



Diputación  
DE PALENCIA



# Boletín Informativo del OBSERVATORIO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE PALENCIA

Número 14 • Abril 2012

## EXTRAORDINARIO

### 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](http://www.dip-palencia.es)



## INFORME ANUAL 2011

### PRESENTACIÓN

En este nuevo Boletín del Observatorio Turístico de Palencia pretendemos hacer un balance del sector turístico provincial durante el año 2011. A priori, la anterior campaña se iniciaba con la amenaza del empeoramiento de la economía internacional y nacional como condicionante del normal desarrollo de las actividades turísticas y suponía de antemano un pesado lastre para las instituciones y los empresarios privados. Sin embargo, a lo largo del pasado año el turismo provincial ha mantenido unos datos positivos en cuanto a la llegada de viajeros y, aceptables, en el número de pernoctaciones. Al mismo tiempo, podemos considerar al año 2011 como un punto de inflexión para el turismo provincial al crearse la marca «Palencia Turismo» entre el Patronato Provincial de Turismo y el Ayuntamiento capitalino como fórmula común para sumar sinergias, como ya se pudo comprobar en el stand que ambos organismos llevaron a la Feria Internacional de Turismo de Interior «INTUR 2011». La rápida difusión y promoción de la marca se ha fundamentado en la incorporación de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación a la gestión diaria. La renovación de la imagen de la página web y la apertura de una cuenta y un perfil en las redes sociales «Facebook» y «Twitter», bajo el sello «Palencia Turismo», permiten el mantenimiento actualizado de las ofertas turísticas y la inclusión de propuestas sugerentes con el fin de atraer visitantes. De forma paralela, la institución provincial está elaborando de cara a un futuro inmediato un plan estratégico, «Plan de Actuaciones para el Desarrollo Turístico de Palencia», que marcará los objetivos y las líneas de actuación a partir de un diagnóstico de la realidad turística provincial, con el objetivo de reforzar la competitividad, la calidad y la sostenibilidad del sector.


### Las propuestas de actuaciones turísticas para el año 2011


Las perspectivas del sector turístico provincial a comienzos del año 2011 no eran muy halagüeñas debido a los datos registrados en las pasadas anualidades desde el inicio de la crisis financiera a finales del 2007 y las negativas previsiones de crecimiento económico del país. Con este escenario, a primeros de año el Patronato Provincial de Turismo presentó un compendio de propuestas, dentro del «Plan de Actuaciones Turísticas 2011», con el claro propósito de atraer a tierras palentinas al mayor número de visitantes posible, alargar la estancia media en los alojamientos hoteleros y extrahoteleros, desestacionalizar la demanda y, en definitiva, crear riqueza y empleo. La



**Patronato Provincial  
de Turismo**  
C/ Mayor, 31 Bajo  
34001 Palencia  
Tel : 979 706523  
Fax : 979 706525  
[www.palenciaturismo.es](http://www.palenciaturismo.es)

> Síguenos en:

 Palencia Turismo

 @PalenciaTurismo



principal apuesta para lograr estos objetivos consistía en incrementar el valor turístico de los productos gestionados por la Diputación Provincial (caso de las Villas Romanas de «La Olmeda» y «La Tejada», la Cueva de los Franceses, el Castillo de Fuentes de Valdepero y los Barcos del Canal de Castilla «Marqués de la Ensenada» y «Juan de Homar») y mantener las acciones promocionales en los principales mercados emisores nacionales e internacionales a través de la asistencia a Ferias específicas, Workshops, Viajes de Familiarización y Mercados de Contratación de Servicios Turísticos. La primera acción se considera estratégica debido al esfuerzo presupuestario realizado por la Diputación Provincial durante los últimos años para sacar adelante los proyectos que considera beneficiosos para el desarrollo económico del municipio y de la comarca donde se ubican. La segunda actuación, la presencia en los principales eventos promocionales es imprescindible dada la exigente competencia de otros destinos de «Turismo de Interior» semejante a la oferta del territorio palentino.

Estas acciones forman parte de un amplio programa de actuaciones englobadas en diversos apartados bajo los epígrafes de estudio y análisis de la realidad turística provincial, promoción turística, edición de material publicitario, fomento de la comercialización, programa de difusión de rutas por la provincia, potenciación de los servicios de información turística, convenios y subvenciones, gestión de recursos, acciones institucionales y otras actividades relacionadas con la información, la gestión y la organización de eventos. Según estas previsiones, el plan reafirmaba las actuaciones más exitosas de campañas pasadas y abría novedosas posibilidades turísticas.

### **Evaluación de las actuaciones del «Plan de Actuaciones Turísticas, 2011»**

Las actividades desarrolladas por el Patronato Provincial de Turismo durante el año 2011, tanto en solitario como en colaboración con otras instituciones y organismos ha resultado muy fructífera, según la Memoria de Gestión del «Plan de Actuaciones Turísticas», a pesar de la prolongada crisis económica que está sufriendo el país y las repercusiones que tiene sobre las diversas ramas económicas vinculadas al sector. Aún con este lastre, las acciones efectuadas en los diferentes capítulos y apartados no se han resentido gracias al generoso esfuerzo y a la creatividad demostrada por parte del equipo directivo y técnico de la institución provincial. Este renovado impulso del Patronato Provincial de Turismo se ha plasmado en dos acciones muy concretas y de gran significado por lo que transmiten: la creación de una marca conjunta con el Ayuntamiento de la capital «Palencia Turismo» para favorecer las futuras sinergias y la incorporación de las nuevas tecnologías de la información y del conocimiento a través de la página web y el posicionamiento en las redes sociales de la oferta en tiempo real que ayuda a reducir costes. Con estas premisas vamos a realizar un sucinto repaso de las principales acciones por capítulos.

En primer lugar, dentro del capítulo de *Asistencia y Cooperación Económica*, para garantizar el acceso a las iglesias se ratificó el convenio con el Obispado de Palencia que permitió poner en marcha una nueva edición del «Programa de Apertura de Monumentos» a partir de 5 rutas por las comarcas de Tierra de Campos y El Cerrato. También, el Patronato Provincial firmó un convenio con la Junta Pro-Semana Santa con el fin de apoyar y difundir los actos de la Semana Santa de la capital y de la provincia. Igualmente, un año más se ha realizado la firma del protocolo de colaboración con el Departamento de Geografía de la Universidad de Salamanca para continuar con los trabajos del Observatorio Turístico de la Provincia de Palencia. Como complemento a la labor de municipios, de asociaciones y de empresas, se concedieron las siguientes ayudas en las convocatorias de subvenciones: para Ayuntamientos y Entidades Locales Menores «Edición de material de promoción turística» (28 beneficiarios), «Fiestas y eventos de promoción turística» (28 beneficiarios) y «Apertura de Oficinas Municipales de Turismo» (13 beneficiarios); para Centros de Iniciativas Turísticas, Asociaciones y Entidades sin



ánimo de lucro «Actividades de promoción turística» (20 beneficiarios); para Centros Docentes «Rutas turísticas por la provincia de Palencia» (23 beneficiarios) y para Empresas Turísticas (21 beneficiarios).

En segundo lugar, con el objetivo de promocionar el turismo provincial y de establecer contactos con profesionales y empresas del sector, el Patronato Provincial, ha estado presente con material publicitario en varias reuniones del sector en el marco del capítulo de *Intervención en el Mercado Turístico a través de Asistencia a Ferias y Mercados de Contratación*. En concreto, ha participado como coexpositor del stand institucional de la Junta de Castilla y León en 6 ferias y, en otras tantas, sólo con material promocional; y, de forma individual con stand propio, ha estado en la Feria Internacional de Turismo de Interior «INTUR, 2011» de Valladolid (del 24 al 27 de noviembre). Con el stand modulado, adquirido en el 2009, ha ido a cuatro ferias de interés regional y provincial y a los centros comerciales «Los Fresnos» en Gijón y «Plaza Arturo Soria» en Madrid. La presencia en eventos promocionales finalizó con el apoyo a los empresarios palentinos en el XXXII Mercado de Contratación de Servicios Turísticos, Turismo Rural, Activo y de Naturaleza, en Burgos, organizado por la Dirección General de Turismo de la Junta de Castilla y León.

En tercer lugar, en el capítulo de *Promoción y Fomento del Turismo* hay que destacar los 8 viajes de familiarización (en inglés «fam trips» o «fam tours») destinados a periodistas, operadores turísticos o agencias de viajes por la Montaña Palentina y Tierra de Campos y las apariciones del Patronato Provincial en diferentes programas de los medios de comunicación (prensa, radio y televisión). Como consecuencia del éxito de ediciones anteriores, este año pasado se organizaron las rutas de «Palencia. Escenario de tus Sueños», con 660 participantes, y los itinerarios de «Palencia, Caminos de Arte y Vino» con 280 asistentes. Una de las acciones que requiere mayor esfuerzo presupuestario ha sido la elaboración e impresión de los folletos, mapas, carteles, etc. de la campaña publicitaria «Palencia, Experiencia Interior» y el alquiler de vallas y espacios publicitarios. Al mismo tiempo, se ha mantenido la convocatoria en su IV edición del Concurso de fotografía «La provincia de Palencia en verano» y la apuesta por el Bono Turístico «Palencia, descuento monumental» para acceder por 10€ a las Villas Romanas «La Olmeda» y «La Tejada», a los Barcos «Marqués de la Ensenada» y «Juan de Homar» y a la Cueva de los Franceses. Otro acierto en este campo, ha sido la designación por parte de la Asociación de Cuevas Turísticas de España (ACTE) de Aguilar de Campóo como sede para celebrar, del 18 al 20 de octubre de 2012, el IV Congreso Nacional de Cuevas Turísticas de España «Cuevatur 2012» con el lema «Las Cuevas Turísticas como Activos Económicos: Conservación e Innovación». Para finalizar este apartado, hay que reseñar la incorporación de las herramientas de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación a la promoción turística con la oferta de paquetes turísticos de forma continuada en la página web (<http://www.palenciaturismo.es>) y en las redes sociales de Facebook Palencia Turismo y Twitter@PalenciaTurismo.

En cuarto lugar, hay dos acciones que han acaparado el capítulo de *Inversiones y Desarrollo de la Política de Infraestructuras*: la inauguración del barco turístico «Juan de Homar» en Villaumbrales y la apertura del recorrido turístico por el Castillo de Fuentes de Valdepero.

Finalmente, en el apartado de *Otras Actividades*, el Patronato Provincial ha realizado las tareas de información turística desde la Oficina de la calle Mayor (19.193 demandas de información), las funciones de coordinación y gestión de los Barcos Turísticos «Marqués de la Ensenada» y «Juan de Homar», de la Cueva de los Franceses y del Castillo de Fuentes de Valdepero y la organización del XXVII Día de la Provincia en Saldaña (10 de junio).

La valoración y el grado de cumplimiento del programa no puede ser más satisfactorio y, a la vez, está lleno de esperanza para el año 2012 al vislumbrarse nuevas vías de desarrollo y promoción para del turismo provincial.





## I. COYUNTURA TURÍSTICA

### Oferta de alojamientos y restaurantes

El censo de infraestructuras turísticas palentinas, tanto de alojamientos hoteleros y extrahoteleros como de restaurantes, ha registrado leves variaciones durante el año 2011 según las estadísticas publicadas por la administración regional. En el grupo de los establecimientos hoteleros (hoteles, hostales y pensiones), las pequeñas oscilaciones en relación al pasado año y a lo largo de los meses de año 2011 se deben a que algunos alojamientos cierran en temporada baja. En cuanto a la planta de alojamientos extrahoteleros (alojamientos de turismo rural, apartamentos turísticos, campamentos de turismo y albergues), ha aumentado la oferta provincial con la apertura de nuevas empresas de alojamientos de turismo rural. También, los salones destinados a la restauración y casas de comida, en sus diferentes denominaciones comarcales, han incrementado el número de locales y las plazas. Estas cifras mantienen una oferta estable y una diversidad de categorías a pesar de las negativas repercusiones sobre el sector turístico en general derivadas de la mala situación económica del país.

### Alojamientos hoteleros

La guía provincial de alojamientos hoteleros, al finalizar el año 2011, registra una relación de 125 establecimientos que suponen 4.020 plazas en total. El número de establecimientos y de camas ha sufrido mínimas variaciones en relación al año anterior y a lo largo de los meses. Los cambios intermensuales se deben a que se trata de un segmento muy sensible al ciclo anual, con gran demanda en la temporada estival frente a los meses invernales, y a las características de los usuarios. Los clientes fieles de este tipo de alojamientos están enmarcados en el «turismo familiar» con niños, en el «turismo de grupo», en el «turismo de paso» de trabajadores y de diversos profesionales y en las celebraciones puntuales de eventos familiares (bodas, comuniones y otros festejos). El aumento de la calidad, en relación al precio, ha conseguido mantener el montante de usuarios de otras campañas pasadas; sin embargo, la ocupación de las camas se ha resentido debido a que el visitante cuida mucho hoy en día el gasto y reduce la estadía de los períodos vacacionales.

### Evolución de la oferta de alojamientos hoteleros

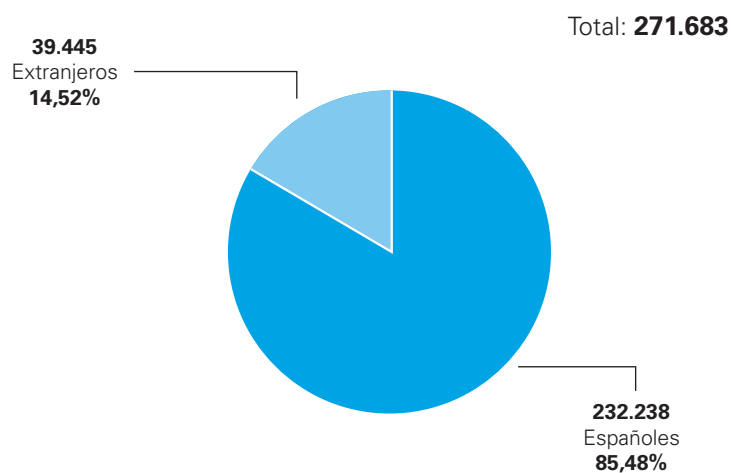
Período	Establecimientos			Plazas		
	2010	2011	Variación	2010	2011	Variación
Enero	120	124	3,33	3.980	4.049	1,73
Febrero	121	124	2,48	3.989	4.042	1,33
Marzo	122	124	1,64	4.006	4.042	0,90
Abril	122	123	0,82	4.004	3.984	-0,50
Mayo	122	123	0,82	4.004	3.983	-0,52
Junio	122	123	0,82	4.004	3.983	-0,52
Julio	122	123	0,82	4.019	3.983	-0,90
Agosto	122	123	0,82	4.019	3.984	-0,87
Septiembre	124	123	-0,81	4.052	3.984	-1,68
Octubre	124	123	-0,81	4.059	3.984	-1,85
Noviembre	125	123	-1,60	4.072	3.984	-2,16
Diciembre	124	125	0,81	4.049	4.020	-0,72

Fuente: Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León. Boletín de Coyuntura Turística de Castilla y León (2010-2011)

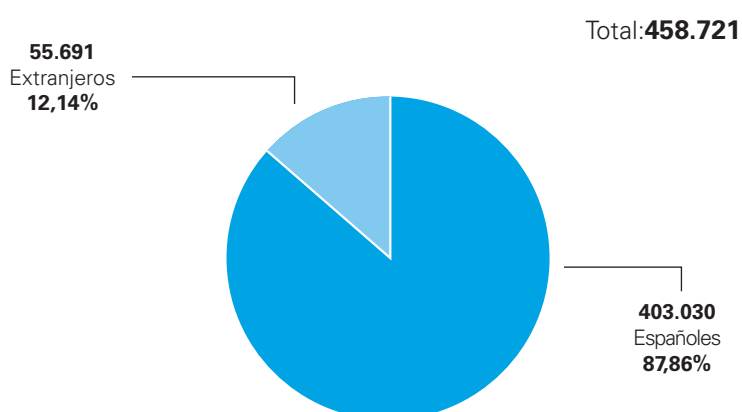
El diagnóstico del censo de alojamientos hoteleros nos indica que la tipología de establecimiento mayoritario son los hostales (49,57%) seguidos de los hoteles (27,83%), de las pensiones (21,74%) y del único motel (0,87%). Otra característica de la planta hotelera es que están cubiertas todas las categorías, donde destacan los Hoteles de dos estrellas (13 establecimientos con 547 plazas), los Hostales de una estrella (33 establecimientos con 638 plazas) y las Pensiones (25 establecimientos con 331 plazas), con la posibilidad de poder elegir una variada oferta en precio y en servicios. En estos últimos años, el empresariado palentino ha sumado a la red de alojamientos hoteleros provincial inmuebles de mayor categoría en respuesta a las demandas del exigente mercado turístico. Aún así, esta oferta de alojamientos hoteleros responde a las necesidades históricas y a la evolución actual de las diferentes áreas de la provincia. Por este motivo, la distribución geográfica de los inmuebles hoteleros muestra marcadas diferencias al presentar una mayor concentración la zona de Campos y de la Montaña Palentina frente al resto de espacios comarcales (El Cerrato, Saldaña-Valdavia y Boedo-Ojeda). El elevado número de establecimientos y de plazas en las comarcas de Campos y de la Montaña Palentina responde a las demandas de la capital provincial, del Camino de Santiago y de los centros subcomarcales con funciones administrativas y comerciales de Aguilar de Campóo, Cervera de Pisuerga y Guardo. En el otro extremo, las escasas empresas hoteleras de las comarcas de Saldaña-Valdavia, Boedo-Ojeda y El Cerrato cubren las pernoctaciones de los usuarios de la A-62, de los comerciales y de los trabajadores en las cabeceras y del incipiente turismo rural atraído por los excelentes recursos y productos, como por ejemplo, la Villa Romana «La Olmeda».



#### Nº DE VIAJEROS: ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS 2011



#### Nº DE PERNOCTACIONES: ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS 2011

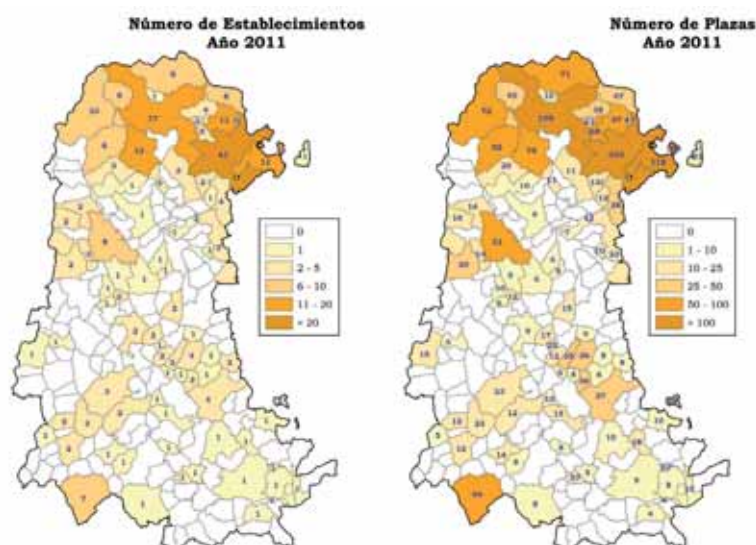




## Número y plazas de Alojamientos hoteleros por tipologías y comarcas

Comarcas agrarias	Hoteles				Hostales				Pensiones			
	2010		2011		2010		2011		2010		2011	
	Nº	P	Nº	P	Nº	P	Nº	P	Nº	P	Nº	P
EL CERRATO	7	647	7	647	10	241	10	242	2	45	2	45
CAMPOS	15	1.061	15	1.061	20	509	20	509	13	166	13	166
SALDAÑA-VALDAVIA	1	66	1	66	6	111	6	111	1	7	1	7
BOEDO-OJEDA					3	58	3	58	4	45	4	45
GUARDO	4	83	4	83	7	134	6	76	2	42	2	42
CERVERA	3	186	3	186	7	162	7	162	2	18	2	18
AGUILAR	2	144	2	144	5	107	5	107	1	7	1	7
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>	<b>2.187</b>	<b>32</b>	<b>2.187</b>	<b>58</b>	<b>1.322</b>	<b>57</b>	<b>1.265</b>	<b>25</b>	<b>330</b>	<b>25</b>	<b>330</b>

Fuente: SOTUR, S.A. Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León. Guía de Servicios Turísticos de Palencia.



Alojamientos hoteleros por municipios.

### Alojamientos extrahoteleros

El conjunto de alojamientos extrahoteleros de la provincia, desglosados según las modalidades de alojamientos de turismo rural, apartamentos turísticos, campamentos de turismo y albergues, han crecido en número de establecimientos (un 5,33%) y en plazas (un 6,09%), en relación al año pasado. Este incremento está motivado por la inauguración de nuevos alojamientos de turismo rural frente al estancamiento de los apartamentos turísticos, de los campamentos de turismo y de los albergues. Con estos cambios interanuales, la oferta provincial al finalizar el año 2011 de alojamientos extrahoteleros estaba compuesta por 257 alojamientos de turismo rural, 7 apartamentos turísticos, 5 campamentos de turismo de segunda categoría y 23 albergues. En relación a los apartamentos turísticos, este tipo de alojamiento no tiene mucha incidencia en la provincia y se circunscribe más al ámbito urbano que al rural. En cuanto a los campamentos de turismo, se mantienen inalterables los cinco recintos en Aguilar de Campóo (400 plazas), en Carrión de los Condes (289 plazas),

en Cervera de Pisuerga (375 plazas), en Herrera de Pisuerga (200 plazas) y en Saldaña (340 plazas), aunque ya se ha avanzado en el proceso administrativo para la construcción de un nuevo camping municipal en Cervera de Pisuerga. Por lo que respecta a los albergues, la lista está monopolizada por los edificios destinados a cobijar a los peregrinos que transitan por el Camino de Santiago y, una pequeña proporción, abren las instalaciones para los turistas y para estancias infantiles y reuniones juveniles. Por último, el grupo de los alojamientos de turismo rural (casas rurales, posadas y centros de turismo rural) es el único que ha vuelto a crecer en comparación con la oferta del año anterior debido, de nuevo, al respaldo financiero a este tipo de proyectos de los programas de desarrollo rural – Leadercal- en el marco del Eje 4 «enfoque Leader» del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER, 2007-2013). La aplicación de la subvención global en los programas de desarrollo rural de la provincia, mediante los Grupos de Acción Local, conlleva una apuesta por las iniciativas de turismo rural. Este impulso económico derivado de los programas de desarrollo rural y, anteriormente, de otras líneas de subvención se ha materializado en una red de alojamientos rurales que, por tipologías, aparecen en primer lugar las 208 Casas Rurales de Alquiler Completo (CRA) con 1.366 plazas y, a continuación, los 30 Centros de Turismo Rural (CTR) con 523 plazas, las 9 Casas Rurales de Alquiler Compartido (CRAC) con 71 plazas y las 7 Posadas (PO) con 173 plazas. El único establecimiento de turismo rural que ostenta la marca regional de excelencia «*Posadas Reales*» en la provincia palentina es la «Posada Santa María la Real» en Aguilar de Campóo con 40 plazas. Esta marca de calidad turística está orientada para aquellos alojamientos rurales con categoría de Posadas y Centros de Turismo Rural que cumplen unos requisitos mínimos de localización en pueblos con valor histórico-monumental o en parajes naturales, unos rasgos de la arquitectura tradicional y unas particularidades de atención al cliente que les imprime al alojamiento carácter y encanto.

En el reparto de la oferta de alojamientos de turismo rural, por las comarcas palentinas, sobresale por encima la Montaña Palentina con 1.267 plazas (57,62%) en 144 establecimientos (56,69%) como consecuencia de la ejecución de varios programas de desarrollo rural que contemplaban el



## Evolución de la oferta de alojamientos de turismo rural

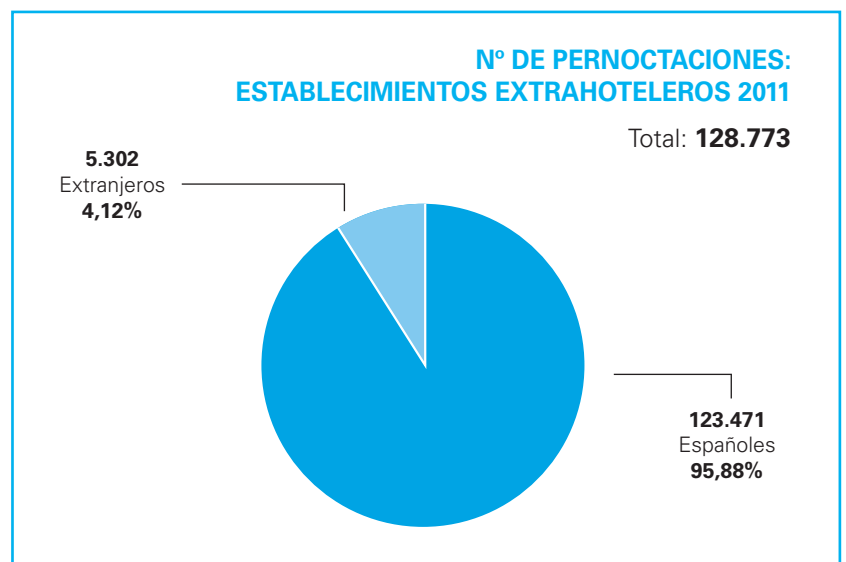
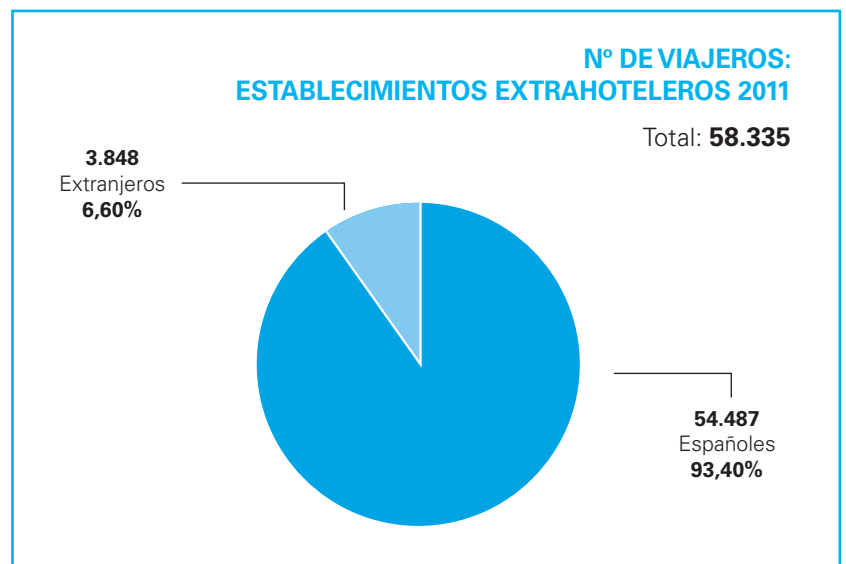
Período	Establecimientos			Plazas		
	2010	2011	Variación	2010	2011	Variación
Enero	238	245	2,94	2.058	2.118	2,92
Febrero	239	246	2,93	2.064	2.128	3,10
Marzo	239	246	2,93	2.064	2.140	3,68
Abril	239	245	2,51	2.064	2.128	3,10
Mayo	240	246	2,50	2.074	2.138	3,09
Junio	241	246	2,07	2.092	2.138	2,20
Julio	241	247	2,49	2.092	2.149	2,72
Agosto	241	251	4,15	2.092	2.177	4,06
Septiembre	241	252	4,56	2.092	2.185	4,45
Octubre	241	255	5,81	2.090	2.209	5,69
Noviembre	243	257	5,76	2.094	2.229	6,45
Diciembre	244	257	5,33	2.101	2.229	6,09

Fuente: Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León. Boletín de Coyuntura Turística de Castilla y León (2010-2011)



refuerzo de los proyectos de turismo rural (Leader I 1991-1993, Leader II 1994-1999 y Leader+ 2000-2006). La promoción de los potentes recursos turísticos del patrimonio natural y cultural, junto a la creación de una extensa red de alojamientos de turismo rural, ha permitido consolidar a la zona norte como un destino turístico de referencia internacional y nacional. Por debajo, se sitúan las comarcas de Campos con 527 plazas (23,97%) en 59 establecimientos (23,23%), de Saldaña-Valdavia con 182 plazas (8,28%) en 25 establecimientos (8,28%), de Boedo-Ojeda con 113 plazas (5,14%) en 15 establecimientos (5,91%) y El Cerrato 110 plazas (5,00%) en 11 establecimientos (4,33%). Igualmente, todos estos territorios han gozado en la década de los noventa o en el umbral del siglo XXI de un programa de desarrollo rural, amparado en la iniciativa comunitaria Leader («Liaisons Entre Activités de Developement de L'Economie Rural») o en los programas operativos de desarrollo endógeno para la diversificación de la economía rural –PRODER-, que ha favorecido la proliferación de alojamientos de turismo rural en cada comarca. El retraso en la puesta en marcha de los programas de desarrollo en cada área explica el desigual crecimiento de la planta alojativa, así como, la aparición de fuertes contrastes internos entre los municipios.

Para completar el análisis de la oferta de alojamientos extrahoteleros, hay que citar el esfuerzo de varios ayuntamientos para dotar espacios públicos destinados a la estancia de autocaravanas. Esta modalidad turística cada día gana más adeptos y es una forma asequible de viajar en contacto con el territorio.

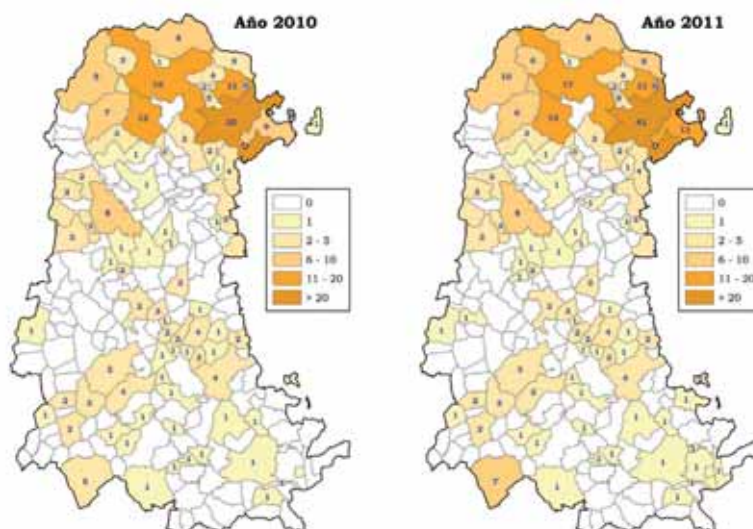




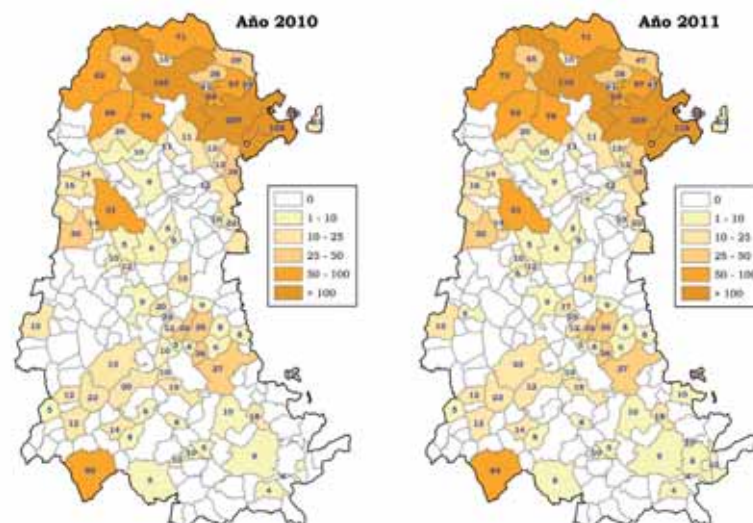
## Número y plazas de Alojamientos de Turismo Rural por tipologías y comarcas

Comarcas agrarias	Casas Rurales de Alquiler Completo				Casas Rurales de Alquiler Compartido				Centros de Turismo Rural				Posadas			
	2010		2011		2010		2011		2010		2011		2010		2011	
	Nº	P	Nº	P	Nº	P	Nº	P	Nº	P	Nº	P	Nº	P	Nº	P
EL CERRATO	7	53	9	74					1	18	1	18	1	18	1	18
CAMPOS	44	275	44	270	5	33	5	33	9	176	9	176	1	48	1	48
SALDAÑA-VALDAVIA	23	156	24	162					1	20	1	20				
BOEDO-OJEDA	13	94	14	101					1	12	1	12				
GUARDO	16	103	17	113					2	31	2	31	1	16		
CERVERA	33	209	39	259	2	20	2	20	10	152	8	120	1	34	1	34
AGUILAR	55	351	61	387	2	18	2	18	7	131	8	146	3	122	4	139
<b>TOTAL</b>	<b>191</b>	<b>1.241</b>	<b>208</b>	<b>1.366</b>	<b>9</b>	<b>71</b>	<b>9</b>	<b>71</b>	<b>31</b>	<b>540</b>	<b>30</b>	<b>523</b>	<b>7</b>	<b>238</b>	<b>7</b>	<b>173</b>

Fuente: SOTUR, S.A. Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León. Guía de Alojamientos de Turismo Rural de Castilla y León



Número de Alojamientos de Turismo Rural por municipios.



Plazas de Alojamientos de Turismo Rural por municipios.



## Restaurantes

Por último, en cuanto a las infraestructuras dedicadas a la restauración muestran un ligero incremento en relación al año 2010, tanto en el número de locales (1,03%) como en el de plazas (1,08%), debido a múltiples factores asociados a los cambios en los hábitos de la alimentación de la población palentina y a que una buena parte de los turistas prefiere comer fuera del alojamiento. En definitiva, la disponibilidad de restaurantes al término del año 2011 elevaba la oferta provincial a 28.834 cubiertos en 294 salones. El análisis de las categorías de los establecimientos muestra un mayor número de comedores de un tenedor (187 locales con 14.502 plazas) y de dos tenedores (102 locales con 14.144 plazas) con una oferta diaria y una carta opcional. Los dos únicos salones de tres tenedores, emplazados en la montaña, dan respuesta con una cuidada gastronomía local a los paladares más exigentes. También, la provincia palentina presenta una singularidad en cuanto a las casas de comida al relacionar las especialidades culinarias tradicionales con ciertas denominaciones de los locales; así por ejemplo, en la relación de restaurantes encontramos los nombres comerciales de figones, asadores, ventas, mesones, tascas, tabernas, bodegones, bodegas, cuevas, etc. Esta oferta típica de platos caseros, de raciones de chacina y queso y de parrilladas de carne, en base a los productos autóctonos o «slow food», se complementa con las empresas que dispensan comida rápida «fast food» y de cocinas internacionales.

El reparto de los restaurantes por las comarcas palentinas presenta grandes desequilibrios territoriales al no responder exclusivamente este tipo de empresas a las demandas del mercado turístico. La zona de Campos con el 52,58% y la Montaña Palentina con el 22,34% de los restaurantes concentran el grueso de la oferta para dar servicio a la demanda de la capital provincial, de las cabeceras comarcales, de las villas y de los espacios turísticos. Las casas de comida de El Cerrato, con el 15,12% de los establecimientos, atienden a los trabajadores eventuales, comerciales y tratantes, así como, a los viajeros de paso que descansan en las áreas de servicio de la A-62 (E-80) «Autovía de Castilla». En último lugar, los comedores de las comarcas de los páramos de transición entre la campiña y la montaña, Saldaña-Valdavia y Boedo-Ojeda, muestran un renovado impulso para los visitantes de los recursos turísticos, sobre todo lo que supone la Villa Romana «La Olmeda» en Pedrosa de la Vega, y de cara a los viajeros que circulan por la A-67 «Autovía Cantabria-Meseta».

### Evolución de la oferta de restaurantes

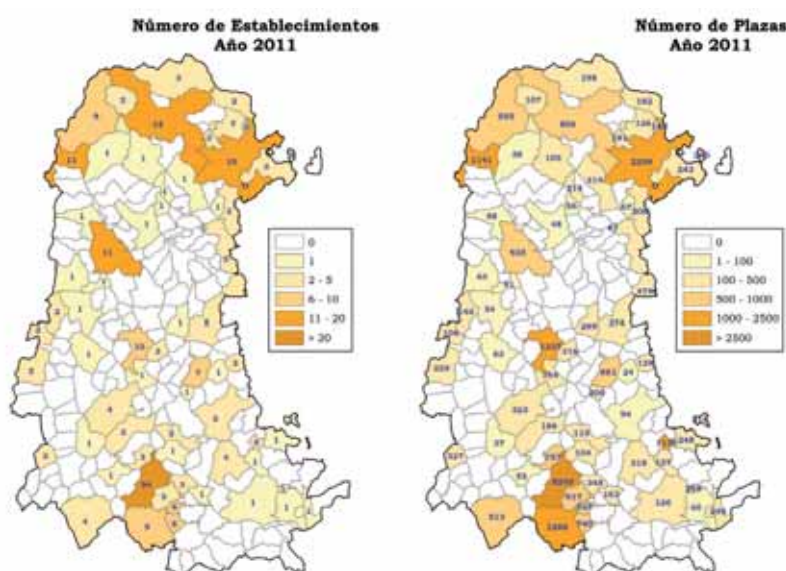
Período	Establecimientos			Plazas		
	2010	2011	Variación	2010	2011	Variación
Enero	281	291	3,56	27.616	28.526	3,30
Febrero	282	292	3,55	27.660	28.713	3,81
Marzo	285	291	2,11	27.864	28.683	2,94
Abril	285	291	2,11	27.864	28.768	3,24
Mayo	285	291	2,11	27.875	28.653	2,79
Junio	285	291	2,11	27.912	28.653	2,65
Julio	286	291	1,75	27.987	28.686	2,50
Agosto	285	291	2,11	27.913	28.662	2,68
Septiembre	287	291	1,39	28.224	28.662	1,55
Octubre	288	290	0,69	28.254	28.662	1,44
Noviembre	288	292	1,39	28.254	28.834	2,05
Diciembre	291	294	1,03	28.526	28.834	1,08

Fuente: Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León. Boletín de Coyuntura Turística de Castilla y León (2010-2011)

## Número y plazas de restaurantes por categorías y comarcas

Comarcas agrarias	3 Tenedores				2 Tenedores				1 Tenedor			
	2010		2011		2010		2011		2010		2011	
	Nº	P	Nº	P	Nº	P	Nº	P	Nº	P	Nº	P
EL CERRATO					14	3.090	14	3.090	31	2.894	30	2.890
CAMPOS					54	7.066	54	7.066	96	7.209	99	7.474
SALDAÑA-VALDAVIA					4	339	4	339	15	1.057	14	1.050
BOEDO-OJEDA					5	534	5	534	6	498	6	498
GUARDO					8	801	8	801	11	852	13	931
CERVERA	1	105	1	105	9	702	9	702	8	409	8	409
AGUILAR	2	219	1	139	8	1.612	8	1.612	17	1.250	17	1.250
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>324</b>	<b>2</b>	<b>244</b>	<b>102</b>	<b>14.144</b>	<b>102</b>	<b>14.144</b>	<b>184</b>	<b>14.169</b>	<b>187</b>	<b>14.502</b>

Fuente: SOTUR, S.A. Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León. Guía de Servicios Turísticos de Palencia.



Restaurantes por municipios.

## El movimiento de viajeros y las pernотaciones

La leve ganancia del número de viajeros para el 2011, que podía ocurrir como ya anunciábamos en el boletín extraordinario sobre el año 2010, se ha producido (+0,11 %) de la mano de la recuperación del mercado español (286.725 visitantes) ya que se han perdido turistas internacionales (43.293 visitantes). La mayor afluencia de turistas corresponde a los meses que registran en el calendario algunos días festivos (Carnavales o ferias de San Antolín), «puentes festivos» (de la Constitución y de la Inmaculada) y con períodos de descanso como la Semana Santa (sobre todo entre el Jueves Santo y el Domingo de Resurrección) y las vacaciones estivales (julio y agosto). El origen mayoritario de los huéspedes nacionales que visitan Palencia, por Comunidades Autónomas, es Castilla y León, Madrid, País Vasco, Galicia, Cantabria, Cataluña, Andalucía, Comunitat Valenciana, etc. y, la procedencia de los ciudadanos extranjeros, ha sido Alemania, Francia, Italia, Bélgica, Reino Unido, Holanda, Portugal, etc. En cuanto a los visitantes de la región, la proximidad y vecindad pesa a la hora de desplazarse y, por este motivo, son los vallisoletanos y los burgales los que acaparan las estadísticas.

En relación a las *pernoctaciones* realizadas en los alojamientos hoteleros y extrahoteleros palentinos, durante el año 2011, han descendido en comparación al año 2010. La caída de la ocupación de las plazas por noche afecta



## Número de viajeros

Período	Españoles			Extranjeros			Total		
	2010	2011	Variación	2010	2011	Variación	2010	2011	Variación
Enero	12.718	13.383	5,23	1.640	946	-42,32	14.358	14.329	-0,20
Febrero	17.015	17.563	3,22	1.208	995	-17,63	18.223	18.558	1,84
Marzo	22.901	20.729	-9,48	2.870	2.145	-25,26	25.771	22.874	-11,24
Abril	21.820	26.338	20,71	5.870	4.081	-30,48	27.690	30.419	9,86
Mayo	29.788	27.249	-8,52	7.569	6.982	-7,76	37.357	34.231	-8,37
Junio	24.962	24.563	-1,60	4.990	5.017	0,54	29.952	29.580	-1,24
Julio	27.783	28.132	1,26	3.611	4.564	26,39	31.394	32.696	4,15
Agosto	36.495	39.017	6,91	6.269	5.251	-16,24	42.764	44.268	3,52
Septiembre	26.496	27.980	5,60	6.064	6.671	10,01	32.560	34.651	6,42
Octubre	25.936	26.275	1,31	4.217	3.741	-11,29	30.153	30.016	-0,45
Noviembre	18.996	18.620	-1,98	1.781	1.665	-6,51	20.777	20.285	-2,37
Diciembre	17.656	16.876	-4,42	1.006	1.235	22,76	18.662	18.111	-2,95
<b>Total</b>	<b>282.566</b>	<b>286.725</b>	<b>1,47</b>	<b>47.095</b>	<b>43.293</b>	<b>-8,07</b>	<b>329.661</b>	<b>330.018</b>	<b>0,11</b>

Fuente: Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León. Boletín de Coyuntura Turística de Castilla y León (2010-2011)

más a los turistas extranjeros, con una pérdida de -11,11%, que a los de procedencia nacional con una variación del -2,07%. Además, el descenso de las pernoctaciones se ha producido en todos los meses menos en febrero, abril, julio y agosto al coincidir con algún «puente festivo» o periodo vacacional. La relación entre el número de viajeros y las pernoctaciones nos arroja una *estancia media* de 1,78 noches por viajero, que se sitúa dentro de la media de los destinos de «turismo de interior». Las continuas recesiones económicas en el marco de la crisis general y las adversas condiciones meteorológicas de cada estación (un frío extremo o un calor excesivo) han condicionado el número de noches que el turista ha realizado en los establecimientos. Los esfuerzos de los empresarios de los alojamientos, con una reducción de precios y el lanzamiento de diversas ofertas, y las campañas de publicidad no han resultado suficientes para alargar los días de estancia de los visitantes.

## Número de pernoctaciones

Período	Españoles			Extranjeros			Total		
	2010	2011	Variación	2010	2011	Variación	2010	2011	Variación
Enero	25.335	23.770	-6,18	2.339	1.242	-46,90	27.674	25.012	-9,62
Febrero	29.396	30.702	4,44	2.542	1.967	-22,62	31.938	32.669	2,29
Marzo	41.265	38.855	-5,84	5.363	3.433	-35,99	46.628	42.288	-9,31
Abril	42.222	48.079	13,87	9.628	5.564	-42,21	51.850	53.643	3,46
Mayo	53.041	47.503	-10,44	10.199	8.318	-18,44	63.240	55.821	-11,73
Junio	42.994	41.829	-2,71	7.037	6.472	-8,03	50.031	48.301	-3,46
Julio	55.842	52.213	-6,50	4.735	6.647	40,38	60.577	58.860	-2,83
Agosto	74.337	77.092	3,71	7.709	7.981	3,53	82.046	85.073	3,69
Septiembre	48.634	47.448	-2,44	7.342	9.099	23,93	55.976	56.547	1,02
Octubre	49.142	49.541	0,81	7.053	5.869	-16,79	56.195	55.410	-1,40
Noviembre	38.632	34.816	-9,88	2.917	2.402	-17,66	41.549	37.218	-10,42
Diciembre	36.790	34.653	-5,81	1.753	1.999	14,03	38.543	36.652	-4,91
<b>Total</b>	<b>537.630</b>	<b>526.501</b>	<b>-2,07</b>	<b>68.617</b>	<b>60.993</b>	<b>-11,11</b>	<b>606.247</b>	<b>587.494</b>	<b>-3,09</b>

Fuente: Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León. Boletín de Coyuntura Turística de Castilla y León (2010-2011)

## Solicitud de información en las Oficinas de Turismo

Las Oficinas de Turismo cumplen un papel fundamental en la estructura del sector turístico porque cumplen una serie de funciones esenciales en relación a la transmisión de la información de los recursos, productos e infraestructuras y al asesoramiento en cuanto a la planificación de la estancia del visitante. Esta labor de acogida, de contacto directo y de atención personalizada favorece la percepción positiva del turista hacia el destino. Por este motivo, es conveniente mantener un horario regular de apertura de las oficinas, sobre todo, en aquellos períodos de mayor demanda (fin de semana, «puentes» y períodos vacacionales). La necesidad de mantener abiertas estas instalaciones, tanto para los turistas nacionales como extranjeros, se pone en evidencia al comprobar el incremento de los datos de consulta de información en las oficinas de la capital y de la provincia. De forma excepcional, las oficinas de Carrión de los Condes y de Frómista destacan en cuanto al número de turistas de fuera de las fronteras españolas debido al paso y la inquietud de peregrinos foráneos por el Camino de Santiago.



## Número de solicitantes de información turística

Oficinas de Turismo	2010			2011		
	Españoles	Extranjeros	Total	Españoles	Extranjeros	Total
Aguilar de Campóo	19.853	765	<b>20.618</b>	17.504	917	<b>18.421</b>
Ampudia	4.808	87	<b>4.895</b>	6.662	116	<b>6.778</b>
Astudillo	6.917	234	<b>7.151</b>	6.810	95	<b>6.905</b>
Carrión de los Condes	16.352	2.792	<b>19.144</b>	11.457	2.694	<b>14.151</b>
Cervera de Pisuerga	4.982	261	<b>5.243</b>	7.644	278	<b>7.922</b>
Frómista	7.516	1.023	<b>8.303</b>	6.149	701	<b>6.850</b>
Herrera de Pisuerga	6.170	112	<b>6.282</b>	3.772	185	<b>3.957</b>
Palencia-Patronato de Turismo	16.347	808	<b>17.155</b>	17.043	626	<b>17.669</b>

Fuente: Patronato Provincial de Turismo.

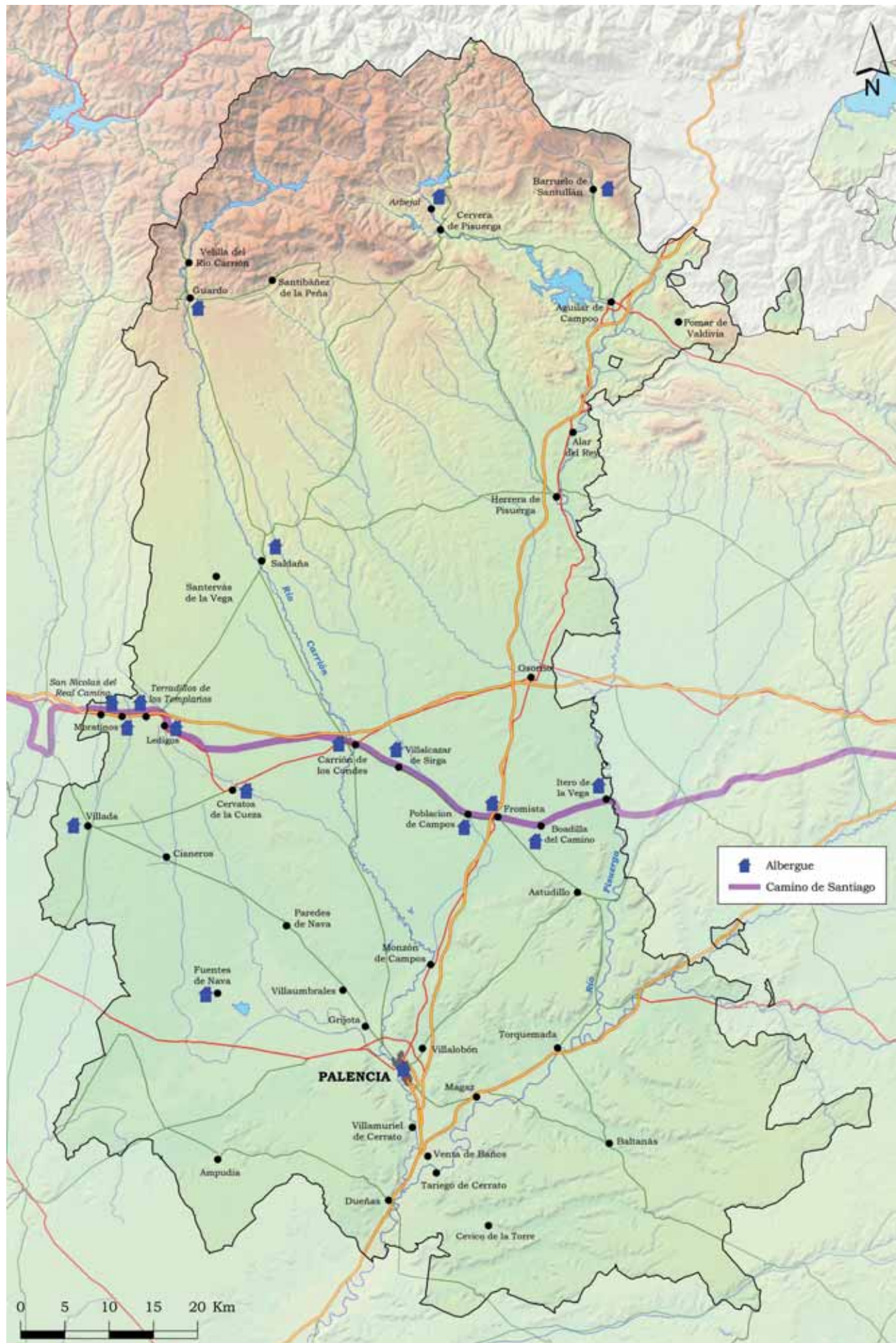
## Visitantes a diversos productos turísticos de la provincia

Según las referencias de visitantes suministradas por los diferentes entes responsables de la gestión productos turísticos de la provincia, los monumentos más demandados en el 2011 han sido la Villa Romana «La Olmeda» en Pedrosa de la Vega con 70.167 visitantes y la iglesia románica de San Martín en Frómista con 57.061 visitantes. Por otra parte, se han contabilizado en el Claustro del Monasterio de San Zoilo en Carrión de los Condes 21.709 visitas, en el Castillo de Fuentes de Valdepero 14.771 visitas, en la Colegiata de San Miguel en Ampudia 9.202 visitas, en la Basílica de San Juan de Baños 8.734 visitas, en la Villa Romana «La Tejada» en Quintanilla de la Cueva 4.146 visitas, en el Museo Diocesano situado en el Palacio Episcopal 2.912 visitas, en el Museo de Palencia 16.642 visitas, en el montaje multimedia «*Vestigia, Leyenda del Camino*» de la Iglesia de Santa María del Castillo en Frómista 4.275 visitas.

Como complemento a esta información, se pueden aportar los datos registrados en las Casas del Parque, Centros Temáticos e Instalaciones de Ocio de los espacios naturales protegidos; así por ejemplo, se han registrado en las instalaciones del Parque Natural «Fuentes Carrionas y Fuente Cobre-Montaña Palentina» en Cervera de Pisuerga 15.420 entradas y en el Espacio Natural «Nava y Campos de Palencia» en Fuentes de Nava 6.096 entradas, mientras que, el número de visitas asciende 3.255 en el Centro de Interpretación de la Trucha en Velilla del Río Carrión y a 4.630 en el Parque de Aventuras en los Árboles «El Robledal del Oso» en Cervera de Pisuerga.







Localización de los albergues



## II. ANÁLISIS Y VALORACIÓN DEL PROGRAMA DE «RUTAS POR LA PROVINCIA»

Dentro del capítulo de acciones de promoción y fomento del turismo, el Patronato Provincial un año más ha organizado y gestionado durante el verano del 2011 las actuaciones de «Rutas por la Provincia». Esta iniciativa consta de dos programas simultáneos denominados «Palencia. Escenario de tus Sueños» y «Palencia. Caminos de Arte y Vino». Las rutas de ambos programas buscan la promoción de los recursos naturales, de los paisajes, del patrimonio cultural edificado, de los rasgos etnográficos y de los productos agroalimentarios de las tierras palentinas a través de una oferta atractiva para todo tipo de público y asequible para cualquier bolsillo. La propuesta consiste en realizar un itinerario dinámico a lo largo de toda la jornada por una zona de la geografía provincial acompañados de un guía con el fin de descubrir lugares, conocer monumentos y participar de forma activa en la visita. Además, cada ruta tiene el aliciente de asistir a una representación teatral, a un concierto musical, a un mercado temático o a una cata de vinos dirigida por los enólogos de las bodegas.

La quinta edición del programa de rutas teatralizadas «Palencia. Escenario de tus Sueños» ha estado compuesta por 12 excursiones en torno a un espacio turístico diferente con una oferta de 55 plazas. En esta ocasión, los viajes han englobado los recursos patrimoniales y los productos turísticos más sobresalientes de cada zona con el complemento de las representaciones de las leyendas y las costumbres locales, por parte de las compañías teatrales «Limbo» y «Producciones Zarabanda», de los conciertos de órgano y de la participación en ferias, festivales de danza o mercados. La asistencia a estos recorridos programados a lo largo de un día, del 2 de julio al 24 de septiembre, incluía a un módico precio el viaje, la dedicación del guía, las entradas a las visitas concertadas, las actuaciones teatrales y la comida.

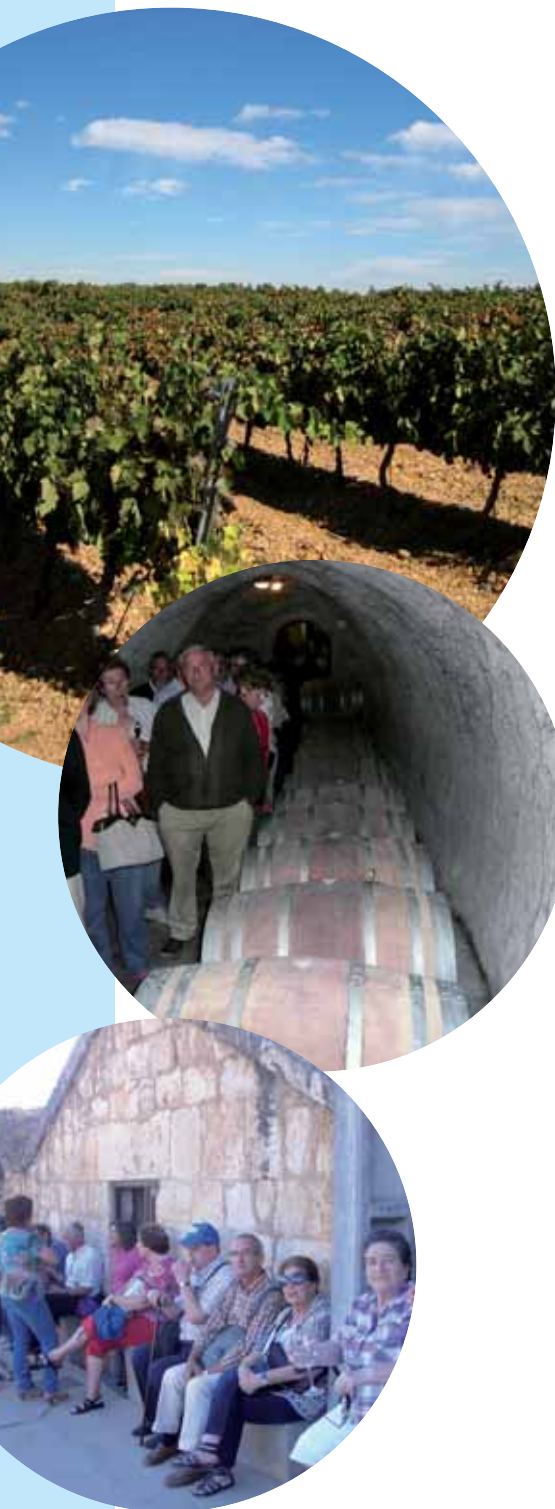
Los trayectos de esta cuarta edición de turismo enológico «Palencia, Caminos de Arte y Vino» ha constado de cuatro rutas diferentes, con dos salidas por ruta durante los sábados estivales, bajo el título de: Por el Canal de Castilla (9 de julio y 3 de septiembre), De Campos a Cerrato (25 de junio y 20 de agosto), Del Pisuerga al Arlanza (6 de agosto y 24 de septiembre) y El Cerrato Profundo (23 de julio y 17 de septiembre). La única novedad respecto a años pasados ha sido el incremento del número de plazas ofertadas por excursión, en esta edición 35, ya que la jornada incluía las visitas a iglesias, a otros monumentos y a empresas agroalimentarias y las dos catas de vino comenta-



### Número de participantes en las Rutas «Palencia. Escenario de tus Sueños»

Rutas		Salidas	Total
Ruta 1.	Villa Romana y Canal de Castilla 1	9 de julio	55
Ruta 2.	Villa Romana y Canal de Castilla 2	27 de agosto	55
Ruta 3.	Camino de Santiago	6 de agosto	55
Ruta 4.	Cerrato Palentino	2 de julio	55
Ruta 5.	Por Tierras del Renacimiento	16 de julio	55
Ruta 6.	Montaña Palentina, Minas y Cuevas	23 de julio	55
Ruta 7.	Tierra de Campos y Humedales	30 de julio	55
Ruta 8.	Ruta de los Pantanos	10 de septiembre	55
Ruta 9.	Castillos y Catedrales	20 de agosto	55
Ruta 10.	Tierra de Campos. Castillos y Órganos Ibéricos	13 de agosto	55
Ruta 11.	Románico Palentino I	17 de septiembre	55
Ruta 12.	Románico Palentino II	24 de septiembre	55
<b>Total</b>			<b>660</b>

Fuente: Patronato Provincial de Turismo.



das. Esta iniciativa se lleva a cabo gracias a la cooperación del Patronato Provincial con las bodegas palentinas productoras de caldos incluidas en el Club de Calidad «Alimentos de Palencia»: Remigio de Salas Jalón en Dueñas, Bodega Barrialba en Venta de Baños, Zarzavilla en Frómista, Vitivinícola Ladrero y Esteban Araújo en Torquemada, Pagos de Negrodo en Quintana del Puente y Aragón Benito en Castrillo de Don Juan.

La valoración general del programa de «Rutas por la Provincia», según los responsables de la institución provincial, es muy positiva tanto por el número de inscritos que han cubierto el cien por cien de las plazas ofertadas, como por la colaboración recibida desde las empresas y las localidades implicadas. A tenor de los datos de participantes, respecto a la pasada edición, se han superado las cifras lo que demuestra el interés suscitado por este tipo de iniciativas que aúnan territorio, patrimonio y cultura.

El análisis de los datos y de las encuestas realizadas a los asistentes de las doce rutas del programa «Palencia. Escenario de tus Sueños» nos muestran que este tipo de actividades programadas con un precio adecuado provocan interés en el colectivo de personas adultas y mayores de 65 años. Una gran parte de los inscritos tienen su residencia en la capital pero cada vez más proceden de fuera de la provincia, que pasan la temporada estival en tierras palentinas. Este colectivo utiliza como canales de información de referencia las oficinas de información turística, los medios de comunicación, las referencias «boca a boca» de familiares, amigos y vecinos y la página web de turismo (<http://www.palenciaturismo.es>). En opinión de los participantes, la elección de las rutas, las prestaciones de los autobuses, la explicación de los guías y la organización en general se consideran como muy buenas y, se sitúa un peldaño por debajo, el precio de la excursión y la cantidad y calidad de las comidas. Igualmente, los viajeros ponen de manifiesto una serie de aspectos a mejorar y de sugerencias para futuras ediciones, como por ejemplo, la modificación del sistema de reservas de plazas (individuales, pago de fianza, etc.), la incorporación de menús típicos palentinos, la introducción a lo largo de la jornada de pequeños paseos, la diversificación de monumentos, la desestacionalización de las rutas (primavera y otoño) o el estudio de nuevas propuestas (rutas micológicas, turismo ornitológico, etc.).

Por último, según las estadísticas de asistentes a los itinerarios enoturísticos «Palencia, Caminos de Arte y Vino», el perfil del usuario de esta propuesta se identifica con una persona adulta, con residencia en la provincia palentina y con interés por descubrir la cultura vitivinícola. Estas características demuestran que estamos ante un producto emergente que se conoce a través de los folletos publicitarios depositados en las oficinas de información turística, el «boca a boca», los medios de comunicación (prensa regional y local) y la página web de turismo (<http://www.palenciaturismo.es>). La máxima satisfacción de los asistentes recae en la elección de la ruta y en los comentarios del guía y, por debajo, sitúan la puntualidad del autobús. En cuanto a las propuestas, de cara a años venideros, sugieren algunos cambios en la organización (aumento del número de plazas, pago de preinscripciones, etc.), variaciones en la ubicación de las catas de vino a lo largo de la jornada y realizar rutas en otras épocas del año (vendimia, etc.).

### Número de participantes en las Rutas «Palencia, Caminos de Arte y Vino»

Rutas	Salidas	Participantes 2010	Salidas	Participantes 2011
Ruta 1	26 de junio / 4 de septiembre	68	9 de julio / 3 de septiembre	70
Ruta 2	10 de julio / 21 de agosto	69	25 de junio / 20 de agosto	70
Ruta 3	24 de julio / 18 de septiembre	68	6 de agosto / 24 de septiembre	70
Ruta 4	7 de agosto / 25 de septiembre	66	23 de julio / 17 de septiembre	70
<b>Total</b>		<b>271</b>		<b>280</b>

Fuente: Patronato Provincial de Turismo.



### III. PROGRAMA DE ACCIÓN DEL PATRONATO PROVINCIAL DE TURISMO PARA EL 2012

El sector turístico se encuentra en continua evolución como lo demuestra la incorporación de parámetros como la calidad, la flexibilidad, la sostenibilidad, la innovación y las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TICs). El programa de intervenciones del Patronato Provincial de Turismo, de cara al año 2012, se ha marcado como meta la austeridad, la eficacia y la eficiencia de sus actuaciones para lograr el incremento y la fidelización de los visitantes. El Consejo Rector del Patronato Provincial de Turismo y el Consejo Provincial de Turismo, una vez renovados estos órganos de gobierno, han analizado una batería de ideas y de líneas de actuación para el año 2012 abiertas a todo tipo de sugerencias. La presidenta del Patronato Provincial de Turismo, durante la XV edición de la Feria Internacional de Turismo de Interior «INTUR 2011» celebrada en Valladolid del 24 al 27 de noviembre, avanzó los grandes ejes de actuación a corto y medio plazo. Además, dejó patente su intención de contar con la participación activa de todos los estamentos, asociaciones y particulares vinculados con el sector turístico provincial.

- En el primer capítulo, se integra la propuesta de la puesta en marcha de la *Oficina Integrada de Turismo* con el objetivo de reunir y congrega a las diversas administraciones con responsabilidad en turismo a fin de optimizar los recursos económicos, favorecer las posibles sinergias y presentar al ciudadano una imagen renovada y coherente de la oferta turística provincial. El servicio turístico integrado del Ayuntamiento capitalino, Diputación Provincial y Junta de Castilla y León, una vez firmado el convenio de colaboración, se establecerá en la actual sede del Patronato Provincial de Turismo. Además, en este mismo apartado, se pretende avanzar en la *coordinación interinstitucional* con los Centros de Información Turística (CIT) y las Oficinas de Información Turística de cara a establecer una red de trabajo real y definir un protocolo único para transmitir una imagen externa homogénea y de calidad. Por esta razón, para el año entrante se plantea el mantenimiento de reuniones con los técnicos de turismo para recoger sus opiniones, como ya ha ocurrido en la reunión celebrada en Frómista a finales de octubre del 2011, y la posibilidad de organizar visitas didácticas para los responsables con el fin de ampliar sus conocimientos sobre los recursos turísticos de la provincia. Por último, este eje se complementa con la labor del *Observatorio Turístico de la Provincia de Palencia*, en colaboración con el Departamento de Geografía de la Universidad de Salamanca, que seguirá con la recopilación de datos estadísticos, la realización de encuestas y el análisis permanente de la realidad turística provincial.
- El segundo bloque de actuaciones se refiere a la *optimización de los recursos físicos, humanos y económicos* y, en esta línea, se enmarca la racionalización de las acciones de promoción y la diferenciación de la oferta turística. Por una parte, aumentar la proyección internacional y nacional de la marca «Palencia Turismo» a través de la asistencia a Ferias del sector junto al consistorio de la capital y la presencia en Workshops y Mercados de Contratación de Servicios Turísticos. Por otra parte, la apuesta decidida por las herramientas de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación y de las redes sociales «Facebook» Palencia Turismo y «Twitter» @PalenciaTurismo con el objetivo de aprovechar todas las posibilidades de publicidad universal y, al mismo tiempo, proponer «paquetes turísticos a la carta» junto al empresariado privado de la provincia. Igualmente, la institución provincial seguirá cooperando con los ayuntamientos, entidades locales, colectivos y asociaciones en las acciones de promoción, eventos de fomento y reuniones de estudio del turismo y se volverán a convocar las ayudas al sector empresarial y a los emprendedores. Así por ejemplo, el Patronato Provincial colaborará con la Asociación de Cuevas Turísticas de España (ACTE) en la organización del IV Congreso Nacional de Cuevas Turísticas de España «Cuevatur 2012» que se celebrará en Centro Cultural «Cine Amor» de Aguilar de Campó del 18 al 20 de octubre de 2012.







- La colaboración mutua entre el Ayuntamiento de la capital y el Patronato Provincial de Turismo, que ya se ha plasmado en la presentación y consolidación de la marca «Palencia Turismo», va a continuar con actuaciones conjuntas como la promoción con un «turismo a la carta» y la atención personalizada al visitante. Además, el Patronato Provincial de Turismo participará en la Comisión de Trabajo de preparación del programa de conmemoración del VIII Centenario del Studium Generale de Palencia y en el acompañamiento de la puesta en valor de los valores turísticos de la ciudad; por ejemplo, la apuesta por el «turismo idiomático» «Palencia como Ciudad de Estudio del Español» con el proyecto denominado «Palencia te enseña español»; el proyecto museográfico del edificio «Museo del Agua» en la Dársena del Canal de Castilla, etc.
- Uno de los capítulos imprescindibles es contar con una *planificación estratégica del turismo provincial* para establecer la hoja de ruta de cara al futuro con unos objetivos claros y unos ejes estratégicos definidos; de ahí, que un equipo interdisciplinar de técnicos de la Diputación Provincial redactará el *Plan de Actuaciones para el Desarrollo Turístico de Palencia* acorde con la planificación nacional y regional y donde se inscribirán una serie de planes de actuación sectoriales, como por ejemplo, el Plan de Innovación Turística. El plan provincial tendrá en cuenta las orientaciones del nuevo Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT) y los ejes y propuestas del reciente «Pacto institucional, social y empresarial para el desarrollo del turismo de Castilla y León».
- Otro capítulo comprende las *acciones para mantener de forma sostenible* los productos turísticos promocionados por el Patronato Provincial de Turismo: el Castillo de Fuentes de Valdepero; las Villas Romanas «La Olmeda» en Pedrosa de la Vega y «La Tejada» en Quintanilla de la Cueva; el Museo del Canal de Castilla en Villaumbrales; la Cueva de los Franceses en Revilla de Pomar y los Barcos del Canal de Castilla «Marqués de la Ensenada» en Herrera de Pisuegra y «Juan de Homar» en Villaumbrales. En este aspecto, se pretende regular las visitas turísticas de los productos de propiedad de la institución provincial».
- Dentro del capítulo de *inversiones en infraestructuras*, el Patronato Provincial de Turismo se ha sumado al nuevo impulso que se quiere dar al Canal de Castilla, una vez concluida la vigencia del Plan de Excelencia Turística del Canal de Castilla (PET) a falta de rematar el Centro de Recepción de Visitantes que se está construyendo en Alar del Rey, con la continuidad del Consorcio para la Gestión Turística del Canal de Castilla. Tras las reuniones mantenidas en Palencia, Medina de Rioseco, Frómista y Melgar de Fernamental por los órganos de gobierno del Consorcio, compuestos por los delegados de las Diputaciones de Burgos, Palencia y Valladolid, se van a buscar fórmulas de comercialización de la marca del Canal de Castilla «Vive el Canal» junto a la reedición de la Guía de Servicios, la página web ([www.canaldecastilla.org](http://www.canaldecastilla.org)) o la edición de material promocional de los equipamientos y de las cuatro embarcaciones. También, se manifestó el apoyo a propuestas de actuación en torno a la ruta fluvial de pequeño calado; como por ejemplo, el acondicionamiento de los accesos y la iluminación del Centro de Turismo Rural de Carrecalzada en Melgar de Fernamental y el equipamiento del barco turístico «San Carlos de Abánades», en la provincia de Burgos; la instalación de una pasarela en la Presa de San Andrés para dar continuidad al camino de sirga en la localidad de Herrera de Pisuegra, en la provincia de Palencia; la mejora de la seguridad del albergue de Medina de Rioseco, la adecuación del Paseo de los Almacenes de la Dársena y la revisión de la embarcación turística «Antonio de Ulloa», en la provincia de Valladolid.
- Este último capítulo, comprende un rosario de *otras actividades* encomendadas al Patronato Provincial de Turismo que están relacionadas con la dinamización y promoción turística de la provincia; por ejemplo, el mantenimiento de un horario de apertura de atención al público de la oficina de información turística para redireccionar a los visitantes a los principales recursos y productos, la organización del XXVIII Día de la Provincia, etc.

#### IV. EL FUTURO DEL TURISMO PROVINCIAL: EL REVULSIVO DE LA MARCA «PALENCIA TURISMO» Y LA INCORPORACIÓN DE LAS TIC

A lo largo del pasado año 2011 hemos asistido a un cambio de estrategia en la política turística provincial con el nacimiento de la marca conjunta «Palencia Turismo» por parte del Patronato Provincial de Turismo y del Ayuntamiento de la capital que ha supuesto un aire de renovación y una suma de esfuerzos comunes en pos del sector turístico. Además, la apuesta decidida por incorporar las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) y las redes sociales al sector turístico provincial requiere de un cambio de perspectiva en la actuación diaria y un periodo de adaptación a corto y medio plazo para todos los responsables y agentes socioeconómicos implicados. Desde el Observatorio Turístico alabamos estos cambios y estas incorporaciones al sector turístico provincial pero no hay que desatender otros aspectos, aunque estamos inmersos en una profunda crisis económica con sucesivas recesiones, y seguir en esta senda de madurez y creatividad.

- Efectivamente, como ya ha manifestado la presidenta del Patronato Provincial de Turismo es imprescindible dotar al sector turístico provincial de una *planificación estratégica*; por este motivo, es necesario elaborar el «Plan de Actuaciones para el Desarrollo Turístico de Palencia» en consonancia con el Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT) y el «Pacto institucional, social y empresarial para el desarrollo del turismo de Castilla y León». Según el documento avanzado por la Consejería de Cultura y Turismo, abierto a todo tipo de sugerencias, la política regional se va a volcar en 47 propuestas articuladas en cinco ejes: El turismo y su contribución al desarrollo y cohesión territorial y la creación de empleo; El turismo y la coordinación administrativa; El turismo y la participación público-privada; El turismo al servicio del ciudadano y El turismo como factor de internacionalización.
- Otra de las exigencias futuras será avanzar en nuevas fórmulas de *coordinación, colaboración y cooperación* entre los organismos responsables en materia turística y todas las entidades, los agentes y los promotores vinculados directa o indirectamente a las diversas ramas del sector. Las instituciones tendrán que hacer un esfuerzo de sensibilización y concienciación social en estos tiempos de crisis para impulsar la coordinación interadministrativa, la colaboración público-privada, la cooperación interempresarial e interasociaciones, los acuerdos intermunicipales, etc. Un ejemplo cercano es la creación reciente de la marca «Palencia Turismo», fruto del diálogo y del entendimiento entre el Patronato Provincial de Turismo y el Ayuntamiento de la capital, con el objetivo de aprovechar las sinergias y transmitir una imagen homogénea del destino turístico. Igualmente, se pueden citar en este apartado las reuniones que se han realizado ya entre el Patronato Provincial de Turismo y los técnicos de los Centros de Iniciativas Turísticas (CIT) y de las Oficinas de Información Turística y con las Juntas Directivas de las Asociaciones de Turismo Rural de la provincia para recoger las propuestas surgidas en la gestión diaria y todas las demandas de los profesionales.
- Uno de los principales desafíos del turismo palentino es posicionarse en los primeros lugares en el *mercado de los destinos de «turismo de interior»*, un segmento extremadamente competitivo, a través de una adecuada política de promoción turística. En cuanto a las acciones a tener en cuenta, parece imprescindible la presencia de la oferta turística provincial en las principales ferias del ramo y en las ferias estratégicas para Palencia por celebrarse en mercados emisores, sin olvidarse, de las pequeñas acciones de contacto directo con el visitante potencial y con los tuoroperadores. Así mismo, han resultado muy beneficiosas las campañas de publicidad en los medios de comunicación y los viajes de familiarización





para periodistas y agencias de viaje. Estos formatos pueden tener sus días contados por la incorporación de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, el correo electrónico, las páginas web y enlaces con sitios web relacionados, las redes sociales (Facebook, Twitter, Youtube, Flickr, etc.), los foros de opinión y los blogs pero, hoy en día, pueden seguir captando un nutrido grupo de visitantes no habituados a estas novedosas técnicas.



- No hay que descuidar el mantenimiento y la gestión de las *infraestructuras* y *servicios turísticos* que han supuesto un esfuerzo económico y que cumplen un papel estratégico en cuanto a la oferta complementaria a la red de alojamientos hoteleros y extrahoteleros. Además, los equipamientos dan vida al medio rural porque crean empleo, realizan funciones de información y de educación ambiental y atraen a los visitantes hasta las localidades donde se ubican. La administración nacional, regional, provincial y local tienen que evitar el abandono de inmuebles con contenido turístico por falta de uso, la desaparición de la señalización, el cierre de instalaciones, etc. mediante el apoyo directo o a través de ayudas indirectas. La actividad turística tiene que tener una visión de *cohesión territorial* para propiciar un desarrollo equilibrado de la capital y de todas las comarcas palentinas y, por este motivo, hay que avanzar en la oferta de productos turísticos integrales, distintivos, estables y sostenibles. Una de estas proposiciones ha sido el nacimiento de la ruta turística «Tierras del Renacimiento» que parte del Museo Diocesano de la capital para visitar posteriormente el Museo del Canal de Castilla y el Barco Turístico «Juan de Homar» en Villaumbrales, la iglesia de Santa Eugenia en Becerril de Campos, la iglesia de San Pedro y la Laguna de la Nava en Fuentes de Nava, el Museo de Santa Eulalia en Paredes de Nava y la iglesia de San Facundo y San Primitivo en Cisneros.
- En las últimas décadas hemos asistido al éxito de eventos, en cuanto al número de asistentes y recursos económicos generados, a través de la organización de magnas exposiciones o de conmemoraciones histórico-culturales. De forma inmediata, la capital celebrará el VIII Centenario de la Fundación de la Primera Universidad de España -Studium Generale de Palencia- y el Patronato Provincial de Turismo colaborará en la organización del IV Congreso Nacional de Cuevas Turísticas de España «Cuevatur 2012» que se celebrará en Centro Cultural «Cine Amor» de Aguilar de Campoo. Pero la geografía palentina es muy rica en acontecimientos históricos y en efemérides significativas para recordar con un imaginativo programa de actos, por ejemplo, en el año 2013 se cumple el XX Aniversario de la Declaración de la Ruta Jacobea como Patrimonio Mundial de la Humanidad.
- La provincia palentina tiene que aprovechar el *trabajo en red* y la *cooperación* con otros territorios con modalidades turísticas similares en el contexto de los destinos del «turismo de interior». El liderazgo de Castilla y León en este sentido se ha puesto de manifiesto con la presentación en el seno de la Conferencia Sectorial de Turismo de la «Alianza nacional de turismo de interior» junto a las Comunidades Autónomas de La Rioja, Aragón, Castilla-La Mancha, Navarra, Extremadura y Madrid. Aunque aún es temprano para valorar esta iniciativa que pretende contemporizar con el «turismo de sol y playa» si se han avanzado algunas ideas como transmitir una imagen única dentro de la «marca España» o la creación de paquetes turísticos conjuntos.
- Finalmente, hay que ofrecer al turista *experiencias* y, por tanto, productos con un toque de innovación, de sorpresa o de «turismo a la carta». A los recursos más tradicionales como el Camino de Santiago, el Canal de Castilla, la Cueva de los Franceses, el Románico Palentino, las Villas Romanas, la Catedral, etc. hay que unir la oferta de los segmentos turísticos estratégicos, como por ejemplo, en la capital el turismo idiomático y el turismo de reuniones y congresos o, en el medio rural, el turismo ornitológico, el enoturismo, el micoturismo, el turismo de caza, el turismo activo, etc.



## V. ACONTECIMIENTO TURÍSTICO DEL AÑO: IV CONGRESO NACIONAL DE CUEVAS TURÍSTICAS DE ESPAÑA «CUEVATUR 2012»

El Patronato Provincial de Turismo, tras la finalización de las obras de construcción del Centro de Recepción de Visitantes, del acondicionamiento y ampliación del recorrido interno y de la mejora de la carretera de acceso, pretende convertir a la Cueva de los Franceses de Revilla de Pomar en un referente del «turismo subterráneo» a escala internacional, nacional y regional. El edificio denominado Centro de Recepción de Visitantes «La Roca», inaugurado el 3 de julio de 2009, protege la entrada de la cavidad y permite a los visitantes resguardarse de las inclemencias meteorológicas del Páramo de La Lora de Valdivia mientras esperan el turno de entrada. Las actuaciones en la gruta finalizaron el 14 de julio de 2010 y consistieron en la adaptación de un nuevo tramo del itinerario visitable a través de dos salas, con un pequeño auditorio natural en el extremo noroeste al que se ha dotado de un sistema de iluminación y de equipos de imagen y sonido, al tiempo que instalaron varios instrumentos para el control de las condiciones ambientales con el fin de preservar las formaciones geológicas endokársticas (estalagmitas, estalactitas, coladas y columnas). El mismo día de julio, también se dieron por finalizados los trabajos de ampliación de la calzada y de renovación del firme del tramo de 4,1 kilómetros de la carretera provincial que da acceso desde la localidad de Revilla de Pomar hasta el complejo kárstico y al Mirador de Valcabado sobre el municipio cántabro de Valderredible.

Por este motivo, el organismo provincial a comienzos del año 2011, se puso en contacto con la Asociación de Cuevas Turísticas de España (ACTE) para comunicarle la disposición de la institución de colaborar en la organización y en el desarrollo del IV Congreso Nacional de Cuevas Turísticas de España «Cuevatur 2012». La Junta Directiva de la Asociación de Cuevas Turísticas de España manifestó por escrito al Patronato Provincial de Turismo, el 9 de mayo, la decisión unánime de todos los miembros de la asamblea general de aceptar la propuesta. Posteriormente, en la jornada de trabajo del 8 de octubre del 2011, desarrollada en la casa consistorial de la villa aguilarense, los responsables de ambas partes decidieron que el IV Congreso Nacional de Cuevas Turísticas de España «Cuevatur 2012» estuviera dedicado al estudio y análisis de «Las Cuevas Turísticas como Activos Económicos: Conservación e Innovación» y que el lugar de celebración sería el Centro Cultural «Cine Amor» de Aguilar de Campóo del 18 al 20 de octubre de 2012.

A partir de esta reunión, se han nombrado los miembros de los comités de Honor, Organizador y Científico y se ha puesto en marcha la secretaría técnica del congreso para cumplir con los plazos de inscripción y de presentación de comunicaciones en relación a las temáticas de la reunión: investigación y conservación del patrimonio natural y la aplicación de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación a la gestión de las cuevas turísticas. La recepción definitiva de los trabajos originales e inéditos será a mediados del mes de julio pero, previamente, deben cumplir escrupulosamente unas normas de presentación y pasar una serie de filtros de los evaluadores externos como garantía de calidad. El formato del encuentro se estructura en torno a una serie de ponencias que darán paso a la exposición de las diferentes comunicaciones presentadas y al debate para concluir con una visita de campo.

En definitiva, el máximo objetivo para la institución provincial, con la coparticipación en el IV Congreso Nacional «Cuevatur 2012» promovido por la Asociación de Cuevas Turísticas de España (ACTE), es promocionar la Cueva de los Franceses y todos los recursos turísticos de la Montaña Palentina. La previsión de participantes, según los datos barajados en las tres ediciones pasadas desarrolladas en la localidad navarra de Lekunberri (2005), en Santander (2008) y en Aracena –Huelva- (2010), se estima alrededor de 250 personas contando congresistas y acompañantes. Pero, lo más importante, va a ser la repercusión mediática que el evento va a generar a través de la publicidad en los ámbitos científico y académico del país y en los diferentes medios de comunicación.



## VI. PRINCIPALES ACONTECIMIENTOS RELACIONADOS CON EL TURISMO

A lo largo del pasado año, se han sucedido una serie de acontecimientos en la provincia asociados con las múltiples facetas del turismo. Como ya sucediera en años anteriores, las actuaciones no han sido generadas exclusivamente por la institución provincial, los consistorios y las juntas vecinales sino que se deben a la iniciativa y al esfuerzo de diversas organizaciones que trabajan para dinamizar y poner en valor los recursos turísticos de cada comarca. Así por ejemplo, hay que agradecer la labor callada de los Centros de Iniciativas Turísticas (CIT), las asociaciones, las fundaciones, los consorcios, los clubs de montaña, las agrupaciones musicales, las peñas, las cofradías, los Grupos de Acción Local, el Obispado de Palencia, las Órdenes religiosas, etc. Por tanto, el siguiente listado es una muestra significativa del trabajo realizado por técnicos, voluntarios y la población palentina en general.

### Acciones y reconocimientos

- El Patronato Provincial de Turismo inició la campaña de promoción y difusión de la «Montaña Palentina» (abril).
- Celebración del 450 Aniversario de la muerte del escultor Alonso Berruguete en Paredes de Nava (abril-diciembre).
- Conmemoración de los 1.350 años de la Basílica de San Juan de Baños en Baños de Cerrato (16-17 de abril).
- Celebración del XVI Día del Turismo de Castilla y León en Cervera de Pisuerga (23 de julio).
- 45 Aniversario de la Declaración de Palenzuela como Conjunto Histórico Artístico (1 de agosto).
- Patronato Provincial de Turismo y Ayuntamiento capitalino celebraron el Día Mundial del Turismo (27 de septiembre).
- Presentación de la marca «Palencia Turismo» en la Feria Internacional de Turismo de Interior «INTUR 2011» en Valladolid (noviembre).

### Productos turísticos

- Inauguración de la Casa-Taller del escultor Ursicino Martínez «Ursi», como Centro de Visitantes de la Senda del Escultor «Ursi», en Villabellaco (8 de enero).
- Inauguración de la intervención museográfica del Castillo de Fuentes de Valdepero (14 de marzo).
- Puesta en funcionamiento del Barco Turístico «Juan de Homar» por el Canal de Castilla desde el Museo del Canal en Villaumbrales (22 de marzo).
- Inauguración de la «Senda de los Pescadores» en Velilla del Río Carrión (28 de marzo).
- Nueva edición del programa «Cultura a la romana» en la Villa Romana «La Olmeda» en Pedrosa de la Vega (9 de junio).
- Inauguración del Museo de la Medicina en el antiguo Hospital de Santa María de la Clemencia en Ampudia (24 de junio).
- Edición del Programa de «Rutas por la Provincia»: «Palencia. Escenario de tus Sueños» (9 de julio al 24 de septiembre) y «Palencia, Caminos de Arte y Vino» (25 de junio al 24 de septiembre).
- Edición de los itinerarios teatralizados por la capital «Rutas de la Luz»: «Luz Episcopal-Luz Mística» y «Luz Real-Luz de los Austrias» (1 de julio al 27 de agosto).
- Ruta Turística por «Tierras del Renacimiento»: Villaumbrales, Becerril de Campos, Fuentes de Nava, Paredes de Nava y Cisneros, impulsada por la marca «Palencia Turismo» (29 de diciembre).

## Proyectos

- Colocación de la primera piedra del futuro Centro del Órgano en Tierra de Campos en Abarca por parte de la Fundación Francis Chapelet (16 de marzo).
- Adecuación del edificio «La Fábrica» para el Museo Monográfico de la Villa Romana «La Olmeda» en Saldaña dentro del «Programa Arquimilenios III» (19 de septiembre).
- Impulso al «turismo idiomático» en la capital «Palencia como Ciudad de Estudio del Español» con el proyecto denominado «Palencia te enseña español» (29 de septiembre).
- Adjudicación de las obras del Centro de Interpretación de la Naturaleza en Alba de los Cardaños (18 de octubre).
- Refuerzo del Programa de la Reserva del Bisonte Europeo «*Bison bonassus*» en San Cebrían de Mudá en el marco del Plan Plurianual de Convergencia Interior de la Junta de Castilla y León (4 de noviembre).
- Contratación del proyecto museográfico del edificio «Museo del Agua» en la Dársena del Canal de Castilla de la capital (noviembre).
- Proyecto de creación de un «Museo Etnográfico» en Cisneros (9 de diciembre).
- Proyecto del «Parque Ferroviario» en Barruelo de Santullán (26 de diciembre).
- Acondicionamiento del espacio interior de las doce Naves de Picos como Centro de Recepción de Visitantes del Canal de Castilla en Alar del Rey
- Adjudicación del diseño y el suministro de la dotación expositiva del Centro de Interpretación del Cangrejo de Río en Herrera de Pisuegra







VNIVERSIDAD  
D SALAMANCA



DIPUTACIÓN DE PALENCIA

Depósito Legal: S. 1.048-2009

*Diseño e impresión:*  
[www.graficaslope.com](http://www.graficaslope.com)