



Boletín Informativo del OBSERVATORIO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE PALENCIA

Número 19 • Extraordinario

Coordinación:

Luis Alfonso Hortelano Mínguez

Equipo de investigadores:

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

Base de datos y cartografía:

Mercedes Tapia Peña
María A. Pérez Sánchez
Daniel Casas Casas
Diego Jiménez García
César Martín Pescador

www.dip-palencia.es



Palencia Turismo

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

www.palenciaturismo.es

→ Síguenos en:



Palencia Turismo



@PalenciaTurismo

INFORME ANUAL 2012

PRESENTACIÓN

El objetivo de este nuevo Boletín del Observatorio Turístico es analizar los datos estadísticos del sector turístico del 2012 en comparación con los resultados de la campaña anterior, recoger las actividades turísticas efectuadas a lo largo del año, reflexionar en voz alta sobre los retos y desafíos de cara al futuro y avanzar las últimas tendencias en varios apartados del sector turístico.

A escala nacional, la principal noticia sobre el sector ha sido la repercusión de la subida del IVA desde el 1 de septiembre, del 18% al 21% de las bebidas alcohólicas y del impuesto reducido del 8% al 10%, sobre las ventas y el consumidor. En muchas ocasiones, han sido los empresarios los que han asumido la subida del impuesto con imaginación para no desacelerar el consumo al aplicar la misma tarifa, ajustar márgenes de beneficio o realizar descuentos. Paralelamente, el sector turístico está viviendo una revolución en cuanto a la oportunidad de negocio que supone la innovación con el desarrollo de servicios móviles, las páginas web y las redes sociales.

En este periodo, desde el punto de vista interno, se han producido una serie de cambios en la estructura de la gestión turística provincial a partir de la consolidación de la marca «Palencia Turismo» en el panorama internacional y nacional y con la apertura de la Oficina Unificada de Turismo que centraliza los servicios turísticos de la Junta de Castilla y León, de la Diputación Provincial y del Ayuntamiento de Palencia. La ciudad de Palencia ha celebrado la conmemoración del VIII Centenario de la Primera Universidad de Palencia-Estudio General «Studium Generale de Palencia» (1212-2012) y la Semana Santa consiguió el 30 de noviembre la distinción como Fiesta de Interés Turístico Internacional. También, la marca «Palencia Turismo» ha estado presente en distintos foros de fomento del turismo provincial y, sobre todo, el mejor escaparate ha sido la organización del IV Congreso Español sobre Cuevas Turísticas «Cuevatur 2012» en Aguilar de Campóo (del 18 al 20 de octubre).

Evaluación de las actuaciones realizadas en el 2012

Durante el año 2012, el Servicio de Turismo de la Diputación Provincial integrada en la marca «Palencia Turismo» ha puesto en marcha el conjunto de iniciativas que se incluyeron en la memoria del «Plan de Actuaciones Turísticas, 2012». Los objetivos generales y específicos del documento de planificación siguen vivos porque con las actuaciones se trata de aumentar el número de viajeros y pernотaciones en tierras palentinas, así como, alargar la estancia





media y el grado de ocupación de las plazas de alojamiento. A continuación se presenta el balance de los resultados de la aplicación de las acciones a lo largo del 2012.

- Asistencia y cooperación económica. Este primer capítulo, aglutina los subapartados de los convenios de colaboración, el Observatorio Turístico de la Provincia y la convocatoria de subvenciones turísticas. En cuanto a los convenios de colaboración, se renovó el contrato con el Obispado de Palencia para la conservación y difusión de los monumentos religiosos, a través del Programa de «Apertura de Monumentos 2012» que incluía a 25 iglesias organizadas en 5 rutas, con una respuesta de 51.929 visitantes. También, se firmó un convenio con la Junta Pro-Semana Santa de Palencia con el fin de apoyar la promoción de los actos de la Semana Santa reconocida como Fiesta de Interés Turístico Internacional. En lo tocante al Observatorio Turístico de la Provincia, se han realizado las tareas conducentes a completar la base de datos, la tabulación de encuestas y la publicación de los números del Boletín Turístico. Por último, las cuatro líneas de ayuda en materia de Turismo para el año 2012, con una partida presupuestaria de 141.000€, fueron: «Promoción de los Recursos Turísticos del Municipio y Dinamización de su zona de influencia»; «Apertura de Oficinas Municipales de Turismo y Puntos de Información Turística»; «Promoción Turística, Dinamización del Entorno y Apertura de Puntos de Información Turística»; y «Para la mejora de la competitividad de la oferta de Turismo Rural de la Provincia de Palencia». La resolución de la convocatoria destinada a consistorios para desarrollar proyectos de «Promoción de los Recursos Turísticos del Municipio y Dinamización de su zona de influencia» ha beneficiado a 31 ayuntamientos con un montante de 32.000€. La promoción turística se llevará a cabo mediante la implantación progresiva de códigos «BIDI» y «QR» para poder acceder a la información y rutas turísticas a través de dispositivos informáticos o de telefonía móvil. Las subvenciones a los Ayuntamientos de la provincia con menos de 20.000 habitantes para la «Apertura de Oficinas Municipales de Turismo y Puntos de Información Turística» han ascendido a 21.000€ repartidos entre 13 proyectos. La línea de ayuda de «Promoción Turística, Dinamización del Entorno y Apertura de Puntos de Información Turística», para Centros de Iniciativas Turísticas (CITs), Asociaciones y Entidades Turísticas sin ánimo de lucro de la provincia, han alcanzado a 18 proyectos con un presupuesto de 38.000€. Estas ayudas contribuyen a la financiación de los gastos de personal y de funcionamiento de las oficinas de turismo y puntos de información turística, a los gastos derivados de la realización de actividades que tengan como objeto la promoción turística y la dinamización de las comarcas y los pueblos. En último lugar, la resolución de la convocatoria de ayudas destinadas a los empresarios de turismo rural para la mejora, ampliación y modernización de los establecimientos y potenciar el turismo activo y su comercialización ha repartido 42.000€ entre una decena de proyectos.

- Intervención en el mercado turístico. Como en pasados años, con la adquisición en el año 2009 del «stand portátil» de 12 m², la presencia de la marca «Palencia Turismo» está asegurada en campañas de promoción para el «público final» en Centros Comerciales, en Mercados de Contratación y en Ferias del sector. Durante la primavera pasada, el «stand modular» estuvo publicitando los recursos palentinos en el Centro Comercial «Valle Real» en Santander (19-21 de abril), en el Centro Comercial «Los Fresnos» en Gijón (26-28 de abril) y en el Centro Comercial «Arturo Soria» en Madrid (16-19 de mayo). Paralelamente, participó junto con los empresarios provinciales en el II Salón Internacional de Enoturismo y Turismo Gastronómico «Enotur 2012» en el Palacio de Congresos de Madrid (13-15 de abril) y en el XXXVII Mercado de Contratación de Servicios Turísticos de Castilla y León en Ávila (4 de octubre), al que acudieron 41 tour-operadores nacionales y 13 operadores extranjeros. En cuanto a la asistencia a las ferias de turismo, los técnicos de la marca «Palencia Turismo» intervinieron de forma activa en la XXXII edición de la Feria Internacional de Turismo (FITUR) en Madrid (18-22 de enero), integrados en el stand de la Junta de Castilla y León «Castilla y León es Vida», en la XXIV Bolsa de Turismo de Lisboa, BTL (del 19 de febrero al 4 de marzo), en Navatur Reyno de Navarra en Pamplona (17-20 de febrero), en la Feria Internacional de Turismo Ornitológico – Extremadura Birdwatching Fair (FIO) en el Parque Nacional de Monfragüe (2-4 de marzo), en el X Salón Internacional de la Evasión y el Turismo «Sevatur» en el Palacio de Congresos Kur-

saal de Donostia-San Sebastián (16-18 de marzo), en la XXXIII Feria de Turismo y Tiempo Libre «Expovacaciones» en el Exhibition Centre de Bilbao (10-13 de mayo), en el Salón Internacional de Turismo de Cataluña en Fira Barcelona del Recinto de Montjuïc (20-22 de abril) y en la XVI Feria de Turismo de Interior (Intur) en Valladolid (22-25 de noviembre). Además, pero sólo con material promocional, se ha participado en la Borsa Internazionale del Turismo «BIT» en Milán (16-19 de febrero), en la Internationale Tourismus-Börse «ITB» en Berlín (7-11 de marzo), en el Salón Avrilexpo en Biarritz (20-22 de abril), en el Salón Aragonés del Turismo «Aratur» en Zaragoza (11-14 de octubre) y en la Feria de los Deportes y Actividades en la Naturaleza «Naturiva» en Madrid (16-18 de noviembre).

- Acciones de promoción y fomento del turismo. Dentro del conjunto de actuaciones en materia de promoción, se han efectuado una serie de recorridos y jornadas de familiarización o «fam tryp» para mostrar los recursos turísticos palentinos a periodistas, operadores turísticos y agencias de viaje. Los viajes de cortesía realizados a lo largo del año para promocionar la provincia han sido: TV Cadena SAT 200 (28 de julio), Revista Semana (19-21 de julio), Agencia de Viajes Mediviatges (18-22 de octubre) y La Razón (julio). Junto a estas rutas promocionales, se ha editado y reeditado folletos, mapas, guías de rutas específicas para escolares y para cada fin de semana y calendarios de pared y mesa y, se han ocupado, espacios publicitarios en paneles, soportes y vallas a pie de calle y en medios de comunicación. Para completar el fomento del turismo provincial, se ha entregado el primer premio del Concurso al palentino Miguel Ángel Madrid Gómez por su foto titulada «Espíritu de pastor de una noche de verano», realizada en Baltanás, en el marco del 4º Concurso Fotográfico «La Provincia de Palencia en Verano». Dentro de este capítulo, cobra mayor interés todo lo relacionado con las nuevas tecnologías con el posicionamiento de la marca «Palencia Turismo» en las redes sociales (Facebook, Twitter y Google plus), con las «Propuestas para el fin de semana» y la Red de Puntos de Información Turística.

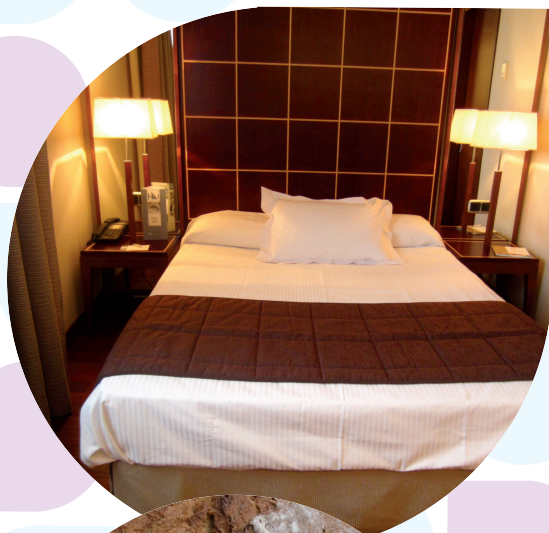


- Palencia sede de «Cuevatur 2012». El Área de Turismo, de la Diputación Provincial, ha sido la anfitriona del IV Congreso Español sobre Cuevas Turísticas «Cuevatur 2012» de la Asociación de Cuevas Turísticas Españolas (ACTE), celebrado en el Centro Cultural «Cine Amor» en Aguilar de Campó del 18 al 20 de octubre. El congreso, bajo el lema «Las cuevas turísticas como activos económicos: conservación e innovación», acogió la presentación de 39 comunicaciones en cinco sesiones. Los ponentes y acompañantes pudieron profundizar en la temática del «turismo subterráneo» con las actividades complementarias organizadas al unísono: exposiciones, documentales y visitas por la Montaña Palentina: «El Románico Palentino», «Patrimonio en Aguilar de Campó», «Espacio Natural Las Tuerces» y «Museo minero y mina visitable» en Barruelo de Santullán.



- Otras actividades. La memoria de actuaciones se cierra con un compendio de actividades puntuales que se han llevado a cabo a favor del turismo provincial. La primera actuación, fue la reunión mantenida con los responsables de 15 ayuntamientos con el doble objetivo de colaborar y presentar el folleto publicitario sobre los actos en cada municipio durante la Semana Santa. La segunda acción, estuvo relacionada con la presentación del Borrador del Proyecto de Decreto por el que se regularán los establecimientos de Turismo Rural en Castilla y León a las asociaciones de empresarios de turismo rural de la provincia. La tercera y cuarta iniciativa, se fragua como resultado de la colaboración con la Asociación ADECO-Canal, para el desarrollo de las Jornadas de Senderismo «Andando por el Canal de Castilla», y con la Asociación Reserva Geológica de Las Loras para difundir los valores del patrimonio geológico del norte de la provincia en la jornada denominada «Geología 12». La quinta actividad, está vinculada con la labor de seguimiento que los órganos consultivo y asesor realizan del sector turístico provincial. Esta tarea está relacionada con la sexta y séptima acción, ya que la institución provincial ha dado cuenta de las tareas encomendadas en cuanto a la coordinación e información de la Oficina Unificada de Turismo en la capital y de la gestión de los productos turísticos provinciales. La última actuación, ha sido la organización del XXVIII Día de la Provincia celebrado en Villamuriel de Cerrato el 28 de septiembre.





I. COYUNTURA TURÍSTICA DE LA PROVINCIA

Oferta de alojamientos y restaurantes

La oferta de alojamientos hoteleros y extrahoteleros y de locales de restauración, a lo largo del año 2012, a tenor de los datos del Boletín de Coyuntura Turística de la Junta de Castilla y León, ha variado en conjunto de forma positiva tanto en el número de establecimientos como en el de plazas. En primer lugar, los alojamientos hoteleros (hoteles, hostales y pensiones) han incrementado el censo de forma leve. En segundo lugar, los alojamientos extrahoteleros (alojamientos de turismo rural, apartamentos turísticos, campamentos de turismo y albergues) han corrido desigual suerte al reducir el número de empresas de turismo rural y de camping y al crecer los apartamentos turísticos y los albergues. Por último, también las casas de comida han incrementado la planta de comedores y los cubiertos en los restaurantes de categoría de uno y dos tenedores. Esta breve presentación de la oferta del conjunto de infraestructuras turísticas de la provincia nos ofrece una lectura esperanzadora para encarar con optimismo el futuro, en estos tiempos de crisis económica, porque se mantiene una estructura firme y una diversidad de categorías.

Alojamientos hoteleros

Al finalizar el año 2012, el registro de alojamientos hoteleros arrojaba un aumento del número de establecimientos y una ligera variación negativa de las plazas acorde con la inestabilidad intermensual. Como ya ha ocurrido en campañas anteriores, la oferta de este grupo de establecimientos fluctúa a lo largo del año en consonancia con la temporada alta estival y el perfil del cliente. El empresario palentino mediante ofertas, descuentos e, incluso, asumiendo la repercusión de la subida del IVA ha logrado fidelizar a familias, grupos de amigos, parejas jóvenes y profesionales y aprovechar las reuniones para celebrar cualquier efeméride. A pesar de la situación de encrucijada económica que toca vivir al sector, es elogiable el esfuerzo del ramo para mantener un alto nivel de calidad en los inmuebles, tanto del servicio, como de las prestaciones. Por este motivo, la composición de la estructura de los alojamientos hoteleros,

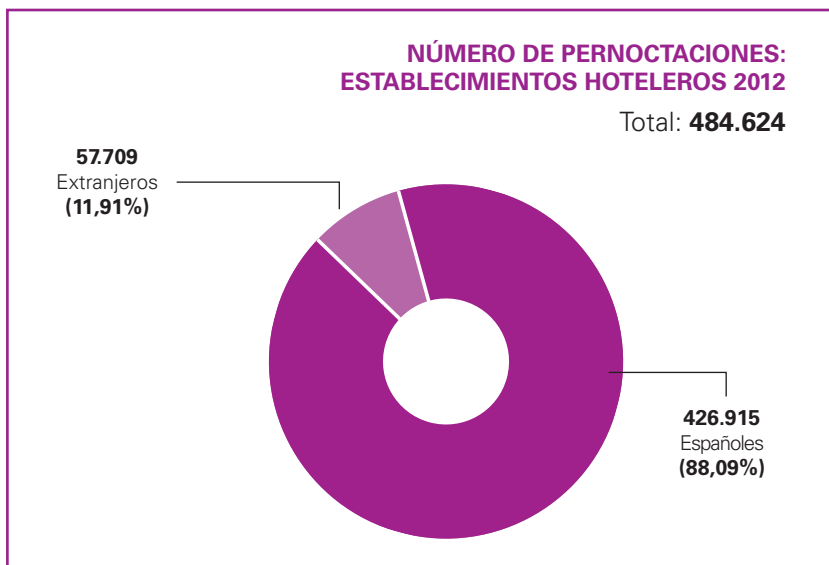
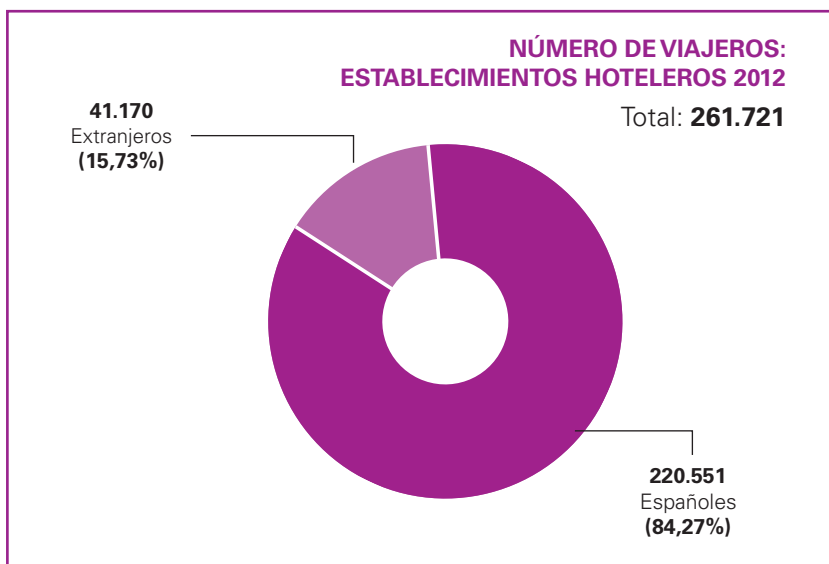
Evolución de la oferta de alojamientos hoteleros

Período	Establecimientos			Plazas		
	2011	2012	Variación	2011	2012	Variación
Enero	124	125	0,81	4.049	4.020	- 0,72
Febrero	124	125	0,81	4.042	4.020	- 0,54
Marzo	124	125	0,81	4.042	4.020	- 0,54
Abril	123	125	1,63	3.984	4.020	0,90
Mayo	123	126	2,44	3.983	4.040	1,43
Junio	123	126	2,44	3.983	4.016	0,83
Julio	123	126	2,44	3.983	4.016	0,83
Agosto	123	126	2,44	3.984	4.016	0,80
Septiembre	123	126	2,44	3.984	4.016	0,80
Octubre	123	126	2,44	3.984	4.016	0,80
Noviembre	123	127	3,25	3.984	4.016	0,80
Diciembre	125	127	1,60	4.020	4.016	- 0,10

Fuente: Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León. Boletín de Coyuntura Turística de Castilla y León (2011-2012)

por tipologías, está encabezada por los de mayor rango con 60 hostales (51,28%) y 33 hoteles (28,21%) y, en último puesto, las 24 pensiones (20,51%) que todavía cubren un segmento del mercado con precios más modestos. El análisis detallado y pormenorizado de la planta alojativa hotelera de cada una de las tipologías muestra que sobresalen los Hoteles de dos estrellas (13 establecimientos con 547 camas), los Hostales de una estrella (35 establecimientos con 638 camas) y las 24 Pensiones con 296 camas.

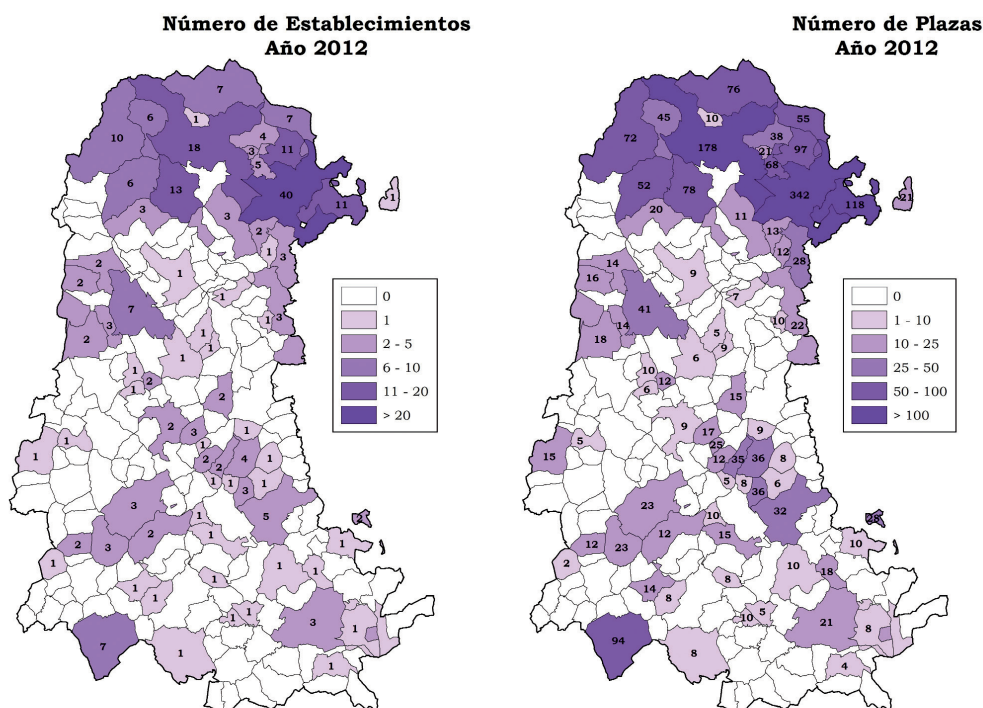
La distribución de la red de alojamientos hoteleros, según las áreas provinciales, se encuentra monopolizada por la comarca de Campos (42,74%) y de la Montaña Palentina (26,50%) frente al resto del territorio: El Cerrato (16,24%), Saldaña-Valdavia (8,55%) y Boedo-Ojeda (5,98%). La concentración de alojamientos en la comarca terracampina y del norte se debe, sobre todo, a la demanda centrada en la capital provincial, en el Camino de Santiago Francés y en las cabeceras con funciones administrativas, comerciales y turísticas. En cambio, la presencia de los alojamientos hoteleros de El Cerrato, Saldaña-Valdavia y Boedo-Ojeda responde no tanto al creciente flujo de visitas como a la necesidad de dar servicio a los viajeros y profesionales que transitan por estas tierras. En definitiva, la provincia palentina presenta una amplia y variada oferta de alojamientos hoteleros, tanto en calidad como en precio por habitación y, además, podemos observar que está repartida por todas las zonas del territorio a pesar de algunos desequilibrios.



Número y plazas de Alojamientos hoteleros por tipologías y comarcas

Comarcas agrarias	Hoteles				Hostales				Pensiones			
	2011		2012		2011		2012		2011		2012	
	Nº	P	Nº	P	Nº	P	Nº	P	Nº	P	Nº	P
EL CERRATO	7	647	7	647	10	242	10	241	2	45	2	45
CAMPOS	15	1.061	15	1.061	20	509	22	533	13	166	13	164
SALDAÑA-VALDAVIA	1	66	2	93	6	111	7	131	1	7	1	7
BOEDO-OJEDA					3	58	3	58	4	45	4	45
GUARDO	4	83	4	83	6	76	6	76	2	42	1	10
CERVERA	3	186	3	186	7	162	7	161	2	18	2	18
AGUILAR	2	144	2	144	5	107	5	107	1	7	1	7
TOTAL	32	2.187	33	2.214	57	1.265	60	1.307	25	330	24	296

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



Alojamientos hoteleros por municipios.

Alojamientos extrahoteleros

El conjunto de alojamientos extrahoteleros provinciales, que agrupa los apartamentos turísticos, los campamentos de turismo, los albergues y los alojamientos de turismo rural, de nuevo este año ha incrementado el número y las plazas gracias a la apertura de apartamentos turísticos y de edificios como albergues, mientras que, han cerrado algunos alojamientos de turismo rural y ha cesado temporalmente el camping de Carrión de los Condes. En definitiva, al finalizar el año 2012 la provincia contaba con 7 apartamentos turísticos, 4 campamentos de turismo, 28 albergues y 254 alojamientos de turismo rural destinados, sobre todo, a satisfacer la demanda turística.

En primer lugar, durante este año ha aumentado el número de apartamentos turísticos hasta llegar a 7 inmuebles con una capacidad para 148 plazas. Este tipo de alojamiento, está pensado originalmente para el medio urbano pero en la provincia radica en mayor porcentaje en las cabeceras comarcales y pequeños núcleos semiurbanos para complementar la oferta y la demanda de turismo en el mundo rural. En segundo lugar, se ha producido un incremento de la tipología de albergues, hasta alcanzar los 28 edificios con 1.277 camas y, una característica muy significativa, la oferta cubre todas las categorías: Albergue turístico (2 con 78 plazas), Albergue turístico superior (3 con 180 plazas), Albergue de peregrinos sin fin de lucro (8 con 350 plazas), Albergues de los Caminos de Santiago (6 con 148 plazas), Albergues Superiores de los Caminos de Santiago (6 con 259 plazas) y Albergue juvenil (3 con 262 plazas). En tercer lugar, se mantienen los campamentos de turismo en Aguilar de Campóo (400 plazas), Cervera de Pisuerga (375 plazas), Herrera de Pisuerga (200 plazas) y Saldaña (280 plazas) a la espera de la resolución administrativa del cierre temporal que ha sufrido el campamento de turismo de Carrión de los Condes (289 plazas) por impago del anterior adjudicatario.

Por último, el grupo más nutrido de los alojamientos extrahoteleros está constituido por los alojamientos de turismo rural ya que, al término del año, la provincia contaba con una oferta de 254 establecimientos con 2.193 plazas. Este dato supone que tras años de continuas inauguraciones de establecimientos, con el respaldo de la financiación de las políticas de fomento del desarrollo rural canalizadas a través de los Grupos de Acción Local, en la actualidad no sólo han dejado de ser atractivos para los emprendedores sino que con la bajada del grado de ocupación de los alojamientos de turismo rural algunos han decidido cerrar sus puertas.

En cuanto al reparto de los alojamientos de turismo rural, según la tipología, en la provincia palentina la asignación establece 204 Casas Rurales de Alquiler Completo (CRA) y 1.321 camas, 31 Centros de Turismo Rural (CTR) y 535 camas, 9 Casas Rurales de Alquiler Compartido (CRAC) y 75 camas y 6 Posadas (PO) y 199 camas. Dentro de los alojamientos de turismo rural, destaca la Posada «Santa María la Real» en Aguilar de Campóo, debido a que ostenta el reconocimiento máximo a escala regional con la marca de excelencia «Posadas Reales». Las habitaciones de la Posada ocupan las antiguas dependencias agrícolas del Monasterio de Santa María la Real, 18 en la planta superior y 4 en un edificio anexo, que posibilitan una capacidad



Evolución de la oferta de alojamientos de turismo rural

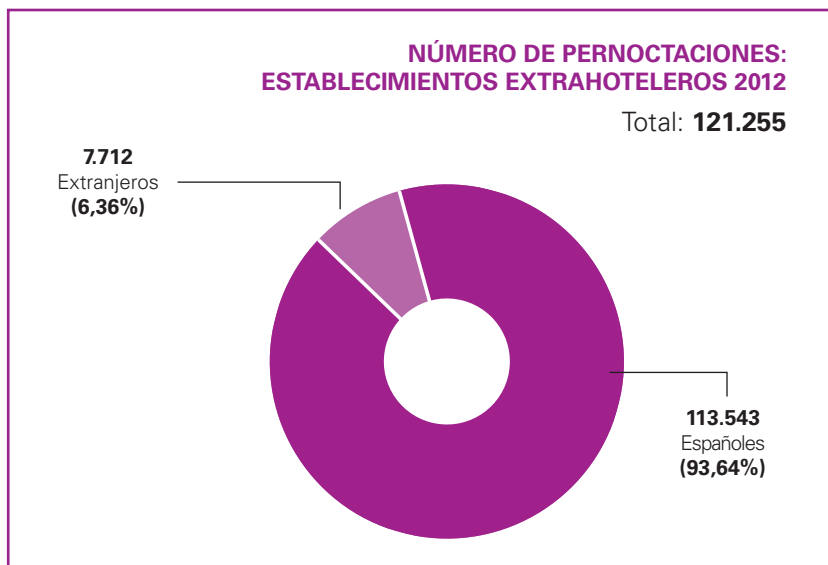
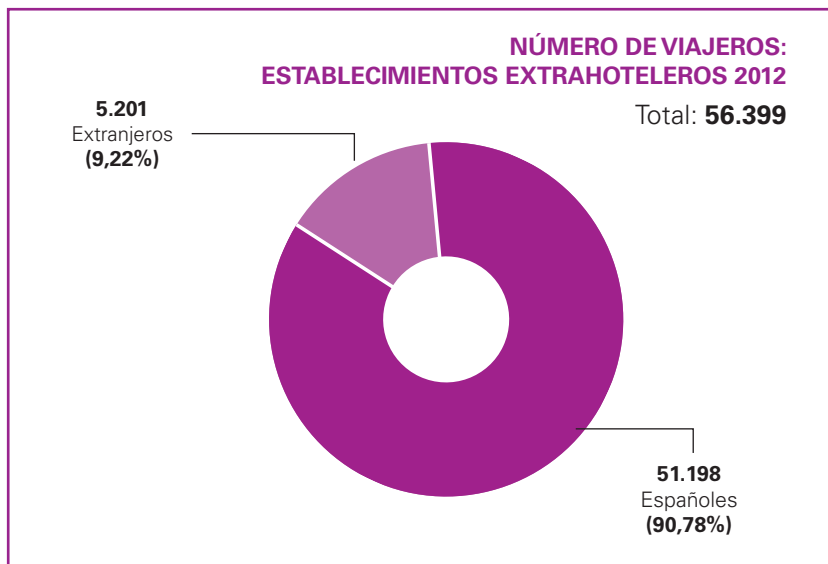
Período	Establecimientos			Plazas		
	2011	2012	Variación	2011	2012	Variación
Enero	245	257	4,90	2.118	2.229	5,24
Febrero	246	259	5,28	2.128	2.224	4,51
Marzo	246	260	5,69	2.140	2.252	5,23
Abril	245	258	5,31	2.128	2.241	5,31
Mayo	246	257	4,47	2.138	2.221	3,88
Junio	246	257	4,47	2.138	2.218	3,74
Julio	247	257	4,05	2.149	2.218	3,21
Agosto	251	257	2,39	2.178	2.218	1,84
Septiembre	252	257	1,98	2.185	2.218	1,51
Octubre	255	255	0,00	2.209	2.193	-0,72
Noviembre	257	255	-0,78	2.229	2.198	-1,39
Diciembre	257	254	-1,17	2.229	2.193	-1,62

Fuente: Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León. Boletín de Coyuntura Turística de Castilla y León (2011-2012)



para 40 huéspedes. La marca de excelencia «Posadas Reales» la concede la administración regional, a partir de una auditoría externa, a aquellas Posadas o Centros de Turismo Rural que mantienen un cierto encanto como resultado de su localización, su singularidad arquitectónica y su cuidada atención al cliente.

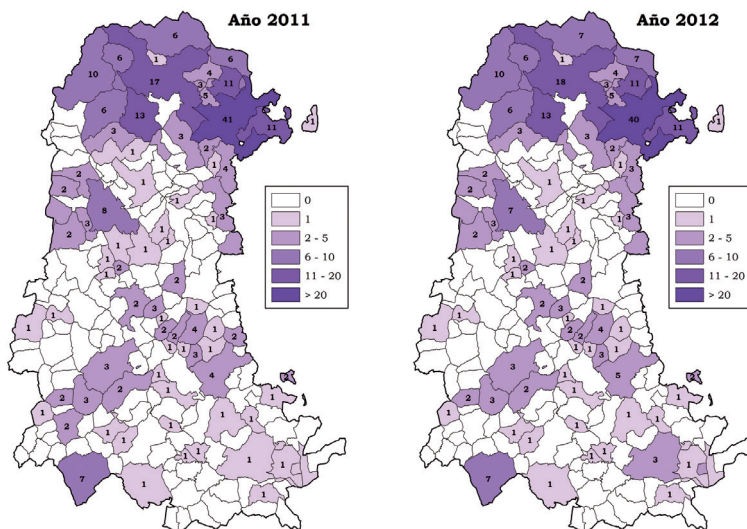
En relación a la adscripción de los alojamientos de turismo rural por comarcas, aparece a la cabeza la zona norte de la provincia con 146 establecimientos (58,17%) que ofrecen 1.291 camas (59,49%). Esta amplia red de alojamientos de turismo rural en la Montaña Palentina ha sido fruto de la inversión derivada de las diversas fases de la Iniciativa Comunitaria «Leader» («Liaisons Entre Activités de Developement de L'Economie Rural») sobre la base de los actuales y potenciales recursos del patrimonio natural y cultural. A continuación, se suceden las comarcas de la Tierra de Campos con 56 establecimientos (22,31%) y 509 camas (23,46%), de Saldaña-Valdavia con 22 establecimientos (8,76%) y 145 camas (6,68%), de Ojeda-Boedo con 14 establecimientos (5,58%) y 103 camas 4,75%) y, por último, El Cerrado con 13 establecimientos (5,18%) y 122 camas (5,62%). Esta desigual distribución geográfica tiene varias causas, unas desde el punto de vista endógeno de la diversidad de los propios territorios y otras desde la perspectiva exógena y la demanda diferenciada, que ha favorecido la apuesta o no de la población local por este tipo de alojamientos como alternativa o como complemento a las actividades tradicionales en el medio rural. De todas formas, la red de alojamientos de turismo rural ha abierto las puertas del mundo rural provincial a los visitantes y permite conocer los rincones más recónditos y desconocidos de la geografía palentina.



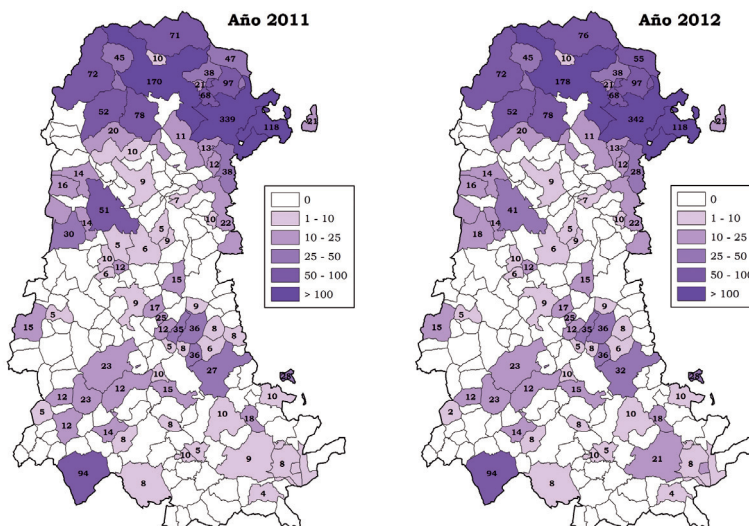
Número y plazas de Alojamientos de Turismo Rural por tipologías y comarcas

Comarcas agrarias	Casas Rurales Alquiler Completo				Casas Rurales Alquiler Compartido				Centros de Turismo Rural				Posadas			
	2011		2012		2011		2012		2011		2012		2011		2012	
	Nº	P	Nº	P	Nº	P	Nº	P	Nº	P	Nº	P	Nº	P	Nº	P
EL CERRATO	9	74	11	86					1	18	1	18	1	18	1	18
CAMPOS	44	270	42	256	5	33	4	29	9	176	9	176	1	48	1	48
SALDAÑA-VALDAVIA	24	162	22	145					1	20						
BOEDO-OJEDA	14	101	13	91					1	12	1	12				
GUARDO	17	113	17	113					2	31	2	31				
CERVERA	39	259	38	232	2	20	3	28	8	120	10	152	1	34	1	34
AGUILAR	61	387	61	398	2	18	2	18	8	146	8	146	4	139	4	139
TOTAL	208	1.366	204	1.321	9	71	9	75	30	523	31	535	7	173	7	173

Fuente: Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León. Guía de Alojamientos de Turismo Rural de Castilla y León (2011-2012).



Número de alojamientos de Turismo Rural por municipios



Número de plazas de Turismo Rural por municipios



Restaurantes

En el pasado año 2012, la oferta de locales de restauración y de asientos para los comensales en la provincia palentina ha aumentado en relación al año anterior, al pasar de 296 a 300 salones (2,04%) y de 28.965 a 29.931 cubiertos (3,80%). La inauguración de nuevas casas de comida se explica porque esta rama del sector turístico constituye un nicho laboral en estos tiempos de crisis y porque los turistas durante los períodos de estancia prefieren cada vez más comer platos elaborados de la gastronomía local. Además, tanto en la capital como en algunos centros urbanos de la provincia se han instalado restaurantes de comida rápida o «fast food», incluso este año ha abierto sus puertas un «wok» asiático, que constituyen el símbolo de los cambios en la alimentación de la sociedad española y palentina. Los menús y buffets ofrecidos por los restaurantes de cocina internacional contrastan con los platos caseros y las raciones de las cartas de los tradicionales asadores, mesones y bodegas. En estos restaurantes clásicos es donde el turista encuentra la esencia de la cocina palentina a base de productos autóctonos y en perfecto maridaje con los vinos del terruño y las cervezas artesanas. Según las estadísticas de los restaurantes palentinos, estos, se concentran en la categoría de un tenedor (193 locales con 15.134 plazas) y en la categoría de dos tenedores (105 locales con 14.535 plazas) pues la provincia sólo cuenta en el grupo de tres tenedores, con 2 comedores y 244 plazas ubicados en la comarca de la Montaña Palentina.

En cuanto a la distribución geográfica de establecimientos y de plazas por las comarcas palentinas, se aprecia un fuerte desequilibrio interterritorial al concentrar la mayor oferta los municipios de Campos y de la Montaña Palentina (Aguilar de Campoo, Cervera de Pisuerga y Guardo). La comarca de Campos sobresale debido a la macrocefalia de la capital provincial y la suma de los establecimientos del Camino de Santiago Francés y de muchas villas históricas, que distorsiona cualquier comparación con el resto. De todas formas, el área de Campos y de la Montaña sostiene una amplia diversidad de casas de comidas gracias a la demanda local y turística. A continuación, se sitúa la comarca de El Cerrato como consecuencia de su situación estratégica y de paso de la Autovía A-62 «Autovía de Castilla» y la singular oferta de bodegas y cuevas y, por último, las zonas de Saldaña-Valdavia y Boedo-Ojeda que mantienen las instalaciones de restauración para atender a comerciales y, sobre todo, a los visitantes de la Villa Romana «La Olmeda».

Evolución de la oferta de restaurantes

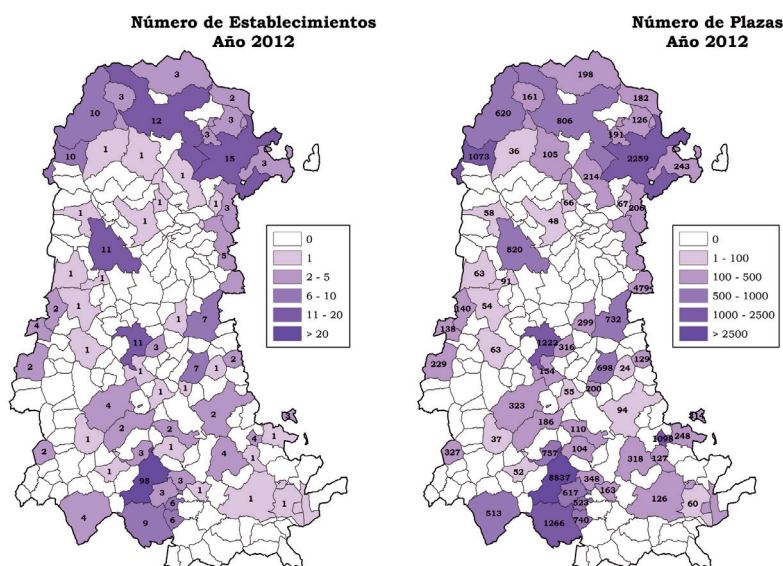
Período	Establecimientos			Plazas		
	2011	2012	Variación	2011	2012	Variación
Enero	291	296	1,72	28.526	28.965	1,54
Febrero	292	295	1,03	28.713	28.967	0,88
Marzo	291	296	1,72	28.683	29.045	1,26
Abril	291	296	1,72	28.768	29.073	1,06
Mayo	291	296	1,72	28.653	29.073	1,47
Junio	291	302	3,78	28.653	29.720	3,72
Julio	291	302	3,78	28.686	30.009	4,61
Agosto	291	303	4,12	28.662	30.086	4,97
Septiembre	291	300	3,09	28.662	29.307	2,25
Octubre	290	300	3,45	28.662	29.907	4,34
Noviembre	292	301	3,08	28.834	29.979	3,97
Diciembre	294	300	2,04	28.834	29.931	3,80

Fuente: Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León. Boletín de Coyuntura Turística de Castilla y León (2011-2012)

Número y plazas de restaurantes por categorías y comarcas

Comarcas agrarias	3 Tenedores				2 Tenedores				1 Tenedor			
	2011		2012		2011		2012		2011		2012	
	Nº	P	Nº	P	Nº	P	Nº	P	Nº	P	Nº	P
EL CERRATO					14	3.090	14	3.090	30	2.890	29	2.858
CAMPOS					54	7.066	57	7.550	99	7.474	105	8.109
SALDAÑA-VALDAVIA					4	339	5	339	14	1.050	13	935
BOEDO-OJEDA					5	534	5	534	6	498	6	498
GUARDO					8	801	8	798	13	931	13	931
CERVERA	1	105	1	105	9	702	8	612	8	409	10	553
AGUILAR	1	139	1	139	8	1.612	8	1.612	17	1.250	17	1.250
TOTAL	2	244	2	244	102	14.144	105	14.535	187	14.502	193	15.134

Fuente: Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León. Guía de Servicios Turísticos de Palencia (2012)



Restaurantes por municipios

El movimiento de viajeros y las pernoctaciones

El movimiento de viajeros registrado en la provincia palentina durante el año 2012 asciende a 293.812 personas que, en comparación a la campaña anterior, supone una pérdida de un 10,97%. Las causas de este descenso hay que buscarlas en el rosario de consecuencias negativas que sobre el sector turístico tiene la crisis económica y han llevado a una fuerte bajada del grueso de turistas nacionales (en un 13,13%) cuando, en frente, el conjunto de turistas extranjeros ha subido en un 3,35%. En estas últimas temporadas, los destinos basados en la oferta del denominado «turismo de interior», como es el caso de la provincia palentina, han sufrido una reducción del montante de visitantes porque se nutrían en gran parte de los mercados emisores nacionales. Igualmente, al depender del turista español presentan una fuerte estacionalidad en los flujos de visitantes al concentrarse la mayor afluencia en los meses que coinciden con los periodos vacacionales largos (Semana Santa –del 4 al 9 de abril-, verano y Navidades), con los «puentes festivos» (Carnavales –del 17 al 21 de febrero-, Día de la Comunidad, Fiesta del Trabajo, Fiesta Nacional de España, Todos los Santos, la Constitución y la Inmaculada Concepción) y con fines de semana extraordinarios o «fines de semana largos» (Dos de mayo y La Almudena en Madrid -9 de noviembre-, etc.).

Los turistas han realizado 539.991 pernoctaciones en los alojamientos hoteleros y extrahoteleros de la provincia que, en relación al año 2011, resulta un 8,09% menos.



Número de viajeros

Período	Españoles			Extrajeros			Total		
	2011	2012	Variación	2011	2012	Variación	2011	2012	Variación
Enero	13.383	12.776	- 4,54	946	914	- 3,38	14.329	13.690	- 4,46
Febrero	17.563	15.724	- 10,47	995	1.413	42,01	18.558	17.137	- 7,66
Marzo	20.729	18.295	- 11,74	2.145	2.311	7,74	22.874	20.606	- 9,92
Abril	26.338	23.973	- 8,98	4.081	3.796	- 6,98	30.419	27.769	- 8,71
Mayo	27.249	24.568	- 9,84	6.982	6.770	- 3,04	34.231	31.338	- 8,45
Junio	24.563	21.236	- 13,54	5.017	7.343	46,36	29.580	28.579	- 3,38
Julio	28.132	26.282	- 6,58	4.564	5.623	23,20	32.696	31.905	- 2,42
Agosto	39.017	29.788	- 23,65	5.251	5.141	- 2,09	44.268	34.929	- 21,10
Septiembre	27.980	21.829	- 21,98	6.671	5.866	- 12,07	34.651	27.695	- 20,07
Octubre	26.275	20.834	- 20,71	3.741	3.024	- 19,17	30.016	23.858	- 20,52
Noviembre	18.620	17.243	- 7,40	1.665	1.292	- 22,40	20.285	18.535	- 8,63
Diciembre	16.876	16.523	- 2,90	1.235	1.249	1,13	18.111	17.772	- 1,87
Total	286.725	249.071	- 13,13	43.293	44.742	3,35	330.018	293.813	- 10,97

Fuente: Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León. Boletín de Coyuntura Turística de Castilla y León (2011-2012)

El descenso del grado de ocupación de las camas disponibles por noche está estrechamente relacionado con la llegada de turistas y, por tanto, el retroceso de los viajeros nacionales ha repercutido en la pérdida de pernотaciones de los turistas españoles (en un 9,88%), mientras que, los visitantes foráneos durmieron un 4,10% más. Con excepción de enero y julio, en el resto de los meses se han producido variaciones negativas en el número de pernотaciones. Al mismo tiempo, la reducción del montante de visitantes y de pernотaciones incide en la estancia media que, este año 2012, ha alcanzado 1,14 noches por viajero. Esta baja relación entre viajeros y camas ocupadas, negativa para el sector turístico provincial, es fruto de la desaceleración económica nacional que, entre otras consecuencias, conlleva una disminución de las actividades de ocio en los destinos de «turismo de interior». La solución para empezar a incrementar la estancia media tiene que venir de la mano de unir la creatividad de la iniciativa de las instituciones públicas con el «saber hacer» de los empresarios privados palentinos.

Número de pernотaciones

Período	Españoles			Extrajeros			Total		
	2011	2012	Variación	2011	2012	Variación	2011	2012	Variación
Enero	23.770	23.513	- 1,08	1.242	1.807	45,49	25.012	25.320	1,23
Febrero	30.702	28.833	- 6,09	1.967	2.773	40,98	32.669	31.606	- 3,25
Marzo	38.855	34.906	- 10,16	3.433	3.139	- 8,56	42.288	38.045	- 10,03
Abril	48.079	43.986	- 8,51	5.564	6.256	12,44	53.643	50.242	- 6,34
Mayo	47.503	43.454	- 8,52	8.318	8.472	1,85	55.821	51.926	- 6,98
Junio	41.829	36.161	- 13,55	6.472	8.482	31,06	48.301	44.643	- 7,57
Julio	52.213	51.991	- 0,43	6.647	8.489	27,71	58.860	60.480	2,75
Agosto	77.092	69.816	- 9,44	7.981	7.035	- 11,85	85.073	76.851	- 9,66
Septiembre	47.448	38.922	- 17,97	9.099	8.242	- 9,42	56.547	47.164	- 16,59
Octubre	49.541	39.519	- 20,23	5.869	4.223	- 28,05	55.410	43.742	- 21,06
Noviembre	34.816	31.694	- 8,97	2.042	2.503	22,58	37.218	34.197	- 8,12
Diciembre	34.653	31.689	- 8,55	1.999	2.074	3,75	36.652	33.763	- 7,88
Total	526.501	474.484	- 9,88	60.993	63.495	4,10	587.494	539.991	- 8,09

Fuente: Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León. Boletín de Coyuntura Turística de Castilla y León (2011-2012)

Solicitud de información en Oficinas de Turismo

Uno de los pilares básicos de la estructura turística es la red de Oficinas de Información Turística distribuidas por toda la geografía provincial. Esta reflexión se fundamenta en el número de visitantes que pasan al año por sus dependencias para recibir información precisa de los recursos y de las infraestructuras del territorio y asesoramiento a la hora de realizar la visita al destino. Además, conseguir que el visitante tenga una «experiencia turística satisfactoria» no es fácil y, precisamente, comienza a fraguarse en este primer contacto con los técnicos de las oficinas de información. Por tanto, es fundamental el trato directo, cercano y amable que dispensan los responsables para conseguir que el viajero cuando regrese a su lugar de origen hable muy bien de la provincia y de sus excelencias turísticas. El afán de mejora de este servicio turístico, se ha plasmado en la creación de la «Oficina Unificada de Turismo» en la capital y en el traslado de la antigua oficina de Aguilar de Campóo al moderno Centro Cultural «Cine Amor».



Número de solicitantes de información turística

Período	2011			2012		
	Españoles	Extrajeros	Total	Españoles	Extrajeros	Total
Aguilar de Campóo	17.504	917	18.421	16.483	783	17.266
Ampudia	6.662	116	6.778	5.819	86	5.905
Astudillo	6.810	95	6.905	8.297	175	8.472
Carrión de los Condes	11.457	2.694	14.151	6.418	1.554	7.886
Cervera de Pisuerga	7.644	278	7.922	7.751	158	7.909
Dueñas	3.076	88	3.164	4.393	208	4.601
Frómista	6.149	701	6.850	4.508	763	5.271
Herrera de Pisuerga	3.772	185	3.957	2.292	485	2.777
Palencia «Palencia Turismo»	17.043	626	17.669	33.271	1.638	34.869
Paredes de Nava	1.622	7	1.629	2.189	2	2.191

Fuente: Oficina Unificada de Turismo «Palencia Turismo».

Visitantes a diversos recursos turísticos de la provincia

Según los datos de visitantes suministrados por los responsables de algunos Monumentos, Museos y Centros de Interpretación y de diversos productos turísticos de la capital y de la provincia palentina y, en comparación con los inmuebles más visitados en la Comunidad Autónoma, la Villa Romana «La Olmeda» con 52.506 visitas y la Iglesia de San Martín en Frómista con 52.430 visitas aparecen entre los 20 primeros. En el ranking provincial, a continuación de estos dos productos se encuentran por el número de entradas contabilizadas el Real Monasterio de San Zoilo en Carrión de los Condes con 14.104 peregrinos y turistas, la Casa del Parque «Fuentes Carriona y Fuente Cobre-Montaña Palentina» con 12.258 entradas, el Museo de Palencia con 12.031 visitantes y la Basílica de «San Juan de Baños» en Baños de Cerrato con 7.472 visitas. Después, aparecen una serie de centros de recepción temáticos que superan los 5.000 visitantes al año, como por ejemplo, el Centro de Interpretación de la Minería en Barruelo de Santullán o la Casa del Parque «Nava y Campos de Palencia» en Fuentes de Nava. Para terminar con las referencias a los flujos de visitantes, los productos turísticos gestionados por el Área de Turismo de la Diputación Provincial han contabilizado 7.142 visitantes en el Castillo de Fuentes de Valdepero, 4.801 pasajeros en el Barco Turístico «Marqués de la Ensenada» en Herrera de Pisuerga, 2.998 pasajeros en el Barco Turístico «Juan de Homar» en Villaumbrales y 19.786 visitas a la Cueva de los Franceses en Revilla de Pomar.



II. ANÁLISIS DEL PROGRAMA «APERTURA DE MONUMENTOS»

Como en años anteriores, la Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León ha puesto en marcha el programa «Apertura de Monumentos, 2012», en colaboración con las Diócesis de la Comunidad Autónoma y los Patronatos Provinciales de Turismo. Durante la campaña pasada se han podido visitar 544 templos distribuidos en 15 subprogramas diferentes con 27 rutas que abarcan zonas monumentales concretas o áreas temáticas más destacadas de Castilla y León: Camino de Santiago Francés, Camino de Madrid, Mudéjar al sur del Duero, Ciudades Patrimonio Mundial, Arribes del Duero, Románico Norte, Románico Sur, Románico Zamorano, Sierras del Sur, Valle del Silencio, El Bierzo, Tierras Altas de Soria, Campos y páramos, Denominaciones de origen Ribera del Duero y Toro y entorno de Oña. La cifra de edificios religiosos contemplados en el programa ha crecido progresivamente en relación con las temporadas pasadas desde su primera edición en el año 2004, así por ejemplo, de 463 iglesias abiertas en el año 2009 se ha pasado a 487 inmuebles en el 2010 y a 515 monumentos en 2011. Para complementar la oferta del programa, otros monumentos y museos abren sus puertas y diseñan una programación de actividades culturales especiales.

Los objetivos generales que se persiguen con este programa son reforzar el atractivo turístico de Castilla y León y concienciar a las poblaciones locales del valor y de la conservación de su patrimonio histórico-artístico; sin embargo, también se pretende la difusión del patrimonio cultural de la región, el acercamiento de la cultura a los ciudadanos, la contribución al desarrollo social y económico de las áreas rurales, el impulso de la actividad económica y turística de los territorios y el fomento de la colaboración institucional con el voluntariado. Los convenios garantizan la apertura de los edificios con un horario homogéneo a lo largo de la Semana Santa, el Puente de la Comunidad (21, 22 y 23 de abril), el Puente de Mayo (28, 29 y 30 de abril y 1 de mayo) y en la temporada estival (los meses de julio, agosto y septiembre). La institución responsable selecciona, en unos casos, los diferentes horarios para cada monumento (normal, reducido y ampliado) y al personal contratado y, en otras ocasiones, designa a los voluntarios de apoyo a las actividades turísticas que tan sólo abren y cierran los templos y recopilan las estadísticas de visitantes y su procedencia.

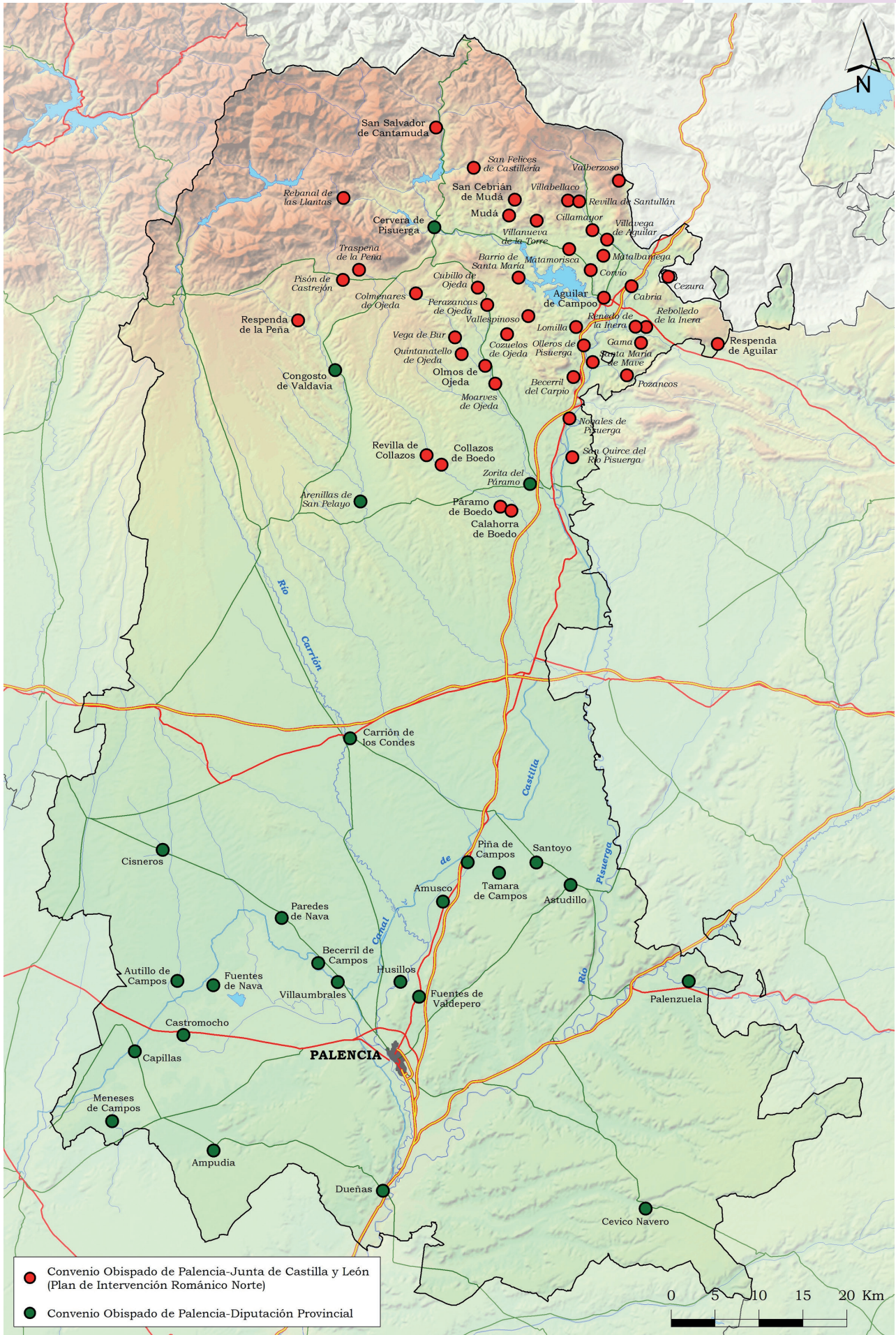
Pero, el programa se encuentra con algunas dificultades, unidas al coste y el desembolso económico por parte de las administraciones regional, provincial y local, como son la coordinación de horarios, la designación de la persona más adecuada para actuar de guía o la urdimbre de los monumentos en una ruta o en el conjunto de recursos temáticos. El criterio para la elección de las iglesias acogidas al programa se establece a partir de las propuestas de los Obispos, en función de aquellas áreas turísticas de la región que están más vinculadas a la naturaleza, al patrimonio histórico-artístico y a la gastronomía y a partir del valor de ciertos edificios que normalmente no se encuentran abiertos.

Al amparo de este programa, el número de visitantes que han pasado en los últimos años por los templos castellanoleonés ha aumentado de forma sensible, como reflejan las cifras de la Consejería de Cultura y Turismo, al pasar de 1.163.258 personas en el año 2008 a 1.360.000 personas en el año 2011.

El programa «Apertura de Monumentos», en la provincia palentina viene repitiéndose desde el 2005, ha posibilitado la visita a 76 iglesias, colegiadas, ermitas y conventos mediante la firma de sendos convenios de colaboración entre el Obispado de Palencia, la Junta de Castilla y León y la Diputación Provincial. Dentro del primer acuerdo, en el marco del Plan de Intervención del Románico Norte, se han abierto 51 monumentos organizados en ocho rutas; mientras que, en el segundo convenio se han incluido 25 edificios religiosos repartidos en cinco rutas artísticas por la Tierra de Campos y los páramos del Boedo y La Ojeda.

El fin de estos convenios específicos ha consistido en abrir las puertas de los inmuebles religiosos y atender las visitas durante un amplio periodo de tiempo para que los turistas pudieran conocer las excelencias de las fábricas de los templos y del arte sacro palentino que, en muchas ocasiones, les ha valido la declaración como Bienes de Interés Cultural (BIC). De esta manera, también se destierra la desilusión de los visitantes al encontrar la puerta cerrada de los





Programa «Apertura de Monumentos, 2012»



monumentos por falta de personal que los atienda o por el coste que supone contratar un guía turístico y, desde el punto de vista positivo, se acrecienta el turismo vivencial y experiencial en contacto directo con las comunidades y el modo de vida rural.

Los monumentos adscritos al programa del convenio firmado por la Diócesis de Palencia con la Diputación Provincial recibieron 51.929 visitas durante el año 2012 frente a las 65.919 visitas durante el año 2011. Los períodos de máxima afluencia de visitantes coinciden con los meses estivales de agosto y junio y el período de vacaciones de la Semana Santa (entre el 30 de marzo y el 10 de abril). Los turistas, principalmente, llegaron de las provincias de Castilla y León, de la Comunidad de Madrid, del País Vasco, del Principado de Asturias y de Cantabria. Por último, las iglesias que mayor flujo de visitantes registraron fueron: Santa María del Camino de Carrión de los Condes, la Colegiata de San Miguel de Ampudia, la Iglesia San Hipólito de Támara de Campos, la iglesia de Nuestra Señora de la Antigua de Fuentes de Valdepero y la iglesia de Nuestra Señora de la Asunción de Dueñas.

A modo de conclusión a partir de este análisis, se puede constatar que el programa va a seguir adelante por el respaldo institucional y por el entusiasmo de los habitantes del medio rural de Castilla y León y, además, porque tiene herramientas para la creatividad y para reinventarse. Este año pasado, la convocatoria de la primera edición del concurso de fotografía «Apertura de Monumentos, 2012» ha insuflado savia nueva al programa con la carga emocional que supone la relación visitante-monumento y ha abierto una novedosa línea de trabajo más técnica y artística.

Visitantes dentro del Convenio Diócesis de Palencia-Diputación Provincial, 2012

Localidad	S. Santa	Día de la Comunidad	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Total
Ampudia	1.004	369	949	1.199	1.012	1.844	2.186	1.007	9.570
Amusco	24	27	6	33	22	53	52		217
Arenillas de San Pelayo	35	21	17	29	57	68	27		254
Astudillo	378	56	115	163	420	716	306		2.154
Autillo de Campos	259	40	50	90	150	250	125		964
Becerril de Campos	32	11	22	29	113	230	116		553
Capillas	41	41	2	46	76	200	101		507
Carrión de los Condes	964	420	630	1.563	1.880	3.978	1.827	1.395	12.657
Castromocho	90	12	9	9	34	56	48		258
Cervera de Pisuerga	85	18	31	58	160	319	133		804
Cevico Navero	42	16	8	14	66	43	86		275
Cisneros	173	135	6	179	106	149	112		860
Congosto de Valdavia	65	9	21	3	30	36	17		181
Dueñas	551	81	138	382	723	854	489		3.218
Fuentes de Nava	168	35	92	46	253	1.219	360		2.173
Fuentes de Valdepero	235	114	50	2.385	942	258	320		4.304
Husillos	250	37	40	70	135	119	79		730
Meneses de Campos	15	11	22	19	28	64	45		204
Palenzuela	257	107	14	94	298	227	186		1.183
Paredes de Nava	340	76	36	122	170	226	129		1.099
Piña de Campos	39	10	12	41	22	42	18		184
Santoyo	220	67	30	332	348	680	350		2.027
Támara	612	190	162	1.923	886	2.210	922		6.905
Villaumbrales	52	10	12	25	45	71	41		256
Zorita del Páramo	44	12	30	88	67	107	44		392
Total	5.975	1.925	2.504	8.942	8.043	14.019	8.119	2.402	51.929

Fuente: Diputación Provincial y Diócesis de Palencia.

III. LÍNEAS ESTRATÉGICAS DEL «PLAN DE ACTUACIONES TURÍSTICAS 2013»

El Servicio de Turismo de la Diputación Provincial, dentro de la marca «Palencia Turismo», ha planteado a principios de año 2013 una serie de iniciativas en el marco de un renovado «Plan de Actuaciones Turísticas» con el fin de atraer un mayor número de visitantes a tierras palentinas. El dinamismo del sector turístico ha obligado a los gestores provinciales a adaptarse a los cambios de la demanda, a incorporar planteamientos innovadores y a introducir nuevos enfoques en la promoción y comercialización de los productos bajo el paraguas de la marca «Palencia Turismo».

Esta variación en la estrategia turística, en parte motivada por la reducción de recursos financieros públicos, se ha traducido en la participación y asistencia conjunta de las instituciones provinciales, las asociaciones y los empresarios privados a las ferias del ramo, como por ejemplo, a la Feria Internacional de Turismo (FITUR) en Madrid o a la Feria Internacional de Turismo de Interior (INTUR) celebrada en Valladolid. En estos momentos difíciles para el «turismo de interior», es necesario maximizar las fortalezas y las oportunidades y aunar todas las voluntades para minimizar las debilidades y las amenazas en pos de construir una estructura turística provincial sólida, fuerte, competitiva y sostenible. Estas propuestas de las líneas estratégicas para el 2013 se enmarcan dentro del documento del «Plan de Actuaciones para el Desarrollo Turístico de Palencia, 2012-2015».

Según este escenario, para conseguir que Palencia sea un auténtico producto de referencia reconocible a escala internacional, nacional y regional, el plan de actuaciones para el año 2013 pone el énfasis en las siguientes estrategias:

- La reestructuración iniciada en el área de turismo de la institución provincial, con la creación de la «Oficina Unificada de Turismo» (servicios de la Junta de Castilla y León, Diputación Provincial y Ayuntamiento de Palencia), se va a consolidar con la renovación del Consejo Rector de Turismo y del Consejo Provincial de Turismo. El nuevo Consejo Provincial de Turismo cambiará de denominación, previsiblemente por la de Mesa Provincial de Turismo o similar, y estará formado por los representantes de varios ayuntamientos según las distintas comarcas y zonas de la provincia, de la marca «Palencia Turismo», de dos Centros de Iniciativas Turísticas (CITs) de la provincia (Ampudia y Frómista), de asociaciones de empresarios del sector de hostelería, de empresas de actividades turísticas y de asociaciones de turismo rural.
- Un aspecto trascendental será el Plan de Comunicación que se basará en la creación de un «slogan» focalizado en un recurso que nos diferencie, la selección de nuevos soportes para anunciar la marca «Palencia Turismo» y la elaboración de varias publicaciones. En este último apartado, se contempla la publicación del plano del casco urbano de la capital y mapas de la provincia actualizados a disposición de los profesionales del sector y de las Oficinas de Turismo, la edición de una Guía de recursos turísticos de la provincia destinada a los profesionales y la impresión de una Guía de Rutas que recoja toda la oferta de senderos de la provincia, tanto los propuestos por instituciones públicas, como los documentados por asociaciones. Además, las rutas descritas en la edición en formato papel estarán disponibles en la página web con una aplicación de «realidad aumentada» para poder ser descargadas en los teléfonos móviles (smartphone) dotados con cámara, brújula digital y un localización vía Sistemas de Información Geográfica (SIG) o GPS.
- En cuanto al capítulo de la comercialización, en este año se quiere aplicar otro enfoque al ceder protagonismo a todos los empresarios palentinos y agentes turísticos para abrir nuevas vías de mercado. El objetivo común es posicionar la oferta provincial en los primeros lugares de la lista de destinos de «turismo de interior» para atraer a más visitantes. Para lograr este fin, se van a seleccionar los canales más estratégicos como el trabajo con las Agencias de Viaje y el diseño de Paquetes Turísticos con los empresarios palentinos y la comercialización directa en escenarios profesionales mediante la asistencia a los certámenes feriales, a los mercados de contratación y a workshop y la organización de recorridos promocionales o «fam tryp» por la provincia.
- Una apuesta necesaria es mantener las líneas de ayuda para ayuntamientos, centros de iniciativas turísticas, asociaciones, entidades turísticas, empresarios y emprendedores con el fin de dinamizar y promocionar el sector turístico provincial, impulsar la competitividad de los alojamientos de turismo rural e incrementar la calidad, sobre todo, en lo referente a la recepción de los visitantes





(Oficinas Municipales de Turismo y Puntos de Información Turística). También, se mantienen las líneas de subvención específicas para dinamizar el sector turístico como, por ejemplo, a la Asociación Venteña de Amigos del Ferrocarril (Avenfer) con el objeto de que de nuevo circule un tren turístico arrastrado por la locomotora «La Verraco» o a la «Fundación Piedad Isla-Juan Torres» para el mantenimiento del Museo Etnográfico que posee en Cervera de Pisuerga.

- La firma de convenios con diversas instituciones y asociaciones para sostener viva la oferta turística durante la Semana Santa, el Día de la Comunidad, el Puente de Mayo, el Puente del Pilar y el verano (los meses de julio, agosto y septiembre). En concreto, la firma con el Obispado de Palencia para abrir los templos con el Programa de «Apertura de Monumentos, 2013» que complementa el programa de la Junta de Castilla y León «Abrimos en Semana Santa»; el Acuerdo con la Diócesis de Palencia para la coordinación de jornadas de puertas abiertas de doce museos parroquiales con el objeto de difundir el patrimonio religioso de la provincia; con la Junta Pro Semana Santa para asentar el ciclo penitenciaro de la capital como Fiesta de Interés Turístico Internacional y potenciar la Semana de Pasión en el resto de los municipios de la provincia; y con la Diputación de Burgos, con la Diputación de Valladolid y con la Comunidad Autónoma de Cantabria para el intercambio de grupos de escolares para que conozcan los centros culturales y turísticos de la provincia.
- El capítulo de la «gestión del conocimiento» del sector turístico se va a renovar con la incorporación de nuevas herramientas. En primer lugar, con la planificación de encuentros mensuales con las asociaciones y agentes sociales implicados en el turismo provincial con el objeto de recoger sus inquietudes y sugerencias. En segundo lugar, con el trabajo en red de las Oficinas de Turismo y Puntos de Información como plataformas de intercambio de información, remisión de datos estadísticos e identificación de potenciales recursos. Finalmente, la reestructuración del Boletín del Observatorio Turístico, con un nuevo esquema de contenidos basados en fuentes primarias y una mayor implicación del sector privado, y el aprovechamiento de las nuevas tecnologías para acercarlo al máximo número de usuarios.
- La futura señalización turística de los recursos provinciales se adecuará a las directrices del «Manual de Señalización Turística de la Junta de Castilla y León» aplicable a la señalética gráfica en carreteras, entornos urbanos y entornos rústicos de la comunidad. Además, se ampliará la señalización de forma específica a las Zonas para Autocaravanas (Turismo Itinerante) en los municipios que componen las Áreas de Servicio Autorizadas en funcionamiento (Aguilar de Campó, Ampudia, Astudillo, Baltanás, Carrión de los Condes, Cervera de Pisuerga, Frómista, Osorno, Palencia, Saldaña, Venta de Baños y Villada) o en proyecto (Alar del Rey, Dueñas y Velilla del Río Carrión).
- El fortalecimiento de la promoción del turismo palentino a través de las Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TICs) como plataformas versátiles para llegar al máximo público posible. En la actualidad, con el mantenimiento diario de los perfiles de la marca «Palencia Turismo» en las principales redes sociales como Facebook y Twitter está consiguiendo crecer en el número de amigos y seguidores. También, se pretende incrementar las visitas con el rediseño del portal de turismo de Palencia con la introducción de novedades en la home o página principal como la información online para descargar en ordenadores o en cualquier dispositivo de captura de imágenes como teléfonos móviles (smarphones) o en tablets mediante Códigos «QR» («código de respuesta rápida») y su localización vía Sistemas de Información Geográfica (SIG) o GPS. Finalmente, se ampliará la publicidad de la oferta con el impulso de acuerdos con las «agencias de viaje online» (como Escapada Rural, Logitravel, Atrápalo, Rumbo, eDreams, Muchoviaje, etc.) y con el envío masivo y selectivo de newsletter.
- En último lugar, se encuentra el capítulo de los Productos turísticos gestionados por la Diputación Provincial para los que buscan sus dirigentes la máxima rentabilidad social y económica: la Cueva de los Franceses en Revilla de Pomar (Pomar de Valdivia), el Castillo de Fuentes de Valdepero, las Villas Romanas «La Olmeda» en Pedrosa de la Vega y «La Tejada» en Quintanilla de la Cueva (Cervatos de la Cueva), el Museo del Canal de Castilla en Villaumbrales y las embarcaciones turísticas «Marqués de la Ensenada» en Herrera de Pisuerga y «Juan de Homar» en Villaumbrales. En todos los casos, mediante gestión directa o a través de adjudicaciones a empresas, en cada temporada se ha mejorado el servicio de atención al turista y la oferta complementaria del producto con propuestas innovadoras como, por ejemplo, el «Geocaching» en la Cueva de los Franceses.



IV. SUGERENCIAS PARA AVANZAR EN EL TURISMO PROVINCIAL

Los destinos de «turismo de interior», como es el caso de la provincia de Palencia, están atravesando una etapa delicada por el descenso de viajeros y de pernoctaciones y por la fuerte competencia entre unos y otros debido a las repercusiones negativas de la crisis económica internacional y nacional sobre el sector. El análisis de las actuaciones realizadas por los responsables de la política turística de los diversos destinos de turismo de interior, para atraer a más visitantes, alargar el número de noches e incrementar los índices de gasto medio por turista, pone de manifiesto que todos se esfuerzan en revalorizar sus recursos y en resaltar sus singularidades en todos los medios a su alcance, incluidas las herramientas de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. Por este motivo un año más, este apartado del Boletín Turístico pretende recoger ideas y proponer sugerencias encaminadas a la mejora del sector turístico provincial de cara al futuro e individualizarlo de otros destinos similares.

- Volvemos a insistir en la necesidad de dotar al turismo provincial de un plan estratégico. Durante este año 2012, hemos conocido un avance de las posibles líneas estratégicas del futuro «Plan de Actuaciones para el Desarrollo Turístico de Palencia, 2012-2015» que se van desgranando a partir de los Programas de Actuación anuales. La planificación provincial tiene que adecuarse a las directrices del «Plan Nacional e Integral de Turismo PNIT (2012-2016)» y al «Pacto institucional, social y empresarial de desarrollo turístico en Castilla y León» (firmado el 13 de abril de 2012). Además, debe aprovechar las acciones de los planes sectoriales presentados por la administración regional, como es el caso, del «Plan de Marketing Turístico 2013-2014», en materia de promoción, comercialización e internacionalización, del «II Plan del Español para Extranjeros de Castilla y León (2013-2016)», con el fin de crecer en el turismo idiomático, o del futuro «Plan Especial de Turismo Gastronómico».
- Para reforzar el turismo provincial, respaldamos todas las iniciativas de reconocimiento de los recursos turísticos, de este modo, nos unimos a la solicitud de declaración de Fiesta de Interés Turístico Nacional para el «Bautizo del Niño» o de Fiesta de Interés Turístico Regional para el «Carnaval de la Galleta» de Aguilar de Campóo, el conjunto de la fiesta «El Chiborra» en Cisneros (el reparto de tortas, el paloteo, la jota, el pasacalles, la culebra, los versos a la Virgen y el Niño y El Azote del Chiborra) o San Telmo con la procesión cívica y el sermón satírico del «Ole» en Frómista. A escala provincial y según el ejemplo de la Diputación de León que ha declarado «Manifestaciones de Interés Turístico Provincial», la marca «Palencia Turismo» puede trabajar en una recopilación de las fiestas tradicionales de interés provincial, como por ejemplo, San Antón en Castromocho, Becerril de Campos, Fuentes de Nava y Paredes de Nava, Feria de la Matanza en Villada, Semana Santa en Carrión de los Condes, Representación de La Pasión y Muerte de Jesucristo en Guardo, «Vía Crucis Viviente» en Grijota, Romería del Voto de Villa de Torre (Santísimo Cristo de Torre Marte) en Astudillo, «La Condal de los Ansúrez» en Monzón de Campos, Romería y Feria del Cristo en Guardo, Romería de la Virgen de Carejas en Paredes de Nava, Romería de la Virgen de Alconada en Ampudia, Virgen de Llano en Aguilar de Campóo, Virgen de La Piedad en Herrera de Pisuegra, Día del Montanero en Cevico Navero, Romería de la Virgen del Brezo en Villafraía de la Peña, etc.
- Igualmente, con el propósito de avanzar en la colaboración público-privada es fundamental la implicación directa de la Asociación General de Hostelería de Palencia, integrada en la Confederación Palentina de Organizaciones Empresariales (CPOE), y la Asociación de Empresarios de Hostelería de Palencia. Las instituciones junto al colectivo empresarial pueden ofertar productos y paquetes turísticos conjuntos en base al patrimonio cultural, a los eventos culturales, a la oferta gastronómica y a las actividades de «turismo activo» y de «turismo de aventura» (Soft Adventure y Hard Adventure). Ya existen varias iniciativas exitosas, realizadas en campañas pasadas, como por ejemplo la organización de Jornadas Gastronómicas (Feria de Tapas) o los paquetes turísticos en el marco de las Rutas de la Luz y la Ruta de la Luz y Sabor.
- También, en esta faceta de colaboración y cooperación público-privada es necesario contar con las Asociaciones de Alojamientos de Turismo Rural y de Albergues Privados de la Provincia: la Asociación Palentina de Turismo Rural «Canal de Castilla-Camino de Santiago» (APATUR), la Red de Turismo Rural de la Montaña Palentina, la Asociación Desarrollo Turístico de la Montaña Palentina, la Asociación Red de Turismo Rural «Ecoturismo Palencia», la Asociación Turismo Rural «Bajo





Carrión y Ucieza» y la Asociación Castellano Leonesa de Albergues Privados (ACLAP).

- La armonización del calendario de los certámenes feriales provinciales, en consonancia con el Calendario de Ferias Comerciales de Castilla y León, que los pequeños mercados complementen los tres eventos de Carrión de los Condes (la Feria de Maquinaria Agrícola y Automoción del Camino de Santiago; la Feria de Antigüedades, Almoneda y Restauración y la Feria de Turismo y Artesanía del Camino de Santiago) y los cuatro de Saldaña (la Feria de Las Candelas; la Feria de Caza, Pesca y Medio Ambiente; el Mercado Romano y la Feria de la Alubia). En lo posible, habría que evitar los solapamientos de fechas de las ferias y de estas con otro tipo de actuaciones en la misma comarca. Por ejemplo, la adecuación con las Ferias Agroalimentarias Locales que se llevarán a cabo durante el 2013 en las siguientes localidades: Ampudia, Villalobón, Venta de Baños, Saldaña, Guardo, Becerril de Campos, Fuentes de Valdepero, Velilla del Río Carrión y Herrera de Pisuerga.
- A pesar de las dificultades para encontrar financiación, abogamos para que las administraciones responsables realicen un esfuerzo para ayudar al diseño y el suministro de la dotación expositiva del Centro de Interpretación del Cangrejo de Río en Herrera de Pisuerga, del Centro de Recepción de Visitantes del Canal de Castilla de las doce Naves de Picos en Alar del Rey y del Museo del Ferrocarril en Venta de Baños. En estos momentos, tras la inversión realizada en la construcción o rehabilitación de los inmuebles no es aconsejable dejarles abandonados cuando pueden albergar un uso cultural o turístico y cumplir una función pública de cara a la población local y a los visitantes.
- Profundización en la promoción y comercialización de la marca «Palencia Turismo», que junto a la página web y las redes sociales, debería centrarse en jornadas comerciales (mercados de contratación), en presentaciones del destino a grupos de periodistas especializados en información del sector y en la presencia selectiva en las ferias turísticas nacionales e internacionales en función de los mercados «prioritarios» por la emisión de turistas a tierras palentinas.
- El Servicio de Turismo de la Diputación Provincial debería informar y centralizar toda la oferta de «oficinas de turismo virtuales» generadas por los ayuntamientos y asociaciones (Consortios, Grupos de Acción Local, etc.) de la provincia a partir de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación para teléfonos móviles (smarphones) y tablets mediante Códigos «QR». La apuesta por las nuevas tecnologías en el sector turístico provincial requiere de futuras líneas de ayuda para la implantación de audioguías, guías de realidad aumentada y guías virtuales.
- Las instituciones públicas deben sensibilizar a los agentes turísticos para que incorporen los criterios de accesibilidad en el diseño de equipamientos y servicios turísticos y hacer efectivo el «turismo para todos» como, por ejemplo, en la puesta en marcha de los recorridos didácticos para discapacitados en la Villa Romana «La Olmeda».
- La implantación progresiva de nuevos productos turísticos con el fin de diversificar la oferta en las comarcas palentinas. El área de turismo de la capital ha comenzado el proceso para atraer estudiantes con el Programa «Aprende Español en Palencia», el afianzamiento del área de ocio de la Dársena del Canal con el Centro de Interpretación Medioambiental y Cultural del Canal de Castilla y la consolidación de la Semana Santa como Fiesta de Interés Turístico Internacional con el Centro de Interpretación de la Semana Santa. También, es posible actuar en otros nichos turísticos como los relacionados con la Red de Reservas Regionales de Caza, para el sector occidental de la montaña, o con la futura certificación de la Ruta del Vino Arlanza, para algunos municipios cerrateños.
- Potenciación de las modalidades y segmentos de turismo estratégicas para las comarcas de la provincia y de la capital palentina porque contamos con los recursos adecuados y, a la vez, son sinérgicos con la oferta de alojamientos: de naturaleza (la berrea o celo del ciervo), ecoturismo, ornitológico, cinegético, cultural, industrial, idiomático, gastronómico (gastroturismo o turismo gastronómico), enológico o enogastronómico (con el vino como aliado), micoturismo (micogastronomía), subterráneo o espeleoturismo, turismo itinerante, etc.
- Finalmente, la marca «Palencia Turismo» tiene que reivindicar la trascendencia del turismo para la provincia con la celebración el 27 de septiembre de la jornada Mundial del Turismo de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y del Día del Turismo de Castilla y León; así como, de otro tipo de eventos como el Día y la Noche Internacional de los Museos alrededor del 18 de mayo.



V. ACONTECIMIENTO DEL AÑO: XLV ANIVERSARIO DEL DESCUBRIMIENTO DE LA VILLA ROMANA «LA OLMEDA» (1968-2013)

Durante este año, se cumple el XLV Aniversario del descubrimiento de los restos arqueológicos de la Villa Romana «La Olmeda» (VRO), por parte de Javier Cortes Álvarez de Miranda, en el término municipal de Pedrosa de la Vega. El hallazgo casual de Javier Cortes a finales de la década de los sesenta de esta mansión aristocrática romana del Bajo Imperio, mientras realizaba unas labores de mejora en la finca agrícola de su propiedad, ha supuesto desde entonces una fuente inagotable de conocimiento del mundo romano hispánico para la comunidad científica y para el público en general. La construcción de este «fundus agrícola» se remonta al siglo I d. C. hasta su abandono en la segunda mitad del siglo V d. C., aunque, los restos encontrados de la «*villae*» datan del siglo IV d. C. El conjunto residencial y las dependencias de las termas, incluida la magnífica serie de mosaicos policromados, ha sido reconocido a escala nacional como Bien de Interés Cultural (BIC), con la categoría de Zona Arqueológica, desde el 3 de abril de 1996.

La planta cuadrada de la villa y el edificio anexo de las termas ocupan una extensión de 4.400 m² que engloba las salas, el jardín, los comedores y los baños. Actualmente, se accede por la fachada sur de la villa, flanqueada por el arranque de dos torres laterales de sección octogonal, desde este punto se percibe al fondo el patio central (atrium) con un peristilo y un jardín con estanque. En el lado este, se sitúa el «Oecus» o estancia principal, pavimentada con un mosaico policromado de 175 m² que representa la escena de la mitología clásica en la que Ulises descubre a Aquiles disfrazado de mujer y oculto en el gineceo del palacio de Nicomedes, rey de Skyros. La escena del mosaico se encuentra rodeada de una ancha cenefa en la que se insertan los retratos familiares del «dominus», escenas de caza y alegorías de cada estación del año en cada esquina. Junto a esta representación, la villa conserva un total de 1.416 m² de mosaicos distribuidos por doce habitaciones. En la galería norte, secundada por dos torres cuadradas en los laterales, las salas muestran el primitivo sistema de calefacción subterránea denominado «hipocausto» o «gloria». En el área occidental del recinto están otras estancias y el comedor principal que enlaza, a través de un pasillo de tierra, con el vestuario de los baños o «apodyteryum» y las distintas salas: la sala de baño frío (frigidarium), la sala de baño caliente (*caldarium*) y el cuarto de baño templado (*tepidarium*). Además de las salas de baños, en esta zona encontramos las letrinas, el vestuario y diez estancias anexas para masajes y hablar, que suman en total 900 m². Recientemente, el equipo de arqueólogos responsable de las campañas de excavación en la villa, ha puesto al descubierto dos nuevas salas que amplían la zona del «*balneum*» en 103 m² más.

A partir de aquel 5 de julio de 1968, Javier Cortes se dedicó durante doce años a financiar las primeras excavaciones del yacimiento hasta que en 1980 cedió gratuitamente los terrenos donde está localizada la villa romana a la Diputación Provincial. La institución provincial realizó una serie de mejoras en el año 1984 con la colocación de una cubierta sobre el área explorada y unas pasarelas con el fin de facilitar la visita al tiempo que proseguían las excavaciones dirigidas por el catedrático Pedro de Palol de la Universidad de Valladolid. Paralelamente, según avanzaba la prospección arqueológica se restauró la Iglesia de San Pedro en el casco histórico de Saldaña para transformarla en el museo monográfico de las piezas y objetos cotidianos que aparecían en el subsuelo de la mansión señorial (monedas, vasijas, herramientas de labranza, armas, piezas decorativas, ajuares funerarios, arreos de caballos, etc.). Sin embargo, la Diputación Provincial en el año 2005 toma la decisión de reformar la precaria nave que protegía los restos y convertir la zona arqueológica en un verdadero museo bajo la supervisión de José Antonio Abásolo Álvarez, Catedrático de Arqueología de la Universidad de Valladolid. El moderno edificio fue abierto al público el 3 de abril de 2009, tras más de tres años de obras, justo un mes después del fallecimiento de Javier Cortes a los 79 años. La instalación museográfica de apoyo se presentó al público en julio de ese año y, finalmente, el 4 de noviembre, su Majestad la Reina Doña Sofía inauguró oficialmente la reapertura del producto turístico.

También, durante este año se cumple el cuarto aniversario de la inauguración del vanguardista edificio que cierra y recubre la villa romana. La primera piedra del edificio se colocó el 16 de noviembre del 2005, gracias a la aportación financiera de la Diputación Provincial, la Junta de Castilla y León, la Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla





Delimitación del Yacimiento Arqueológico «La Olmeda» como Bien de Interés Cultural

y León y el Ministerio de Cultura a través del 1% destinado a proyectos de rehabilitación del patrimonio, según el proyecto «*Noli me tangere*» de los arquitectos Ignacio García Pedrosa y Ángela García de Paredes (Estudio Paredes-Pedrosa Arquitectos). Inicialmente, las obras tenían previsto acometerse en 14 meses pero se alargaron 3 años y cinco meses hasta configurar de forma definitiva un edificio contemporáneo de hormigón y de acero corten de tono rojizo para su integración en el paisaje de la vega del río Carrión. El proyecto planteaba el cerramiento perimetral y la cubrición del recinto, de tal modo, que mediante una estructura metálica romboidal de tubos de acero apoyada sobre cuatro pilares metálicos y organizada en cinco naves se abarcaban los 7.130 m² de superficie diáfana y contigua del yacimiento. Desde el techo cuelgan unas mallas de acero que dividen las distintas estancias en el interior de la gran nave.

Paralelamente a las obras de remodelación del edificio, se acometieron numerosas mejoras en la dotación museográfica con la ayuda de la Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León. La incorporación de las nuevas tecnologías informáticas y audiovisuales permite la comprensión de la villa romana sin tener que recurrir a los elementos interpretativos convencionales. El proyecto museográfico ha cuidado al detalle que los medios no introduzcan impactos visuales y, por este motivo, ha aprovechado la réplica de una estela romana para que el mayordomo Marciano de la bienvenida o la ubicación de las estaciones interpretativas a la altura de la sala principal y los baños. El contenido didáctico se complementa con una maqueta metálica de la planta de la villa en bajorrelieve, un audiovisual sobre la historia y la vida romana y recreaciones en 3D.

Las instalaciones de la villa han acogido en estos últimos años varias reuniones de grupos de expertos y de profesionales para el estudio de las colecciones museográficas y, en concreto, sobre los museos de los yacimientos romanos. El Consejo Internacional de Museos (ICOM-España) designó la ciudad de Palencia y la villa como sede del V Encuentro Internacional de Museos, celebrado del 1 al 3 de octubre del 2010, donde se analizaron las novedades museográficas. También, ha sido el marco donde se han desarrollado el I y el II Encuentro Nacional de Yacimientos Romanos con el fin de compartir las experiencias en la gestión y la administración de las zonas arqueológicas. En cuanto a las actuaciones derivadas de estos encuentros, destaca la propuesta de crear una Ruta Nacional de Yacimientos Romanos, así como, la de compartir la información y la promoción a través de Internet y el planteamiento de realizar actividades comunes en temas como exposiciones itinerantes, cursos de formación, etc.

Desde la reapertura de la villa el 3 de abril de 2009, se ha registrado un incremento significativo del número de visitantes en comparación con las 30.000 visitas de media contabilizadas en años anteriores, a excepción del año 1999 que llegaron a 52.000 turistas debido a la celebración en la capital palentina de la exposición de Las Edades del Hombre. De excepcional se pueden calificar las visitas recibidas a lo largo de los primeros meses porque hasta comienzos del año 2010 se anotaron 113.588 turistas. Durante el año 2012, han pasado por el recinto 52.506 visitantes, sobre todo, en los meses estivales. El origen de los turistas en estos últimos años, preferentemente, es nacional (85%) frente a los extranjeros (15%) y, la procedencia por Comunidades Autónomas, está encabezada por Castilla y León seguida de Madrid, País Vasco, Cantabria, Principado de Asturias y Cataluña.

El mantenimiento de este elevado número de visitantes, a pesar de la generalizada recesión económica, se debe en parte a la calidad y singularidad del conjunto arqueológico y en parte al desarrollo del programa de dinamización «Cultura a la romana» que se viene realizando desde hace unos años. Este programa reúne un conjunto de actividades didácticas, lúdicas y divulgativas, de abril a diciembre, asociadas con la danza, ballet, cine, conciertos de música, recreaciones históricas, talleres, conferencias, cursos especializados, exposiciones, gastronomía con las «cenas a la romana» (*convivium*), etc. Con este programa se ha logrado un doble objetivo, por un lado, atraer a un público interesado en la época romana y, por otro lado, convertir la villa en un centro cultural con una programación propia y de apoyo a las actividades de la institución provincial.

Los últimos actos relacionados con la Villa Romana «La Olmeda» han consistido en el reconocimiento de la labor realizada por su descubridor y mecenas Javier Cortes Álvarez de Miranda. La primera actuación, fue la colocación por parte de la Diputación Provincial de un busto en bronce patinado, del escultor Sergio García, a la entrada del conjunto arqueológico al cumplirse el primer aniversario de su muerte el 3 de marzo del 2010. El segundo evento ha sido la inauguración del Centro de Interpretación «Javier Cortes Álvarez de Miranda», el 17 de abril de 2013, ubicado en el edificio de La Casona en Saldaña. Estos últimos acontecimientos y la puesta en marcha del programa cultural anual demuestran que la villa sigue viva y que queda aún mucho camino por recorrer de cara al futuro.



RESEÑA BIBLIOGRÁFICA

Taller de Empleo «Palencia: Patrimonio y Turismo»

«Rutas por Palencia. Una guía práctica para recorrer Palencia y conocer sus secretos»

Ministerio de Empleo y Seguridad Social,
Junta de Castilla y León y Diputación Provincial
Palencia, 2012



En este número extraordinario del Boletín del Observatorio Turístico, presentamos una guía de rutas singular y excepcional porque nos ofrece propuestas concretas para conocer cada rincón de la geografía palentina en forma de fichas y está elaborada para llevar a cabo la ruta en los fines de semana a lo largo de un año. Cada una de las 52 fichas, ordenadas en cuatro áreas temáticas por colores, incluye la presentación de la ruta y una descripción de los lugares a visitar en la tarde del viernes, el sábado y el domingo; así como, las fechas recomendables, algunas sugerencias más según la estación del año y las especialidades gastronómicas de la zona. Las áreas temáticas están vinculadas al Patrimonio Natural y el Deporte al aire libre (verde); al Patrimonio Artístico (azul); a las Fiestas y Tradiciones (morado) y a la Gastronomía (salmón) y, además, de forma específica se describen los alimentos de calidad del Cerrato, de la Montaña, de los Páramos y Valles y de la Tierra de Campos. Esta primera edición cuenta con 500 carpetas donde se recogen las fichas; sin embargo, la publicación está pensada para poder descargar de la página web de la marca «Palencia Turismo» (www.palenciaturismo.es) la ruta concreta que nos interese cada fin de semana. En definitiva, consideramos esta guía esencial para organizar un fin de semana variado y completo en tierras palentinas.



UNIVERSIDAD
DE SALAMANCA

CAMPUS DE EXCELENCIA INTERNACIONAL



DIPUTACIÓN DE PALENCIA

Depósito Legal: S. 1.048-2009

Diseño e impresión:
www.graficaslope.com