



# Boletín Informativo del OBSERVATORIO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE PALENCIA

Número 5 • Abril 2010

## 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:

Sandra Rodríguez Rodríguez  
Mercedes Tapia Peña  
Guillermo Callejas de Dios  
César Martín Pescador

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



## Patronato Provincial de Turismo

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

[www.palenciaturismo.es](http://www.palenciaturismo.es)

## PRESENTACIÓN

El análisis de la actividad turística durante el trimestre invernal es el objetivo de este nuevo Boletín Informativo del Observatorio Turístico de la Provincia de Palencia. El invierno ha estado marcado por las complicadas condiciones climatológicas que se han plasmado en unas rigurosas temperaturas medias y unas elevadas precipitaciones, en muchas ocasiones, en forma de nieve. La caída de los termómetros ha provocado un aumento del promedio anual de los días de heladas en relación a años anteriores y los registros de los pluviómetros se han dejado sentir en las crecidas del caudal medio de los ríos Carrión y Pisuerga. A pesar del comportamiento meteorológico adverso, la oferta turística no ha decaído y ha estado adaptada al aprovechamiento de los recursos turísticos de la temporada. Así, por ejemplo, se han sucedido por toda la geografía provincial los eventos gastronómicos y la celebración de abundantes ferias y fiestas de carácter popular o con el reconocimiento del título de «Fiesta de Interés Turístico».

El fomento de la gastronomía palentina ha sido respaldada por múltiples iniciativas, a escala comarcal y local, como es el caso de las XV Jornadas Gastronómicas de la Montaña Palentina (los fines de semana del 22 de enero al 18 de abril), la nueva edición de la «Olla Ferroviaria» en Venta de Baños (los fines de semana del 27 y 28 de febrero, 27 y 28 de marzo, 24 y 25 de abril, 29 y 30 de mayo, 30 y 31 de octubre y 27 y 28 de noviembre), la IV Fiesta de Invierno de Becerril de Campos (16 de enero), las IX Jornadas Gastronómicas Exaltación de los Nabos y de la Matanza en Monzón de Campos (23 de enero), III Jornadas Gastronómicas «Fogón y Cuchara» en Dueñas (29-31 de enero), etc. Todos estos encuentros gastronómicos buscan el fomento de las recetas tradicionales y la puesta en valor de la cultura culinaria ancestral de los fogones palentinos.

En cuanto a las fiestas y ferias, el año comenzó con la Fiesta de Interés Turístico Regional «Bautizo del Niño», en la capital palentina, que se remonta al siglo XVI. Por la tarde del día de Año Nuevo, los cofrades del Dulce Nombre de Jesús ofrecen un oficio religioso en el templo de San Miguel y, tras la ceremonia religiosa, sacan en procesión la imagen del Niño Jesús alrededor de la iglesia. Durante la procesión se canta el típico villancico del «Ea» y se tiran caramelos y confites desde los balcones. En el calendario ferial provincial hay que destacar en Saldaña la 125 edición de la Feria de Las Candelas (1 y 2 de febrero), orientada a la exposición de maquinaria agrícola, complementos para el campo y de productos ecológicos, y la VII Feria de Caza, Pesca y Medio Ambiente de San José (19 y 20 de marzo), con stands vinculados a las actividades



cinégicas y dos aulas monográficas dedicadas a la pesca y a la micología, con diversos talleres destinados al público infantil (técnicas de pesca, cultivo de setas, fotografía micológica, etc.).

En el mes de febrero, del sábado 13 al miércoles 17, han transcurrido las programaciones de Los Carnavales animadas por las diferentes asociaciones de la capital y de los pueblos con desfiles, pasacalles y concursos de disfraces y murgas como punto fuerte del «Martes de Carnaval». El fin de los días festivos paganos del Carnaval dio paso al inicio de la Cuaresma con la jornada del «Miércoles de Ceniza» y el «Entierro de la sardina». De todos los Carnavales de la provincia, tiene un reconocimiento con nombre propio la celebración del «Carnaval de la Galleta» de Aguilar de Campoo, a pesar del intenso frío y del riesgo de nevadas. En esta XXII edición, los festejos se iniciaron en la noche del viernes con diversos concursos y el encuentro de «Draq Queens» y siguieron con el Gran Desfile de la noche del sábado. El broche final de la edición de este año estuvo marcada por la entrega de premios de los concursos y el acto de la «Entierro y Quema de la Galleta y Concentración de Disfraces de Luto». La originalidad y aceptación de la fiesta marcan el camino abierto por el consistorio para un futuro reconocimiento como «Fiesta de Interés Turístico Regional».

Otro grupo de eventos ha girado alrededor de la antigua costumbre del sacrificio del cerdo en los pueblos, que garantizaba el sustento familiar a lo largo del año, en el tránsito del otoño al invierno. Esta práctica enraizada en el imaginario colectivo del medio rural se ha transformado, en la actualidad, en un hito del patrimonio cultural inmaterial de los palentinos y en un reclamo para viajeros curiosos y amantes de las tradiciones. Con el afán de transmitir el saber hacer de padres a hijos y recordar el rito gastronómico se han sucedido en el calendario la VIII Feria de Exaltación de la Matanza de Amusco (19 y 20 de febrero), Feria de la Matanza en Villada (13 y 14 de marzo), las III Jornadas de la Matanza del Cerdo en Venta de Baños (7 de marzo), la V Fiesta de la Matanza en Castrillo de Don Juan (19 y 20 de marzo), etc.

En relación a la creación de nuevas apuestas de equipamientos, infraestructuras y servicios turísticos, que se sumarán a la oferta provincial, se ha publicitado en estos meses el convenio entre la Diputación Provincial y el Ayuntamiento de Saldaña para la rehabilitación y adecuación interior de La Fábrica como sede del futuro Museo de la Villa Romana «La Olmeda»; la cesión de la Casa del Esclusero del Canal de Castilla al Ayuntamiento de Frómista por parte de la Confederación Hidrográfica del Duero como Punto de Información Turística; la ampliación de la Casa del Oso Cantábrico de la localidad de Verdeña; la licitación de obras del Centro de Interpretación del Cangrejo en Herrera de Pisuerga; y las adjudicaciones de las obras de los proyectos del castillo de Fuentes de Valdepero, de la ampliación y de la carretera de acceso a la Cueva de los Franceses, de la urbanización del Calero y las Fuentes Tamáricas de «La Reana» en Velilla del Río Carrión, y la recreación del Parque de Aventuras en Árboles en Cervera de Pisuerga, así como, el acondicionamiento de la senda interpretativa de la «Fuente el Cobre» en Santa María de Redondo, dentro del Parque Natural «Fuentes Carrionas y Fuente Cobre-Montaña Palentina».

Finalmente, en el capítulo de la promoción turística de los recursos y rutas provinciales, el Patronato Provincial de Turismo ha participado en la Bolsa Internacional de Turismo -BTL'2010- de Lisboa (del 12 al 17 de enero) y en la Feria Internacional de Turismo -FITUR- de Madrid (del 19 al 24 de enero), con el objetivo de abrir nuevos mercados a partir de las conversaciones mantenidas con touroperadores de Portugal y Brasil. También, ha estado presente en la Bolsa Internacional de Turismo de Milán (del 18 al 21 de febrero) para ampliar el abanico de potenciales turistas extranjeros atraídos este Año Santo por el Camino de Santiago y por los otros iconos turísticos provinciales como la Villa Romana «La Olmeda» o el Canal de Castilla.

# I. COYUNTURA TURÍSTICA

## Oferta de alojamientos y restaurantes

Las cifras de alojamientos hoteleros y extrahoteleros y los establecimientos de restauración se han incrementado a lo largo de los meses invernales, según los datos ofrecidos por el Boletín de Coyuntura Turística que elabora la Consejería de Cultura y Turismo. Al finalizar el trimestre invernal, el número de alojamientos hoteleros se sitúa en 122 establecimientos (35 hoteles, 60 hostales y 27 pensiones) que suponen una oferta de 4.006 plazas (2.296 en hoteles, 1.361 en hostales y 349 en pensiones). También, los alojamientos de turismo rural registran una subida hasta alcanzar los 239 establecimientos con 2.064 plazas (81 plazas en 10 Casas Rurales de Alquiler Compartido, 1.223 plazas en 192 Casas Rurales de Alquiler Completo, 220 plazas en 6 Posadas y 540 plazas en 31 Centros de Turismo Rural) y, dentro de los alojamientos extrahoteleros, se mantienen los 5 campamentos de turismo de segunda categoría que dan servicio de 1.604 plazas. Por último, respecto a los restaurantes se ha producido un aumento del número de locales al contabilizar 285 restaurantes con una cabida para 27.864 comensales. Estos datos de la oferta alojativa y de restauración dejan entrever el esfuerzo del sector público y privado por consolidar una estructura de servicios turísticos amplia, diversa y cualificada.

## El movimiento de viajeros y gasto

En este primer trimestre del año 2010, coincidiendo con la temporada invernal, la delicada situación económica internacional y nacional y las adversas condiciones climáticas no han acompañado para la práctica de las diversas modalidades turísticas. El movimiento de viajeros en la provincia se ha resentido como demuestra el descenso del número de turistas en comparación al mismo periodo del pasado año y en relación al trimestre otoñal. En cuanto a la procedencia de los 58.352 viajeros siguen predominando en mayor proporción los de origen nacional con 52.634 viajeros (90,20%) que los llegados del extranjero con 5.718 viajeros (9,80%). Estos porcentajes revelan que la llegada de turistas extranjeros depende de las estaciones del año porque decae en el otoño y en el invierno para recuperarse en la primavera y en el verano. El punto de origen, por Comunidades Autónomas, de los flujos de turistas españoles está monopolizado por los viajeros de Castilla y León, Madrid, País Vasco, Cataluña, Galicia, Cantabria y Asturias. Igualmente, debido a la cercanía y la menor distancia a recorrer, los países con más aporte de turistas registrados provienen de forma mayoritaria de Portugal, Alemania, Francia, Reino Unido, Italia y Países Bajos. En este contexto, también el número de pernотaciones en los alojamientos turísticos (83.927 noches en alojamientos hoteleros y 22.313 noches en alojamientos de turismo rural) y el grado de ocupación medio por plaza se han resentido por el menor volumen de viajeros. Como ocurre en otras temporadas, el mercado turístico palentino logra una estancia media de los visitantes elevada (1,82 pernотaciones por viajero), que se desglosa en 1,77 en los alojamientos hoteleros y 2,01 en los alojamientos de turismo rural. El gasto turístico en la provincia de Palencia, acumulado de enero a marzo del 2010 asciende a 7.997.825,89 euros, que se destina por orden de mayor gasto al alojamiento, a comidas en restaurantes, a desplazamientos y transportes, a la alimentación fuera de restaurantes, a otros gastos, a cultura y ocio y a diversas compras.

## Número de viajeros y pernотaciones durante el invierno

Período	Españoles		Extranjeros		Total	
	Viajeros	Pernотaciones	Viajeros	Pernотaciones	Viajeros	Pernотaciones
Enero	12.718	25.335	1.640	2.339	14.358	27.674
Febrero	17.015	29.396	1.208	2.542	18.223	31.938
Marzo	22.901	41.265	2.870	5.363	25.771	46.628
<b>Invierno</b>	<b>52.634</b>	<b>95.996</b>	<b>5.718</b>	<b>10.244</b>	<b>58.352</b>	<b>106.240</b>

Fuente: Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León. Boletín de Coyuntura Turística de Castilla y León, Enero, Febrero y Marzo de 2010.





## II. PERFIL DEL VISITANTE

En este punto vamos a tratar de definir las características e identificar las particularidades de los turistas, a través de las encuestas pasadas en las Oficinas de Información Turística y otros puntos de recepción de visitantes, que se han acercado a tierras palentinas en la temporada invernal. Esta red de centros de información y de recepción nos permite cubrir todo el territorio provincial con un equilibrado reparto de entrevistas en proporción al número de visitantes que recibe cada comarca y su distribución por la procedencia nacional o extranjera.

Según el resultado de las encuestas propias, el perfil de los visitantes del trimestre estudiado responde a personas adultas y adultas-mayores, entre los 30 y 65 años de edad, que viajan de forma mayoritaria en pareja y, en menor proporción, en familia o con amigos. También, existe un reducido grupo de turistas que han decidido viajar solos o en viajes organizados por la provincia a pesar de que la estación no es muy propicia para estos colectivos. Según el origen, los turistas nacionales representan el 88,98% y los extranjeros suponen el 11,02% del total; éstos resultados extraídos de las encuestas propias guardan una estrecha relación con los aportados por el Boletín de Coyuntura Turística. En cuanto a la distribución de los viajeros españoles por Comunidades Autónomas, la lista está encabezada por los procedentes de Madrid seguidos por los de Castilla y León, País Vasco, Cataluña, Asturias, Galicia y Cantabria y, de forma testimonial, los del resto de regiones. Ante estos datos, podemos afirmar que la distancia y las características propias del invierno condicionan la llegada de viajeros extranjeros y favorecen la presencia de turistas de los vecinos y cercanos territorios.

El viajero de la temporada establece y organiza un tipo de viaje asociado a las motivaciones turísticas, principalmente, aunque existen colectivos que están de paso y otros grupos que se desplazan a visitar a la familia y a los amigos. El uso y disfrute de las distintas modalidades turísticas requiere que pernocten y permanezcan en tierras palentinas entre 1 y 3 días, al aprovechar los fines de semana y los «puentes» del trimestre, en los establecimientos hoteleros de más alta categoría en detrimento de hostales y pensiones y en las diversas categorías de los alojamientos de turismo rural. Los turistas de paso, encarnados por los peregrinos, elevan la opción del alojamiento en albergues, mientras que, la visita a familiares y amigos explica el acodo en las casas particulares y de la «segunda residencia». La singularidad de los turistas invernales, con un conocimiento relativo de la provincia, permite el desplazamiento en vehículo propio y no requiere de una contratación previa de los servicios y, cuando realizan alguna gestión, prefiere la utilización de las nuevas tecnologías de la información (del teléfono o vía internet) y, ya en última instancia, recurren a las agencias de viaje y a las centrales de reserva. Entre las tipologías de turistas llama la atención los que realizan el Camino de Santiago o el Canal de Castilla que viaja solo, se aloja en albergues y en establecimientos de turismo rural, como medio de transporte, además de caminar puede servirse de otros sistemas, como por ejemplo, de la bicicleta, de la motocicleta, del carro, del caballo, del burro, etc.

El tiempo de ocio lo dedican a visitas culturales y actividades en la naturaleza, sin descartar, la comida en los restaurantes con gastronomía local y la compra de productos agroalimentarios y artesanía típica. Además, en el transcurso del viaje, más de la mitad de los entrevistados, declaran que complementan la estancia con la visita a otros destinos turísticos.

La vía principal de conocimiento de los atractivos y valores turísticos provinciales, por parte de los encuestados, sigue siendo vía internet, folletos turísticos genéricos o temáticos, oficinas de información turística, ferias especializadas en turismo y medios de comunicación (suplementos de periódico, revistas, etc.). Otro gran apartado de promoción está copado por la transmisión oral «boca a boca» o «boca-oreja» de los oriundos de esta tierra, de familiares, de amigos y de conocidos de la zona. La motivación, el tipo de alojamiento y las características de los visitantes lastran el gasto medio, que apenas supera los 50 euros diarios por persona. El presupuesto está destinado a pagar la manutención en restaurantes, el alojamiento, las consumiciones en bares y cafeterías, la compra de productos locales y los medios de desplazamientos.

Como punto final, la máxima satisfacción de los visitantes se manifiesta en el trato recibido por parte de los técnicos de las Oficinas de Información Turística, de otros responsables vinculados a las actividades turísticas y de la población local en general. Los turistas colocan con una menor puntuación los temas asociados a las infraestructuras, la accesibilidad, la señalización turística y, propio de esta estación, la escasa variedad en la oferta de servicios (por ejemplo, cierran muchos museos y centros de interpretación).

## PERFIL DEL VISITANTE

	ENERO	FEBRERO	MARZO	TOTAL INVIERNO
<b>PROCEDECENCIA (%)</b>				
Castilla y León	20,41	24,05	23,81	23,23
Ávila				
Burgos	2,04	2,53	4,76	3,54
León	2,04	6,33	1,59	3,15
Palencia	6,12	5,06	6,35	5,91
Segovia			0,79	0,39
Salamanca			0,79	0,39
Soria		1,27	1,59	1,18
Valladolid	8,16	7,59	7,14	7,48
Zamora	2,04	1,27	0,79	1,18
Madrid	32,65	20,25	24,60	24,80
Cataluña	2,04	5,06	3,97	3,94
Aragón		2,53		0,79
Asturias	2,04	7,59	2,38	3,94
Cantabria	4,08	2,53	3,97	3,54
Galicia	2,04	3,80	4,76	3,94
Castilla-La Mancha		1,27		0,39
Comunidad Valenciana	2,04	1,27	1,59	1,57
País Vasco	16,33	7,59	14,29	12,60
La Rioja		3,80	0,79	1,57
Extremadura			0,79	0,39
Andalucía	2,04	6,33	0,79	2,76
Murcia				
Navarra	2,04	1,27	0,79	1,18
Canarias	2,04			0,39
Baleares		2,53		0,79
Extranjeros	8,16	7,59	14,29	11,02
Sin especificar procedencia	4,08	2,53	3,17	3,15
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>SEXO (%)</b>				
Hombre	67,35	54,43	50,00	54,72
Mujer	32,65	45,57	50,00	45,28
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>EDAD (%)</b>				
Menos de 19	2,04	2,53	0,79	1,57
Entre 20 y 30	12,24	12,66	3,97	8,27
Entre 30 y 40	30,61	29,11	23,81	26,77
Entre 40 y 50	18,37	22,78	32,54	26,77
Entre 50 y 65	28,57	25,32	30,16	28,35
Más de 65	8,16	7,56	8,73	8,27
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>VIAJA (%)</b>				
Solo	16,33	10,13	3,17	7,87
En pareja	46,94	49,37	49,21	48,82
En familia	16,33	20,25	24,60	21,65
Con amigos	18,37	18,99	21,43	20,08
En viaje organizado	2,04	1,27	1,59	1,57
Otros	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>PRINCIPAL MOTIVO VISITA (%)</b>				
Visita de paso	16,33	13,92	11,11	12,99
Visita familia/ amigos	20,41	3,80	6,35	8,27
Turismo	59,18	74,68	76,98	72,83
Trabajo/Estudios	4,08	6,33	3,17	4,33
Otros	0,00	1,27	2,38	1,57
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

## TIPO DE VIAJE

	ENERO	FEBRERO	MARZO	TOTAL INVIERNO
<b>DURACIÓN (%)</b>				
1 día	38,78	18,99	22,22	24,41
2 días	34,69	39,24	20,63	29,13
3 días	8,16	16,46	26,98	20,08
4 días	0,00	7,59	12,70	8,66
Varios	16,33	16,46	12,70	14,57
Otros	2,04	1,27	4,76	3,15
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>PERNOCTACIÓN %</b>				
Si	51,02	53,16	51,59	51,97
No	30,61	21,52	28,57	26,77
Sin respuesta	18,37	25,32	19,84	21,26
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>TIPO DE ALOJAMIENTO (%)</b>				
Hotel	47,06	50,77	25,77	37,76
Hostal/Pensión	2,94	9,23	7,22	7,14
Camping	0,00	1,54	2,06	1,53
Albergue	2,94	0,00	3,09	2,04
Alojamiento T. R.	5,88	12,31	26,80	18,37
2ª Residencia	5,88	1,54	1,03	2,04
Otros	35,29	24,62	34,02	31,12
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>ORGANIZACIÓN DEL VIAJE (%)</b>				
Sin contratación previa	51,02	41,77	45,24	45,28
Por teléfono/internet	32,65	31,65	40,48	36,22
Agencia de viajes	0,00	5,06	3,17	3,15
Central de reservas	0,00	1,27	3,17	1,97
Otros	16,33	20,25	7,94	13,39
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>CONOCIMIENTO DE LA PROVINCIA (%)</b>				
Si	63,27	53,16	68	55,51
No	36,73	46,84	58	44,49
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>MEDIO DE TRANSPORTE (%)</b>				
Turismo	83,67	81,01	80,95	81,50
Autobús	4,08	5,06	2,38	3,54
Tren	2,04	5,06	1,59	2,76
Otros	10,20	8,86	15,08	12,20
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>VISITA OTROS DESTINOS (%)</b>				
Si	46,94	48,10	51,90	49,61
No	53,06	51,90	48,41	50,39
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>OTRAS ACTIVIDADES (%)</b>				
Comer en un restaurante local	41,84	35,43	31,87	34,80
Comprar productos típicos de la zona	13,27	22,29	17,95	18,50
Realizar actividades culturales	26,53	27,43	23,81	25,46
Realizar actividades en la naturaleza	13,27	12,00	22,71	17,58
Practicar deportes	2,04	1,14	2,93	2,20
Otros	3,06	1,71	0,73	1,47
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

## CARACTERÍSTICAS DE LA VISITA

	ENERO	FEBRERO	MARZO	TOTAL INVIERNO
<b>CONOCIMIENTO DE LA PROVINCIA (%)</b>				
Soy de la zona	8,47	9,89	9,49	9,42
Amigos/Familia	33,90	25,27	25,32	26,95
Guía y/o folletos especializados	20,34	10,99	13,29	13,96
Medios de comunicación	1,69	5,49	4,43	4,22
Internet	25,42	30,77	22,78	25,65
No sabía de su existencia	1,69	2,20	1,27	1,62
Oficinas de turismo	5,08	5,49	11,39	8,44
Feria de turismo	0,00	3,30	2,53	2,27
Otros	3,39	6,59	9,49	7,47
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>GASTOS ESTANCIA (por persona) (%)</b>				
Menos de 10 €	2,04	0,00	0,00	0,39
Entre 10 y 20 €	6,12	0,00	2,38	2,36
Entre 20 y 30 €	10,20	5,1	8,73	7,87
Entre 30 y 40 €	6,12	3,8	5,56	5,12
Entre 40 y 50 €	4,08	1,3	4,76	3,54
Más de 50 €	61,22	72,2	61,90	64,96
Sin especificar gasto	10,20	17,7	16,67	15,75
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>GASTO PRINCIPAL DE LA VISITA (%)</b>				
Transporte	10,87	9,27	8,59	9,30
Alojamiento	17,39	29,80	32,83	28,57
Restauración	35,87	32,45	31,31	32,65
Bares/ Cafeterías	17,39	11,26	11,62	12,70
Compras	15,22	13,91	12,12	13,38
Otros	3,26	3,31	3,54	3,40
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

## SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES

ENERO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Infraestructuras										
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										

FEBRERO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Infraestructuras										
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										

MARZO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Infraestructuras										
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 INVIERNO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Infraestructuras										
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 6,14%



### III. CARACTERIZACIÓN DEL VISITANTE DE LA «BASÍLICA DE SAN JUAN DE BAÑOS»

El territorio palentino atesora innumerables monasterios, conventos, colegiatas, iglesias y ermitas debido al paso y estancia en estas tierras a lo largo de la historia de diversas culturas. Este es el caso de la fábrica de la iglesia visigoda de la «Basílica de San Juan de Baños», emplazada en la entidad menor local de Baños de Cerrato integrada en el municipio de Venta de Baños, que desde el 26 de febrero de 1897 está declarada Bien de Interés Cultural (BIC) con la categoría de Monumento.

El templo ha sufrido varias intervenciones arquitectónicas debido al estado ruinoso que presentaba a finales del siglo XIX que han modificado el edificio primigenio consagrado en el año 661, que corresponde al año 699 de la Era Hispánica al sumarse 38 años, por voluntad del monarca Recesvinto. La planta basilical, de 20 metros de longitud, está compuesta por tres naves y con un pórtico rectangular de entrada. En el interior sobresale el presbiterio visigodo con cubierta en bóveda de cañón, que preside la cabecera de la nave mayor, al que se le añadieron dos capillas góticas exentas en las naves laterales. Las tres naves se encuentran separadas por una doble hilada de arcos de herradura, al igual que el arco del pórtico y el triunfal, formados por cuatro columnas de mármol de origen romano reaprovechadas con las basas y los capiteles de orden corintio. La decoración interior del templo, además de los capiteles, está compuesta por un friso geométrico de círculos secantes que rodea la nave mayor por encima de la inscripción de dedicación real y de las ventanas de los muros laterales. La traducción literal de la lápida de consagración, empotrada en el muro del testero de la nave mayor, dice: «Precursor del Señor, mártir Juan Bautista posee esta casa, construida como don eterno la cual, yo mismo, Recesvinto rey, devoto y amador de tu nombre, te dediqué, por derecho propio, en el año tercero, después del décimo como compañero inclito del reino. En la Era seiscientos noventa y nueve».

En la fachada destaca el arco del pórtico de entrada al templo, presidido por una cruz de trifolios en la clave, y con sendas impostas y un fino friso de círculos florales, al que se superpuso el campanario-espadaña en las reparaciones de 1865. Los muros exteriores están compuestos por sillares de grandes dimensiones colocados sin argamasa o «a hueso» y, en ciertos lugares con asiento a codo, que están rotos por las pequeñas ventanas en herradura para la iluminación interior. Las ventanas están cerradas por una celosía calada y con un sogueado en el borde. Para finalizar la descripción de la fábrica de la iglesia resta la alusión a la cubierta, una techumbre a doble vertiente y a dos niveles, característica de la estructura basilical, la del pórtico y la de la nave mayor.

La excepcionalidad del monumento por constituir el ejemplo más emblemático de la arquitectura religiosa del reino visigodo, en el tránsito de finales del Imperio Romano, ha generado un crecimiento del número de visitantes hasta alcanzar los 9.137 turistas durante el año 2009. La procedencia de las personas que han visitado la iglesia han sido: 8.353 españoles (91,41%) y 784 extranjeros (8,59%). En relación a la distribución del colectivo nacional, dominan los residentes en las Comunidades Autónomas de Castilla y León,

#### Número de visitas realizadas a la Basílica de «San Juan de Baños»

AÑOS	E	F	M	A	M	Jn	Jl	A	S	O	N	D	TOTAL
2006					547	578	569	1.536	975	0	733	458	<b>5.396</b>
2007	73		228	874	716	737	791	1.233	900	806	641	433	<b>7.432</b>
2008	207		465	894	568	660	624	1.251	803	970	633	291	<b>7.366</b>
2009	152	155	605	1.156	1.241	1.006	819	1.335	833	939	636	260	<b>9.137</b>
2010	171	266	718	955									

Fuente: Patronato Provincial de Turismo.



## PERFIL DEL VISITANTE

	ENERO	FEBRERO	MARZO	TOTAL INVIERNO
<b>PROCEDECIA (%)</b>				
Castilla y León	63,64	23,08	33,33	38,10
Ávila				
Burgos		7,69	5,56	4,46
León				
Palencia	9,09		22,22	11,90
Segovia				
Salamanca	9,09		5,56	4,76
Soria				
Valladolid	45,45	15,38		16,67
Zamora				
Madrid	9,09	30,77	44,44	30,95
Cataluña		7,69		2,38
Aragón				
Asturias				
Cantabria				
Galicia			5,56	2,38
Castilla-La Mancha			5,56	2,38
Comunidad Valenciana				
País Vasco	9,09	7,69		4,76
La Rioja				
Extremadura			5,56	2,38
Andalucía	9,09	23,08		9,52
Murcia				
Navarra			5,56	2,38
Canarias				
Baleares				
Extranjeros	9,09	7,69		4,76
Sin especificar				
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>SEXO (%)</b>				
Hombre	54,55	69,23	66,67	64,29
Mujer	45,45	30,77	33,33	35,71
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>EDAD (%)</b>				
Menos de 19	0,00	7,69	0,00	2,38
Entre 20 y 30	27,27	15,38	22,22	21,43
Entre 30 y 40	27,27	23,08	5,56	16,67
Entre 40 y 50	27,27	7,69	27,78	21,43
Entre 50 y 65	9,09	46,15	38,89	33,33
Más de 65	9,09	0,00	5,56	4,76
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>NIVEL DE ESTUDIOS (%)</b>				
Sin estudios	0,00	0,00	0,00	0,00
Primarios	0,00	0,00	0,00	0,00
Secundarios	9,09	15,38	11,11	11,90
Universitarios	90,91	84,62	77,78	83,33
Otros	0,00	0,00	11,11	4,76
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>VIAJA (%)</b>				
Sólo	0,00	7,69	5,56	4,76
En pareja	45,45	38,46	38,89	40,48
En familia	45,45	23,08	11,11	23,81
Con amigos	9,09	30,77	44,44	30,95
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

## TIPO DE VIAJE

	ENERO	FEBRERO	MARZO	TOTAL INVIERNO
<b>DURACIÓN (%)</b>				
1 día	36,36	38,46	22,22	30,95
2 días	27,27	15,38	16,67	19,05
3 días	9,09	15,38	38,89	23,81
4 días	0,00	7,69	16,67	9,52
Varios	18,18	23,08	0,00	11,90
Sin especificar	9,09	0,00	5,56	4,76
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>PERNOCTACIÓN %</b>				
Si	27,27	69,23	38,89	45,24
No	36,36	23,08	33,33	30,95
Sin respuesta	36,36	7,69	27,78	23,81
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>TIPO DE ALOJAMIENTO (%)</b>				
Hotel	57,14	77,78	73,33	70,97
Hostal/Pensión	14,29	11,11	0,00	6,45
Camping	0,00	0,00	0,00	0,00
Albergue	0,00	0,00	6,67	3,23
Alojamiento T. R.	28,57	11,11	0,00	9,68
2ª Residencia	0,00	0,00	6,67	3,23
Otros	0,00	0,00	13,33	6,45
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>ORGANIZACIÓN DEL VIAJE (%)</b>				
Sin contratación previa	72,73	38,46	61,11	57,14
Por teléfono/internet	18,18	46,15	22,22	28,57
Agencia de viajes	0,00	0,00	0,00	0,00
Central de reservas	0,00	0,00	0,00	0,00
Otros	9,09	15,38	16,67	14,29
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>CONOCIMIENTO DE LA PROVINCIA (%)</b>				
Si	100,00	53,85	88,89	80,95
No	0,00	46,15	11,11	19,05
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>MEDIO DE TRANSPORTE (%)</b>				
Coche	81,82	92,31	94,44	90,48
Autobús	9,09	0,00	5,56	4,76
Tren	9,09	0,00	0,00	2,38
Otros	0,00	7,69	0,00	2,38
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>VISITA BASÍLICA PRINCIPAL MOTIVO (%)</b>				
Si	63,64	61,54	55,56	59,52
No	36,36	38,46	44,44	40,48
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>OTRAS VISITAS EN SU ESTANCIA (%)</b>				
Si	54,55	61,54	66,67	61,90
No	45,45	38,46	33,33	38,10
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>OTRAS ACTIVIDADES (%)</b>				
Comer en un restaurante local	43,75	45,00	42,31	43,55
Comprar productos típicos de la zona	25,00	45,00	23,08	30,65
Realizar actividades culturales	12,50	0,00	15,38	9,68
Practicar deportes	0,00	0,00	0,00	0,00
Otros	18,75	10,00	19,23	16,13
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

## CARACTERÍSTICAS DE LA VISITA

	ENERO	FEBRERO	MARZO	TOTAL INVIERNO
<b>CONOCIMIENTO DE LA BASÍLICA (%)</b>				
Soy de la zona	25,00	15,38	27,78	23,26
Amigos/Familia	33,33	15,38	0,00	13,95
Guía y/o folletos especializados	8,33	30,77	22,22	20,93
Medios de comunicación	8,33	0,00	11,11	6,98
Internet	8,33	0,00	0,00	2,33
No sabía de su existencia	0,00	0,00	0,00	0,00
Oficinas de turismo	0,00	0,00	0,00	0,00
Otros	16,67	38,46	38,89	32,56
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>MOTIVO PRINCIPAL DE LA VISITA (%)</b>				
Interés histórico-cultural	100,00	69,23	68,42	76,74
Visita a los entornos turísticos	0,00	7,69	26,32	13,95
Otros motivos	0,00	23,08	5,26	9,30
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>CONOCÍA ANTERIORMENTE LA BASÍLICA (%)</b>				
Si	81,82	23,08	61,11	54,76
No	18,18	76,92	38,89	45,24
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

## SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES

ENERO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Acceso										
Estado de Conservación Personal										
Información/Señalización										
Precio										
Horario										
Visita guiada										
Recorrido interior										
Valoración general										

FEBRERO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Acceso										
Estado de Conservación Personal										
Información/Señalización										
Precio										
Horario										
Visita guiada										
Recorrido interior										
Valoración general										

MARZO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Acceso										
Estado de Conservación Personal										
Información/Señalización										
Precio										
Horario										
Visita guiada										
Recorrido interior										
Valoración general										

TOTAL INVIERNO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Acceso										
Estado de Conservación Personal										
Información/Señalización										
Precio										
Horario										
Visita guiada										
Recorrido interior										
Valoración general										

Nivel de confianza 95,00%  
Intervalo de confianza 14,85%



Madrid, Andalucía, País Vasco, Comunidad Valenciana, Castilla-La Mancha y Cataluña.

Las provincias de Castilla y León que aportan más visitas son Palencia, Valladolid, Burgos, Salamanca y Segovia. El principal origen de los procedentes de fuera de las fronteras españolas es la Unión Europea con Alemania, Francia, Holanda, Italia y Reino Unido al frente, debido a la cercanía de estos países en relación al recurso y, en un segundo lugar, los oriundos de América del Sur, Asia y América del Norte.

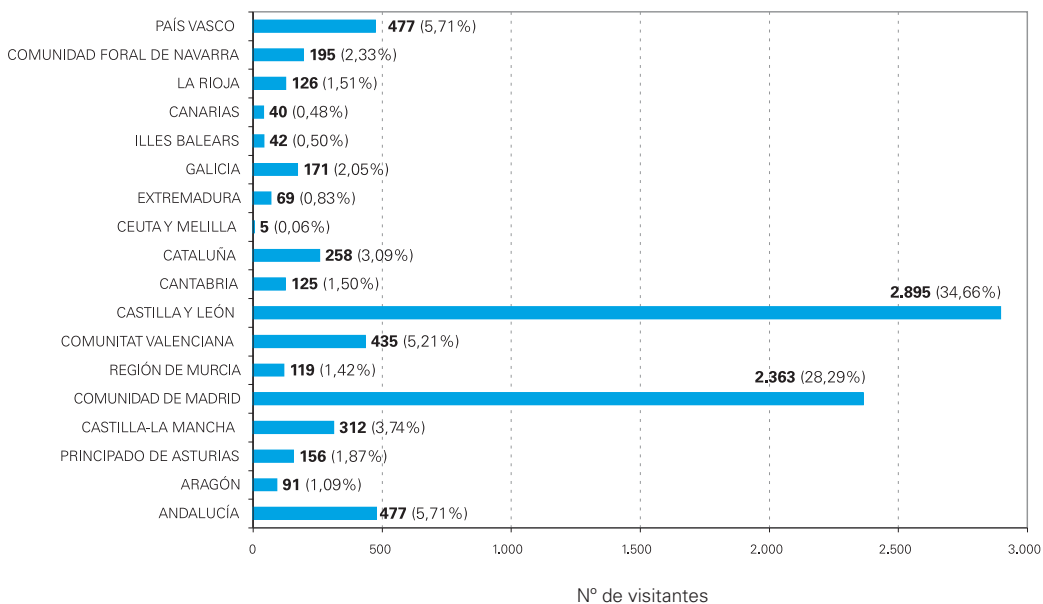
La caracterización del visitante de la iglesia de San Juan de Baños, a partir del vaciado de las encuestas rellenas por una muestra de turistas durante los meses del invierno, está marcada por los grupos de edad adulta comprendida entre los 40 y 65 años y los visitantes jóvenes de 20 a los 30 años. Estos colectivos presentan un nivel de estudios alto, principalmente con algún título universitario, y con un claro interés por el monumento histórico-artístico. El fuerte atractivo del templo propicia un tipo de visita en pareja, en familia o con grupos de amigos que realizan una escapada de un día o que incluyen la parada en el viaje de varios días con la obligación de pernoctar en hoteles próximos, en los alojamientos de turismo rural o en casas de familiares. Ambos tipos de viajes encuentran alicientes en la posibilidad de comer en restaurantes de la comarca las viandas de la gastronomía local y poder hacer compras de los productos típicos.

Además, como se ha señalado, la particularidad del recurso no obliga a una detallada organización del viaje por parte del turista, salvo la necesaria información previa de días y horarios de apertura vía internet o por otros canales de información (guías y folletos especializados y medios de comunicación). También, juegan un papel destacado los propios habitantes y las estancias con los familiares y con los amigos de la zona que aprovechan la visita de los allegados para mostrar la iglesia. Los turistas con un conocimiento alto del monumento utilizan el vehículo propio en la visita individual o el autobús en grupos programados.

Los puntos fuertes de la visita, según el grado de satisfacción manifestado en las encuestas, están relacionados con la calidad de las visitas guiadas por parte del personal encargado y el estado de conservación interior y exterior del edificio. En la parte negativa, propiciado por la localización del templo y por las obras de construcción del AVE, hacen referencia a los accesos y la escasa señalización; sin embargo, la valoración general del producto turístico es alta al relacionar la calidad de todos los aspectos con el precio a pagar.

### PROCEDENCIA DE LOS VISITANTES ESPAÑOLES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS, 2009

Total: **8.353**





## IV. TURISMO FLUVIAL EN EL «CANAL DE CASTILLA»

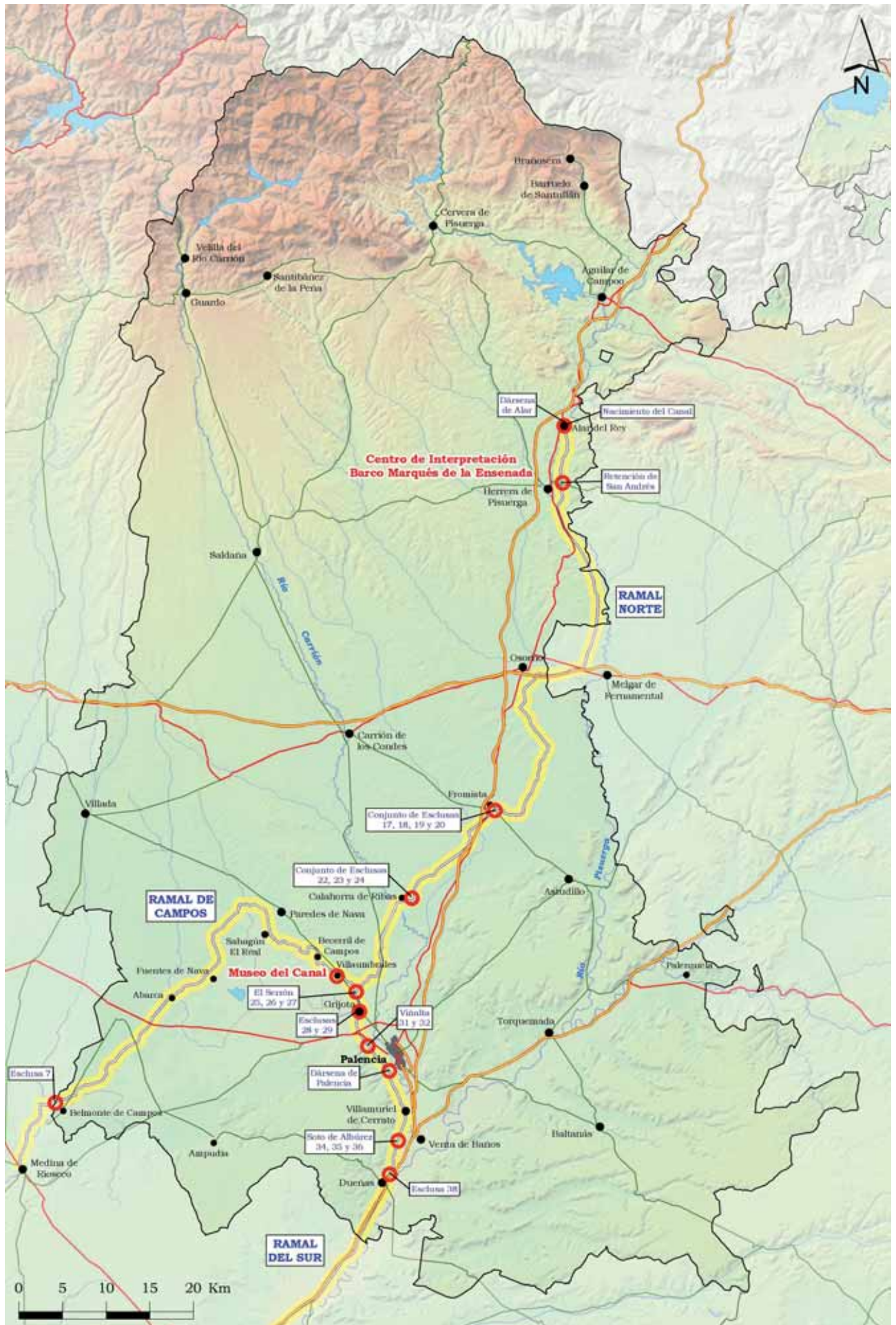
Los canales de agua destinados al trasiego de mercancías hasta la llegada del ferrocarril, en las últimas décadas del siglo XIX, y posteriormente destinados al riego y el abastecimiento de las poblaciones, son hoy en día un recurso propicio para la realización de múltiples actividades de ocio y recreo asociadas a la modalidad del «turismo fluvial». En los países europeos abundan los ejemplos de uso y aprovechamiento turístico de numerosos tramos fluviales y, también, de canales de agua como es el caso del «Canal du Midi» (Ramonville-St-Agne a Les Onglous), el «Canal du Centre» (conecta el río Saône con el Loire) o el «Canal Burgundy» (atraviesa la ciudad de Dijon), en Francia; los canales de la ciudad de Ámsterdam en Holanda; el «Canal de San Marco de Venecia» en Italia; el «Canal de Caledonia» en el Reino Unido; el «Canal Gota» en Suecia; etc.

La historia del Canal de Castilla responde al viejo sueño de conectar el interior de la meseta con los puertos del norte. El sueño se empieza a hacer realidad cuando Fernando VI y el Marqués de la Ensenada encargan al capitán de navío Antonio de Ulloa y al ingeniero Carlos Lemaur la redacción del proyecto y el inicio de las obras del «Proyecto General de Canales de Navegación y Riego para los Reinos de Castilla y León». Las obras comenzaron el 16 de julio de 1753 en Calahorra de Ribas, en el término municipal de Ribas de Campos, y terminaron en noviembre de 1849 en Medina de Rioseco. Tras durar casi 100 años, el resultado de las obras fue una infraestructura hidráulica de 207 kilómetros dividida en tres ramales: Norte (Alar del Rey-Calahorra de Ribas, 75 km), Sur (El Serrón-Valladolid, 54 km) y Campos (Calahorra de Ribas-Medina de Rioseco, 78 km). El cierre del canal para el transporte de mercancías y pasajeros se produjo a finales de la década de los cincuenta del siglo pasado y, tan sólo, en algunos tramos se dedica al riego de los campos, al abastecimiento de poblaciones y a la producción de energía eléctrica. El trazado del canal salva un desnivel de 160 metros mediante 49 esclusas y otras tantas obras de fábrica (puentes, arcas, acueductos y presas). El vaso fluvial del canal tiene una sección trapezoidal con una anchura entre 11 y 22 metros y una profundidad entre 1,80 y 3 metros. Para su explotación, en los extremos de la arteria fluvial se colocaron las dársenas con los almacenes y a la vera del cauce se levantaron nuevas poblaciones, los astilleros, las casas de los escluseros, las fábricas de harina y luz, los molinos, los batanes de paños y lanas, las fábricas de curtidos, etc.

Esta obra de ingeniería hidráulica con el paso del tiempo se ha erigido en un referente del patrimonio territorial y de la planificación del turismo en la Comunidad Autónoma junto a otras rutas temáticas y, por tanto, la administración regional ha impulsado una serie de iniciativas orientadas a su protección y puesta en valor. La protección a través de la declaración de Bien de Interés Cultural (BIC) en 1991 con la categoría de Conjunto Histórico y la dotación de un Plan Regional de ámbito territorial (2001) han sido algunas propuestas; sin embargo, las actuaciones destinadas al aprovechamiento turístico del Canal de Castilla se han sucedido en los últimos años lideradas por distintas instancias. La principal apuesta, con una visión integral, ha llegado con la aprobación del Plan de Excelencia Turística «Canal de Castilla» (2006-2008) promovido e impulsado por las Diputaciones Provinciales de Burgos, Palencia y Valladolid y administrado por el Consorcio para la Gestión Turística del Canal.

La estrategia global de dinamización turística del Plan de Excelencia Turística ya ha empezado a dar sus frutos con las obras de renovación y limpieza de varias esclusas, en concreto en Palencia en la triple esclusa 22, 23 y 24 de Calahorra de Ribas, el acondicionamiento de la Casa del





Trazado del Canal de Castilla



Rey como Museo del Canal en Villaumbrales, la puesta en marcha de la red de Puntos de Información Turística, la publicación de la Guía de Recursos del Canal de Castilla, etc. En la actualidad, se están ejecutando las obras del futuro Centro de Recepción de Visitantes en la Nave de Picos de la Dársena de Alar del Rey.

Con la apertura del «*Museo del Canal de Castilla*» en Villaumbrales, que ocupa la antigua Casa del Rey de 1799 cedida por la Confederación Hidrográfica del Duero en 1998 a la Fundación San Cebrián, se ha dotado a la ruta fluvial de un punto de referencia para conocer el patrimonio territorial y la oferta de infraestructuras turísticas de alrededor. El edificio que alberga el museo está localizado en la margen izquierda del Ramal de Campos y se inauguró el 10 de junio del 2008. La firma de un convenio de colaboración entre la Diputación Provincial y la Fundación San Cebrián permite el mantenimiento del inmueble, garantiza el servicio y genera empleo para personas con discapacidad.

En la planta baja del edificio se localizan los servicios administrativos, de recepción y de guía y una reconstrucción del Canal de Castilla, a través de una gran maqueta, que se puede recorrer a partir de una recreación de un embarcadero fluvial de principios del siglo XIX y de diversos recursos audiovisuales. En la primera planta, la figura virtual del ingeniero Juan Bautista de Homar, director de las obras del Canal desde el último tercio del siglo XVIII, narra los avatares de la truculenta historia de la construcción y desarrollo de la obra. El recorrido de esta planta está salpicado de planos, maquetas y pantallas interactivas para conocer en profundidad el proyecto. En la planta bajocubierta, el espacio se ha destinado para despachos de gestión y de lugar de estudio de potenciales investigadores sobre la obra hidráulica. El conjunto museístico se completará con la recuperación de las atarazanas (o astilleros) donde se construían o arreglaban las barcas; recordemos que en el momento álgido del canal llegaron a circular más de 400 barcas cargadas de trigo, harina, carbón, madera y otras mercancías.

Otra de las actividades turísticas que se pueden realizar en el Canal de Castilla son los paseos en barco con la puesta en marcha del *Barco Turístico «Marqués de la Ensenada» en la Retención de San Andrés* de Herrera de Pisuergra, donde el Canal de Castilla y el río Pisuergra se cruzan, y la reapertura del Centro de Interpretación. El recorrido de esta embarcación turística se suma a la oferta de los barcos «*Antonio de Ulloa*» en Medina de Rioseco (Valladolid) y «*San Carlos de Abánades*» en Melgar de Fernamental (Burgos). En una perspectiva no muy lejana, se pondrán en funcionamiento otros barcos con el objetivo de cerrar la oferta y poder navegar en el resto de los tramos. En paralelo, la adecuación de pequeños embarcaderos abren la posibilidad de recorridos con embarcaciones de recreo y de piragüas.

La oferta turística se complementa con la reciente adecuación y señalización de los caminos de sirga de ambas márgenes para los recorridos a pie, en bicicleta o a caballo a instancias de la Sociedad Estatal Aguas del Duero y con la participación de la Junta de Castilla y León y las Diputaciones Provinciales de Burgos y Palencia. La homologación del Sendero de Gran Recorrido GR-89 (Canal de Castilla) sobre los caminos de sirga permite la práctica de los paseos a pie, la contemplación de los «paisajes del agua» y la visita al patrimonio cultural cercano. A lo largo del camino se han colocado paneles informativos sobre la historia, los elementos anexos del canal y los aspectos del medio natural (atriles de especies vegetales).

La recuperación medioambiental se ha extendido a los humedales limítrofes al Canal de Castilla mediante el proyecto «Recuperación y gestión de lagunas ZEPA del Canal de Castilla», del instrumento financiero europeo para el medio ambiente y la naturaleza Life, gestionado por la Fundación Global Nature y con la colaboración de la Diputación Provincial.







Esta iniciativa, que tiene prevista la intervención hidrológica y ambiental en 35 humedales situados a lo largo del canal, relanza el «turismo ornitológico» con la colocación de casetas de observación de aves y el diseño de rutas temáticas e interpretativas.

Los académicos e investigadores han reclamado un plan integral para la conservación y el desarrollo de los recursos del Canal de Castilla en las conclusiones del I Congreso Internacional sobre Conservación y Desarrollo de los Recursos Turísticos del Canal de Castilla (1990) y del II Congreso Internacional «El Canal de Castilla, Gran Parque Lineal de Castilla y León» (2004), celebrados en Palencia. La propuesta de una visión integral del canal con la compatibilidad de usos, la preservación de los valores naturales y culturales, la homogeneidad de intervenciones, la participación de la iniciativa pública y privada y la dotación de un instrumento de gestión global volverán a ser temas centrales del debate del III Congreso Internacional del Canal de Castilla. Las conclusiones y propuestas de esta tercera edición, que se desarrollará en octubre en el Centro Cultural Provincial de la capital palentina, marcarán nuevas orientaciones y actuaciones turísticas a desarrollar en torno al Canal de Castilla.

Por último, los proyectos de cooperación interterritorial y transnacional han demostrado ser muy fructíferos a la hora de generar ideas innovadoras, por este motivo, hay que tener en cuenta los debates y reflexiones generados en el seno del proyecto «Vías Navegables de Europa (VNE)» de la iniciativa comunitaria Interreg. El objetivo del proyecto es el análisis de acciones de desarrollo turístico y de ocio sostenibles en los canales interiores como se ha demostrado en el estudio específico coordinado por la Asociación de Pueblos Ribereños del Canal de Castilla, SIRGA. Las conclusiones de este estudio profundizan en el papel de una planificación global para determinar los usos del canal, entre ellos la compatibilidad de los aprovechamientos turísticos, y reconoce la labor integradora del Plan de Excelencia Turística «Canal de Castilla» y del Consorcio para la Gestión Turística del Canal.

## V. PRINCIPALES NOTICIAS TURÍSTICAS

### Presencia del Patronato de Turismo en la XXX Feria Internacional de Turismo «FITUR» (Madrid)

La presencia del Patronato de Turismo en la trigésima edición de la Feria Internacional de Turismo (FITUR), celebrada en Madrid del 20 al 24 de enero, ha contribuido a la promoción de los atractivos del turismo provincial con el fin de incrementar el volumen de visitantes y el número de pernoctaciones. En esta prestigiosa feria, de rango internacional, el Patronato de Turismo ha presentado en su expositor las novedades para el año 2010 dentro del espacio innovador y original del stand de la Junta de Castilla y León. La propuesta provincial se ha centrado en el programa cultural de la villa romana «La Olmeda» con la difusión del DVD «La Olmeda: Una Villa Romana», en el Camino de Santiago por la celebración del Año Santo Jacobeo, en el turismo fluvial y ornitológico del Canal de Castilla, en el valor universal del Románico Norte y en las singularidades del resto de las rutas provinciales.

<http://www.palenciaturismo.es>



### Entrega de los Premios Provinciales de Turismo 2009

El acto de entrega de la X Edición de los Premios Provinciales de Turismo se realizó el día 28 de enero en el Centro Cultural Provincial. En la sección de Ayuntamientos y Entidades Locales Menores, el galardón por igual («ex aequo») lo compartieron los consistorios de Aguilar de Campoo y Frómista por el fomento del turismo y la puesta en valor de sus recursos turísticos, y el accésit recayó en el ayuntamiento de Velilla del Río Carrión. En el apartado de Asociaciones y Empresas, también se repartieron el premio «ex aequo» las dos asociaciones de hostelería, la Asociación General de Hostelería de la Confederación Palentina de Organizaciones Empresariales (CPOE) y la Asociación de Empresarios de Hostelería de Palencia por la entrega en la generación de empleo, y el accésit fue para la Fundación Global Nature. Por último, en la faceta de Comunicación y Creaciones Artísticas, el jurado concedió la distinción a la periodista Almudena Álvarez Fernández por los reportajes publicados en el diario El Mundo.

<http://www.palenciaturismo.es>



### XV Jornadas Gastronómicas de la Montaña Palentina

Once restaurantes del norte palentino participan en las XV Jornadas Gastronómicas de la Montaña Palentina, promovidas y organizadas por el Centro de Iniciativas Turísticas de Cervera de Pisuerga, con el propósito este año de asociar la cocina con el territorio y el paisaje montañoso. En esta decimoquinta edición, los restaurantes se alternarán durante los fines de semana de los meses de enero, febrero, marzo y abril en la oferta de un menú singular a base de los productos naturales y propios de la tierra. Además, la variedad de propuestas de menús de los restaurantes locales están pensadas, unos para los almuerzos, y otros para las cenas.

<http://www.cerveradepisuerga.eu>







### Nueva edición de la «Olla Ferroviaria» en Venta de Baños

Esta nueva edición de la iniciativa gastronómica de la «Olla Ferroviaria» de Venta de Baños se desarrolla este año en el marco de los actos de celebración del 150 aniversario de la llegada del ferrocarril a la localidad. El concurso de la «olla ferroviaria» es un aliciente más a participar de las actividades del denso programa cultural y lúdico organizado por el consistorio. En esta ocasión participan 16 establecimientos venteños que durante las mañanas de los sábados y de los domingos de un fin de semana de los meses de febrero, marzo, abril, mayo, octubre y noviembre ofrecen de acompañamiento la clásica «olla ferroviaria». La oferta culinaria de bares y restaurantes comprende un amplio repertorio de cazuelas que van desde la «olla ferroviaria», plato típico de los trabajadores del tren, hasta una amplia variedad de potajes.



### Adecuación de la Villa Romana de «La Tejada» en la localidad de Quintanilla de la Cueva

A mediados del mes de febrero fue aprobado, por la Comisión Territorial de Patrimonio, el proyecto básico del equipo de la arquitecta Rocío Rein de adecuación de la Villa Romana de «La Tejada», situado en las proximidades de Quintanilla de la Cueva. Las obras en el yacimiento arqueológico, fechado entre el siglo II y mediados del siglo V, consistirán en un edificio de dos plantas y cinco burbujas donde se ubicarán diferentes servicios, en total 2.477 m<sup>2</sup> cubiertos destinados a la recepción, los aseos, la sala de proyecciones, los talleres, la sala de trabajo, la cafetería y la tienda. El resto de actuaciones en el exterior del edificio de las instalaciones, debido a que la superficie aproximada de la parcela asciende a 10.858,50 m<sup>2</sup>, están dedicadas a la mejora de las zonas ajardinadas y al parking.

<http://www.palenciaturismo.es>

### Urbanización de «La Reana» y el entorno del «Calero» de Velilla del Río Carrión

Durante el mes de marzo, se han adjudicado las obras de saneamiento de la fuente tamárica «La Reana», mediante la canalización de los aliviaderos, y la restauración del horno de cal del «Calero» en el municipio de Velilla del Río Carrión. El proyecto velillense, denominado «Magia Tamárica», también contempla la construcción de un mirador sobre una escombrera de carbón cercana y el acondicionamiento de una senda de acceso, el ajardinamiento y la apertura de un parque anexo y la instalación de señales turísticas. El fin general del proyecto es el desarrollo alternativo a la industria extractiva del carbón mediante actividades ligadas, en este caso, a la recuperación del patrimonio cultural, al medio ambiente y al turismo.

<http://www.velilladelriocarrion.es>





## VI. ACTUACIONES DE LOS MESES DE ABRIL, MAYO Y JUNIO

### ACTIVIDADES Y ACCIONES PROMOCIONALES

- **Salón Internacional del Turismo de Cataluña (SITC)**  
Barcelona, del 15 al 18 de Abril

- **Expovacaciones, Feria del Turismo y del Tiempo Libre**  
Bilbao Exhibition Centre (Ansio-Barakaldo), del 6 al 9 de Mayo

- **Festival Internacional da Máscara Ibérica**  
Lisboa, del 21 al 23 de Mayo

- **Salón de la Naturaleza y el Ocio de San Sebastián**  
Donostia-San Sebastián, 12 y 13 de Junio

- **Palencia, provincia invitada en la Muestra Gastronómica «Ávila en Tapas»**  
Ávila, 25 y 26 de Junio

- **Apertura de la Villa Romana «La Tejada»**  
Quintanilla de la Cueva, desde el 2 de Marzo

- **Excursiones teatralizadas por la provincia: «Palencia. Escenario de tus Sueños»**  
Se realizan 16 excursiones, con salidas desde Palencia, por diferentes destinos turísticos de la provincia: Románico, Villas Romanas, Canal de Castilla, Camino de Santiago, etc.

- **Rutas enológicas por la provincia: «Palencia, Caminos de Arte y Vino»**  
Rutas enológicas por monumentos y bodegas de la provincia.





VNIVERSIDAD  
D SALAMANCA



DIPUTACIÓN DE PALENCIA

Depósito Legal: S. 1.048-2009

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