

PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA MONTAÑA PALENTINA

María Isabel Agaña Aguerri
Licenciada en Geografía

1. INTRODUCCIÓN.

El norte de la provincia de Palencia alberga una comarca singular y privilegiada desde el punto de vista natural e histórico-artístico: la **Montaña Palentina**. Esta comarca forma parte de una unidad montañosa más amplia, la Cordillera Cantábrica, y se localiza en el borde meridional de la misma, aspecto que le otorga un carácter de espacio de transición entre dos unidades geomorfológicas que definen su paisaje: las montañas atlánticas y las llanuras de la cuenca sedimentaria del Duero. Al mismo tiempo, presenta una serie de características particulares que dotan a esta comarca de identidad propia, tanto por sus valores medioambientales, realzados por la existencia de tres figuras de protección: el Parque Natural de Fuentes Carrionas y Fuente Cobre-Montaña Palentina, el Monumento Natural de Covalagua y el Monumento Natural de Las Tuerces, como por sus actividades económicas adaptadas al entorno, ya sean las agrarias o las industriales, especialmente la minería, y otros elementos contruidos por el hombre, tanto de carácter civil (embalses, arquitectura popular) como religioso, puesto que la Montaña Palentina acoge la mayor concentración de iglesias románicas de Europa.

Esta comarca abarca una superficie de 1.786 km² y acoge a una población cercana a los 30.000 habitantes*, repartida entre veintidós municipios. Su densidad de población se sitúa alrededor de 16 hab/km², siendo ésta una cifra muy cercana al umbral de despoblamiento, a lo que se añaden preocupantes síntomas de envejecimiento y atonía en un saldo vegetativo tendente a la baja.

La Montaña Palentina constituye un espacio rural cuya organización espacial y socio-económica ha venido tradicionalmente condicionada por las características de su medio físico. Así, la ganadería y, en menor medida, la agricultura, han sido las actividades tradicionales dominantes, sin olvidar la importancia que para esta zona han tenido tanto la minería como la industria química y la agroalimentaria. No obstante, en las últimas décadas, dichas actividades han ido perdiendo vigor al compás del éxodo rural y del desarrollo de nuevas formas de organización económica que han derivado en la crisis de sus actividades productivas básicas.

Sin embargo, en los años 90, la Montaña Palentina se ha convertido en un espacio emergente dentro de esta provincia gracias al impulso de nuevas actividades económicas alternativas a las tradicionales contempladas en los programas de desarrollo rural de la Unión Europea, diseñados para revitalizar estos espacios atrasados demográfica, social y económicamente, bajo un enfoque territorial, integrado y participativo.

* 29.147 habitantes según el padrón de 1996.

Entre aquellas actividades alternativas se encuentra el Turismo Rural, que ha recibido un gran impulso en esta comarca por parte de los agentes locales, públicos y privados, hasta el punto de que se ha convertido en un **elemento fundamental para la gestión de este territorio**, ya que permite la diversificación de la economía de la comarca, así como el complemento de rentas, basándose en la movilización de los recursos endógenos, a la vez que introduce una mejora en el nivel de vida de la población residente, a través de la creación de infraestructuras y servicios y de la rehabilitación de su patrimonio socio-cultural, junto con la conservación medio-ambiental.

Al hilo de esta nueva tendencia, y en un intento de búsqueda de recursos alternativos a los tradicionales, se produce un **“redescubrimiento” del territorio y del patrimonio natural e histórico-artístico** de esta comarca, a los cuales se les dota de un nuevo significado: no se trata ya de únicamente meros elementos de disfrute estético y recreativo, sino que se convierten en **agentes clave de desarrollo**, en cuanto que existan entidades gestoras y promotoras que sepan aprovecharlos. En la Montaña Palentina se ha tratado de desarrollar nuevas formas de aprovechamiento de estos recursos, entre las cuales se ha elegido el Turismo Rural como estrategia clave de desarrollo para una comarca con valores ambientales y culturales de gran potencialidad turística. Esta actividad sintetiza en sí misma los principales objetivos propuestos por las políticas de desarrollo rural, a lo que se le añade un aliciente: se trata de una **actividad transversal** que produce un efecto de arrastre para otros sectores económicos así como elementos de organización territorial.

Las políticas de desarrollo rural de la Unión Europea han sido aplicadas en la Montaña Palentina a través de la **iniciativa comunitaria LEADER**, cuyos dos programas, LEADER I (1991 - 1994) y LEADER II (1995 - 1999), han sido gestionados y aplicados en esta comarca a través del grupo de acción local FEDERACIÓN ADEMPA, bajo la estrategia de impulsar el desarrollo económico comarcal a través de una actividad, el turismo, y mediante la cooperación conjunta de los diferentes agentes locales, tanto públicos como privados. De esta forma, buena parte del presupuesto de los programas LEADER se han destinado a la promoción turística, al desarrollo del Turismo Rural y a la potenciación de actividades complementarias.

2. POLÍTICAS DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DESARROLLADAS DURANTE LOS AÑOS NOVENTA.

En la década de los años noventa se ha llevado a cabo una especial gestión de la promoción y comercialización del Turismo Rural en la Montaña Palentina desde ADEMPA, gestión que se ha extendido al resto de las modalidades turísticas, a medida que esta actividad se ha ido consolidando como la principal apuesta en el desarrollo socio-económico de la Montaña Palentina.

De este modo, se procedió, en primer lugar, al diseño de un **Plan Comarcal de Desarrollo Turístico** apoyado en un modelo de **revalorización y rehabilitación del patrimonio** a través de una **concepción turística de los recursos**, es decir, la percepción de los mismos como elementos potenciales de disfrute turístico, así como en una doble finalidad: diversificar las actividades productivas de acuerdo con el **diseño de un producto turístico** que integrara alojamientos, actividades complementarias, productos agroalimentarios y artesanía, y crear un **modelo espacial extensivo** de los establecimientos de Turismo Rural como clave de **calidad**: que el turista quede disperso en el territorio.

El Plan Comarcal de Desarrollo Turístico de la Montaña Palentina incluía dos **estrategias** de apoyo a la actividad turística. Estas estrategias consistían en la creación de una **imagen de marca** y en la dotación a los distintos establecimientos de una **estructura conjunta de promoción y comercialización**.

ADEMPA consideraba primordial la creación de una **imagen de marca** a la hora de dar a conocer la Montaña Palentina como un punto consolidado de referencia turística asociado a la calidad de sus servicios y, así, poder dar salida a la artesanía y a los productos agroalimentarios locales. Para ello, y siempre con fondos europeos, se apoyó el diseño de un logotipo turístico con el que se identificara la comarca. Este logotipo está compuesto por dos imágenes características de la zona, un oso y una iglesia románica, acompañadas de un eslogan, "Montaña Palentina. Placeres de Altura".

Al tiempo que se consolidaba la imagen de marca, se desarrolló la segunda parte de la estrategia, basada en crear un marco legal para promover y comercializar el Turismo Rural controlándolo desde la oferta. Consecuencia de esta estrategia, financiada también por el LEADER I, fue la creación, en 1994, de la **Red de Turismo Rural de la Montaña Palentina**, "*una asociación de empresarios de Turismo Rural encargada de dar publicidad y de organizar los establecimientos ofertados, a la vez que interviene como resguardo y garantía de calidad de los mismos*" (Gil de Arriba, 1997).

Una vez establecida la Red de Turismo Rural, el siguiente paso fue la creación de una estructura de comercialización mediante la aplicación de un sistema de intermediación entre el cliente y el empresario, la **Central de Reservas**, que disponía de un teléfono de atención al cliente con el fin de simplificar el acceso de éste a los alojamientos ofertados y realizar su reserva de una manera rápida y segura.

Una vez encauzada la estructura básica de gestión del Turismo Rural en la Montaña Palentina, ADEMPA consideró que había llegado el momento de aunar los intereses de todos los agentes involucrados en la actividad turística, así como de tratar de forma integrada todos los factores que intervienen en este sector. De esta forma, se eligió la figura del Consorcio Turístico como la más idónea para la promoción del desarrollo económico y social de esta comarca a través del turismo. Así, en 1996 comenzó a funcionar el **Consorcio Turístico de la Montaña Palentina**.

El Consorcio estaba integrado por doce ayuntamientos, asociaciones empresariales, los centros de iniciativas turísticas de la comarca, la Red de Turismo Rural de la Montaña Palentina y ADEMPA, con un objetivo común: **gestionar la promoción turística de la Montaña Palentina desde un punto de vista integrado** con el fin de **ofertar un producto turístico competitivo**.

El Consorcio Turístico tenía como **finalidad** los siguientes aspectos (Consorcio Turístico de la Montaña Palentina, 1996):

- Servir de foro de convergencia y representación de los agentes económicos y sociales, tanto públicos como privados, implicados en el desarrollo turístico de la comarca.
- Promover y orientar el desarrollo de una oferta turística competitiva, basada en:
 - la conservación y sostenibilidad de los valiosos recursos del patrimonio natural e histórico.
 - la calidad de las infraestructuras y servicios turísticos.
 - la innovación de productos como ventaja competitiva.

- Crear una **organización turística integrada**, basada en la asociación, cooperación y participación democrática del sector privado y del sector público, reuniendo recursos y energías conducentes a potenciar en el mercado turístico la marca del destino “Montaña Palentina”.

- Impulsar el desarrollo armónico y equilibrado de todo el territorio comarcal, contribuyendo a la diversificación económica del mismo y utilizando la transversalidad del sector turístico como elemento motor en dicho proceso de desarrollo integral.

Uno de los logros más importantes del Consorcio Turístico, por lo que significó para el desarrollo de la promoción y comercialización de la actividad turística en La Montaña Palentina, fue la apertura de la **Oficina Comarcal de Turismo** en Cervera de Pisuerga en 1998. Esta oficina se convirtió en la sede de los centros de iniciativas turísticas de la comarca, cuya finalidad consistía en atender las demandas de información turística, coordinar los alojamientos turísticos en la comarca, acoger la Central de Reservas de plazas de Turismo Rural, con miras a integrar otros tipos de alojamientos a esta modalidad, gestionar y organizar la promoción turística de la comarca, aunar todas las iniciativas del sector turístico y gestionar el proyecto del Consorcio Turístico.

Por otra parte, en el contexto del Plan Marco de Competitividad del Turismo Español, el Consorcio elaboró un **Plan de Dinamización Turística**, con el fin de *“acelerar el crecimiento de esta actividad, asegurando simultáneamente su competitividad y su sostenibilidad, en una comarca que no es un destino tradicional ni consolidado”*. Con este fin, el Plan de Dinamización Turística pretendía desarrollar una serie de objetivos, que consisten en (Consorcio Turístico de la Montaña Palentina, 1996):

1.- Fortalecer la cooperación local y la coordinación administrativa: consolidar el Consorcio

2.- Promover la integración y estructuración del tejido empresarial

3.- Poner en valor los recursos con posibilidad de aprovechamiento turístico

4.- Crear nuevos productos basados en la explotación innovadora de los recursos

5.- Articular los recursos, servicios y oferta turística como productos integrados en el destino turístico “Montaña Palentina”

6.- Implantar políticas y estrategias de calidad global para todo el proceso productivo: diseño de producto, precio, promoción y comercialización.

7.- Promover la integración del destino Montaña Palentina en redes que agrupen a otros destinos turísticos con ofertas similares (En este sentido, se plantea la posibilidad de integrar la Montaña Palentina en un área subcantábrica para venderla a nivel internacional, junto con todo el sur de la Cordillera Cantábrica de Castilla y León, así como incorporarla a la red interregional “España Verde”)

Estos objetivos se desarrollarían a través de tres programas de actuación:

- Programa de Dinamización Estructural / Territorial (que abarcaría los objetivos 1 y 2)

- Programa de Dinamización de la Oferta Turística (Objetivos 3, 4 y 5)

- Programa de Dinamización de la Demanda Turística (Objetivos 6 y 7)

Cada uno de estos programas se desarrolla en una serie de proyectos, destinados a promover las diferentes modalidades de turismo a través de la revalorización y nuevo uso de

los recursos naturales y culturales de la Montaña Palentina, mediante la propuesta de numerosas ideas a realizar en la comarca.

El rápido desarrollo de la promoción y comercialización de la oferta turística en la Montaña Palentina comenzó a desestabilizarse a partir de 1999 a raíz de la agravación de problemas internos, tanto de carácter político como derivados de los intereses a nivel particular, produciéndose un estancamiento en la cooperación conjunta de los diferentes agentes que intervienen en el turismo y en el desarrollo comarcal.

Esta **inestabilidad** se manifestó durante el año 2000 en la **división producida dentro de la Red de Turismo Rural**, surgida por problemas internos entre algunos de sus socios, que abandonaron la asociación al sentir que ésta no les aportaba los beneficios esperados.

No obstante, esta fórmula de asociacionismo fue apreciada por los empresarios de hostelería de la comarca, de tal forma que en 1999 crearon la **Agrupación Comarcal de Hostelería de la Montaña Palentina** con la finalidad de dotar a los establecimientos hosteleros de una promoción conjunta, así como velar por los intereses del sector.

Dicha inestabilidad afectó, de igual modo, a la comercialización conjunta, que se tradujo en el **cierre de la Central de Reservas** en mayo de 2000, ante la ausencia de fondos para mantenerla, a lo que se añadió la decisión del **cierre de la Oficina Comarcal de Turismo** por parte del Consorcio Turístico de la Montaña Palentina el 31 de agosto de 2000, con el fin de reducir los gastos ligados al pago del alquiler del local en el que se localizaba esta oficina, a la espera de encontrar otro de propiedad pública.

Esta situación fue consecuencia del proceso de inestabilidad por el cual estaba atravesando el Consorcio Turístico debido al cese del pago de aportaciones por parte de determinados ayuntamientos y asociaciones, y cuyo origen se debía a problemas de carácter político y de intereses económicos por parte de la administración local y de diversos colectivos sociales, ante la idea de crear el Consorcio para el Desarrollo de la Montaña Palentina en el que se pretendía integrar, no sólo a los sectores políticos, sociales y económicos relacionados con la actividad turística, sino también a los correspondientes al resto de actividades económicas de esta comarca. Hoy día, este proyecto todavía no ha visto la luz, debido a la ausencia de unanimidad entre los diferentes agentes que operan en este territorio.

Sin embargo, si durante el año 2000 y principios del 2001, el panorama de la promoción conjunta del Turismo Rural parecía estancado, éste ha vuelto a recuperarse mediante la **apertura de una nueva oficina de la Red de Turismo Rural** en Barruelo de Santullán en julio de 2001. Esta oficina es el resultado de la voluntad de sus asociados por proseguir el intento de unir sus esfuerzos en aras del desarrollo de un proyecto común de promoción conjunta del Turismo Rural bajo una misma imagen de marca: "*Montaña Palentina, placeres de altura*". Pero no sólo sus socios han unido sus esfuerzos en lo que a la promoción se refiere, sino también, desde el punto de vista de la comercialización, ya que **se ha vuelto a poner en funcionamiento la Central de Reservas**, con sede en la misma oficina.

De esta forma, la situación de la promoción y comercialización de la actividad turística en la Montaña Palentina por parte de los agentes privados entra en el nuevo milenio de una manera esperanzadora, si bien los intentos de los agentes públicos por lograr una actuación conjunta se encuentran en un punto muerto, debido principalmente a la **falta de conciencia de comarcalización** de la Administración Local.

No obstante, a pesar de la desestructuración parcial de la oferta - como consecuencia de la ausencia de cultura empresarial y de asociacionismo por parte de muchos particulares- así como de la disgregación del Consorcio por problemas políticos, existen todavía proyectos de futuro, ya diseñados en el Plan de Dinamización Turística, a pesar de que en la actualidad también se encuentre estancado, que prolongan el deseo de apoyar la actividad turística en la Montaña Palentina, algunos ya en vías de realización y otros contemplados en el marco del programa LEADER PLUS.

Al mismo tiempo, en el año 2002 ha sido aprobado un **nuevo Plan de Dinamización Turística para la Montaña Palentina** y sus alrededores, propuesto por la Diputación Provincial de Palencia. La aprobación de este plan no ha dejado indiferentes a los miembros del Consorcio al considerarlo innecesario ante el hecho de que ya existe un plan de dinamización turística para esta comarca elaborado por agentes locales. Según ellos, esto es una muestra más de la ausencia de coordinación entre los diferentes niveles administrativos, que deberían tener en cuenta los intereses comarcales.

3. CONCLUSIÓN.

A pesar de los obstáculos que se han ido interponiendo en el proceso de cohesión comarcal, tanto por parte de los agentes públicos como privados, cabe destacar la capacidad unificadora de la actividad turística, la cual ha permitido la **gestión integrada de este territorio**, además de dotarlo de una nueva funcionalidad.

Gracias a dicha capacidad, han surgido en la Montaña Palentina entes administrativos con la intención de aunar los distintos intereses de cara a convertir esta comarca en un espacio adecuado para el desarrollo de la actividad turística. Con este fin, desde el Consorcio Turístico y, especialmente, a través del diseño del Plan de Dinamización Turística, se desarrolló una serie de propuestas de actuación que giran en torno a tres aspectos:

- la consideración de la actividad turística como factor fundamental de diversificación de la economía comarcal
- la concepción del territorio comarcal como elemento de consumo para el turista
- la anteriormente mencionada capacidad unificadora de intereses comarcales en materia turística, como base para la posterior cohesión comarcal.

De este modo, el esfuerzo de los agentes locales de la Montaña Palentina implicados en las políticas de promoción y comercialización de la actividad turística se ha visto recompensado a través de un incremento y diversificación de la oferta turística, que abarca una variada gama de productos, desde la oferta tradicional de alojamientos hoteleros, apartamentos y campings, hasta la oferta integral de Turismo Rural formada por alojamientos rurales y actividades turísticas complementarias relacionadas con el deporte, la cultura y las actividades didácticas, así como por la comercialización de productos agroalimentarios y artesanía locales; y, por otro, en la diversificación de la economía familiar mediante la introducción de rentas complementarias que proporcionan, principalmente, las casas rurales de alquiler, al mismo tiempo que ejerce un efecto de arrastre sobre otros sectores económicos.

De igual forma, a partir de la filosofía contemplada en el Plan Comarcal de Turismo, se ha configurado un nuevo modelo territorial de la oferta basado en la dispersión de la

misma por todo el territorio comarcal, el cual, al calor de la revalorización de su patrimonio natural y cultural y de su aprovechamiento como factores de atracción turística, ha sufrido una serie de modificaciones a nivel espacial, de tal forma que su paisaje ha sido adecuado para su disfrute, mediante la transformación de los usos del suelo y de sus infraestructuras, así como la creación de otras nuevas, al tiempo que se ha procedido a la recuperación de sus elementos culturales e histórico-artísticos.

En definitiva, la Montaña Palentina es un excelente ejemplo de rápida estructuración de su actividad turística gracias a la voluntad de los agentes locales por lograr una política comarcal enfocada a la transformación de este territorio en un espacio turístico, a pesar de que dicha voluntad se ha visto superada por problemas de cooperación y coordinación. No obstante, la Montaña Palentina tiene a su favor una **consolidada imagen de marca** creada en los inicios del proceso de promoción y comercialización de la oferta de Turismo Rural, tras la cual se respaldan las iniciativas particulares, ante la ausencia de una promoción coordinada. Sin embargo, la cohesión de los empresarios turísticos sigue siendo de vital importancia para lograr una mayor efectividad en la promoción y comercialización de la oferta y para abordar en conjunto los posibles problemas a los que pueda enfrentarse esta actividad, de igual forma que la coordinación entre los distintos niveles administrativos en la gestión de este territorio es fundamental para evitar los posibles desequilibrios entre las distintas áreas de la comarca.

BIBLIOGRAFÍA

- ALARIO TRIGUEROS, M. (Coord.) (1999): *Estudio sobre la situación económica y social de la Montaña Palentina*. Estudio realizado al amparo del Convenio de Colaboración firmado entre la Comunidad Autónoma de Castilla y León y la Universidad de Valladolid, 274 pp. Inédito
- AGUÑA AGUERRI, M.I. (2001): *El desarrollo turístico en la Montaña Palentina*. Memoria de Licenciatura. Departamento de Geografía de la Universidad de Valladolid, 307 pp. Inédito
- ARAQUE JIMÉNEZ, E. y PLAZA GUTIÉRREZ, J.I. (2000): "El turismo rural como fuente de desarrollo sostenible: best practices", *Revista de Economía y Finanzas de Castilla y León*, nº4, 32 pp.
- BOTE GÓMEZ, V. (1988): *Turismo en espacio rural. Rehabilitación del patrimonio sociocultural y de la economía local*. Ed. Popular, Madrid, 134 pp.
- CONSORCIO TURÍSTICO DE LA MONTAÑA PALENTINA (1996): *Memoria del Plan de Dinamización Turística de la Montaña Palentina*, 60 pp. Inédito
- GARCÍA GONZÁLEZ, E.: "Las entidades locales. Centros de promoción turística". *Actas del Congreso de Turismo Rural y Turismo Activo*: Ávila, marzo - abril 1995. Junta de Castilla y León, Conserjería de Industria, Comercio y Turismo, Valladolid, 1996, pp. 387 - 393
- GIL DE ARRIBA, C. (1997): "Turismo rural y nuevas vías para un desarrollo sostenible en la Montaña Palentina"; en *Homenaje a Luis Alfonso González Polledo*, Secretariado de Publicaciones de la Universidad de León; León, pp. 115-133

----- (1997): "*Turismo rural y turismo activo en la comunidad autónoma de Castilla y León: la Montaña Palentina, un ejemplo a observar*"; en VALENZUELA RUBIO, M. (Coord.): Los turismo de interior. El retorno de la tradición viajera. Colección de Estudios, nº 52 (Ed. Universidad Autónoma de Madrid, Madrid, pp. 459-473.

----- (1998): "*Turismo Rural en la Montaña Palentina, vías y orientaciones para un desarrollo local sostenible*". Revista de Estudios Turísticos, nº 135, Instituto de Estudios Turísticos, Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y Pymes, pp.51 - 66

LÓPEZ OLIVARES, D.: "*Las tendencias de la demanda y las políticas turísticas integradas, como instrumentos de revitalización de los espacios rurales españoles de interior*". Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, nº28, Cambio turístico y nuevos procesos territoriales. Asociación de Geógrafos Españoles, Madrid, 1999, 197pp., pp.61-83

MAPA (1998): *El Futuro del Mundo Rural*. Documento 7.957/88, Comunicación de la Comisión de las C.C.E.E. al Consejo y al Parlamento, (MAPA, Madrid, agosto 1988), 140 pp.

ORTEGA VALCÁRCEL, J. (1998): "*El patrimonio territorial: el territorio como recurso cultural y económico*". en "*Ciudades*" vol.4, "*Territorio y Patrimonio*". Revista del Instituto de Urbanística de la Universidad de Valladolid. Secretariado de Publicaciones, 1998.