



OBSERVATORIO TURÍSTICO
DE LA PROVINCIA DE **PALENCIA**

BOLETÍN INFORMATIVO Nº 66 - ABRIL 2017



> Fotografía: Cascada de Mazobres. Cardaño de Arriba (Velilla del Río Carrión)

PRESENTACIÓN

El mes de marzo despedía a Don Carnal con el cortejo del Entierro de la Sardina, tras unas frenéticas fiestas de Carnaval dominadas por las máscaras y los concursos de disfraces, para dar paso a Doña Cuaresma. Este año han estado muy concurridas las plazas y calles y, en especial, en Aguilar de Campoo por el reconocido programa de actividades que engloba el Carnaval de la Galleta. Igualmente a comienzos de marzo, tanto en Aguilar de Campoo como en otras poblaciones montañosas, se pueden escuchar las voces masculinas que entonan las ancestrales y populares letrillas de las canciones de las marzas.

Esta temporada, aún marcada por las bajas temperaturas, es propicia para organizar eventos orientados a promocionar y potenciar las bondades de la cocina provincial a base de productos de la tierra, por ejemplo, a través de las Jornadas Gastronómicas sobre el Pimiento de Torquemada donde se ha podido degustar el pimiento asado de «cuatro morros» en varios bares y restaurantes de la capital y de otras poblaciones. Otro aliciente turístico y escaparate para los alimentos palentinos ha sido la Feria de San José en Saldaña. Esta

cita anual, es un referente comercial para los vecinos de la villa y de la vega saldañesa ya que pueden adquirir diversos productos y enseres pero, en la actualidad, se ha transformado en un variopinto mercado que reúne a más de una veintena de comerciantes de cualquier punto de la geografía nacional y con actividades paralelas destinadas a la educación ambiental de los más jóvenes.

También, han continuado los festejos dedicados a la matanza del cochino que, un año más, han permitido degustar las jijas y la morcilla en la Feria de la Matanza en Villada, en la X Matanza del Cerdo en Baños de Cerrato y en las Jornadas gastronómicas «Del cerdo, hasta los andares» en Carrión de los Condes. Estas citas gastronómicas, también sirven de escaparate para la promoción de los excelentes productos de calidad de la provincia y de transmisión a las actuales generaciones de las raíces folklóricas. En esta misma línea, se ha desarrollado la I Feria de Caza y Pesca en Villaviudas donde las ex-

hibiciones se compaginaron con las exposiciones en los stands de firmas comerciales relacionadas con la caza, la pesca, la artesanía y la industria agroalimentaria.

Por último, desde el punto de vista promocional las instituciones han organizado a finales de marzo campañas a escala nacional para difundir la Semana Santa de la capital, que cumple el quinto año desde su declaración como Fiesta de Interés Turístico Internacional en el 2013, y de los principales municipios de la provincia. Como líneas de promoción de los actos y de las procesiones, se ha incidido en la actualización de la información en la página web, en la elaboración de la aplicación APP de la Semana Santa Palencia Turismo (IOS y Android) y en la campaña especial con una Newsletter específica y en las redes sociales (Facebook, Twitter y Google+) y el Canal Youtube.



> Fotografía: Dulzaineros. Tariego de Cerrato.

OFICINA DE TURISMO

C/ Mayor, 31 - Bajo
34001 - Palencia
Tel.: 979 706 523
Fax: 979 706 525

www.palenciaturismo.es

Coordinación:
Luis Alfonso Hortelano Mínguez

Equipo de investigadores:
José Manuel Llorente Pinto
María Isabel Martín Jiménez
Juan Ignacio Plaza Gutiérrez

Colaboradores:
Mercedes Tapia Peña
Daniel Casas Casas
Diego Jiménez García
Marisa Franco Herrero

www.diputaciondepalencia.es

OFICINAS DE TURISMO Y PUNTOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

PALENCIA. C/ Mayor, 31.
979 70 65 23

AGUILAR DE CAMPOO. Paseo Cascajera, 10. 979 12 36 41 / 979 12 57 10
ALAR DEL REY. Casa del Canal, s/n.
609 44 91 68

AMPUDIA. Duque de Alba, 1.
979 76 83 07

ASTUDILLO. Fernando Monedero, 1.
979 82 23 07 / 979 82 24 71

BALTANÁS. C/ La Virgen, 16.
979 11 20 10 / 672 14 59 30

BECERRIL DE CAMPOS.
San Pedro Cultural. 665 83 31 29

BOADILLA DEL CAMINO.
Ctra. Frómista - Melgar de Yuso
979 81 03 90 / 979 81 07 66

CARRIÓN DE LOS CONDES.
Callejón de Santiago, s/n.
979 88 09 31

C.I.T. "Camino de Santiago"
Real Monasterio de San Zoilo
979 88 09 02

CERVERA DE PISUERGA
C/ Calvo Sotelo, nº 10.
979 87 06 95

DUENAS. Abilio Calderón, s/n.
979 78 07 98

FRÓMISTA. Ingeniero Rivera, s / n.
979 81 01 80

Carretera de Astudillo, s / n.
979 81 01 28 / 672 14 69 94

FUENTES DE NAVA Plaza Calvo Sotelo,
s/n. 979 84 22 94 / 979 84 20 49

GUARDO. Ctra. de la Magdalena, s/n.
979 85 15 02 / 979 85 13 47

HERRERA DE PISUERGA. Paseo de
Santa Ana, 1. 979 14 00 96

ITERO DE LA VEGA. Oficina Municipal
de Turismo. 979 15 18 26

MONZÓN DE CAMPOS
Plaza de la Concordia, s / n.
629 00 84 80

PAREDES DE NAVA. Plaza Vallejo
Nájera, 1 979 83 04 40

SALDAÑA
Plaza de San Pedro, s / n
979 89 09 95 / 979 89 02 62

SANTOYO. C/ Mayor, 8
979 81 17 03 / 616 47 53 07

VENTA DE BAÑOS
Plaza Constitución, 1. 979 77 09 48

VELILLA DEL RÍO CARRIÓN
C/ Dos de Mayo, 4. 979 86 10 47

C/ De las Cortes, 1.
979 86 12 29 / 979 86 15 20

VILLAMURIEL DE CERRATO
C/ Mayor, s / n.
979 77 62 83 / 647 44 29 07



Síguenos en

Palencia Turismo

@PalenciaTurismo

PalenciaTurismo Palencia

ANÁLISIS DE LA COYUNTURA TURÍSTICA

Oferta de alojamientos y restaurantes

A pesar de que el mes de marzo ha sido flojo en el flujo de visitantes, en parte porque la Semana Santa ha caído en abril, los datos de oferta de las infraestructuras y de los servicios turísticos no se ha resentido. El inicio de la temporada turística, tras la estación invernal, permite la reapertura de algunos alojamientos de turismo rural cerrados por reformas o por las vacaciones de los dueños. En este sentido, se ha contado con los mismos 118 establecimientos hoteleros con una disponibilidad de 3.807 camas que, según la categoría, se han repartido en 35 hoteles con 2.233 camas, en 60 hostales con 1.299 camas y en 23 pensiones con 275 camas. En cambio, el grupo de los alojamientos de turismo rural ha aumentado la relación hasta los 233 inmuebles con 2.118 plazas distribuidos en 5 casas rurales de alojamiento compartido con 48 plazas, 190 casas rurales de alquiler con 1.315 plazas, 32 hoteles rurales con 590 plazas y 6 posadas con 165 plazas. En cuanto al resto de alojamientos extrahoteleros, la demanda de grupos de amigos y de familias y, sobre todo, de los peregrinos del Camino de Santiago permite una red de 30 albergues para 1.199 plazas. Finalmente, el dato de los restaurantes sigue siendo motivo de alabanza debido a que la provincia cuenta con 338 comedores para 32.299 cubiertos debido a múltiples causas pero, sobre todo, por la calidad de los productos locales y el saber hacer de los cocineros.



Alojamiento de Turismo Rural. Barrio de San Pedro (Becerril del Carpio)



Cangrejos de río. Alar del Rey

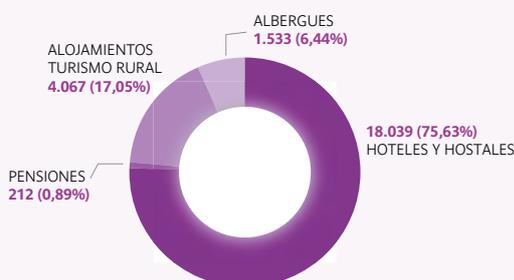


Señalización Camino Lebaniego Castellano. Cervera de Pisuerga

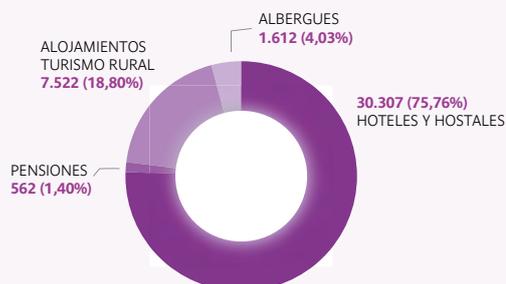
El movimiento de viajeros y las pernoctaciones

El análisis de los datos del mes de marzo hay que interpretarlos con cierta prudencia porque este año la celebración de las fiestas de Semana Santa se ha realizado en el mes de abril. Recordemos que las instituciones públicas y los empresarios del sector consideran este período como uno de los momentos fuertes de la temporada turística. Por este motivo, el número de viajeros que han pasado por la provincia ha ascendido a 23.853 visitantes (un 8,00% menos que en el mismo mes del 2016) que han realizado un volumen de 40.003 pernoctaciones (un 21,98% menos). En el reparto de los turistas según la procedencia, dominan los visitantes españoles (88,08%) en relación a los extranjeros (11,92%) e, igualmente, han efectuado un mayor porcentaje de noches de hospedaje los turistas nacionales con un 88,07% que los foráneos (11,93%). Estas cifras estadísticas influyen, tanto en la estancia media que ha alcanzado 1,68 noches por viajero (1,61 de media en Castilla y León) como en el grado de ocupación medio por plaza de hospedaje, que llegó al 17,37% (21,04% de media en Castilla y León). En definitiva, el mes de marzo al no contar este año con el atractivo de la Semana Santa ha sido penalizado, desde el punto de vista turístico, con caídas en el montante de viajeros y de las pernoctaciones en línea con el descenso generalizado sufrido a escala nacional y regional.

VIAJEROS EN MARZO 2017



PERNOCTACIONES EN MARZO 2017



BALANCE TURÍSTICO

Visitantes a los Espacios Naturales Protegidos de Palencia

Los espacios naturales protegidos cumplen un papel preponderante en el sistema de conservación de las especies de flora y de fauna en peligro de extinción y de sus hábitats pero, al mismo tiempo, constituyen un potente atractivo para los amantes de la naturaleza y de las actividades al aire libre. Con el fin de conjugar la protección natural y el desarrollo socioeconómico de estos espacios, la administración regional ha puesto en marcha un programa de uso público donde se incluye la apertura de los centros de recepción de visitantes y la señalización de los senderos locales. En el caso de la provincia de Palencia, funcionan la Casa del Parque de «Fuentes Carrionas y Fuente Cobre-Montaña Palentina», en Cervera de Pisuerga, y la Casa del Parque del Espacio Natural «La Nava y Campos de Palencia», en Fuentes de Nava. El principal objetivo de estas infraestructuras es la difusión de los valores y los bienes que integran el patrimonio natural de la zona mediante la gestión de las visitas a través del aporte directo de informa-



ción y el mantenimiento del centro y la organización de actividades sociales y culturales con la población local. Gracias a la labor de los técnicos que trabajan en las Casas del Parque, hemos conocido que ha crecido el número de visitantes durante el año 2016 tanto en la Montaña Palentina como en el humedal de La Nava. Los recuentos en estos dos centros han registrado 8.693 visitas en Casa del Parque de «Fuentes Carrionas y Fuente Cobre-Montaña Palentina» y 4.004 visitantes en la Casa del Parque del Espacio Natural «La Nava y Campos de Palencia». Además, según los responsables del espacio natural, los doce senderos del Parque Natural «Fuentes Carrionas y Fuente Cobre-Montaña Palentina» contabilizaron cerca de cien mil visitas y, con mayor demanda, la Senda de la Tejada de Tosande, la Senda de Fuente Cobre y la Senda del Oso. Por último, se observa una desigual afluencia de visitantes por meses en ambos centros motivada por las diferencias en los ecosistemas y la estacionalidad de los recursos.

Visitantes a la Casa del Parque «La Nava y Campos de Palencia», 2016.

| MESES | VISITANTES | (%) |
|--------------|--------------|---------------|
| Enero | 648 | 16,95 |
| Febrero | 426 | 11,14 |
| Marzo | 458 | 11,98 |
| Abril | 443 | 11,59 |
| Mayo | 708 | 18,52 |
| Junio | 2 | 0,05 |
| Julio | 0 | 0,00 |
| Agosto | 161 | 4,21 |
| Septiembre | 0 | 0,00 |
| Octubre | 145 | 3,79 |
| Noviembre | 232 | 6,07 |
| Diciembre | 600 | 15,69 |
| TOTAL | 4.004 | 100,00 |

Visitantes a la Casa del Parque «Fuentes Carrionas y Fuente Cobre-Montaña Palentina», 2016.

| MESES | VISITANTES | (%) |
|--------------|--------------|---------------|
| Enero | 0 | 0,00 |
| Febrero | 0 | 0,00 |
| Marzo | 953 | 10,96 |
| Abril | 437 | 5,03 |
| Mayo | 621 | 7,14 |
| Junio | 808 | 9,29 |
| Julio | 1.002 | 11,53 |
| Agosto | 2.205 | 25,37 |
| Septiembre | 612 | 7,04 |
| Octubre | 1.162 | 13,37 |
| Noviembre | 474 | 5,45 |
| Diciembre | 419 | 4,82 |
| TOTAL | 8.693 | 100,00 |

PLANIFICACIÓN TURÍSTICA

Aprobado el «Plan Estratégico de Turismo de la Provincia de Palencia 2017-2020»

El Pleno de la Diputación Provincial de Palencia en marzo aprobó el «Plan Estratégico de Turismo de la Provincia de Palencia 2017-2020» con el fin de convertir a Palencia en un «Destino Turístico Inteligente (DTI)». El objetivo prioritario del plan es conseguir que el turismo repercuta de forma positiva en la economía provincial a partir del incremento del montante de visitantes y de pernoctaciones en los establecimientos hoteleros y extrahoteleros, de la creación de puestos de trabajo en las diversas ramas del sector y de la constitución de nuevas empresas turísticas. Junto a este objetivo general, el plan persigue el posicionamiento de la provincia como destino turístico a escala internacional, nacional y regional, el perfeccionamiento en la colaboración institucional, el impulso de la colaboración público-privada y, por último, la mejora de los servicios de la Diputación Provincial a toda la sociedad. Para lograr estos fines, el documento parte de un exhaustivo análisis sobre los aspectos generales de la provincia y de los recursos endógenos relacionados con el patrimonio territorial y de las características de la oferta y la demanda turística. Del análisis estratégico, se extraen un conjunto de conclusiones ordenadas mediante el método DAFO+CAME que permiten la posterior definición de las propuestas estratégicas y las líneas de actuación. La propuesta se centra en poner en marcha 36 acciones distribuidas en los siguientes ejes prioritarios de trabajo: Imagen y Comunicación; Innovación y Actualización; Comercialización y



Márketing y Colaboración y Coordinación. El primer eje pretende un conocimiento de los recursos provinciales y el diseño una propuesta de imagen y de marca territorial a través de seis acciones. El segundo eje, a partir de un conjunto de dieciséis acciones, buscará vías para la diversificación de la oferta

y el aumento de la calidad de los productos y servicios turísticos. El tercer eje se desarrolla en siete acciones encaminadas a descubrir las nuevas tendencias del consumo turístico y el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. Y el cuarto eje, agrupa siete acciones con el propósito de que la Diputación Provincial lidere la coordinación con todos los actores relacionados con el turismo provincial. Finalmente, hay que destacar la participación de los técnicos de las administraciones y agentes implicados en el turismo en el proceso de participación.

CON NUESTRA GENTE

Santos César González Báscones, Marta González Báscones y Teresa Ruiz Vielva

Hotel Rural «Restaurante Peñalabra»

¿Por qué una empresa de turismo rural?

El establecimiento abrió sus puertas como una Fonda, luego pasó a ser un Hostal y, hoy en día, debido a las características del edificio y las exigencias normativas se ha transformado en un Hotel Rural con cuatro estrellas verdes, según ha dictaminado la auditoría de la administración regional. En años de mejoras de oferta legada por las dos generaciones de nuestros antepasados y, para dar continuidad a la tradición familiar, al inicio de este año hemos comenzado una nueva etapa con la renovación del alojamiento y del restaurante para adaptarse a la normativa y a las demandas de los clientes, al tiempo que se ha sumado un gimnasio que también se abre al público en general.

¿Por qué en Cervera de Pisuerga?

Como te comentaba, porque se trata de un establecimiento que ha pasado de generación en generación y de una familia natural del pueblo. Esta vinculación con la localidad ha pesado en la decisión de vivir en la villa que nos vio nacer a partir de dar continuidad y consolidar esta pequeña empresa con 8 trabajadores.

¿Qué demandan los clientes del restaurante?

Estimamos que el 85% de nuestros clientes son de fuera de la provincia, principalmente, de Madrid, País Vasco, Asturias y Cantabria y, en los días festivos, contamos con ese 15% de la provincia y del pueblo. Tratamos de ligar la gastronomía con el lugar donde nos encontramos porque los clientes piden productos de la tierra. Por este motivo, la carta está basada en la cocina tradicional con platos elaborados a base de productos frescos y de proximidad, pero con un toque innovador.

¿Qué buscan los turistas del alojamiento?

En cuanto a los turistas del hotel, al identificarse con un hotel de montaña, tan sólo hacen uso para dormir y desayunar porque lo que quieren es salir al campo.

Además, solicitan todo tipo de actividades asociadas con la montaña, sobre todo, itinerarios de senderismo de baja y media dificultad y rutas para bicicletas todo terreno. En algunos momentos según la temporada, también nos llegan turistas que quieren observar y escuchar la berrea de los venados, disfrutar del avistamiento de aves o de la práctica de la pesca.

¿Qué destacan los clientes?

Los clientes hacen hincapié en el calor humano, la cercanía familiar y el trato directo porque Teresa se encarga de personalizar la estancia en el establecimiento. Siempre se llevan una buena experiencia, independientemente, de la estación del año porque la Montaña Palentina tiene sus encantos tanto en primavera-verano como en otoño-invierno.

¿Cómo promocionáis el negocio?

Ya contamos con una larga trayectoria profesional heredada y reconocida a escala regional y nacional por la calidad del servicio. Pero no vivimos del pasado, seguimos acudiendo a las ferias y estamos presentes en la prensa provincial, en numerosos programas de televisión de cadenas nacionales y en diversas guías. Además, desde hace un tiempo utilizamos las nuevas tecnologías con una página web en la que actualizamos nuestra imagen y estamos en las redes sociales con un perfil en facebook que mantene-mos a diario gracias a la dedicación de Teresa.

¿Cómo se puede mejorar el turismo rural?

Hay que reconocer la labor de las instituciones, tanto de la Junta de Castilla y León como de la Diputación Provincial, en cuanto a la información y la promoción turística de la comarca de la Montaña Palentina. Pensamos que debe mantenerse y, además, sería necesaria una mayor unión de los empresarios del sector turístico para avanzar en lo que ya está hecho y para hacer cosas novedosas junto con la ayuda y el asesoramiento de las administraciones.



Santos César González Báscones Marta González Báscones Teresa Ruiz Vielva

Hotel Rural «Restaurante Peñalabra»

C/ Labradores, 72

34840 Cervera de Pisuerga

Tfno. 979 870 037

E-mail: contacto@hotelruralpenalabra.es

www.hotelruralpenalabra.es

Los hermanos Marta y Santos César, que hoy regentan el establecimiento junto a la mujer de éste último, Teresa, tienen distintos grados de formación y han realizado diversos cursos de especialización en turismo. Pero, sobre todo, han aprendido el oficio de sus padres Santos y Angelines y de sus abuelos, a los que ha pertenecido el negocio desde su inauguración en 1932.



Santos César González Báscones
Marta González Báscones
Teresa Ruiz Vielva

PRINCIPALES NOTICIAS RELACIONADAS CON EL TURISMO

La Catedral palentina va a incorporar audioguías y una tienda de recuerdos

Los encargados de gestionar el turismo en la Catedral y las instituciones regional y local están convencidos del potencial turístico que tiene la seo palentina. Por este motivo, el Cabildo de la Catedral puso en marcha el 2 de marzo de 2015 el proyecto «La Bella Reconocida», centrado en la dimensión artística y cultural del templo, que ha conseguido atraer a 39.600 visitantes a lo largo del 2016. Con el objetivo de duplicar el número de entradas, el Cabildo va a poner a disposición de los visitantes cien autoguías en castellano, inglés y francés de fácil manejo y se abrirá una tienda a la entrada del claustro para la venta de numerosos productos relacionados con la Catedral. El proyecto «La Bella Reconocida» en la Catedral palentina ha significado una visibilización del patrimonio cultural y un impulso para la ciudad en materia turística.



Catedral de Palencia

INFORMACIÓN

**Programa
«Centenario, 2017»
Portal Palencia
Turismo**

Editado un nuevo plano de Palencia y la instalación de «QR Tourist» en los principales monumentos

El Ayuntamiento de Palencia, dentro de la marca «Palencia Turismo», ha editado un nuevo plano turístico con la localización de los monumentos religiosos y civiles y las zonas verdes en una cara y, en el reverso, diversa información sobre gastronomía, fiestas y compras. Además, se podrá complementar el recorrido por la ciudad mediante la descarga gratuita de la información alojada en los códigos QR para smartphones y tablets que los responsables del turismo de la capital han instalado en trece lugares: Ayuntamiento, Catedral, Cristo del Otero, iglesia de San Miguel, Calle Mayor, Agustinas Canónigas, Teatro Principal, Palacio Episcopal – Museo Diocesano, iglesia de San Juan Bautista (Punto de Información sobre el Románico), Museo de Palencia, Museo del Agua, Fundación Díaz Caneja y Centro Cultural Leclác. Con estas iniciativas, junto a la reapertura de los Centros Turísticos Municipales, la oferta de vi-

sitas guiadas gratuitas y la creación de paquetes completos, la capital avanza como un destino urbano competitivo.



Presentado el Programa «Cultura a la Romana 2017» de la Villa Romana «La Olmeda»

El Programa «Cultura a la Romana», que se va a desarrollar en la Villa Romana «La Olmeda» entre abril y diciembre del 2017, ha sido presentado en los medios de comunicación y en los soportes institucionales. Un año más, el yacimiento arqueológico de Pedrosa de la Vega ha propuesto un ambicioso programa de actividades educativas, recreativas y de ocio. El conjunto de actividades, más de ochenta, se agrupan en seis epígrafes: EducaOlmeda, Talleres Familiares, Recreaciones Históricas, Conferencias y Cursos, Artes Escénicas y Otras actividades. Como principales novedades, podemos destacar la incorporación de más talleres destinados a niños, jóvenes

y familias y un mayor número de conferencias y de cursos coordinados por especialistas de la arqueología y de la historia. Con estas novedades, se busca superar las 3.269 personas que participaron en el programa del 2016.



Programación de Cultura a la Romana

PROMOCIÓN TURÍSTICA

CAMINO
LEBANEIGO
CASTELLANO



Descárgate
la guía completa
del Camino aquí



**"De Palencia a Liébana".
Un Camino del siglo XXI
con más de 500 años de historia.**

www.palenciaturismo.es
www.diputaciondepalencia.es

RESEÑA BIBLIOGRÁFICA

Guía Camino Lebaniego Castellano. «De Palencia a Liébana». Un Camino del siglo XXI con más de 500 años de historia

Edita Diputación Provincial
Palencia, 2017



Con motivo de la celebración del Año Jubilar Lebaniego en este año 2017 concedido por una bula del Papa Julio II el 23 de septiembre de 1512, la Diputación Provincial de Palencia ha rescatado y señalado el camino histórico, a lo largo de 183 kilómetros, que parte de la capital palentina hasta el Puerto de Piedrasluengas (1.356 m). El resto del itinerario en la vertiente de la Comunidad Autónoma de Cantabria, hasta el Monasterio de Santo Toribio de Liébana, ha sido marcado por el Grupo de Acción Local Liébana completando los 240 kilómetros de trayecto. Además, la Institución Provincial para ayudar a los peregrinos que decidan caminar o en la bicicleta ha elaborado una guía digital del recorrido dividida en 11 etapas y accesible para descargar de forma gratuita desde la página web de la entidad palentina. Las diferentes etapas del camino atraviesan las campiñas ocres y las fértiles vegas del río Pisuerga

y sus afluentes hasta adentrarse en los paisajes dominados por las verdes praderías y el roquedo desnudo de la Montaña Palentina. A esta diversidad de paisajes, hay que sumar un rico patrimonio cultural edificado lleno de historia, un sinfín de leyendas y una gastronomía particular. El peregrino «cruceno» (para venerar las reliquias de Santo Toribio de Astorga y los restos del Lignum Crucis) podrá disfrutar de los atractivos del camino asesorado por esta guía que recoge la descripción del itinerario, los servicios de interés y los puntos de sellado de las credenciales. De esta forma, la provincia palentina se suma como vía de peregrinación hasta la jornada de clausura del jubileo el 22 de abril de 2018 pero, de cara al futuro, este territorio seguirá marcado para los caminantes que se dirijan al Monasterio de Santo Toribio de Liébana.

