometer proyectos en base al patrimonio minero. De cara al futuro, en el marco del actual «Plan Nacional de Reserva Estratégica de Carbón 2006-2012 y Nuevo Modelo de Desarrollo Integral y Sostenible de las Comarcas Mineras», será necesaria mayor creatividad, el trabajo en red y la agilidad administrativa para garantizar el éxito del «turismo minero» en tierras palentinas.



V. APUESTA POR LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

La presidenta del Patronato Provincial de Turismo, D^a. Ana María Asenjo García, ha presentado a la sociedad palentina las líneas estratégicas de actuación de la institución a corto y medio plazo. El primer paso ha sido, tras una fase de contactos previos con agentes, responsables y empresarios de turismo de la provincia, la creación de la marca «Palencia Turismo» en colaboración con el Ayuntamiento capitalino. Bajo esta estructura, los pasos a seguir por el Patronato Provincial de Turismo estarán encaminados a conseguir la eficiencia, la competitividad y la calidad de los servicios turísticos que tiene consignados y dotar a la provincia de rasgos singulares y diferenciadores del resto de los destinos. Además, desde una perspectiva estratégica, la principal misión es alargar el número de pernотaciones y de días de estancia, desestacionalizar la oferta provincial, fidelizar a los que nos visitan y crear riqueza y empleo.

La hoja de ruta está centrada en aprovechar al máximo las nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TICs) y las redes sociales. Estas herramientas permiten un acceso a todos los públicos y mercados emisores, segmentar la oferta, diversidad de soportes y minimizar costes en materia de promoción y comercialización. Además, el turista puede tener una información actualizada y accesible de los eventos, de los horarios de apertura de los monumentos y museos, de la localización de los recursos del patrimonio natural y cultural y de las rutas en cualquier sistema de localización GPS (Global Positioning System) para ubicarlo en un Sistema de Información Geográfica (SIG o GIS, en su acrónimo inglés Geographic Information System), etc.

La base de la acción turística será la coordinación interadministrativa mediante la creación de la Oficina Integral de Turismo con el doble fin de optimizar los recursos económicos y favorecer las posibles sinergias y, de cara al ciudadano, dar una visión de unidad y de coherencia. Igualmente, la coordinación incluirá a los Centros de Información Turística y a las Oficinas de Turismo de la provincia con el objetivo de funcionar como una red integrada y mantener en todo momento unos cauces de comunicación que permitan transferir información veraz y actualizada desde todos estos puntos. Un instrumento de apoyo serán las investigaciones derivadas del Observatorio Turístico de la Provincia a través del tratamiento estadístico y el análisis de los resultados del escenario turístico palentino.

En segundo lugar, dada la variedad de la oferta turística de las zonas geográficas y de los municipios palentinos es el momento de hacer un esfuerzo común para estructurar las diversas modalidades de turismo que nos diferencien del resto de destinos similares: el cultural, el arqueológico, el ornitológico, el deportivo, el de naturaleza, el cicloturismo, el activo, el fluvial, el industrial, el cinegético, el micológico, el enológico y el gastronómico.

Un tercer pilar de la acción turística es la implicación de los agentes que trabajan en contacto con el turista (taxistas, policías locales, guías turísticos, personal de servicio, etc.) para hacer aún más atractivo y cercano el destino y trasladar al exterior una imagen afable. Dentro de este apartado, es necesario el compromiso y el diálogo continuo con el sector empresarial privado y miembros de grupos, asociaciones y fundaciones de cara a la generación de ideas y la confección de propuestas conjuntas.

El cuarto apartado, como ya hemos anticipado, es una apuesta decidida por la incorporación de las herramientas de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TICs), de las redes sociales («Facebook» y «Twitter») y de los sistemas de información y posicionamiento vía internet en diferentes formatos para teléfonos inteligentes (mediante códigos QR, por ejemplo) al mundo del turismo. Los avances y cambios tecnológicos producidos en este contexto indican que hay que renovarse continuamente para no desaparecer del mapa turístico y, por tanto, aparece como un reto apasionante de modernización, de trabajo en equipo y de contacto directo con el resto de administraciones, técnicos informáticos, empresarios y turistas.

Por último, todas estas actuaciones estarán supeditadas a la elaboración y redacción de un Plan de Innovación Turística, junto a los técnicos del Ayuntamiento de la capital provincial, que incluirá el inventario de los recursos provinciales con vocación turística, una síntesis mediante el método de la matriz DAFO y la definición de las líneas estratégicas y de las acciones a seguir en los próximos años.



VI. PRINCIPALES NOTICIAS TURÍSTICAS

Festival de «Órgano Ibérico» y Festival de Música «Provincia de Palencia»

En varias localidades palentinas se ha desarrollado del 16 de julio al 27 de agosto el Festival de «Órgano Ibérico» Provincia de Palencia. Este festival ha sido organizado por el Centro Cultural Provincial, con la colaboración del Obispado de Palencia, con el objetivo de redescubrir a la población local y a los visitantes la música de este instrumento tradicional en los templos palentinos de las comarcas de Tierra de Campos y del Cerrato. En esta edición del festival, el programa estaba compuesto esencialmente por conciertos de órgano en horario de tarde, en algún caso con un carácter didáctico y, de forma excepcional, por el acompañamiento de la celebración litúrgica con un breve concierto al finalizar el acto. Paralelamente, el Festival de Música Provincia de Palencia, entre el 30 de junio al 29 de agosto, ha acercado la música clásica a otros pueblos de la geografía provincial. Muy cercana a estas dos iniciativas, se encuentra la propuesta realizada dentro de las actividades culturales de la Villa Romana «La Olmeda» con los conciertos del programa «La Olmeda con las músicas del mundo».

Primer Aniversario del «Museo del Cerrato Castellano» (MC) en Baltanás

El «Museo del Cerrato Castellano» (MC), en Baltanás, ha cumplido un año abierto al público tras la inauguración el 7 de agosto del 2010. Por las instalaciones han pasado alrededor de 8.000 visitantes, entre los asistentes a las jornadas de puertas abiertas, los participantes en las actividades (conciertos, presentaciones, exposiciones temporales, etc.) y los turistas con entrada, durante su año de vida. El centro cuenta con dos espacios expositivos diferenciados tras la rehabilitación del antiguo Palacio-Hospital de Santo Tomás del siglo XVIII y una parte del Colegio de La Milagrosa. El edificio modernista alberga un centro de interpretación sobre diversos aspectos de la Comarca del Cerrato relacionados con el medio natural, la demografía, la economía, la arquitectura popular y la etnografía a través de paneles, maquetas y vídeos. En las salas del edificio histórico se recoge una amplia muestra de arte sacro y una colección de pintura. También, en este año de vida se ha inaugurado una sala de exposiciones temporales que complementa la programación del resto de actividades culturales (ciclos de música).

Múltiples miradas hacia el Canal de Castilla

A lo largo del verano hemos asistido a una sucesión de noticias relacionadas con el futuro del Canal de Castilla. En primer lugar, los representantes de los municipios ribereños se congregaron en Becerril de Campos, el 5 de julio, para debatir sobre «La gobernanza del Canal de Castilla: el punto de vista de las autoridades locales», que se completó al día siguiente, con la visita al Centro de Visitantes del Canal de Castilla y el Barco turístico «Antonio de Ulloa» en Medina de Ríoseco (Valladolid). Estas jornadas estuvieron organizadas por la Asociación de Municipios Ribereños del Canal de Castilla (SIRGA) que participa en el proyecto «Waterways Forward-Canales de Futuro», financiado por los fondos INTERREG IV-C de la Unión Europea y que, además, está elaborando el informe «Gobernanza y medio ambiente en el entorno del Canal de Castilla» mediante un convenio con la Fundación Patrimonio Natural de Castilla y León. En segundo lugar, los presidentes de las Diputaciones de Burgos, Palencia y Valladolid implicados en la implementación del Plan de Excelencia Turística (PET), a primeros del mes de septiembre, confirmaban la continuidad del «Consortio para la Gestión Turística del Canal de Castilla». El objetivo inmediato del Consorcio será proponer nuevos proyectos y buscar nuevas fórmulas de comercialización turística del Canal de Castilla.



VII. ACTUACIONES PREVISTAS PARA LOS MESES DE OCTUBRE, NOVIEMBRE Y DICIEMBRE

ACTIVIDADES Y ACCIONES PROMOCIONALES

- **XV Feria Internacional del Turismo de Interior «INTUR 2011»
Presentación del nuevo logo «Palencia Turismo» y creación del Facebook Palencia Turismo y Twitter: @PalenciaTurismo**
Valladolid, del 24 al 27 de noviembre de 2011

- **Muestra «La otra aventura de Ulises. Una villa romana en la meseta: La Olmeda»**
«Palacio Barreda» de Santillana del Mar (Cantabria), del 8 de octubre de 2011 al 8 de enero de 2012

- **Reunión del Patronato Provincial de Turismo con la Junta Directiva de la Asociación de Cuevas Turísticas Españolas (ACTE) para avanzar en la organización del IV Congreso Nacional de Cuevas Turísticas de España «Cuevatur 2012»: «Las Cuevas Turísticas como Activos Económicos: Conservación e Innovación», del 17 al 21 de octubre de 2012**
Aguilar de Campóo, 8 de octubre de 2011

- **Reunión del Consejo Provincial de Turismo**
Patronato Provincial de Turismo en Palencia, 17 de octubre de 2011

- **Reunión del Patronato Provincial de Turismo con los agentes turísticos de la Provincia para la coordinación de las acciones de promoción y fomento del turismo que desarrollen los municipios comprendidos en el ámbito territorial de la provincia**
Frómista, 20 de octubre de 2011

- **Reunión con los agentes turísticos de la provincia y de la capital para la organización de las actividades a llevar a cabo durante la Feria Internacional del Turismo de Interior «INTUR 2011»**
Patronato Provincial de Turismo en Palencia, 18 de noviembre de 2011

- **Contratación de diversos servicios por parte del Patronato Provincial de Turismo**
Actualización del portal www.palenciaturismo.es con los eventos de toda la provincia

- **Desarrollo y puesta en valor de «Palencia Turismo» a través de las redes sociales.**
Facebook Palencia Turismo y Twitter: @PalenciaTurismo

Horarios de cara al período invernal

- La Cueva de los Franceses cierra sus puertas desde el día 19 de diciembre al 15 de febrero de 2012 (<http://www.lacuevadelosfranceses.es>).
- El Barco «Marqués de la Ensenada», en Herrera de Pisuerga, cesa la actividad turística desde el día 16 de diciembre al 15 de febrero del 2012.
- El Barco «Juan de Homar», en Villaumbrales, cesa la actividad turística desde el día 31 de diciembre al 15 de febrero del 2012.
- La Villa Romana «La Tejada», en la localidad de Quintanilla de la Cueva, permanecerá cerrada desde el 31 de octubre de 2011 al 1 de marzo de 2012.



VNIVERSIDAD
D SALAMANCA



DIPUTACIÓN DE PALENCIA

Depósito Legal: S. 1.048-2009

Diseño e impresión:
www.graficaslope.com