



# Boletín Informativo del **OBSERVATORIO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE PALENCIA**

Número 2 • Octubre 2009

## 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:

Alberto Alonso Álvarez  
Laura González González  
Guillermo Callejas de Dios  
César Martín Pescador

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



## PRESENTACIÓN

El Observatorio Turístico de la Provincia de Palencia inició su andadura con la publicación del primer número del Boletín Informativo y prosigue ahora con este segundo ejemplar. Se recogen en este número los resultados de la investigación turística desarrollada a partir de las encuestas realizadas en los diferentes actos programados, en las oficinas de información turística, en los monumentos, en los museos y en los centros de interpretación. Esta información se complementa con la recapitulación de los datos de coyuntura turística y con las principales noticias. Al mismo tiempo, en el boletín se repasan los numerosos eventos, iniciativas y actuaciones asociadas al turismo que se han sucedido en la provincia a lo largo de la temporada veraniega con el fin de incrementar el número de visitantes y de paso potenciar el desarrollo económico local y comarcal.

En primer lugar, el verano ha estado salpicado de las celebraciones de las «fiestas de interés turístico regional» con la activa participación de la población local y con la presencia de miles de turistas: el XXXVII Día de Fuentes Carrionas y la Montaña Palentina (Velilla del Río Carrión), la XXXVIII edición del Día de Exaltación del Cangrejo de Río (Herrera de Pisuegra), la edición XXXII de la Gran Paellada Ollerense (Olleros de Pisuegra), la cuadragésima quinta edición del Descenso Internacional del Pisuegra y Fiesta Palentina de las Piraguas (Alar del Rey) y las Fiestas Patronales de la Virgen del Valle (Saldaña).

En segundo lugar, se han organizado actos relacionados con el desarrollo de numerosos mercados y ferias, de diferente temática y orientación, pero con un formato similar: el Mercado Medieval de Torquemada en homenaje a la llegada del cortejo fúnebre de Juana I de Castilla y Felipe El Hermoso a la localidad, el VIII Mercado Romano en Herrera de Pisuegra, el X Mercado Castellano y el XIII Certamen de Paloteo en Fuentes de Nava, el Mercado Medieval y la primera Muestra Nacional de Bolillos y la VII Feria de Cerámica en Paredes de Nava, la XXII Fiesta del Turismo en Barruelo de Santillán (incluida la IV Feria de Artesanía), la Fiesta de «La Condal» en Monzón de Campos y la IV Fiesta Barroca y Mercado Castellano de Ampudia en recuerdo de la concesión del mercado franco a la villa por parte del rey Felipe III.

## Patronato Provincial de Turismo

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

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



En tercer lugar, destaca la creación de nuevas infraestructuras y la propuesta de novedosos productos turísticos que se suman a la oferta general de la provincia; así por ejemplo, la implantación de una plataforma digital multicanal para poner en marcha una serie de recorridos por los espacios más singulares palentinos vía Internet, la apertura de las instalaciones del Museo Contemporáneo de Carrión de los Condes, la licitación de las obras de urbanización y ajardinamiento del entorno del Calero (hornos de cal) y las Fuentes Tamáricas de «La Reana» en Velilla del Río Carrión, la confirmación del inicio de las obra de rehabilitación de las doce Naves de Picos de Alar del Rey para Centro de Recepción de Visitantes del Canal de Castilla, la reapertura del «ciclo-raíl» o la visita de un grupo de ornitólogos ingleses pertenecientes a la Royal Society for the Protection Birds al Parque Natural de «Fuentes Carrionas, Fuente Cobre-Montaña Palentina».

Señalar, por último, la reedición de propuestas exitosas realizadas en años anteriores, en concreto, las excursiones teatralizadas y las rutas enológicas por la provincia, la «Ruta de la Luz» que a través de tres etapas o paseos muestra distintas épocas históricas de la capital y el convenio de colaboración entre el Obispado y el Patronato de Turismo para la apertura de monumentos en verano.

Con este repaso de las noticias relacionadas con el turismo, sin tener en cuenta las referencias regionales con incidencia en la provincia (por ejemplo, la presentación de la «Guía de Alojamientos de Turismo Accesible» o la apuesta por el Camino de Santiago Francés de cara al Año Jacobeo 2010), se confirma el esfuerzo de las diferentes administraciones, asociaciones, fundaciones, grupos, clubs y centros de iniciativas turísticas por complementar la oferta turística. En consonancia con estos datos, la oferta de alojamientos, hoteleros y extrahoteleros, y las empresas de restauración están en expansión, sobre todo, los establecimientos de las categorías de turismo rural que aumentan el número de camas al amparo del incremento de la estancia media de los viajeros.



# I. COYUNTURA TURÍSTICA

## Oferta de alojamientos y restaurantes

Las estimaciones del Boletín de Coyuntura Turística de la Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León, sobre los diferentes aspectos que componen la actividad turística, anuncian el descenso coyuntural del número de visitantes que contrasta con la apuesta pública y privada de crear una estructura fuerte y diversa de alojamientos y restaurantes. Hemos señalado ya la apuesta institucional y cabe resaltar el esfuerzo del sector privado con la inauguración de nuevas empresas alojativas que permiten incrementar el número de plazas (5.190 establecimientos y 139.179 plazas, al finalizar el verano) y de restauración. El análisis entre las dos categorías de alojamientos, hoteleros y rurales, favorece a las instalaciones del medio rural tanto en número como en porcentaje de crecimiento.

## El movimiento de viajeros y gasto

Las estadísticas reflejan el descenso del movimiento de viajeros en los destinos del interior peninsular y en Castilla y León, en relación a temporadas veraniegas anteriores, a causa de la recesión económica internacional y nacional. La provincia ha recibido durante los meses estivales 108.590 turistas, teniendo en cuenta que agosto es el mes con mayor movimiento vacacional y, por el contrario, septiembre un mes muy flojo en la ocupación de alojamientos. A la provincia se han acercado, de forma mayoritaria, viajeros españoles 92.029 (84,74%) frente a los turistas extranjeros 16.561 (15,25%). Igualmente, en relación directa con la llegada de visitantes, observamos en los registros un leve retroceso de las pernoctaciones y del grado de ocupación por plaza en los establecimientos hoteleros; sin embargo, estos datos negativos por la crisis económica se tornan esperanzadores al constatar el aumento de las estancias medias en hoteles y hostales y alojamientos rurales, es decir, se ha alargado la estancia media de los turistas. El gasto de los turistas se distribuye, principalmente, para el alojamiento, los restaurantes, la compra de alimentos, los medios de transporte para el desplazamiento, las compras de recuerdos y los actos culturales.

La desagregación de los visitantes nacionales por la Comunidad Autónoma de procedencia indica que en el verano no se cumple estrictamente el criterio de proximidad como en otras temporadas, aunque abundan los visitantes de lugares cercanos. Por orden numérico de turistas tenemos viajeros de Madrid, Castilla y León, Cataluña, Galicia, País Vasco, Andalucía, Comunidad Valenciana, Cantabria, Asturias y el resto de Comunidades Autónomas. Por su parte, de los mercados emisores internacionales, la provincia recibe turistas de Francia, Alemania, Portugal, Italia y Reino Unido.

## Número de viajeros y pernoctaciones durante el verano

Período	Españoles		Extranjeros		Total	
	Viajeros	Pernoctaciones	Viajeros	Pernoctaciones	Viajeros	Pernoctaciones
Julio	27.873	56.228	4.114	5.942	31.987	62.230
Agosto	40.536	81.305	8.424	14.355	48.960	95.660
Septiembre	23.620	48.866	4.023	5.778	27.643	54.644
Verano	92.029	186.399	16.561	26.075	108.590	212.534

Fuente: Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León. Boletín de Coyuntura Turística de Castilla y León, Julio, Agosto y Septiembre de 2009.





## II. PERFIL DEL VISITANTE

**D**urante el verano se han realizado un número significativo de encuestas a visitantes individuales de fuera de la provincia, con el propósito de determinar y caracterizar el perfil y tipología de los turistas; para ello se ha contado con la ayuda de los técnicos de las Oficinas de Información Turística de las distintas comarcas palentinas y de la capital. La distribución del número de encuestas por las oficinas de la provincia ha sido proporcional al volumen de visitantes que se acercan a solicitar información.

La explotación de las encuestas nos indica que el perfil de los visitantes, en la temporada veraniega, está caracterizado por personas adultas y adultas-mayores que realizan el viaje en pareja, en familia o en grupos de amigos y, en menor proporción, se desplazan solos hasta tierras palentinas. Las motivaciones del viaje responden estrictamente a razones relacionadas con el ocio, el recreo y el turismo (actividades culturales y prácticas en la naturaleza) y, son minoría el resto de las opciones; aquellos que aprovechan la estancia en casa de familiares o amigos, el paso por la provincia hacia otros destinos y la realización de actividades laborales para conocer algunos recursos turísticos. La procedencia de los visitantes está dominada por los españoles (92,67% del total de los encuestados) en relación a los de fuera de nuestras fronteras (7,33%). En cuanto al reparto de los visitantes nacionales, existe un predominio de los llegados de los destinos más cercanos (Castilla y León, Madrid y País Vasco) aunque, también adquieren protagonismo los turistas de territorios más lejanos (Andalucía o Cataluña) que aprovechan el estío para realizar desplazamientos más largos. En otras temporadas, los porcentajes de visitantes de Cantabria, Asturias o Galicia son más elevados.

En estrecha vinculación con la procedencia se encuentran algunos componentes del tipo de viaje, ya que, al existir un alto porcentaje de viajeros de largo recorrido tienen que planificar la visita para varios días, pernoctar y alargar la estancia. La categoría de alojamiento más utilizada son los hoteles, hostales, establecimientos rurales y albergues, por el mayor tránsito de peregrinos, y algunos hacen uso de la segunda residencia y de las casas de familiares y amigos.

Muchos de los turistas ya conocían la provincia y, por tanto, repiten el viaje sin contratación previa y en vehículo particular; el resto, o bien utiliza las agencias de viaje e internet para hacer sus reservas o bien se adapta a los viajes programados. La mayoría de los visitantes aprovechan la estancia para realizar algún tipo de actividad, degustar las excelencias de la gastronomía local y comprar productos típicos, que les suponen un gasto medio por estancia superior a los 50 euros por persona. Por su parte, la información y documentación sobre el viaje la obtienen a través de las nuevas tecnologías y los medios de comunicación sin despreciar las corrientes clásicas de transmisión, los folletos turísticos y las oficinas de información turística. Finalmente, la opinión y visión de los encuestados sobre las infraestructuras, equipamientos y servicios turísticos de la provincia es alta y otorgan la categoría de excelente a la calidad del trato ofrecido por la población palentina y los trabajadores del sector.





### III. ANÁLISIS DE EVENTOS (Perfil del visitante)

#### Feria de Turismo y Artesanía del Camino de Santiago

Durante los días 8 y 9 de agosto se ha desarrollado la XIX Feria de Turismo y Artesanía del Camino de Santiago, en la villa de Carrión de los Condes, con actividades en el Recinto Ferial del «Parque de El Planto» y en la cercana Plaza Mayor. El objetivo de los organizadores y de los colaboradores del evento es dar a conocer los recursos turísticos y la gastronomía asociados al Camino de Santiago, a través de los 17 stand de los diversos ayuntamientos y de la institución provincial, y mostrar la variada oferta turística que encierra la ruta jacobea. Las propuestas institucionales se han complementado con la actividad artística de 57 expositores y 16 artesanos de alimentación, llegados de todos los rincones de la geografía española, y con las actividades del programa cultural. Los puestos de venta de los productos agroalimentarios -embutidos, quesos, miel, repostería y dulces-, y los talleres y demostraciones de cestería, platería, arte floral, estampados y otros oficios, introducen las notas multicolores y bulliciosas a la feria.

Las estimaciones de la organización sobre la afluencia de público a la feria arrojan unas cifras de alrededor de 10.000 visitantes, entre turistas y peregrinos, durante los dos días de encuentro ferial. Según las encuestas realizadas en el stand del Patronato Provincial de Turismo a lo largo de la feria, la mayoría de los visitantes procede de Castilla y León y, más concretamente, de la provincia de Palencia y de la comarca de Tierra de Campos al tratarse de un evento con proyección regional, provincial y local. La cercanía y posibilidades vacacionales de agosto acercan hasta Carrión de los Condes a los residentes de Madrid, País Vasco y Cantabria. Las características del visitante están marcadas por las personas adultas con estudios superiores que, acompañadas por la familia o la pareja, deciden pasar una jornada de visita sin contratación previa de ningún servicio y se desplazan hasta Carrión de los Condes en su vehículo particular. La visita se aprovecha para comprar productos típicos y artesanales, degustar la gastronomía local y, debido al elevado grado de formación, también se dedica una parte del tiempo a recorrer el casco urbano y conocer los monumentos. Algunos visitantes repiten, de año en año, ya que están vinculados a la zona y la feria goza ya de una trayectoria y calidad profesional reconocidas. La valoración general de los asistentes es buena pero inciden en la necesidad de mejorar el programa cultural paralelo y la organización de la zona institucional; con invitación y participación de stand de otras Comunidades Autónomas, de otras provincias y de otras comarcas vecinas.



## PERFIL DEL VISITANTE

PROCEDENCIA	(%)
Castilla y León	64,91
Ávila	
Burgos	5,26
León	
Palencia	52,62
Segovia	
Salamanca	3,51
Soria	3,51
Valladolid	
Zamora	
Madrid	7,02
Cataluña	1,75
Aragón	
Asturias	
Cantabria	3,51
Galicia	
Castilla-La Mancha	3,51
Comunidad Valenciana	1,75
País Vasco	8,77
La Rioja	
Extremadura	1,75
Andalucía	
Murcia	
Navarra	
Canarias	
Illes Balears	
Extranjeros	
Otros	7,02
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>
SEXO	(%)
Hombre	40,35
Mujer	59,65
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>
EDAD	(%)
Menos de 20	3,51
Entre 20 y 30	24,56
Entre 30 y 40	22,81
Entre 40 y 50	29,82
Entre 50 y 65	19,30
Mayores de 65	0
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>
NIVEL DE ESTUDIOS	(%)
Sin estudios	0
Primarios	14,04
Secundarios	29,82
Universitarios	54,39
Otros	1,75
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>
VIAJA	(%)
Solo	10,53
En pareja	28,07
En familia	56,14
Con amigos	5,26
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>

## TIPO DE VIAJE

DURACIÓN	(%)
1 día	43,86
2 días	14,04
3 días	1,75
4 días	3,51
Varios	29,82
Carrión	7,02
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>
PERNOCTACIÓN	(%)
Si	49,12
No	43,86
Carrión	7,02
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>
TIPO DE ALOJAMIENTO	(%)
Hotel	7,14
Hostal/Pensión	3,57
Camping	3,57
Albergue	10,71
Alojamiento Turismo Rural	7,14
2ª Residencia	46,43
Otros	21,43
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>
ORGANIZACIÓN DEL VIAJE	(%)
Sin contratación previa	71,93
Por teléfono/internet	8,77
Agencia de viajes	0
Central de reservas	0
Otros	19,30
Contratación previa	8,77
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>
CONOCIMIENTO DE LA PROVINCIA	(%)
Si	89,47
No	10,53
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>
MEDIO DE TRANSPORTE	(%)
Turismo	87,72
Autobús	1,75
Tren	0
Otros	10,53
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>
ACTIVIDADES	(%)
Si	68,42
No	31,58
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>
VISITAS CULTURALES	(%)
Si	38,60
No	61,40
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>
OTRAS ACTIVIDADES	(%)
Comer en un restaurante local	30,11
Comprar productos típicos de la zona	40,86
Realizar actividades culturales	16,13
Practicar deportes	3,23
Otros	9,68
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>

## CARACTERÍSTICAS DE LA VISITA

CONOCIMIENTO DE LA FERIA	(%)
Soy de la zona	32,79
Amigos/Familia	18,03
Guía y/o folletos especializados	6,56
Medios de comunicación	16,39
Internet	4,92
No sabía de su existencia	4,92
Oficinas de turismo	11,48
Otros	4,92
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>
ASISTENCIA A LA FERIA	(%)
Si	64,91
No	35,09
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>
MOTIVO PRINCIPAL DE LA VISITA	(%)
Compra de productos en la feria	32,50
Información turística	25,00
Recorrido por la zona artesanal	30,00
Otros motivos	12,50
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>

## SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Zona institucional										
Zona artesanal medieval										
Información turística solicitada										
Lugar de celebración										
Trato recibido por el personal										
Horarios										
Organización										
Actividades complementarias										
Valoración general										

Nivel de confianza 95%  
Intervalo de confianza 12,94%



## Tren Turístico «Camino de Santiago»

Este año ha vuelto a circular el Tren Turístico «Camino de Santiago», tras dos años de ausencia, desde Venta de Baños a Frómista gracias a la gestión de la Asociación Venteña de Amigos del Ferrocarril (AVENFER) y el respaldo del Patronato Provincial de Turismo. El cambio de la normativa por parte de RENFE y de ADIF para los trenes turísticos provocó que estos recorridos ferroviarios tuvieran que suspenderse. La locomotora belga del modelo Tubize Mobile de 1887, conocida como «La Ver-raco», perteneció a la Compañía del Norte y fue restaurada por la Asociación Venteña de Amigos del Ferrocarril. Esta máquina de vapor, la más antigua de España en funcionamiento sobre vía ancha, ha arrastrado los cuatro coches con 232 plazas de asientos durante cuatro fines de semana (días 9-10 y 23-24 de agosto y 5-6 y 12-13 de septiembre) a 40 kilómetros por hora. Alrededor de 1.000 viajeros han realizado los recorridos de ida y vuelta entre las estaciones de Venta de Baños y de Frómista y han participado en el programa cultural al visitar la Iglesia de San Martín, la cuádruple esclusa 17, 18, 19 y 20 del Canal de Castilla, el museo de la Iglesia de San Pedro y la Iglesia Santa María del Castillo con la proyección del audiovisual «*Vestigia, Leyenda del Camino*».

La iniciativa ha sido valorada de forma «positiva» por parte de los organizadores que destacan el papel de promoción de la historia, el arte y los paisajes palentinos a través de esta iniciativa innovadora. Según las encuestas realizadas en los cuatro viajes, la satisfacción de los viajeros es muy alta en todos los aspectos, sobre todo, en la limpieza de los vagones, el trato del personal, la puntualidad de horarios, las actividades complementarias y la organización en general. En el punto contrario, los aspectos menos valorados por los usuarios son las dificultades de acceso a la información y el precio de los billetes. En cuanto a las sugerencias, todas van encaminadas al mantenimiento del paquete turístico y la ampliación a nuevos trayectos dentro de la provincia.

Finalmente, los resultados de las encuestas revelan que el usuario del tren turístico mayoritariamente son personas adultas, con estudios y prefiere viajar en familia y con amigos porque resulta sugerente la opción de subir a un tren de vapor y pasar una jornada estival con actividades culturales organizadas en un destino atractivo y con una contratación fácil por teléfono o internet. En relación a la procedencia dominan, por Comunidades Autónomas, los provenientes de Castilla y León, Madrid, País Vasco, Cataluña y Asturias.





## PERFIL DEL VISITANTE

PROCEDECENCIA	(%)
Castilla y León	44,79
Avila	
Burgos	2,08
León	1,04
Palencia	26,04
Segovia	1,04
Salamanca	2,08
Soria	
Valladolid	10,42
Zamora	2,08
Madrid	12,50
Cataluña	3,13
Aragón	2,08
Asturias	3,13
Cantabria	2,08
Galicia	
Castilla-La Mancha	1,04
Comunidad Valenciana	2,08
País Vasco	5,21
La Rioja	
Extremadura	1,04
Andalucía	1,04
Murcia	
Navarra	1,04
Canarias	
Illes Balears	
Extranjeros	
Otros	20,83
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>

SEXO	(%)
Hombre	46,88
Mujer	53,13
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>

EDAD	(%)
Menos de 20	8,33
Entre 20 y 30	10,42
Entre 30 y 40	30,21
Entre 40 y 50	28,13
Entre 50 y 65	16,67
Mayores de 65	6,25
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>

NIVEL DE ESTUDIOS	(%)
Sin estudios	0
Primarios	11,46
Secundarios	40,63
Universitarios	44,79
Otros	3,13
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>

VIAJA	(%)
Solo	2,08
En pareja	15,63
En familia	65,63
Con amigos	16,67
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>

## TIPO DE VIAJE

DURACIÓN	(%)
1 día	66,67
2 días	2,08
3 días	2,08
4 días	1,04
Varios	8,33
Otros	19,79
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>

PERNOCTACIÓN	(%)
Si	8,33
No	67,71
Otros	23,96
<b>Total</b>	<b>100,00</b>

TIPO DE ALOJAMIENTO	(%)
Hotel	36,67
Hostal/Pensión	0,00
Camping	3,33
Albergue	3,33
Alojamiento Turismo Rural	6,67
2ª Residencia	20,00
Otros	30,00
<b>Total</b>	<b>100,00</b>

ORGANIZACIÓN DEL VIAJE	(%)
Sin contratación previa	16,67
Por teléfono/internet	48,96
Agencia de viajes	0
Central de reservas	14
Otros	20,83
<b>Total</b>	<b>100,00</b>

CONOCIMIENTO DE LA PROVINCIA	(%)
Si	91,67
No	8,33
<b>Total</b>	<b>100,00</b>

MEDIO DE TRANSPORTE	(%)
Turismo	42,71
Autobús	0,00
Tren	55,21
Otros	2,08
<b>Total</b>	<b>100,00</b>

ACTIVIDADES	(%)
Si	89,58
No	10,42
<b>Total</b>	<b>100,00</b>

VISITAS CULTURALES	(%)
Si	54,17
No	45,83
<b>Total</b>	<b>100,00</b>

OTRAS ACTIVIDADES	(%)
Comer en un restaurante local	47,53
Comprar productos típicos de la zona	24,07
Realizar actividades culturales	19,75
Practicar deportes	3,09
Otros	5,56
<b>Total</b>	<b>100,00</b>

## CARACTERÍSTICAS DE LA VISITA

CONOCIMIENTO DEL TREN	(%)
Soy de la zona	16,26
Amigos/Familia	34,96
Guía y/o folletos especializados	4,07
Medios de comunicación	23,58
Internet	13,82
No sabía de su existencia	0,00
Oficinas de turismo	3,25
Otros	4,07
<b>Total</b>	<b>100,00</b>

CONOCIMIENTO ANTERIOR DEL TREN	(%)
Si	57,29
No	42,71
<b>Total</b>	<b>100,00</b>

MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE	(%)
Interés por los viajes en tren de vapor	76,61
Visita a Fromista y monumentos	22,58
Otros motivos	0,81
<b>Total</b>	<b>100,00</b>

## SATISFACCIÓN DE LOS VIAJEROS

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Estética del tren										
Limpieza de los vagones										
Información										
Precio										
Trato recibido										
Horario										
Organización										
Actividades complementarias										
Valoración general										

Nivel de confianza 95%  
Intervalo de confianza 9,51%

## IV. TURISMO ARQUEOLÓGICO

### o «ARQUEOTURISMO»

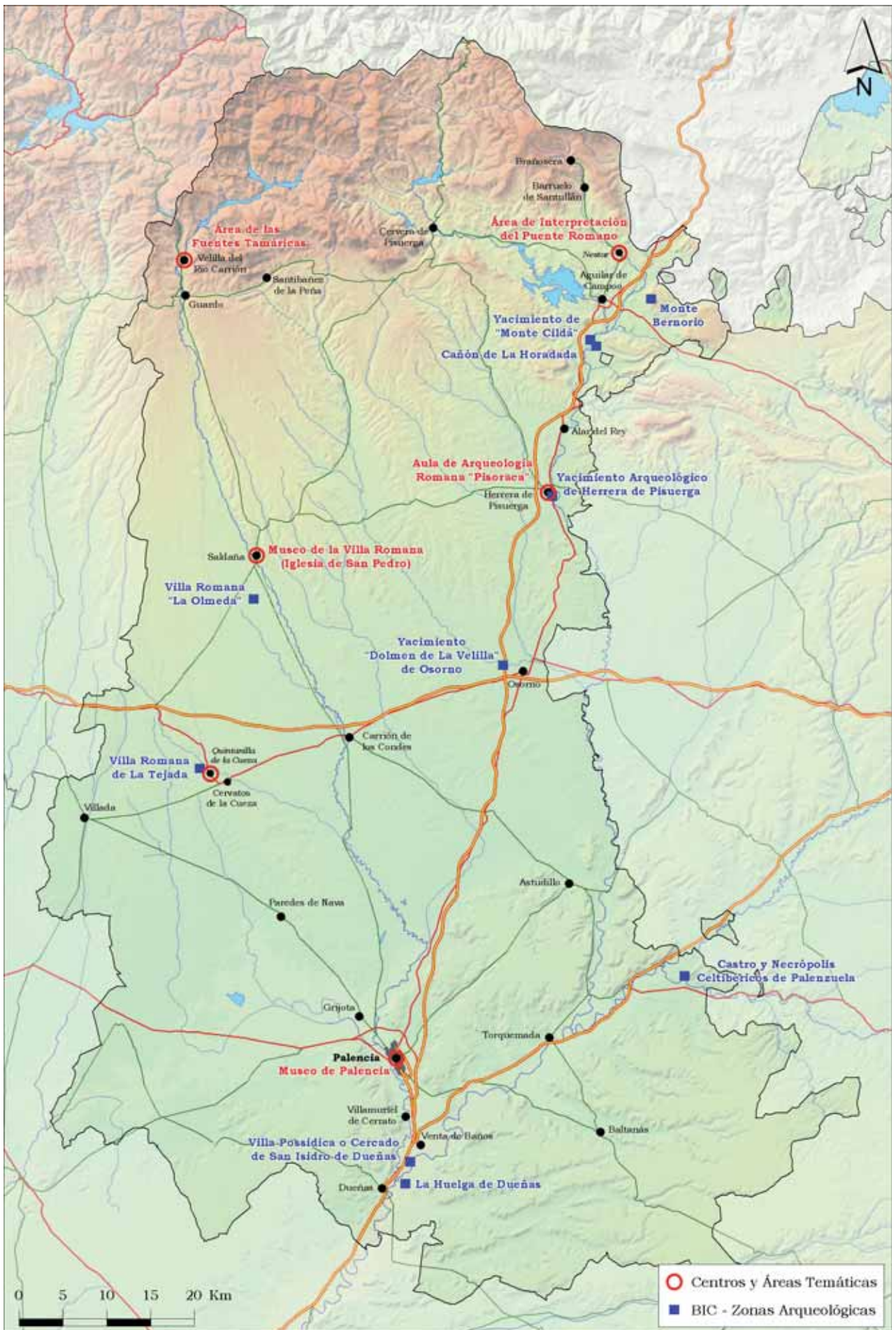
Una de las modalidades del Turismo Cultural que ha calado hondo recientemente en el mercado turístico y entre los encargados de la protección de los lugares arqueológicos es el Turismo Arqueológico o «Arqueoturismo». La sensibilidad y redescubrimiento por parte de la sociedad de los asentamientos y restos arqueológicos fomentan cuantiosos flujos de visitantes con interés por comprender la vida de los primigenios moradores.

La oferta de recursos y productos asociados a yacimientos arqueológicos distribuidos por la geografía de la provincia de Palencia son abundantes y de gran calidad por los trabajos realizados en su conservación, por las obras de adecuación para la puesta en valor y por las campañas para su difusión. Algunos restos arqueológicos no superan la categoría de meros indicios que por sí solos no atraen a los visitantes; sin embargo, éstos recursos complementan los destinos turísticos (dólmenes, castros, puentes romanos, etc.). En los últimos años, los responsables institucionales y los agentes socioeconómicos han adecuado la visita a estos recursos arqueológicos a partir de la señalización de los lugares, la información e interpretación de los restos y la dotación en algunos casos de un centro de recepción de visitantes (Aula Arqueológica o Centros de Interpretación). En esta línea de trabajo, las intervenciones en la Ermita rupestre de San Vicente rodeada de la necrópolis de los siglos VIII y XI en Cervera de Pisuerga o en el Área de Interpretación del Puente Romano de Nestar (Puente de la Perdiz «*Pons ad Rubagon Flumentem*»), sobre la calzada Pisoraca-Portus Blendium, son dos claros ejemplos.

El carácter singular del patrimonio arqueológico de la provincia y el interés por las herencias culturales por parte de los turistas, ha permitido el crecimiento del número de visitantes apasionados por los escenarios y los tesoros de la prehistoria y de la antigüedad, como pone de manifiesto el registro del Aula de Arqueología Romana «Pisoraca» de Herrera de Pisuerga que supera de media las 4.500 personas anuales. Además, la procedencia de las visitas rebasa la geografía nacional y los colectivos principales son los grupos de escolares y las personas jubiladas. Incluso todos los años, los habitantes de Herrera de Pisuerga rememoran la instalación entre los años 19 y 39 d.C. del Campamento Militar Romano de la Legio Macedonica, que permitió el desarrollo de la ciudad de «Pisoraca». También el «Museo de Palencia», denominado en un tiempo Museo Arqueológico de Palencia, gracias a la ampliación de las colecciones con la restauración de piezas de los fondos antiguos, de los materiales del Castro indígena de La Loma (Santibáñez de la Peña) y de objetos hallados en la capital ha logrado atraer a 1.806 turistas en verano.







Zonas arqueológicas de la provincia de Palencia

La Villa Romana de «Tejada» en Quintanilla de la Cueva, término municipal de Cervatos de la Cueva, mantiene un número de visitantes estable, a pesar de los vaivenes entre unos años y otros. Durante este año ha registrado visitantes con una procedencia mayoritaria de españoles 7.053 (93,52%) frente a los extranjeros 488 (6,47%). Los restos de esta villa romana, correspondientes a los siglos III y IV, aparecieron a principios de los años setenta del siglo pasado y su exposición y visita pública data de 1986 gracias a la adquisición del yacimiento y a las mejoras realizadas por parte de la Diputación Provincial.

### Número de visitas realizadas a la Villa Romana de «Tejada»

AÑOS	E	F	M	A	M	Jn	Jl	A	S	O	N	D	TOTAL
2003				864	1.355	758	657	1.131	574	600	137		<b>6.076</b>
2004				808	858	749	638	1.181	582	634	332		<b>5.782</b>
2005			342	453	1.045	647	582	1.177	0	800	320	294	<b>5.660</b>
2006		200		1.487	1.353	0	863	1.388	808	909	238	255	<b>7.501</b>
2007		80	396	885	1.254	968	935	1.520	1.115	591	473	155	<b>8.372</b>
2008		271	914	748	1.124	932	1.037	1.472	651	657	257	86	<b>8.149</b>
2009		104	558	1.222	1.299	763	1.006	1.465	1.124				<b>7.541</b>

Fuente: Diputación Provincial de Palencia. Cierre del 22 de diciembre al 1 de febrero.

Por su parte, el número de turistas que han visitado la Villa Romana de «La Olmeda», en Pedrosa de la Vega, desde su reciente apertura, recordar que cerró en octubre del 2005 y volvió a abrir sus puertas el 3 de abril de este año, se ha incrementado hasta alcanzar los 100.000 turistas en apenas siete meses. Esta villa romana fue descubierta el 5 de julio de 1968 al realizar las faenas agrícolas. Tras las excavaciones arqueológicas efectuadas, perviven in situ los restos de la villa, mientras en la Iglesia de San Pedro en Saldaña, convertida en Museo Monográfico de la Villa Romana de «La Olmeda», se guardan otros restos arqueológicos.

### Número de visitas realizadas a la Villa Romana de «La Olmeda»

AÑOS	E	F	M	A	M	Jn	Jl	A	S	O	N	D	TOTAL
2003		634	1.774	3.963	4.779	3.694	2.837	5.107	2.417	2.287	1.303	725	<b>29.520</b>
2004		925	2.284	3.583	3.436	3.271	3.170	6.194	2.939	3.162	1.462	1.153	<b>31.579</b>
2005		760	2.932	2.300	4.736	3.342	4.737	7.068	3.283	2.152			<b>31.310</b>
2009				23.187	13.469	9.951	12.138	22.153	10.317	10.664			<b>102.460</b>

Fuente: Diputación Provincial de Palencia. Reapertura el 3 de abril de 2009.

Las mejoras realizadas por la Diputación Provincial en la villa y su entorno ya ha rebasado la proyección provincial al observar los porcentajes de procedencia, según las encuestas rellenadas este verano, al situarse la Comunidad Autónoma de Castilla y León y Madrid, sobre todo, como el principal mercado emisor. La valoración general del producto es alta en todos los aspectos a causa de las últimas campañas de promoción insertadas en los medios de comunicación nacionales e internacionales y las nuevas tecnologías. El público de este producto, en general, es de edad madura, con una formación alta, viaja acompañado con vehículo propio y muy interesado por la historia y la arqueología. Paralelamente, están los viajes organizados en grupo de un día por el interés histórico-artístico del recurso y actividades asociadas que se contrata a través de agencias de viajes y por teléfono/internet. En definitiva, la villa romana es un activo turístico con proyección internacional que redundará en la economía local al fomentar las sinergias con el resto de actividades turísticas.





## PERFIL DEL VISITANTE

	AGOSTO	SEPTIEMBRE	AGOSTO SEPTIEMBRE
<b>PROCEDENCIA (%)</b>			
Castilla y León	10,96	20,97	13,94
Ávila		1,61	0,48
Burgos	1,37	1,61	1,44
León	1,37	3,23	1,92
Palencia	4,79	9,68	6,25
Segovia	0,68	1,61	0,96
<b>Salamanca</b>			
Soria			
Valladolid	2,74	3,23	2,88
Zamora			
Madrid	10,96	3,23	8,65
Cataluña	2,74		1,92
Aragón	1,37		0,96
Asturias	2,74	1,61	2,40
Cantabria	3,42	1,61	2,88
<b>Galicia</b>			
Castilla-La Mancha	0,68	1,61	0,96
Comunidad Valenciana	4,11	1,61	3,37
País Vasco	5,48	6,45	5,77
La Rioja		3,23	0,96
<b>Extremadura</b>			
Andalucía	2,05	1,61	1,92
Murcia	0,68	1,61	0,96
Navarra	0,68	4,84	1,92
Canarias	2,05		1,44
Illes Balears	1,37	1,61	1,44
Extranjeros	2,74		1,92
Otros	47,95	48,39	48,08
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>SEXO (%)</b>			
Hombre	38,36	32,26	36,54
Mujer	61,64	67,74	63,46
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>EDAD (%)</b>			
Menos de 20	10,96	1,61	8,17
Entre 20 y 30	8,22	11,29	9,13
Entre 30 y 40	17,12	24,19	19,23
Entre 40 y 50	26,71	29,03	27,40
Entre 50 y 65	32,19	29,03	31,25
Mayores de 65	4,79	4,84	4,81
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>NIVEL DE ESTUDIOS (%)</b>			
Sin estudios	0,00	0,00	0,00
Primarios	10,27	11,29	10,58
Secundarios	13,70	8,06	12,02
Universitarios	71,23	75,81	72,60
Otros	4,79	4,84	4,81
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>VIAJA (%)</b>			
Sólo	2,05	1,61	1,92
En pareja	26,71	25,81	26,44
En familia	60,27	51,61	57,69
Con amigos	10,96	20,97	13,94
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

## TIPO DE VIAJE

	AGOSTO	SEPTIEMBRE	AGOSTO SEPTIEMBRE
<b>DURACIÓN (%)</b>			
1 día	36,99	20,97	36,54
2 días	6,85	20,97	11,06
3 días	6,16	8,06	6,73
4 días	2,74	6,45	3,85
Varios	30,82	17,74	26,92
Otros	16,44	11,29	14,90
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>PERNOCTACIÓN %</b>			
Si	26,71	17,74	24,04
No	38,36	40,32	38,94
Otros	34,93	41,94	37,02
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>TIPO DE ALOJAMIENTO (%)</b>			
Hotel	20,35	26,19	21,94
Hostal/Pensión	3,54	7,14	4,52
Camping	3,54	7,14	4,52
Albergue	2,65	0,00	1,94
Alojamiento T. R.	4,42	11,90	6,45
2ª Residencia	26,55	11,90	22,58
Otros	38,94	35,71	38,06
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>ORGANIZACIÓN DEL VIAJE (%)</b>			
Sin contratación previa	72,60	62,90	69,71
Por teléfono/internet	9,59	17,74	12,02
Agencia de viajes	2,74	1,61	2,40
Central de reservas	0,68	0,00	0,48
Otros	14,38	17,74	15,38
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>CONOCIMIENTO DE LA PROVINCIA (%)</b>			
Si	88,36	82,26	86,54
No	11,64	17,74	13,46
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>MEDIO DE TRANSPORTE (%)</b>			
Turismo	93,84	88,71	92,31
Autobús	1,37	3,23	1,92
Tren	2,74	1,61	2,40
Otros	2,05	6,45	3,37
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>ACTIVIDADES (%)</b>			
Si	65,75	74,19	68,27
No	34,25	25,81	31,73
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>VISITAS CULTURALES (%)</b>			
Si	43,84	43,55	43,75
No	56,16	56,45	56,25
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>OTRAS ACTIVIDADES (%)</b>			
Comer en un restaurante local	41,98	44,09	42,56
Comprar productos típicos de la zona	26,75	31,18	27,98
Realizar actividades culturales	20,16	17,20	19,35
Practicar deportes	3,29	0,00	2,38
Otros	7,82	7,53	7,74
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

## CARACTERÍSTICAS DE LA VISITA

	AGOSTO	SEPT.	AGOSTO SEPTIEMBRE
<b>CONOCIMIENTO DE LA VILLA ROMANA (%)</b>			
Soy de la zona	24,29	24,36	24,31
Amigos/Familia	42,37	30,77	38,82
Guía y/o folletos especializados	3,39	6,41	4,31
Medios de comunicación	11,30	8,97	10,59
Internet	6,78	11,54	8,24
No sabía de su existencia	3,39	5,13	3,92
Oficinas de turismo	2,82	5,13	3,53
Otros	5,65	7,69	6,27
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>CONOCIMIENTO VILLAS ROMANAS (%)</b>			
Si	69,18	74,19	70,67
No	30,82	25,81	29,33
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>MOTIVO PRINCIPAL DE LA VISITA (%)</b>			
Interés histórico-cultural	75,97	77,14	76,34
Visita a la zona de Saldaña	14,94	15,71	15,18
Otros motivos	9,09	7,14	8,48
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

## SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES

AGOSTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Recinto										
Presentación museística										
Personal										
Información/señalización										
Precio										
Horarios										
Reserva de entradas										
Tienda										
Valoración general										

SEPTIEMBRE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Recinto										
Presentación museística										
Personal										
Información/señalización										
Precio										
Horarios										
Reserva de entradas										
Tienda										
Valoración general										

AGOSTO-SEPTIEMBRE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Recinto										
Presentación museística										
Personal										
Información/señalización										
Precio										
Horarios										
Reserva de entradas										
Tienda										
Valoración general										

Nivel de confianza 95%  
Intervalo de confianza 6,77%

## IV. PRINCIPALES NOTICIAS TURÍSTICAS

### Inauguración de los viajes por el Canal de Castilla del Barco Turístico «Marqués de la Ensenada»

A primeros de octubre tuvo lugar el acto de inauguración de los paseos fluviales del barco turístico «Marqués de la Ensenada» desde la presa de la retención de San Andrés en Herrera de Pisuergra, situada en la confluencia del río Pisuergra con el Canal de Castilla, hasta la sexta esclusa del Ramal Norte. En concreto, la ruta turística discurre por un tramo de 6,2 kilómetros (entre ida y vuelta) con una duración de una hora. Previamente, ha sido necesario realizar obras de reforma en el Centro de Interpretación del Canal de Castilla, el acondicionamiento del embarcadero y contar con la autorización de navegabilidad de la Confederación Hidrográfica del Duero. La embarcación construida en el astillero Naval Muros, con sede en la localidad asturiana de San Esteban de Pravia, tiene 11,85 metros de eslora, se impulsa a propulsión eléctrica y cuenta con una capacidad para treinta pasajeros y dos tripulantes. Además, el barco ecológico está cubierto y equipado con servicios de última generación -hilo musical, vídeo y televisión, iluminación ambiental y aire acondicionado-. La empresa española Eulen S.A. ha sido la elegida por parte de la Diputación Provincial para la gestión del servicio de los recorridos turísticos, la atención al público, la venta de entradas y el mantenimiento de la embarcación. Esta iniciativa, que cuenta con la estrecha colaboración del consistorio herrerenense, está concebida para fomentar la dinamización del sector turístico provincial y comarcal.

<http://www.palenciaturismo.es>

### Diseño y montaje de la Exposición interpretativa de la Cueva de los Franceses

Con el propósito de transmitir información sobre los procesos del modelado kárstico de la Cueva de los Franceses y de los distintos recursos turísticos de su entorno -por ejemplo, el Menhir de Canto Hito, el Valle de Covalagua, el Páramo de La Lora, el Mirador de Valcabado y el Pozo de los Lobos- el Patronato Provincial de Turismo ha dotado de una exposición permanente al Centro de Recepción de Visitantes de la cueva. Este proyecto museístico enclavado en el moderno edificio, no sólo servirá de sala de espera para el acceso a la cueva sino que los visitantes podrán conocer el patrimonio territorial de la zona.

<http://www.palenciaturismo.es>



## V. AVANCE DE ACTUACIONES

### (Octubre, Noviembre y Diciembre)

#### INAUGURACIONES:

- **Inauguración Oficial de la Villa Romana «La Olmeda» por parte de S. M. la Reina Doña Sofía.**  
Pedrosa de la Vega, 4 de Noviembre

#### ASISTENCIA A FERIAS:

- **XXVIII Mercado de Contratación de Servicios Turísticos de Castilla y León**  
Segovia, 8-9 de Octubre

- **ARATUR - Salón del Turismo en Aragón**  
Zaragoza, del 15 al 18 de Octubre

- **EXPOGALAECIA. Salón Internacional de Turismo, Gastronomía y Artesanía de Galicia y Norte de Portugal**  
Vigo, 31 de Octubre y 1 de Noviembre

- **NATURIVA. Feria Internacional del Ecoturismo**  
Madrid, del 14 al 16 de Noviembre.

- **INTUR. XIII Feria Internacional del Turismo de Interior.**  
Valladolid, del 19 al 22 de Noviembre

#### PREMIOS Y CONCURSOS:

- **2º Concurso Fotográfico «Pasión por lo Nuestro: La provincia de Palencia en Otoño».**  
Plazo de presentación de fotografías hasta el 6 de Noviembre de 2009.

- **Premios Provinciales de Turismo**  
Plazo de presentación de solicitudes hasta el 6 de Noviembre de 2009





UNIVERSIDAD  
DE SALAMANCA



DIPUTACIÓN DE PALENCIA

Depósito Legal: S. 1.048-2009

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