



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

Número 3 • Enero 2010

## Coordinación:

Luis Alfonso Hortelano Mínguez

## Equipo de investigadores:

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

## Base de datos y cartografía:

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

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



## Patronato Provincial de Turismo

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

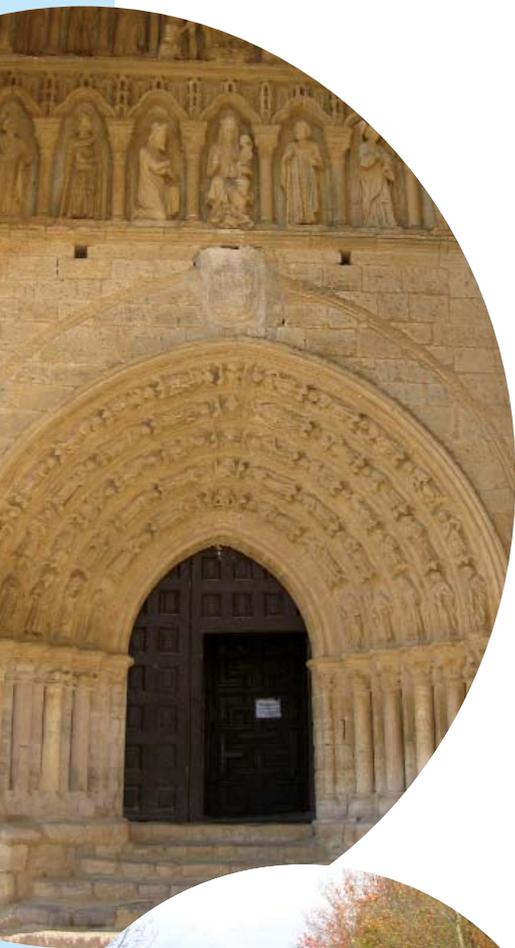
[www.palenciaturismo.es](http://www.palenciaturismo.es)

## PRESENTACIÓN

Este nuevo Boletín Informativo del Observatorio Turístico de la Provincia de Palencia está centrado en el análisis de la actividad turística desarrollada a lo largo y ancho del territorio palentino durante el otoño. La temporada otoñal conlleva la demanda de una serie de recursos turísticos estacionales que se suceden de año en año, como por ejemplo, la búsqueda de setas y hongos en los «perdidos» de los páramos calcáreos y en los bosques de la montaña, el trasiego de los rebaños trashumantes por las vías pecuarias, la llegada de las aves invernantes y el descanso de las aves de paso en los humedales esteparios y la recogida de las uvas de los majuelos. En este último caso, se ha celebrado un año más la XII edición de la Fiesta de la Vendimia de la Denominación de Origen «Arlanza», a primeros de octubre, en la localidad cerrateña de Villahán. El propósito de esta fiesta es reivindicar el peso de la cultura vitivinícola en la memoria colectiva de los habitantes de los pueblos de la comarca del Cerrato y proyectar para el futuro de esta tierra una actividad productiva como factor de desarrollo con sinergias de los sectores primario y terciario a través del enoturismo.

Además, la temporada ha estado marcada por la presencia de la provincia de Palencia en diferentes ferias, pero de forma especial, en la Feria de Turismo de Interior (INTUR) celebrada en Valladolid del 19 al 22 de noviembre, donde se han promocionado los proyectos inaugurados durante el año: el barco turístico «Marqués de la Ensenada» que recorre el Canal del Castilla en Herrera de Pisuerga, el Centro de Recepción de Visitantes de la Cueva de los Franceses y la remodelación de la villa romana de La Olmeda. Las propuestas institucionales provinciales se completaron con la presentación del programa «*Patrimonio, gastronomía y alojamientos*» y de la primera Guía de Alojamientos de Turismo Rural de la provincia. Así mismo, hay que destacar el esfuerzo e implicación de numerosos ayuntamientos, colectivos, fundaciones, grupos y asociaciones, en especial, los Centros de Iniciativas Turísticas de la provincia, para estar presentes como expositores y coexpositores en el recinto ferial de Valladolid.

Sin embargo, durante el trimestre del pasado año una serie de noticias en torno al Camino de Santiago Francés, debido al comienzo de un nuevo Año Santo el 1 de enero del 2010, han monopolizado la información turística. Por este motivo, hemos conocido el *Plan Especial de Promoción Internacional del Camino de Santiago* y la presentación de los elementos esenciales del *Plan Director de Seguridad*, diseñado por la



Guardia Civil y de la Policía Nacional. También, la titular de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León, como presidenta de la Comisión de los Caminos de Santiago por Castilla y León, ha sido la encargada de exponer las 208 actuaciones que componen la *Estrategia Regional de los Caminos de Santiago*, con el ánimo de promocionar a nivel internacional y nacional la imagen del camino para atraer más peregrinos e impulsar el desarrollo económico del entorno del camino.

Además, a escala interterritorial, los representantes de las Comunidades Autónomas de Aragón, Navarra, La Rioja, Castilla y León y Galicia, implicadas en el «Camino Francés», firmaron varios acuerdos de colaboración específicos en materia de sanidad, de protección civil y de cultura. Los aspectos sanitarios se reunirán en una única base de datos de interés para el peregrino y los temas de protección civil orientados a la atención de los caminantes se han estructurado en el «*Plan de Atención Ciudadana al Peregrino*». Por su parte, las numerosas actividades culturales conjuntas a desarrollar a lo largo del año en los diferentes enclaves del camino componen el *Programa «Camino de las Estrellas»*. A su vez, el programa de cooperación cultural y patrimonial se compone de varios subprogramas denominados: «*Músicas del Camino*», «*Patrimonio Jacobeo Abierto*», «*Exposición Histórica*» e «*Hitos del Camino*» y liderados cada cual por una de las Autonomías. En el caso de Castilla y León, la administración regional coordinará las intervenciones en los 21 inmuebles del subprograma «*Hitos del Camino*» y, entre los cuales, se han seleccionado en la provincia el Monasterio de San Zoilo (Carrión de los Condes) y la iglesia de Santa María la Blanca (Villalcázar de Sirga).



En la misma línea de revitalización del camino durante el Año Xacobeo 2010, se enmarcan las iniciativas de la Diputación Provincial y del Patronato Provincial de Turismo, que se iniciaron con la convocatoria de subvenciones para proyectos en infraestructuras turísticas dirigidas a la creación y mejora de los elementos y de los recursos turísticos de municipios y entidades locales menores, pero, de forma prioritaria si se localizan en la zona del camino. Junto a esta línea de inversión, tanto el Patronato Provincial de Turismo, con la renovación del portal turístico, como de la Diputación Provincial, con la puesta en marcha de la plataforma digital turística, han apostado por las nuevas tecnologías para promocionar de forma innovadora la ruta del Camino de Santiago.

Terminaremos el repaso al aluvión de noticias relacionadas con el Año Santo Compostelano 2010, con la Asociación de Amigos del Camino de Santiago de Palencia que durante la tarde del 31 de diciembre recibía el Año Jacobeo, con un acto simbólico en la portada de la Iglesia de Santiago de Carrión de los Condes e inauguraba así el programa de actos de la asociación.



# I. COYUNTURA TURÍSTICA

## Oferta de alojamientos y restaurantes

Al finalizar la temporada vernal, la evolución del número de alojamientos hoteleros (hoteles, hostales y pensiones) y extrahoteleros se mantiene estable; sin embargo, el número de plazas ha sufrido un leve retroceso, según los datos del Boletín de Coyuntura Turística de Castilla y León. El registro de empresas alojativas nos indica que en septiembre había 357 establecimientos con una capacidad de 6.055 plazas, mientras que en diciembre eran 358 establecimientos y 6.038 plazas (sin contar la oferta de los cinco campamentos de turismo). A pesar de las insignificantes variaciones en el conjunto de alojamientos, el análisis por tipologías nos delata las diferencias entre los alojamientos hoteleros y las instalaciones de turismo rural. Como ya ocurriera en el trimestre pasado, la apertura de nuevos alojamientos en el medio rural compensa el estancamiento de los establecimientos hoteleros. En relación a la oferta de restauración, 280 restaurantes y 27.561 plazas, hay que señalar la nula fluctuación a la conclusión del trimestre.

## El movimiento de viajeros y gasto

El movimiento de viajeros en los tres últimos meses del año, tanto en el conjunto regional como en la provincia, nos delata una pérdida de visitantes en comparación con el mismo periodo del pasado año, debido a múltiples causas. La llegada de turistas a tierras castellanoleonesas y, en concreto, a las palentinas ha estado marcada por los condicionantes de la estación (climatología adversa, «puentes», predominio de trayectos cortos, fiestas navideñas, etc.) y, sobre todo, por las repercusiones negativas de la crisis económica. A pesar de estos inconvenientes, han pasado por el territorio provincial 72.820 viajeros que, prioritariamente, proceden del territorio nacional, 64.414 (88,45%), frente a los 8.406 (11,54%) residentes en el extranjero. El origen de los turistas españoles, según la Comunidad Autónoma, nos confirma la distancia y el tiempo como factores determinantes de atracción al ser las Comunidades de Madrid, Castilla y León, Cataluña, Galicia, Cantabria, País Vasco y Principado de Asturias los principales mercados emisores. En relación a los turistas extranjeros, también, la proximidad ha condicionado el número de los visitantes como lo atestiguan los flujos registrados desde los países vecinos: Francia y Portugal seguidos de Alemania, Italia y Reino Unido.

El moderado descenso del número de visitantes, - 6,78% en comparación a la misma temporada del pasado año, ha repercutido levemente en la mengua de las pernoctaciones y, de forma directa, en el grado de ocupación por plaza en los alojamientos. En cuanto a la estancia media de los visitantes, influenciada por las peculiaridades de la estación otoñal, ha descendido en general; sin embargo, se ha logrado elevar las noches en los alojamientos de turismo rural y alargar la estadía de los turistas extranjeros.

Por último, la distribución del gasto medio de los visitantes ha estado marcada por las partidas destinadas al pago del alojamiento, de los restaurantes, de los medios de transporte, de los alimentos, de otros gastos, de los actos culturales y de ocio y de las compras de recuerdos.

## Número de viajeros y pernoctaciones durante el verano

Período	Españoles		Extranjeros		Total	
	Viajeros	Pernoctaciones	Viajeros	Pernoctaciones	Viajeros	Pernoctaciones
Octubre	27.119	49.507	3.558	5.543	30.677	55.050
Noviembre	19.754	37.590	1.645	3.305	21.399	40.895
Diciembre	17.541	33.400	3.203	6.946	20.744	40.346
Otoño	64.414	120.497	8.406	15.794	72.820	136.291

Fuente: Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León. Boletín de Coyuntura Turística de Castilla y León, Octubre, Noviembre y Diciembre de 2009



## II. PERFIL DEL VISITANTE

A partir de las encuestas realizadas en las Oficinas de Información Turística durante la estación otoñal, repartidas por toda la geografía provincial y la capital, podemos caracterizar el tipo y perfil de los turistas que se han acercado a las tierras palentinas a profundizar en el conocimiento del patrimonio territorial, disfrutar de los recursos turísticos o realizar alguna actividad relacionada con el ocio y el recreo. El reparto de las encuestas por las diferentes oficinas de información depende del potencial turístico de cada comarca y del número de visitantes según la procedencia (nacionales o extranjeros).

El perfil de los visitantes en este último trimestre del año, según los resultados de las encuestas propias, se podría definir como un adulto-joven y adulto, de la franja entre los 30 y 50 años, que aprovechan el otoño para viajar en pareja, en familia o con amigos y, un pequeño porcentaje, recorren la provincia sin compañía. El origen de los turistas sigue siendo de forma mayoritaria española (96,5% del total de los encuestados) frente a los procedentes del extranjero (3,5%) y, la procedencia nacional por Comunidades Autónomas, está dominada por los residentes en Castilla y León, Madrid, País Vasco, Andalucía, Comunidad Valenciana, Cantabria y Asturias; aunque, los «puentes» otoñales y el período navideño han animado a los habitantes de Navarra, Cataluña, Galicia y Castilla-La Mancha.

Los visitantes alegan como motivos principales del viaje los que están asociados a la realización de actividades turísticas de carácter cultural, complementadas con la degustación de la gastronomía local y la compra de artesanías y productos agroalimentarios típicos; sin embargo, no descartan las prácticas de ocio y recreo en la naturaleza. En un segundo lugar, algunos manifiestan su sorpresa por la provincia y la capital al hacer una parada en el camino hacia destinos diferentes y otros se acercan para visitar a la familia o a los amigos. Por último, la opción menos esgrimida como motivación del viaje son las razones laborales o de estudios pero que permiten hacer turismo.

La procedencia de los turistas y las distintas motivaciones de la visita a la provincia determinan o influyen a la hora de establecer y planificar el tipo de viaje; así por ejemplo, la poca duración media de la estancia y la decisión de no pernoctar responde al predominio de un turismo de temporada marcado por la proximidad, por los desplazamientos cortos y por el reagrupamiento familiar. La prioridad a la hora de elegir el tipo de alojamiento son los establecimientos hoteleros, principalmente los hoteles, seguidos de los alojamientos de turismo rural y los albergues de peregrinos; y, en esta época, un elevado porcentaje de visitantes encuentra acomodo en las viviendas de familiares y amigos y en casas destinadas a «segunda residencia».

El tipo de viajero mayoritario en otoño, enmarcado en un turismo familiar, se encuentra muy identificado con la provincia porque mantiene algún vínculo con el territorio y, de ahí, que no necesite contratación previa de servicios y en menor medida no complementa la estancia con otras visitas. El resto de viajeros, movidos por el atractivo natural y cultural de la provincia, para la organización y las reservas del viaje conjugan las nuevas tecnologías (internet y/o teléfono) con las prestaciones de las agencias de viajes. En definitiva, todos los turistas dedican más o menos recursos económicos (según las encuestas por encima de los 50 euros) a sufragar los gastos de la comida en restaurantes, de vida social en bares y cafeterías, de alojamiento, de transporte y de las compras.

Los canales de información y de documentación sobre el viaje en esta ocasión se ha obtenido a través del «boca a boca» de familiares, amigos y conocidos de la zona, de las diferentes páginas web, de las guías y folletos turísticos, de los medios de comunicación y ferias de turismo, y de las oficinas de información turística. Como conclusión, la mayor satisfacción de los turistas está vinculada al trato recibido por parte de los profesionales del sector y de los responsables de las oficinas de información turística y, en un peldaño inferior, califican de aceptables los temas de infraestructuras, servicios, accesibilidad, limpieza urbana y señalización.



## PERFIL DEL VISITANTE

	OCTUBRE	NOVIEM.	DICIEM.	TOTAL OTOÑO
<b>PROCEDENCIA (%)</b>				
Castilla y León	24,9	50,0	31,7	35,0
Ávila		1,4		0,5
Burgos	4,9	10,8	3,0	6,5
León	2,7	8,8	2,0	4,6
Palencia	4,3	8,8	17,8	9,0
Segovia	0,5	1,4	1,0	0,9
Salamanca	1,1	4,1	2,0	2,3
Soria				0,0
Valladolid	10,3	14,2	5,9	10,6
Zamora	1,1	0,7		0,7
Madrid	24,9	18,2	18,8	21,2
Cataluña	2,2	2,0	1,0	1,8
Aragón	1,1			0,7
Asturias	2,7	0,7	4,0	2,3
Cantabria	2,7	3,4	2,0	2,8
Galicia	1,6	1,4	2,0	1,6
Castilla-La Mancha	1,1	0,7	3,0	1,4
Comunidad Valenciana	4,3	1,4	5,9	3,7
País Vasco	10,8	8,8	12,9	10,6
La Rioja		0,7		0,2
Extremadura	0,5			0,2
Andalucía	5,4	0,7	8,9	4,6
Murcia	1,1			0,5
Navarra	1,1	0,7	5,9	2,1
Canarias	0,5	0,7	1,0	0,7
Baleares		0,7		0,2
Extranjeros	4,3	4,1	1,0	3,5
Sin especificar procedencia	10,8	6,1	1,0	6,9
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>SEXO (%)</b>				
Hombre	47,0	43,9	48,5	46,3
Mujer	53,0	56,1	51,5	53,7
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>EDAD (%)</b>				
Menos de 19	0,5	1,4	3,0	1,4
Entre 20 y 30	10,3	8,8	14,9	10,8
Entre 30 y 40	20,0	24,3	36,6	25,3
Entre 40 y 50	30,8	29,1	21,8	28,1
Entre 50 y 65	28,1	29,1	21,8	27,0
Más de 65	10,3	7,4	2,0	7,4
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>VIAJA (%)</b>				
Solo	6,5	7,4	5,0	6,5
En pareja	49,7	43,2	28,7	42,6
En familia	20,5	29,7	36,6	27,4
Con amigos	20,0	18,2	28,7	21,4
En viaje organizado	3,2	1,4	0,0	1,8
Otros	0,0	0,0	1,0	0,2
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>PRINCIPAL MOTIVO VISITA (%)</b>				
Visita de paso	10,3	18,2	7,9	12,4
Visita familia/ amigos	7,6	10,1	17,8	10,8
Turismo	79,5	67,6	67,3	72,6
Trabajo/Estudios	0,5	3,4	4,0	2,3
Otros	2,2	0,7	3,0	1,8
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

## TIPO DE VIAJE

	OCTUBRE	NOVIEM.	DICIEM.	TOTAL OTOÑO
<b>DURACIÓN (%)</b>				
1 día	28,1	31,1	28,7	29,3
2 días	24,9	29,1	17,8	24,7
3 días	21,6	14,2	16,8	18,0
4 días	5,4	6,1	19,8	9,0
Varios	11,9	8,1	9,9	10,1
Otros	8,1	11,5	6,9	9,0
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>PERNOCTACIÓN %</b>				
Si	26,5	23,0	16,8	23,0
No	23,8	33,1	26,7	27,6
Sin respuesta	49,7	43,9	56,4	49,3
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>TIPO DE ALOJAMIENTO (%)</b>				
Hotel	37,3	36,1	39,5	37,4
Hostal/Pensión	14,3	10,2	11,8	12,5
Camping	0,6	2,8	0,0	1,2
Albergue	4,3	2,8	1,3	3,2
Alojamiento T. R.	16,8	15,7	13,2	15,7
2ª Residencia	4,3	6,5	6,6	5,5
Otros	22,4	25,9	27,6	24,6
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>ORGANIZACIÓN DEL VIAJE (%)</b>				
Sin contratación previa	45,9	54,1	49,5	49,5
Por teléfono/internet	34,1	25,0	27,7	29,5
Agencia de viajes	2,2	4,7	1,0	2,8
Central de reservas	1,1	2,0	1,0	1,4
Otros	16,8	14,2	20,8	16,8
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>CONOCIMIENTO DE LA PROVINCIA (%)</b>				
Si	62,7	72,3	58,4	65,0
No	37,3	27,7	41,6	35,0
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>MEDIO DE TRANSPORTE (%)</b>				
Turismo	85,4	84,5	90,1	86,2
Autobús	7,0	2,7	3,0	4,6
Tren	3,2	5,4	5,0	4,4
Otros	4,3	7,4	2,0	4,8
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>VISITA OTROS DESTINOS (%)</b>				
Si	51,4	50,7	43,6	49,3
No	48,6	49,3	56,4	50,7
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>OTRAS ACTIVIDADES (%)</b>				
Comer en un restaurante local	31,9	33,7	38,5	33,9
Comprar productos típicos de la zona	22,1	19,3	17,7	20,2
Realizar actividades culturales	25,5	25,3	26,0	25,5
Realizar actividades en la naturaleza	16,2	17,5	17,2	16,8
Practicar deportes	1,2	1,8	0,5	1,3
Otros	3,2	2,4	0,0	2,3
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Nivel de confianza 95%  
Intervalo de confianza 4,7%

## CARACTERÍSTICAS DE LA VISITA

	OCTUBRE	NOVIEM.	DICIEM.	TOTAL OTOÑO						
<b>CONOCIMIENTO DE LA PROVINCIA (%)</b>										
Soy de la zona	10,6	17,4	18,0	14,5						
Amigos/Familia	28,2	31,4	41,4	32,2						
Guía y/o folletos especializados	18,5	16,3	8,1	15,5						
Medios de comunicación	7,0	2,9	6,3	5,5						
Internet	20,3	16,9	9,0	16,7						
No sabía de su existencia	1,3	1,7	0,9	1,4						
Oficinas de turismo	6,6	5,2	3,6	5,5						
Feria de turismo	1,8	0,6	1,8	1,4						
Otros	5,7	7,6	10,8	7,5						
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>						
<b>GASTOS ESTANCIA (por persona) (%)</b>										
Menos de 10 €	0,0	3,4	1,0	1,4						
Entre 10 y 20 €	2,7	1,4	1,0	1,8						
Entre 20 y 30 €	4,9	2,0	5,0	3,9						
Entre 30 y 40 €	5,4	4,1	5,0	4,8						
Entre 40 y 50 €	4,3	4,7	5,0	4,6						
Más de 50 €	61,6	63,5	60,4	62,0						
Sin especificar gasto	21,1	20,9	22,8	21,4						
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>						
<b>GASTO PRINCIPAL DE LA VISITA (%)</b>										
Transporte	14,0	11,0	11,9	12,58						
Alojamiento	30,1	24,8	31,8	28,69						
Restauración	28,7	33,3	32,5	30,99						
Bares/ Cafeterías	15,5	15,4	9,9	14,34						
Compras	9,4	13,0	11,9	11,10						
Otros	2,3	2,4	2,0	2,30						
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>						
<b>SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES</b>										
<b>OCTUBRE</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
Infraestructuras										
Accesibilidad										
Zonas de aparcamiento										
Señalización turística										
Servicio Oficinas										
Información Turística										
Museos										
Limpieza Urbana										
Calidad servicios hosteleros/alojamiento										
Variedad oferta servicios										
Trato recibido por el personal turístico										
Trato recibido por la población local										
<b>NOVIEMBRE</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
Infraestructuras										
Accesibilidad										
Zonas de aparcamiento										
Señalización turística										
Servicio Oficinas										
Información Turística										
Museos										
Limpieza Urbana										
Calidad servicios hosteleros/alojamiento										
Variedad oferta servicios										
Trato recibido por el personal turístico										
Trato recibido por la población local										
<b>DICIEMBRE</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
Infraestructuras										
Accesibilidad										
Zonas de aparcamiento										
Señalización turística										
Servicio Oficinas										
Información Turística										
Museos										
Limpieza Urbana										
Calidad servicios hosteleros/alojamiento										
Variedad oferta servicios										
Trato recibido por el personal turístico										
Trato recibido por la población local										
<b>TOTAL OTOÑO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
Infraestructuras										
Accesibilidad										
Zonas de aparcamiento										
Señalización turística										
Servicio Oficinas										
Información Turística										
Museos										
Limpieza Urbana										
Calidad servicios hosteleros/alojamiento										
Variedad oferta servicios										
Trato recibido por el personal turístico										
Trato recibido por la población local										

### III. PROYECCIÓN AUDIOVISUAL: «VESTIGIA, LEYENDA DEL CAMINO»

La Iglesia de Santa María del Castillo de Frómista, declarada Bien de Interés Cultural el 26 de enero de 1944 con la categoría de Monumento, alberga la exposición audiovisual «*Vestigia, Leyenda del Camino*». Anteriormente sobre el mismo solar de la iglesia existió un castillo, erigido por el Almirante D. Fernando Sánchez de Tobar, en el año de 1379. La fábrica del templo se edificó en sillería de piedra a partir del siglo XVI, mientras que los tres cuerpos de la torre fueron levantados a comienzos del siglo XVIII. Los muros y contrafuertes encierran una estructura en el interior que se articula a partir de una nave central y dos naves laterales, cubiertas con bóveda de crucería, y altar de planta poligonal.

La Fundación Santa María del Castillo ha aprovechado este escenario para montar un proyecto multimedia que oferta desde agosto del año 2008. El recorrido está dividido en cuatro grandes apartados de la historia de Frómista y del Camino de Santiago (Camino de Iniciación, Camino de la Historia, Camino de Milagros y Camino del Arte) descritos por santos que nos relatan los episodios y milagros de la villa y del camino. El culmen de la visita es la explicación de los valores artísticos y mundanos del Retablo de Santa María del Castillo; 29 tablas castellanas de marcada influencia flamenca que fueron sustraídas en 1980 y recuperadas en Bruselas un año después.

El éxito del montaje audiovisual ha animado a la Fundación Santa María del Castillo, como promotora del evento, a finalizar el proyecto cultural y turístico sobre los orígenes de Frómista y las leyendas del Camino de Santiago. La ampliación se centrará en la recreación interactiva del Camino de Santiago, a su paso por Frómista, con el fin de que el visitante se sienta un peregrino en la ruta jacobea. La simulación se realizará con la ayuda de dos túneles, uno de ellos transmitirá la sensación de realizar el camino en otoño y, el segundo, será la Vía Láctea y algunos elementos simbólicos del camino quienes ayuden a captar los sentimientos del peregrino.



#### Número de visitas realizadas a la Exposición «Vestigia, Leyenda del Camino»

AÑOS	E	F	M	A	M	Jn	Jl	A	S	O	N	D	TOTAL
2008								947	609	340	260	194	<b>2.350</b>
2009	131	31	361	607	742	1.160	477	1.147	973	645	493	196	<b>6.963</b>

Fuente: Fundación Santa María del Castillo.

## PERFIL DEL VISITANTE

	JULIO	AGOSTO	SEPT.	TOTAL VERANO
<b>PROCEDENCIA (%)</b>				
Castilla y León	10,71	13,04		9,38
Avila				1,56
Burgos	3,57			1,56
León				
Palencia				1,56
Segovia				
Salamanca				
Soria				
Valladolid	7,14			4,69
Zamora				
Madrid	25,00	4,35	7,69	14,06
Cataluña	7,14	13,04	15,38	10,94
Aragón		4,35		1,56
Asturias				
Cantabria	3,57			1,56
Galicia				
Castilla-La Mancha	10,71	17,39		10,94
Comunidad Valenciana	3,57		53,85	14,06
País Vasco	10,71	4,35	15,38	9,38
La Rioja				
Extremadura		4,35		1,56
Andalucía	14,29	13,04		10,94
Murcia				
Navarra		4,35		1,56
Canarias		8,70		3,13
Baleares				
Extranjeros	7,14		7,69	4,69
Otros	7,14	8,70		6,25
TOTAL	100	100	100	100
<b>SEXO (%)</b>				
Hombre	46,43	65,22	30,77	50
Mujer	53,57	34,78	69,23	50
TOTAL	100	100	100	100
<b>EDAD (%)</b>				
Menos de 19	3,57	21,74	0	9,38
Entre 20 y 30	32,14	8,70	0	17,19
Entre 30 y 40	7,14	17,39	7,69	10,94
Entre 40 y 50	21,43	26,09	0	18,75
Entre 50 y 65	28,57	17,39	23,08	23,44
Más de 65	7,14	8,70	69,23	20,31
TOTAL	100	100	100	100
<b>NIVEL DE ESTUDIOS (%)</b>				
Sin estudios	0	0	0	0
Primarios	3,57	13,04	23,08	10,94
Secundarios	32,14	26,09	30,77	29,69
Universitarios	53,57	56,52	38,46	51,56
Otros	10,71	4,35	7,69	7,81
TOTAL	100	100	100	100
<b>VIAJA (%)</b>				
Sólo	21,43	0	7,69	10,94
En pareja	53,57	43,48	23,08	43,75
En familia	21,43	56,52	15,38	32,81
Con amigos	3,57	0	53,85	12,50
TOTAL	100	100	100	100

## TIPO DE VIAJE

	JULIO	AGOSTO	SEPT.	TOTAL VERANO
<b>DURACIÓN (%)</b>				
1 día	21,43	8,70	7,69	14,06
2 días	0	8,70	7,69	4,69
3 días	10,71	13,04	0	9,38
4 días	7,14	8,70	7,69	7,81
Varios	57,14	60,87	76,92	62,50
Otros	3,57	0	0	1,56
TOTAL	100	100	100	100
<b>PERNOCTACIÓN %</b>				
Si	25	21,74	46,15	28,13
No	28,57	8,70	30,77	21,88
Otros	46,43	69,57	23,08	50
TOTAL	100	100	100	100
<b>TIPO DE ALOJAMIENTO (%)</b>				
Hotel	46,43	43,48	84,62	53,13
Hostal/Pensión	3,57	13,04	0	6,25
Camping	0	0	0	0
Albergue	17,86	8,70	15,38	14,06
Alojamiento T. R.	7,14	21,74	0	10,94
2ª Residencia	14,29	13,04	0	10,94
Otros	10,71	0	0	4,69
TOTAL	100	100	100	100
<b>ORGANIZACIÓN DEL VIAJE (%)</b>				
Sin contratación previa	53,57	60,87	30,77	51,56
Por teléfono/internet	32,14	34,78	0	26,56
Agencia de viajes	0	0	38,46	8
Central de reservas	0	0	0	0
Otros	14,29	4,35	30,77	14,06
TOTAL	100	100	100	100
<b>CONOCIMIENTO DE LA PROVINCIA (%)</b>				
Si	57,14	30,43	61,54	48,44
No	42,86	69,57	38,46	51,56
TOTAL	100	100	100	100
<b>MEDIO DE TRANSPORTE (%)</b>				
Turismo	67,86	86,96	7,69	62,50
Autobús	3,57	0	53,85	12,5
Tren	3,57	0	15,38	4,69
Otros	25	13,04	23,08	20,31
TOTAL	100	100	100	100
<b>ACTIVIDADES (%)</b>				
Si	96,43	100	69,23	92,19
No	3,57	0	30,77	7,81
TOTAL	100	100	100	100
<b>VISITAS CULTURALES (%)</b>				
Si	82,14	73,91	46,15	71,88
No	17,86	26,09	53,85	28,13
TOTAL	100	100	100	100
<b>OTRAS ACTIVIDADES (%)</b>				
Comer en un restaurante local	69,44	38,46	50	52,94
Comprar productos típicos de la zona	13,89	25,64	40	22,35
Realizar actividades culturales	11,11	20,51	10	15,29
Practicar deportes	2,78	2,56	0	2,35
Otros	2,78	12,82	0	7,06
TOTAL	100	100	100	100

## CARACTERÍSTICAS DE LA VISITA

	JULIO	AGOSTO	SEPT.	TOTAL VERANO
<b>CONOCIMIENTO DE LA FERIA (%)</b>				
Soy de la zona	10	7,14	0	7,04
Amigos/Familia	13,33	21,43	7,69	15,49
Guía y/o folletos especializados	16,67	17,86	23,08	18,31
Medios de comunicación	0	3,57	0	1,41
Internet	6,67	0	0	2,82
No sabía de su existencia	20	14,29	53,85	23,94
Oficinas de turismo	20	32,14	0	21,13
Otros	13,33	3,57	15,38	9,86
TOTAL	100	100	100	100
<b>CONOCIMIENTO EVENTO (%)</b>				
Si	32,14	21,74	0	21,88
No	67,86	78,26	100	78,13
TOTAL	100	100	100	100
<b>MOTIVO PRINCIPAL DE LA VISITA (%)</b>				
Interés histórico-cultural	66,67	59,26	47,06	59,74
Visita iglesia de Sta. María del Castillo	27,27	40,74	52,94	37,66
Otros motivos	6,06	0	0	2,60
TOTAL	100	100	100	100

## SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES

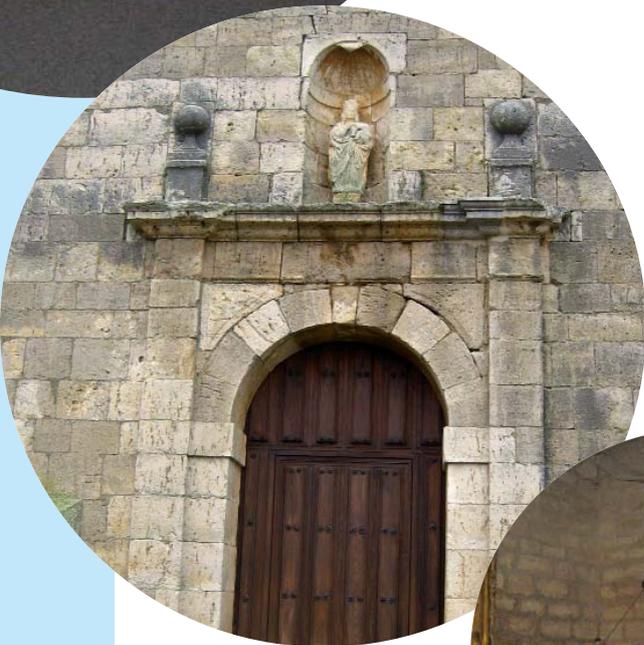
JULIO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Recinto										
Presentación virtual										
Personal										
Información/señalización										
Precio										
Horarios										
Reserva de entradas										
Tienda										
Valoración general										
<b>AGOSTO</b>										
Recinto										
Presentación virtual										
Personal										
Información/señalización										
Precio										
Horarios										
Reserva de entradas										
Tienda										
Valoración general										
<b>SEPT.</b>										
Recinto										
Presentación virtual										
Personal										
Información/señalización										
Precio										
Horarios										
Reserva de entradas										
Tienda										
Valoración general										
<b>TOTAL VERANO</b>										
Recinto										
Presentación virtual										
Personal										
Información/señalización										
Precio										
Horarios										
Reserva de entradas										
Tienda										
Valoración general										

Nivel de confianza 95%  
Intervalo de confianza 12,11%



Transcurrido más de un año desde su apertura y según los datos del registro de la Fundación Santa María del Castillo, por la muestra multimedia han pasado 9.313 visitantes, de los cuales un escaso porcentaje son extranjeros. En el reparto de los nacionales, dominan los procedentes de las Comunidades Autónomas de Castilla y León, Madrid, País Vasco, Cantabria y Cataluña. Dentro de Castilla y León, las provincias que aportan más visitas son Palencia, Burgos, Valladolid, Segovia y Salamanca. La temporada con mayor número de visitas ha coincidido con los meses estivales, aunque, el período fuerte de se ha prolongado desde abril hasta octubre decayendo en los días invernales.

El análisis de las encuestas realizadas a una muestra de los turistas que han pasado por la iglesia durante el verano nos anuncia que existen varios tipos de visitantes. En primer lugar, los jóvenes y adultos que viajan solos por el Camino de Santiago, a pie o en bicicleta, que se acercan a la exposición como una actividad cultural más de la ruta. En segundo lugar, las parejas jóvenes y matrimonios que descansan en la villa y complementan la estancia con el recorrido de la exposición de Vestigia. Y, por último, los adultos y mayores, que en familia, con amigos o en viaje cultural organizado, con coche propio o en autobús, realizan una parada en Frómista por otros motivos y descubren la oferta del evento. La mayoría de los visitantes tiene estudios universitarios y desconocen de antemano la existencia de esta oferta. En general, la satisfacción del visitante es muy buena, excepto algunos puntos a mejorar relacionados con los horarios, el precio de la entrada y la tienda de recuerdos.



#### IV. TURISMO DE OBSERVACIÓN DE AVES O TURISMO ORNITOLÓGICO: «BIRDING» y «BIRDER o BIRDWATCHING»

El turismo de observación de aves o turismo ornitológico, conocido con los términos ingleses de «birding» (*avistamiento de aves*) y «birder o birdwatching» (*observador de aves*), emerge con fuerza como una modalidad turística dentro de las actividades a realizar en el medio rural y en la naturaleza. Este tipo de turismo está cada vez más en auge en los países europeos, como el Reino Unido, Alemania, Holanda, Suiza, Bélgica, Francia e Italia y en Estados Unidos y la provincia de Palencia brinda una oportunidad en este sentido.

Según los datos de la Sociedad Española de Ornitología (SEO/Birdlife), reflejados en el último censo realizado para conmemorar el Día Mundial de los Humedales (el 15 de enero), los humedales palentinos, seguidos de los de Zamora, son los que mayor número de aves invernantes reciben en Castilla y León al superar los 45.000 ejemplares (destaca con 37.000 aves el ganso o ánsar común). Las zonas húmedas esteparias de Tierra de Campos, incluidas las recuperadas lagunas terracampinas de La Nava, de Boada de Campos y de Pedraza de Campos, junto con las zonas húmedas diseminadas a lo largo del Canal de Castilla y el Embalse de Aguilar, constituyen en la provincia los complejos lagunares de referencia para el avistamiento de aves acuáticas reproductoras, migradoras e invernantes. Por otro lado en la provincia, también se pueden ver otras especies de aves singulares y amenazadas a escala mundial, bien en las llanuras cerealistas y en los páramos calcáreos, bien en los bosques atlánticos y en los pastizales de la montaña.

La observación de aves necesita de una previa educación del turista, para evitar el deterioro de los hábitats naturales, de la mano de guías especializados o de las orientaciones aportadas en los *Centros de Recepción e Interpretación*. En la provincia encontramos algunas empresas especializadas que organizan rutas ornitológicas, como por ejemplo Dosaves, y sobre todo, varios centros donde documentarse sobre las claves interpretativas del paisaje y la observación de aves de la zona.

La Reserva Natural de «Nava y Campos de Palencia» cuenta con la Casa del Parque, situada en el casco urbano de la población de Fuentes de Nava, que depende de la red de espacios naturales protegidos de la Junta de Castilla y León bajo la supervisión de la Fundación Patrimonio Natural de Castilla y León. El centro está dedicado a la vida de la laguna de La Nava, cuyo contenido se distribuye en seis salas, y oferta visitas guiadas para grupos, así como, recorridos peatonales por los observatorios de los perímetros de las lagunas de La Nava, La Güera y El Hoyo. Por tanto, al concebirse el centro como un equipamiento de uso público del espacio natural es paso obligado para los visitantes en general y para escolares y una oportunidad para entender el ciclo del agua en los humedales esteparios y distinguir las aves que en ellas habitan.



#### Número de visitas realizadas al Casa del Parque «Nava y Campos de Palencia»

AÑOS	E	F	M	A	M	Jn	Jl	A	S	O	N	D	TOTAL
2006	525	641	592	659	335	224	331	685	177	267	552	590	<b>5.578</b>
2007	421	1.096	665	621	809	272	375	1.050	219	355	621	644	<b>7.148</b>
2008	751	884	728	563	963	471	779	1.434	316	737	538	402	<b>8.566</b>
2009	792	528	838	525	531	293	249	596	153	478	333		

Fuente: Junta de Castilla y León. Fundación Patrimonio Natural de Castilla y León.



También, la Fundación Global Nature desarrolla su actividad en la comarca natural de Tierra de Campos, desde 1989, con la apertura del «Centro de Estudios Ambientales y Albergue de Tierra de Campos», en Fuentes de Nava. Esta fundación, además, ha conseguido recuperar las 60 hectáreas de la zona húmeda de la laguna de Boada de Campos y gestiona la Casa-Museo «Laguna de Boada» (inaugurada el 20 de diciembre del 2007). La Casa-Museo aprovecha una antigua casa solariega del siglo XVIII, conocida como «La Panera del Obispo», reformada y adecuada para recibir a los visitantes; cuenta con una sala amplia de exposiciones, con paneles temáticos y con una pantalla de vídeo para seguir a tiempo real los movimientos de las aves en la laguna. La propuesta turística se complementa con un paseo interpretado de la estepa hasta el humedal, de apenas un kilómetro, donde se pueden contemplar desde el observatorio ornitológico hasta 10.000 ejemplares de aves invernantes. Este pequeño centro se ha convertido en el referente informativo de más de 5.000 visitantes al año y punto de encuentro con la población local.

### Número de visitas realizadas a la Casa-Museo «Laguna de Boada»

AÑOS	E	F	M	A	M	Jn	Jl	A	S	O	N	D	TOTAL
2007												191	<b>191</b>
2008	556	502	458	240	396	301	391	1.233	337	177	356	428	<b>5.375</b>
2009	381	455	433	292	335	184	195	1.464	294	116	323	327	<b>4.799</b>

Fuente: Fundación Global Nature.

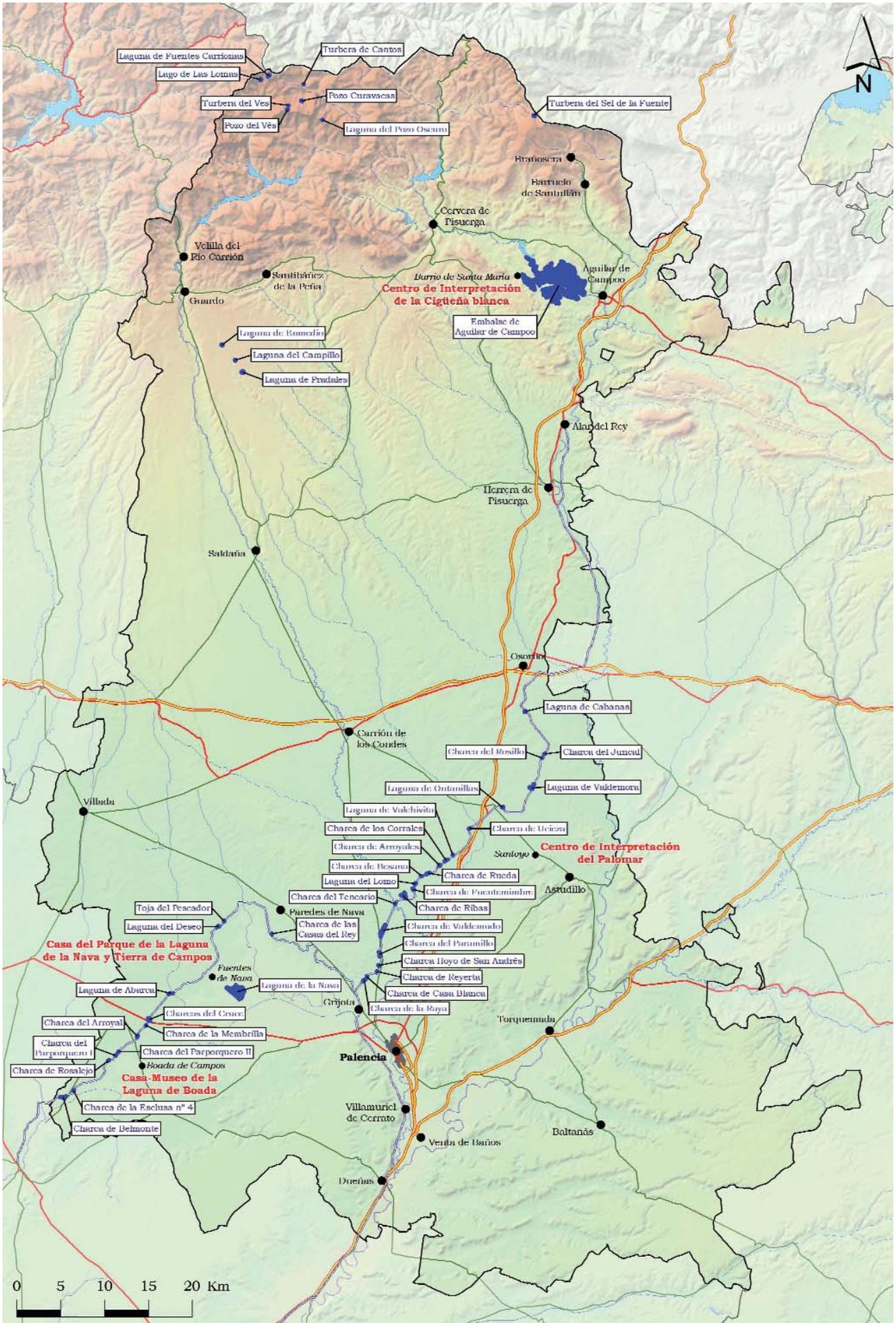
Además, en la extensa comarca de Tierra de Campos palentina no podía faltar un centro temático dedicado a una especie señera de la cultura local y con mucha impronta en el paisaje de las campiñas como es la paloma. El Centro de Interpretación de «El Palomar», en la localidad de Santoyo, se inauguró el 30 de agosto del 2007 para dar a conocer todos los detalles de la construcción de los palomares y de la cría de la paloma. Los aspectos más innovadores del centro son la reproducción de una parte de un palomar y la instalación de una cámara de vídeo para seguir la cría de los pichones. El atractivo del mundo de las palomas y los palomares se refleja en el número de visitantes al centro y su valor económico y social a través de medidas como el inventario de palomares o las ayudas para la rehabilitación de los mismos otorgadas por el Grupo de Acción Local «Araduey-Campos».

En la Montaña Palentina destaca la concentración de aves acuáticas que se produce en el entorno del Embalse de Aguilar, donde encontramos una de las colonias más significativas de la provincia de cigüeña blanca (*Ciconia ciconia*). Junto al Pantano de Aguilar, en la localidad de Barrio de Santa María, la Fundación Global Nature gestiona el Centro de Interpretación de la «Cigüeña blanca» que fue inaugurado en mayo de 2007 tras rehabilitarse una antigua casa de propiedad vecinal denominada

### Número de visitas realizadas al Centro de Interpretación de «El Palomar»

AÑOS	E	F	M	A	M	Jn	Jl	A	S	O	N	D	TOTAL
2007									236	94	80	52	<b>462</b>
2008			50	112	262	70	89	177	52	36	37	2	<b>887</b>
2009			22	60	71	72	59	98	45	73	27	80	<b>607</b>

Fuente: Ayuntamiento de Santoyo



Zonas húmedas y Centros de recepción de visitantes

## Número de visitas realizadas al Centro de Interpretación de la «Cigüeña blanca»

AÑOS	E	F	M	A	M	Jn	Jl	A	S	O	N	D	TOTAL
2007					90	383	544	399	148	0	0	0	<b>1.564</b>
2008	0	166	357	172	398	181	302	355	101	55	75	44	<b>2.206</b>
2009	32	43	525	205	490	98	250	262	66	53	40	55	<b>2.119</b>

Fuente: Fundación Global Nature.



«Casa del pastor». La oferta turística se centra en la divulgación y la transmisión de información sobre la biología de la especie, las amenazas y la relación con el hombre a partir de la visita a la exposición permanente del centro, un corto paseo hasta el mirador-observatorio de la colonia principal de cigüeñas y, para los niños, la realización de diversos talleres de concienciación medioambiental. El incremento de visitantes denota la curiosidad por el conocimiento y la observación de una especie cercana y familiar.

En los últimos años se han acometido algunas iniciativas para crear productos turísticos en torno al turismo ornitológico en Castilla y León y en la provincia de Palencia se concreta en base a los centros de interpretación, miradores y observatorios ya existentes. Inicialmente, varios Grupos de Acción Local castellanoleonés pusieron en marcha el proyecto de cooperación interterritorial «Turismo Rural de Interior y Ornitología» (TRINO), con el fin de implicar a los empresarios de los alojamientos de turismo rural en sus respectivos territorios para ampliar su oferta a través de rutas ornitológicas dirigidas por guías especializados. La concreción del proyecto ha sido la oferta de 17 rutas ornitológicas, que comenzaron en la primavera del 2008 (fines de semana de marzo a junio), por parte de la Fundación Patrimonio Natural de Castilla y León con la colaboración de los Grupos de Acción Local. Los recorridos propuestos en el programa por la provincia palentina partían de Baltanás (El Cerrato), Fuentes de Nava (Tierra de Campos) y Barruelo de Santullán (La Montaña). Otras iniciativas de promoción del turismo ornitológico, como por ejemplo, las rutas ofertadas por el grupo ADRI «Cerrato Palentino» o el Colectivo para el Desarrollo Rural de Tierra de Campos en las lagunas palentinas, buscan atraer a los amantes de las aves. Los primeros pasos ya se han dado en la provincia para afianzar esta modalidad turística en el medio rural y, de cara al futuro, tanto las acciones del Patronato Provincial de Turismo, como las actuaciones de la segunda fase del proyecto de cooperación «Turismo Rural de Interior y Ornitología» (TRINO), repercutirán en la consolidación de una propuesta turística sostenible ambientalmente para los territorios y económicamente para los empresarios de alojamientos rurales.

## V. PRINCIPALES NOTICIAS TURÍSTICAS

### Inauguración Oficial de la Villa Romana de «La Olmeda» por parte de Su Majestad la Reina Doña Sofía

Su Majestad la Reina Doña Sofía visitó, el pasado 4 de noviembre, las nuevas instalaciones del recinto de la Villa Romana de «La Olmeda», con el fin de inaugurar oficialmente las reformas exteriores realizadas en el yacimiento situado en el municipio de Pedrosa de la Vega. La Reina Doña Sofía recibió las explicaciones sobre la villa del Bajo Imperio de la mano de D. José Antonio Abásolo, director de las excavaciones, y de D. Ignacio García Pedrosa y D<sup>a</sup>. Ángela García de Paredes, arquitectos responsables del diseño del cerramiento y de la cubierta del edificio que acoge los restos romanos. El yacimiento arqueológico, descubierto por D. Javier Cortés Álvarez de Miranda en 1968 y declarado Bien de Interés Cultural el 3 de abril de 1996, con esta moderna estructura metálica de acero se ha transformado en un museo vivo para el siglo XXI.



### Participación del Patronato Provincial de Turismo en la XIII Feria Internacional del Turismo de Interior «INTUR» (Valladolid)

La presencia del Patronato Provincial de Turismo en la XIII Feria Internacional del Turismo de Interior «INTUR», celebrada del 19 al 22 de noviembre en Valladolid, ha supuesto un revulsivo para la promoción de la provincia en los mercados emisores más cercanos. El stand estaba pensado como un espacio abierto y de encuentro para priorizar las grandes rutas o los ejes vertebradores del turismo provincial de cara al año 2010: el Camino de Santiago, la Tierra de Campos, la ruta Tierra de Iglesias y Museos, y el Canal de Castilla; sin olvidar, la comarca del Cerrato, la Montaña, el Románico y las Villas Romanas. Por encima de esta oferta, han destacado los grandes hitos turísticos de la provincia, que por sí solos tienen un gran potencial de atracción, como son la Villa Romana de «La Olmeda», el Barco del Canal de Castilla «Marqués de la Ensenada» y la Cueva de los Franceses. También, el stand acogió los espacios expositivos de las Asociaciones Profesionales de Hostelería, Turismo Rural y Turismo Activo de la provincia y, además, en este marco se presentó la nueva Plataforma Digital Turística, el renovado Portal de Internet del Patronato Provincial de Turismo, el programa «Patrimonio, gastronomía y alojamientos» y una actualizada Guía de Alojamientos de Turismo Rural de la provincia.





### Redacción del proyecto constructivo de una segunda embarcación para el Canal de Castilla

Tras el éxito de los paseos fluviales por el Canal de Castilla del Barco Turístico «Marqués de la Ensenada», desde la segunda retención de la presa San Andrés sobre el río Pisuerga hasta la sexta esclusa del Ramal Norte, el Patronato Provincial de Turismo de la Diputación de Palencia ha adjudicado la redacción de un nuevo proyecto para la construcción y localización de una segunda embarcación. La Escuela Técnica Superior de Ingenieros Navales de la Universidad Politécnica de Madrid es responsable de la redacción del proyecto constructivo de la embarcación, de la asistencia a pruebas de mar y del reconocimiento de las diferentes posibilidades de ubicación que ofrece el Canal de Castilla. La puesta en valor de este recurso turístico de forma equilibrada aconseja el emplazamiento y recorrido de este segundo barco en un punto a determinar del ramal de Campos.

### Ampliación y modernización de la Cueva de los Franceses

A comienzos del año 2010, se iniciarán las obras de ampliación y modernización del complejo kárstico de la Cueva de los Franceses, en Revilla de Pomar (término municipal de Pomar de Valdivia), así como, el acondicionamiento y mejora de la carretera de acceso al monumento natural. Las obras consistirán en la ampliación de la zona de visita, unos 300 metros más, que se adecuarán a través del refuerzo de las medidas de seguridad en relación con la plataforma, las barandillas y la iluminación interior. Al mismo tiempo se abrirán dos nuevas salas, una de ellas estará destinada a auditorio con capacidad para 50 personas, con el objetivo de completar la oferta de las visitas e iniciar un programa de actos culturales (conciertos, recitales o proyectar vídeos). Se incorporarán asimismo avances técnicos relacionados con la calidad del sonido y con la medición de la temperatura y de la humedad, con el fin de controlar y evitar las condiciones adversas que puedan dañar los valores de la cueva y de asegurar su sostenibilidad. Estas intervenciones, se suman a la inauguración en el mes de julio del Centro de Recepción de Visitantes de la cueva, que ha permitido proteger la entrada desde el páramo e incrementar la calidad de acogida a los visitantes.



### Presentación de la clasificación de los Alojamientos de Turismo Rural en Palencia basado en las «Espigas»

En el mes de noviembre, en el Salón de Actos del Centro Cultural Provincial, tuvo lugar la presentación al sector turístico de la provincia del sistema de clasificación de los establecimientos de turismo rural, que a través de la Asociación Española de Turismo rural (ASETUR) se implantará en todo el territorio nacional. Este nuevo sistema de clasificación, reclamado por el sector desde hace tiempo, establece cinco categorías de calidad en función del nivel de equipamientos y de servicios de cada establecimiento. El reconocimiento de la excelencia se traduce en disponer de una a cinco espigas otorgadas tras la evaluación de la situación y el entorno, el acondicionamiento, el diseño, el equipamiento suplementario y el trato al cliente de cada alojamiento.



## VI. AVANCE DE ACTUACIONES

### (Enero, Febrero y Marzo)

#### ASISTENCIA A FERIAS:

##### NACIONALES:

###### CON PRESENCIA FÍSICA

- **FITUR. XXX Feria Internacional del Turismo**  
Madrid, del 19 al 24 de enero
- **TURISMUR, XIX Salón Nacional del Turismo y Tiempo Libre**  
Torre Pacheco (Murcia), del 5 al 7 de febrero
- **NAVARTUR, V Feria Internacional de Turismo Reino de Navarra**  
Pamplona, del 19 al 21 de febrero
- **TCV, VI Feria Internacional de Turismo Comunidad Valenciana**  
Valencia, del 26 al 28 de febrero
- **SEVATUR, Salón Internacional de la Evasión y el Turismo**  
San Sebastián, del 12 al 14 de marzo
- **FERANTUR, Feria Andaluza del Mundo Rural**  
Sevilla, del 19 al 29 de marzo

###### CON PRESENCIA PROPAGANDÍSTICA

- **FERIA INTERNACIONAL DEL TURISMO ORNITOLÓGICO**  
Villarreal de San Carlos. Parque Nacional de Monfragüe  
(Cáceres), del 26 al 28 de febrero

##### INTERNACIONALES:

###### CON PRESENCIA FÍSICA

- **BTL, Bolsa Internacional de Turismo de Lisboa**  
Lisboa, del 12 al 17 de enero

###### CON PRESENCIA PROPAGANDÍSTICA

- **FERIA DE TURISMO Y OCIO**  
Utrecht, del 12 al 17 de enero
- **FERIA DE CARAVANING, AUTOMOVILISMO Y TURISMO**  
Stuttgart, del 16 al 24 de enero
- **SALÓN DE LAS VACACIONES**  
Bruselas, del 4 al 8 de febrero

#### PREMIOS Y CONCURSOS:

- **PREMIOS PROVINCIALES DE TURISMO**  
Candidaturas hasta el 6 de noviembre de 2009  
Entrega del premio el 28 de enero de 2010



VNIVERSIDAD  
D SALAMANCA



DIPUTACIÓN DE PALENCIA

Depósito Legal: S. 1.048-2009

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