



MEMORIA TURÍSTICA DE
EXTREMADURA POR
TERRITORIOS

AÑO 2018

Documento (15/2018)

Elaborado por:

UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA



En virtud del Convenio entre
Dirección Gral. De Turismo de la
Junta de Extremadura y la Facultad de
Empresa, Finanzas y Turismo de la
Universidad de Extremadura

“Investigación para la generación
de conocimiento turístico en
Extremadura”

EQUIPO DE REALIZACIÓN:

Dr. Marcelo Sánchez-Oro Sánchez

Dra. Ana Nieto Masot

Dr. Antonio Fernández Portillo

D^a. Yolanda García García

Dra. Gema Cárdenas Alonso

Mérida, octubre de 2019

PRESENTACIÓN

La presente memoria se estructura en tres grandes bloques de información:

- Oferta y demanda conjunta anual por territorios.
- Propuestas de mejoras en el sector turístico.
- Análisis del turista extranjero por mercados emisores.

En referencia al primer bloque, se recogen las principales magnitudes de la oferta de alojamientos turísticos de Extremadura correspondientes al año 2018 en los diferentes territorios (11) y zonas turísticas (4) de la región (establecidos por la Dirección General de Turismo fraccionando a Extremadura a nivel turístico), así como diversos indicadores de demanda. En concreto, se presentan las cifras de número de establecimientos y de número de plazas ofertadas por los alojamientos turísticos y por los establecimientos de restauración a fecha de último día del año (31 de diciembre de 2018). Se presentan, también, las cifras de ocupación por plazas de las diferentes tipologías de alojamiento turístico durante el año analizado. Por su parte, los indicadores de demanda hacen referencia al número total de viajeros (diferenciando entre nacionales y extranjeros) y de pernотaciones registradas en cada uno de los territorios y zonas turísticas de Extremadura durante el año 2018, así como a la estancia media en los mismos. Se ofrece, igualmente, la tasa de variación interanual 2017/2018 tanto en el volumen de viajeros como en el de pernотaciones en dichos territorios.

En el segundo bloque, se expone la percepción de la población de Extremadura respecto al turismo, habiendo contado con la participación de empresarios y expertos en turismo de la región. Así, se presentan sus opiniones, demandas y medidas y propuestas de mejoras.

Por último, en el tercer bloque, se presentan los resultados de encuestas a turistas extranjeros durante el último el año 2018 realizado en hoteles colaboradores, por miembros del equipo técnico del Observatorio de Turismo y en oficinas de Turismo.

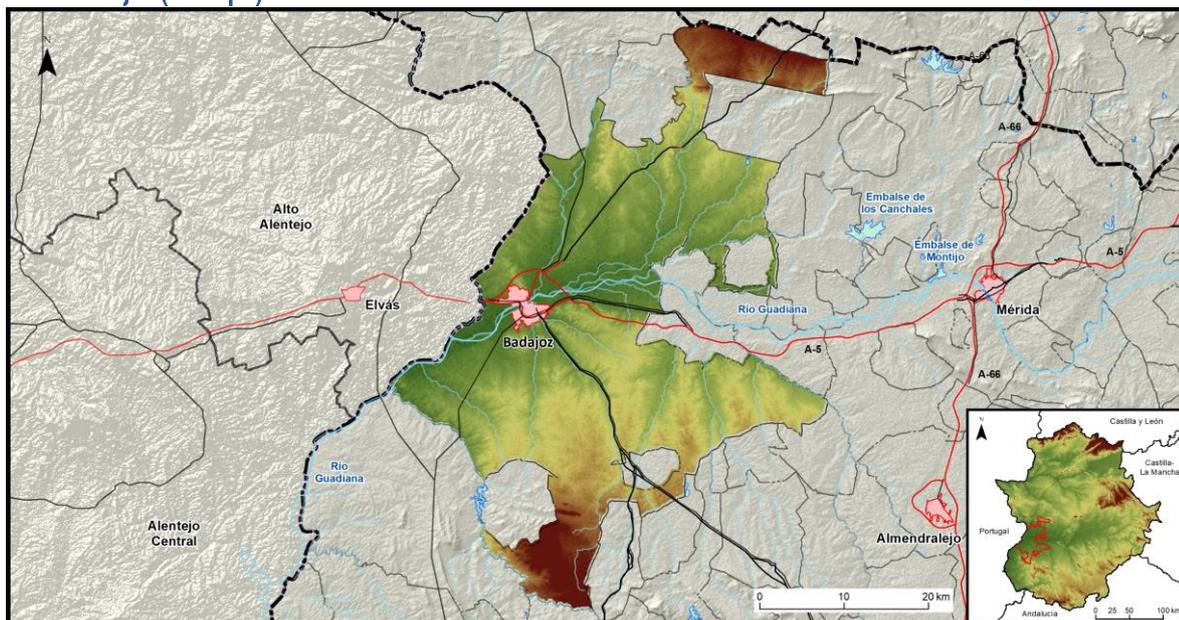
Índice

I.	OFERTA Y DEMANDA CONJUNTA ANUAL POR TERRITORIOS.....	6
I.1.	PRINCIPALES CIUDADES DE EXTREMADURA	7
I.1.1.	Badajoz (municipio).....	8
I.1.2.	Cáceres (municipio).....	11
I.1.3.	Mérida.....	14
I.1.4.	Plasencia.....	17
I.2.	TERRITORIOS TURÍSTICOS.....	20
I.2.1.	Alqueva, Sierra Suroeste, Tentudía.....	21
I.2.2.	La Siberia, La Serena, Campiña Sur.....	24
I.2.3.	Tierra de Barros, Zafra	27
I.2.4.	Vegas del Guadiana.....	30
I.2.5.	Geoparque Villuercas-Ibores-Jara.....	33
I.2.6.	Reserva de la Biosfera de Monfragüe.....	36
I.2.7.	Sierra de Gata, Las Hurdes, Valle del Alagón.....	39
I.2.8.	Tajo Internacional, Sierra de San Pedro.....	42
I.2.9.	Trujillo, Miajadas, Montánchez	45
I.2.10.	Valle del Ambroz, Tierras de Granadilla.....	48
I.2.11.	Valle del Jerte, La Vera.....	51
I.3.	ZONAS TURÍSTICAS.....	55
I.3.1.	Plasencia y Norte de Extremadura.....	56
I.3.2.	Cáceres y Entorno	59
I.3.3.	Mérida, Badajoz y Entorno.....	62
I.3.4.	Zafra – Sur de Extremadura.....	65
I.4.	POSICIONAMIENTO Y EVOLUCIÓN COMPARATIVA POR CIUDADES Y TERRITORIOS TURÍSTICOS	69
	MUNICIPIOS O COMARCAS QUE INCLUYE CADA TERRITORIO O ZONA TURÍSTICA.....	74
	MAPA TERRITORIOS.....	79
	MAPA ZONAS.....	81
2.	PROPUESTAS DE MEJORAS DEL SECTOR TURÍSTICO	84
	PRINCIPALES RESULTADOS.....	88
	PERCEPCIÓN DE LA POBLACIÓN DE LAS ZONAS TURÍSTICAS DE EXTREMADURA RESPECTO DEL TURISMO.....	91
	PRINCIPALES DEMANDAS EXISTENTES EN MATERIA TURÍSTICA	106
	MEDIDAS O PROPUESTAS DE MEJORA.....	133
3.	ANÁLISIS ESPECÍFICO DEL TURISTA EXTRANJERO POR MERCADOS EMISORES.....	160
	PRINCIPALES RESULTADOS GLOBALES.....	162
	CONCLUSIONES DE LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES	165

I. OFERTA Y DEMANDA CONJUNTA ANUAL POR TERRITORIOS

I.I. PRINCIPALES CIUDADES DE EXTREMADURA

I.1.1. Badajoz (municipio)



Fuente: elaboración propia y Centro Nacional de Información Geográfica (CNIG)

INDICADORES DE OFERTA

Número de establecimientos:

2018

Hoteles	14
Hostales	8
Pensiones	2
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	24
Alojamientos Rurales	1
Apartamentos Turísticos	1
Albergues	-
Campings	-
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	2
TOTAL ALOJAMIENTOS	26
Restaurantes	201
Catering	14
Salón Banquetes	19
TOTAL RESTAURACIÓN	234

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Número de plazas ofertadas:

2018

Hoteles	1.723
Hostales	174
Pensiones	22
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	1.919
Alojamientos Rurales	10
Apartamentos Turísticos	8
Albergues	-
Campings	-
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	18
TOTAL ALOJAMIENTOS	1.937
Restaurantes	17.144
Catering	0
Salones de banquetes	6.629
TOTAL RESTAURACIÓN	23.773

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura)

Grado de ocupación por plazas:

	Tercer trimestre	Cuarto Trimestre	Media anual 2018
Establecimientos hoteleros	44,69%	44,98%	44,91%

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura)

INDICADORES DE DEMANDA

Viajeros, pernoctaciones y estancia media del año 2018:

	Viajeros ESPAÑOLES	Viajeros EXTRANJEROS	Viajeros TOTALES
Establecimientos hoteleros	168.012	43.141	211.153
Alojamientos rurales	117	0	117
Apartamentos turísticos	129	15	145
Albergues			
Campings			
TOTAL	168.258	43.156	211.415

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

	Pernoctaciones TOTALES	Estancia media
Establecimientos hoteleros	342.555	1,62
Alojamientos rurales	339	2,89
Apartamentos turísticos	360	2,49
Albergues	-	-
Campings	-	-
TOTAL	343.254	1,62

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

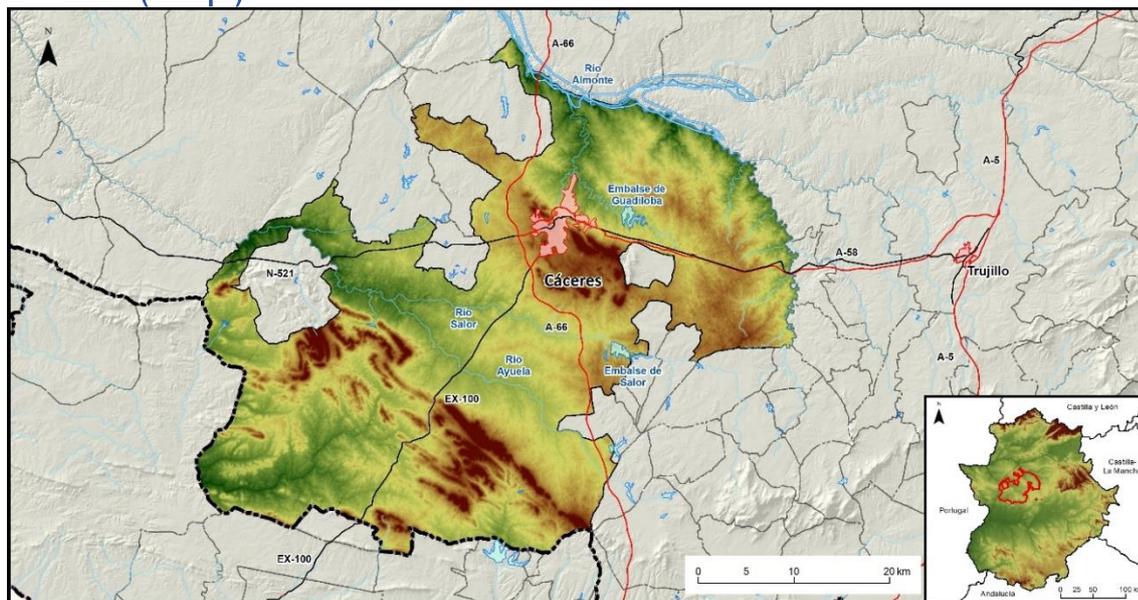
Evolución anual de viajeros y pernoctaciones: Años 2017-2018:

	Viajeros totales	Pernoctaciones totales
Año 2017	189.577	302.188
Año 2018	211.415	343.254
VARIACIÓN 2017/2018	11,52%	13,59%

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018 y definitivos de enero a diciembre de 2017.

El total de viajeros de 2018 (enero a diciembre) en la ciudad de Badajoz (municipio) fue de 211.415 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 189.577 (nacionales y extranjeros), lo que supuso un incremento del 11,52% respecto a 2017. El total de pernoctaciones de 2018 (enero a diciembre) de 2018 en la ciudad de Badajoz (municipio) fue de 343.254 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 302.188 (nacionales y extranjeros), lo que supone un incremento del 13,59% respecto a 2017.

I.1.2. Cáceres (municipio)



Fuente: elaboración propia y Centro Nacional de Información Geográfica (CNIG)

INDICADORES DE OFERTA

Número de establecimientos:

	2018
Hoteles	21
Hostales	9
Pensiones	4
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	34
Alojamientos Rurales	1
Apartamentos Turísticos	107
Albergues	2
Campings	1
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	111
TOTAL ALOJAMIENTOS	145
Restaurantes	175
Catering	7
Salón Banquetes	12
TOTAL RESTAURACIÓN	194

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura)

Número de plazas ofertadas:

2018

Hoteles	2.138
Hostales	206
Pensiones	62
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	2.406
Alojamientos Rurales	4
Apartamentos Turísticos	548
Albergues	105
Campings	538
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	1.195
TOTAL ALOJAMIENTOS	3.601
Restaurantes	11.979
Catering	0
Salones de banquetes	5.858
TOTAL RESTAURACIÓN	17.837

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura)

Grado de ocupación por plazas:

	Tercer trimestre	Cuarto trimestre	Media anual 2018
Establecimientos hoteleros	53,92%	47,18%	49,55%

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura)

INDICADORES DE DEMANDA

Viajeros, pernóctaciones y estancia media del año 2018:

	Viajeros ESPAÑOLES	Viajeros EXTRANJEROS	Viajeros TOTALES
Establecimientos hoteleros	238.876	49.301	288.177
Alojamientos rurales	2.530	597	3.127
Apartamentos turísticos	24.243	3.196	27.440
Albergues	2.685	532	3.217
Campings	8.757	10.806	19.563
TOTAL	277.091	64.433	341.524

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

	Pernóctaciones TOTALES	Estancia media
Establecimientos hoteleros	458.457	1,59
Alojamientos rurales	4.629	1,48
Apartamentos turísticos	40.611	1,48
Albergues	5.950	1,85
Campings	45.003	2,30
TOTAL	554.650	1,62

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

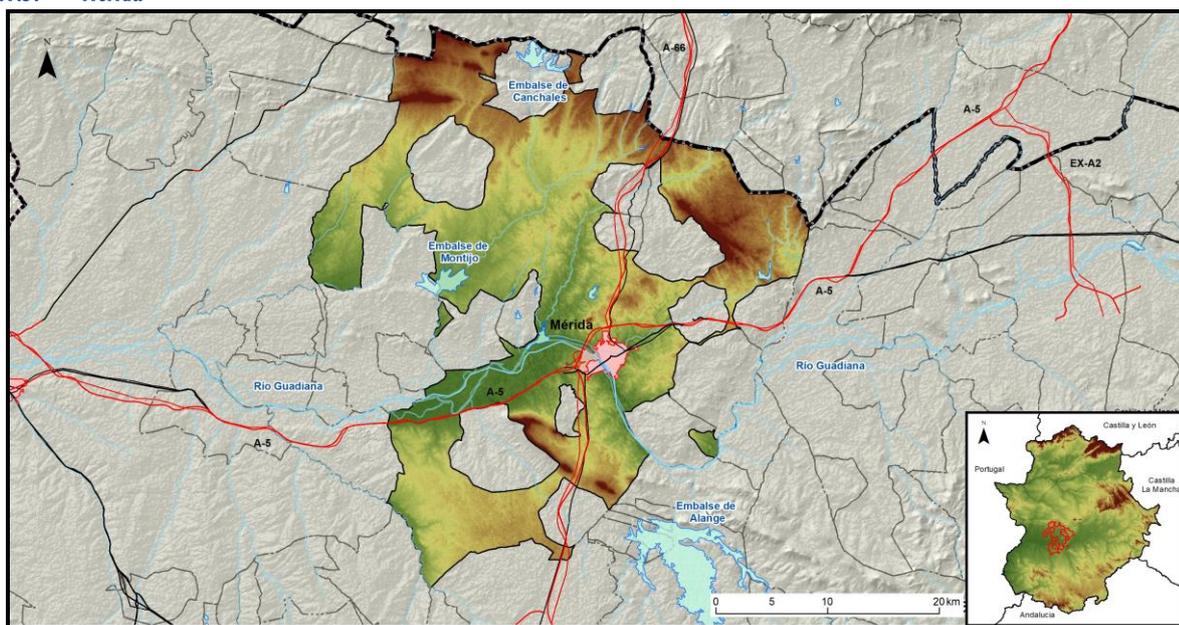
Evolución anual de viajeros y pernóctaciones: Años 2017-2018:

	Viajeros totales	Pernóctaciones totales
Año 2017	310.853	515.445
Año 2018	341.524	554.650
VARIACIÓN 2017/2018	9,87%	7,61%

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018 y definitivos de enero a diciembre de 2017.

El total de viajeros de 2018 (enero a diciembre) en la ciudad de Cáceres (municipio) fue de 341.524 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 310.583 (nacionales y extranjeros), lo que supuso un incremento del 9,87% respecto a 2017. El total de pernóctaciones de 2018 (enero a diciembre) de 2018 en la ciudad de Cáceres (municipio) fue de 554.650 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 515.445 (nacionales y extranjeros), lo que supone un incremento del 7,61% respecto a 2017.

I.1.3. Mérida



Fuente: elaboración propia y Centro Nacional de Información Geográfica (CNIG).

INDICADORES DE OFERTA

Número de establecimientos:

	2018
Hoteles	12
Hostales	13
Pensiones	-
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	25
Alojamientos Rurales	-
Apartamentos Turísticos	28
Albergues	-
Campings	1
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	29
TOTAL ALOJAMIENTOS	54
Restaurantes	99
Catering	6
Salón Banquetes	8
TOTAL RESTAURACIÓN	113

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Número de plazas ofertadas:

2018

Hoteles	1.421
Hostales	359
Pensiones	-
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	1.780
Alojamientos Rurales	-
Apartamentos Turísticos	330
Albergues	-
Campings	346
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	676
TOTAL ALOJAMIENTOS	2.456
Restaurantes	8.999
Catering	-
Salones de banquetes	5.451
TOTAL RESTAURACIÓN	14.450

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Grado de ocupación por plazas:

	Tercer trimestre	Cuarto trimestre	Media anual 2018
Establecimientos hoteleros	65,92%	47,60%	53,83%

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura)

INDICADORES DE DEMANDA

Viajeros, pernoctaciones y estancia media del año 2018:

	Viajeros ESPAÑOLES	Viajeros EXTRANJEROS	Viajeros TOTALES
Establecimientos hoteleros	200.065	56.846	256.911
Alojamientos rurales	32	13	45
Apartamentos turísticos	18.927	4.418	23.344
Albergues	-	-	-
Campings	3.023	3.884	6.907
TOTAL	222.047	65.161	287.207

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

	Pernoctaciones TOTALES	Estancia media
Establecimientos hoteleros	382.074	1,49
Alojamientos rurales	226	5,02
Apartamentos turísticos	34.079	1,46
Albergues	-	-
Campings	7.780	1,13
TOTAL	424.159	1,48

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

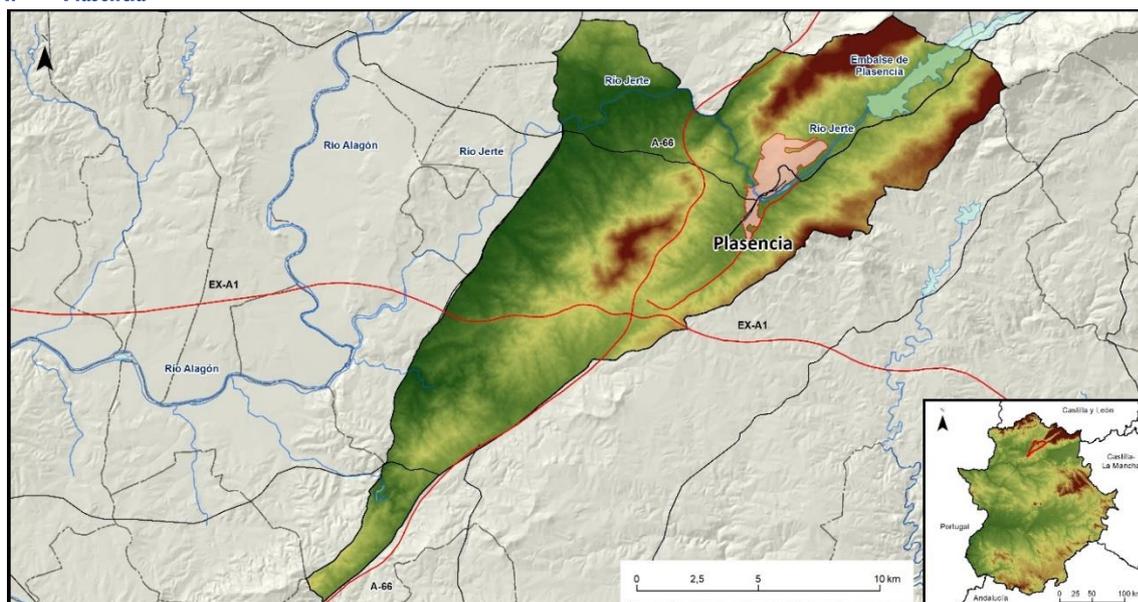
Evolución anual de viajeros y pernoctaciones: Años 2017-2018:

	Viajeros totales	Pernoctaciones totales
Año 2017	263.021	387.507
Año 2018	287.207	424.159
VARIACIÓN 2017/2018	9,20%	9,46%

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018 y definitivos de enero a diciembre de 2017.

El total de viajeros de 2018 (enero a diciembre) en la ciudad de Mérida fue de 287.207 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 263.021 (nacionales y extranjeros), lo que supuso un incremento del 9,20% respecto a 2017. El total de pernoctaciones de 2018 (enero a diciembre) de 2018 en la ciudad de Mérida fue de 424.159 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 387.507 (nacionales y extranjeros), lo que supone un incremento del 9,46% respecto a 2017.

I.1.4. Plasencia



Fuente: elaboración propia y Centro Nacional de Información Geográfica (CNIG).

INDICADORES DE OFERTA

Número de establecimientos:

	2018
Hoteles	10
Hostales	4
Pensiones	0
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	14
Alojamientos Rurales	2
Apartamentos Turísticos	16
Albergues	2
Campings	1
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	21
TOTAL ALOJAMIENTOS	35
Restaurantes	58
Catering	1
Salón Banquetes	7
TOTAL RESTAURACIÓN	66

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Número de plazas ofertadas:

2018

Hoteles	795
Hostales	118
Pensiones	0
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	913
Alojamientos Rurales	19
Apartamentos Turísticos	97
Albergues	73
Campings	410
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	599
TOTAL ALOJAMIENTOS	1.512
Restaurantes	4.591
Catering	0
Salones de banquetes	3.134
TOTAL RESTAURACIÓN	7.725

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Grado de ocupación por plazas:

	Tercer trimestre	Cuarto trimestre	Media anual 2018
Establecimientos hoteleros	50,85%	42,26%	46,46%

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura)

INDICADORES DE DEMANDA

Viajeros, pernoctaciones y estancia media del año 2018:

	Viajeros ESPAÑOLES	Viajeros EXTRANJEROS	Viajeros TOTALES
Establecimientos hoteleros	80.685	12.968	93.654
Alojamientos rurales	1.651	803	2.454
Apartamentos turísticos	1.181	94	1.275
Albergues	-	-	-
Campings	1.160	1.548	2.708
TOTAL	84.677	15.413	100.090

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

	Pernoctaciones TOTALES	Estancia media
Establecimientos hoteleros	157.486	1,58
Alojamientos rurales	7.538	3,07
Apartamentos turísticos	2.870	2,25
Albergues	-	-
Campings	6.739	2,49
TOTAL	174.633	1,74

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

Evolución anual de viajeros y pernoctaciones: Años 2017-2018:

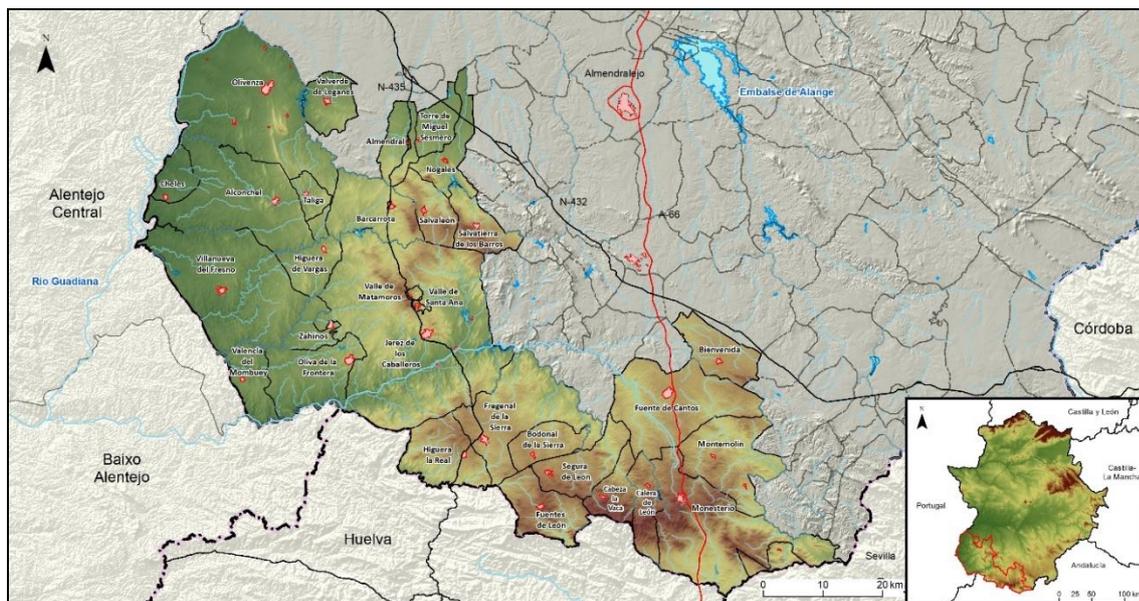
	Viajeros totales	Pernoctaciones totales
Año 2017	101.794	185.368
Año 2018	100.090	174.633
VARIACIÓN 2017/2018	-1,66%	-5,74%

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018 y definitivos de enero a diciembre de 2017.

El total de viajeros de 2018 (enero a diciembre) en la ciudad de Plasencia fue de 100.090 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 101.794 (nacionales y extranjeros), lo que supuso un descenso del 1,66 % respecto a 2017. El total de pernoctaciones de 2018 (enero a diciembre) de 2018 en la ciudad de Plasencia fue de 174.633 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 185.368 (nacionales y extranjeros), lo que supone un descenso del 5,74% respecto a 2017.

1.2. TERRITORIOS TURÍSTICOS

1.2.1. Alqueva, Sierra Suroeste, Tentudía



Fuente: elaboración propia y Centro Nacional de Información Geográfica (CNIG).

INDICADORES DE OFERTA

Número de establecimientos:

	2018
Hoteles	11
Hostales	22
Pensiones	2
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	35
Alojamientos Rurales	46
Apartamentos Turísticos	5
Albergues	2
Campings	-
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	53
TOTAL ALOJAMIENTOS	88
Restaurantes	87
Catering	3
Salón Banquetes	12
TOTAL RESTAURACIÓN	102

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Número de plazas ofertadas:

2018

Hoteles	819
Hostales	342
Pensiones	29
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	1.190
Alojamientos Rurales	505
Apartamentos Turísticos	84
Albergues	160
Campings	-
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	749
TOTAL ALOJAMIENTOS	1.939
Restaurantes	7.938
Catering	0
Salones de banquetes	4.678
TOTAL RESTAURACIÓN	12.916

Grado de ocupación por plazas:

	Tercer trimestre	Cuarto trimestre	Media anual 2018
Establecimientos hoteleros	31,87%	23,72%	25,41%

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura)

INDICADORES DE DEMANDA

Viajeros, pernoctaciones y estancia media del año 2018:

	Viajeros ESPAÑOLES	Viajeros EXTRANJEROS	Viajeros TOTALES
Establecimientos hoteleros	47.726	17.043	64.770
Alojamientos rurales	9.544	1.073	10.618
Apartamentos turísticos	1.438	14	1.452
Albergues	-	-	-
Campings	0	0	0
TOTAL	58.709	18.131	76.840

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

	Pernoctaciones TOTALES	Estancia media
Establecimientos hoteleros	106.679	1,65
Alojamientos rurales	20.288	1,94
Apartamentos turísticos	2.817	1,94
Albergues	-	-
Campings	0	0
TOTAL	129.784	1,69

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

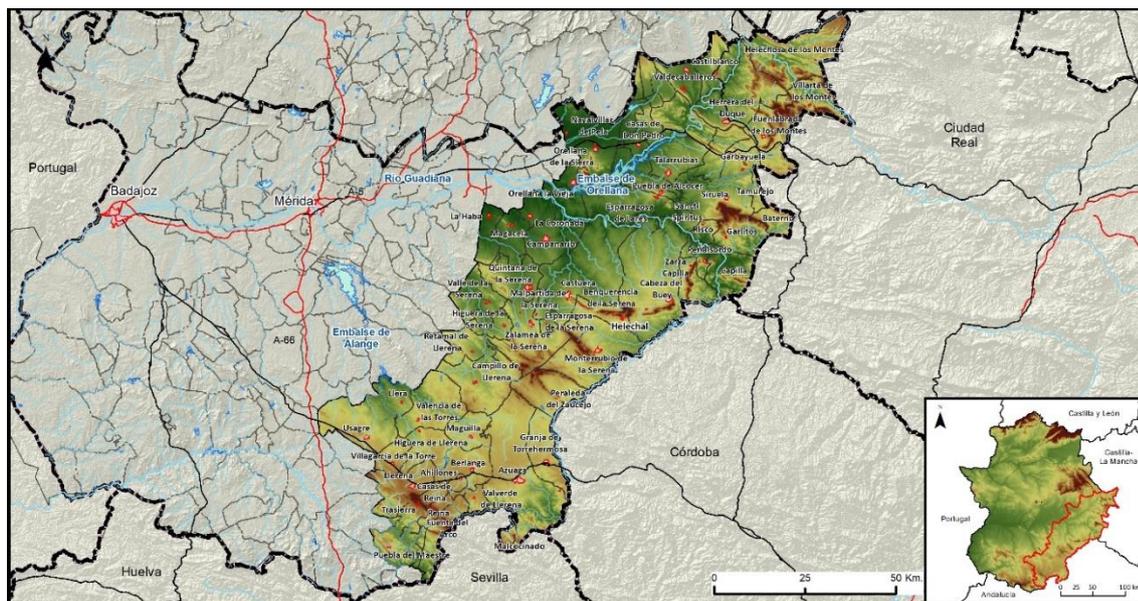
Evolución anual de viajeros y pernoctaciones: Años 2017 y 2018

	Viajeros totales	Pernoctaciones totales
Año 2017	78.599	133.541
Año 2018	76.840	129.784
VARIACIÓN 2017/2018	-2,24%	-2,81%

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018 y definitivos de enero a diciembre de 2017.

El total de viajeros de 2018 (enero a diciembre) en Territorio Turístico “Alqueva, Sierra Suroeste, Tentudía” fue de 76.840 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 78.599 (nacionales y extranjeros), lo que supuso un descenso del 2,24% respecto a 2017. El total de pernoctaciones de 2018 (enero a diciembre) de 2018 en Territorio Turístico “Alqueva, Sierra Suroeste, Tentudía” fue de 129.784 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 133.541 (nacionales y extranjeros), lo que supone un descenso del 2,81% respecto a 2017.

1.2.2. La Siberia, La Serena, Campiña Sur



Fuente: elaboración propia y Centro Nacional de Información Geográfica (CNIG)

INDICADORES DE OFERTA

Número de establecimientos:

	2018
Hoteles	14
Hostales	20
Pensiones	7
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	41
Alojamientos Rurales	54
Apartamentos Turísticos	7
Albergues	6
Campings	1
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	68
TOTAL ALOJAMIENTOS	109
Restaurantes	91
Catering	2
Salón Banquetes	19
TOTAL RESTAURACIÓN	112

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Número de plazas ofertadas:

2018

Hoteles	535
Hostales	465
Pensiones	79
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	1.079
Alojamientos Rurales	540
Apartamentos Turísticos	164
Albergues	275
Campings	258
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	1.229
TOTAL ALOJAMIENTOS	2.308
Restaurantes	7.874
Catering	314
Salones de banquetes	5.771
TOTAL RESTAURACIÓN	13.959

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Grado de ocupación por plazas:

	Tercer trimestre	Cuarto trimestre	Medial anual 2018
Establecimientos hoteleros	15,69%	13,52%	13,60%

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura)

INDICADORES DE DEMANDA

Viajeros, pernoctaciones y estancia media del año 2018:

	Viajeros ESPAÑOLES	Viajeros EXTRANJEROS	Viajeros TOTALES
Establecimientos hoteleros	30.177	2.672	32.849
Alojamientos rurales	8.808	168	8.976
Apartamentos turísticos	3.227	705	3.932
Albergues	544	27	571
Campings	4.440	1.079	5.519
TOTAL	47.196	4.651	51.847

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

	Pernoctaciones TOTALES	Estancia media
Establecimientos hoteleros	51.049	1,55
Alojamientos rurales	21.002	2,34
Apartamentos turísticos	7.835	1,99
Albergues	2.036	3,57
Campings	13.333	2,42
TOTAL	95.255	1,84

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

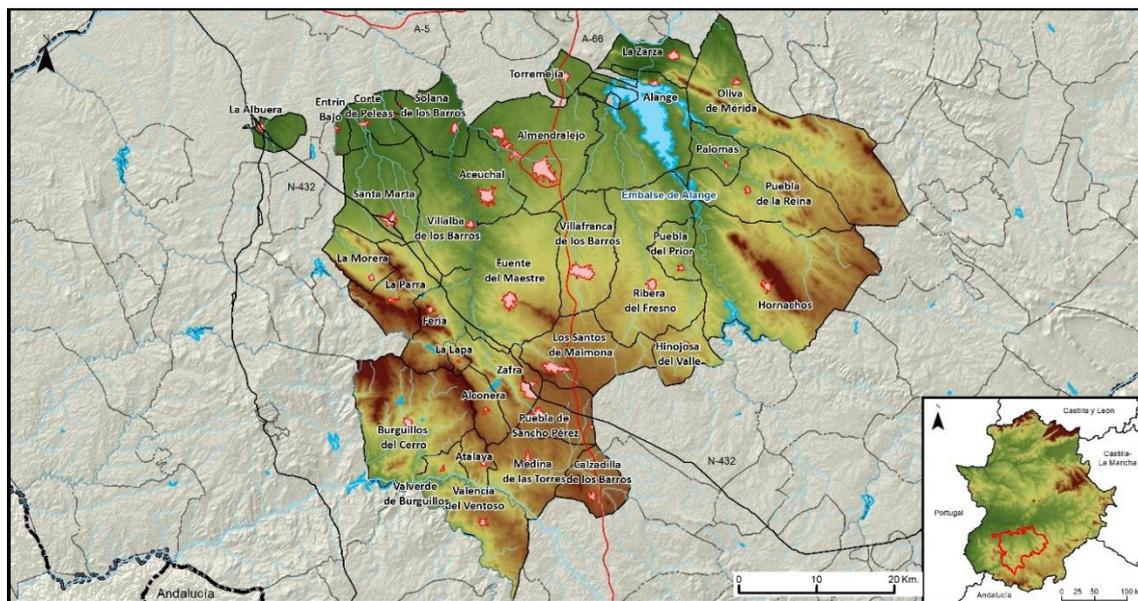
Evolución anual de viajeros y pernoctaciones: Años 2017 y 2018

	Viajeros totales	Pernoctaciones totales
Año 2017	51.820	95.525
Año 2018	51.847	95.255
VARIACIÓN 2017/2018	0,05%	-0,28%

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018 y definitivos de enero a diciembre de 2017.

El total de viajeros de 2018 (enero a diciembre) en Territorio Turístico “La Siberia, La Serena, Campiña Sur” fue de 51.847 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 51.820 (nacionales y extranjeros), lo que supuso un incremento del 0,05% respecto a 2017. El total de pernoctaciones de 2018 (enero a diciembre) en el Territorio Turístico “La Siberia, La Serena, Campiña Sur” fue de 95.255 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 95.525 (nacionales y extranjeros), lo que supone un descenso del 0,28% respecto a 2017.

1.2.3. Tierra de Barros, Zafra



Fuente: elaboración propia y Centro Nacional de Información Geográfica (CNIG)

INDICADORES DE OFERTA

Número de establecimientos:

	2018
Hoteles	28
Hostales	17
Pensiones	4
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	49
Alojamientos Rurales	25
Apartamentos Turísticos	4
Albergues	2
Campings	-
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	31
TOTAL ALOJAMIENTOS	80
Restaurantes	139
Catering	4
Salón Banquetes	22
TOTAL RESTAURACIÓN	165

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Número de plazas ofertadas:

2018

Hoteles	1.719
Hostales	414
Pensiones	70
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	2.203
Alojamientos Rurales	396
Apartamentos Turísticos	34
Albergues	22
Campings	-
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	452
TOTAL ALOJAMIENTOS	2.655
Restaurantes	12.886
Catering	0
Salones de banquetes	8.381
TOTAL RESTAURACIÓN	21.267

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Grado de ocupación por plazas:

	Tercer trimestre	Cuarto trimestre	Media anual 2018
Establecimientos hoteleros	44,28%	33,57%	36,38%

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura)

INDICADORES DE DEMANDA

Viajeros, pernoctaciones y estancia media del año 2018:

	Viajeros ESPAÑOLES	Viajeros EXTRANJEROS	Viajeros TOTALES
Establecimientos hoteleros	108.573	23.640	132.213
Alojamientos rurales	6.088	926	7.014
Apartamentos turísticos	2.234	1.437	3.671
Albergues	-	-	-
Campings	-	-	-
TOTAL	116.895	26.003	142.898

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

	Pernoctaciones TOTALES	Estancia media
Establecimientos hoteleros	289.274	2,19
Alojamientos rurales	15.988	2,28
Apartamentos turísticos	7.978	2,17
Albergues	-	-
Campings	-	-
TOTAL	313.240	2,19

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

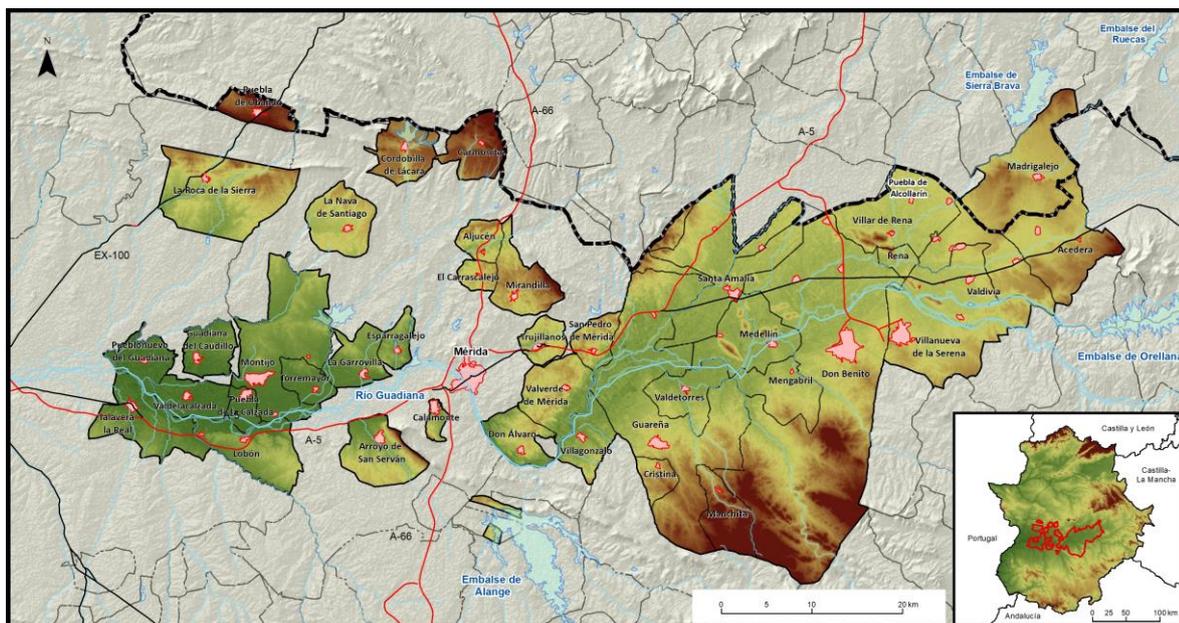
Evolución anual de viajeros y pernoctaciones: Años 2017 y 2018

	Viajeros totales	Pernoctaciones totales
Año 2017	132.257	285.824
Año 2018	142.898	313.240
VARIACIÓN 2017/2018	8,05%	9,59%

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018 y definitivos de enero a diciembre de 2017.

El total de viajeros de 2018 (enero a diciembre) en Territorio Turístico “Tierra de Barros, Zafra” fue de 142.898 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 132.257 (nacionales y extranjeros), lo que supuso un incremento del 8,05% respecto a 2017. El total de pernoctaciones de 2018 (enero a diciembre) en Territorio Turístico “Tierra de Barros, Zafra” fue de 313.240 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 285.824 (nacionales y extranjeros), lo que supone un incremento del 9,59% respecto a 2017.

1.2.4. Vegas del Guadiana



Fuente: elaboración propia y Centro Nacional de Información Geográfica (CNIG).

INDICADORES DE OFERTA

Número de establecimientos:

	2018
Hoteles	9
Hostales	19
Pensiones	4
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	32
Alojamientos Rurales	22
Apartamentos Turísticos	6
Albergues	0
Campings	-
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	28
TOTAL ALOJAMIENTOS	61
Restaurantes	133
Catering	3
Salón Banquetes	13
TOTAL RESTAURACIÓN	150

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Número de plazas ofertadas:

2018

Hoteles	543
Hostales	448
Pensiones	59
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	1.050
Alojamientos Rurales	239
Apartamentos Turísticos	54
Albergues	0
Campings	-
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	293
TOTAL ALOJAMIENTOS	1.349
Restaurantes	12.356
Catering	0
Salones de banquetes	5.100
TOTAL RESTAURACIÓN	17.496

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Grado de ocupación por plazas:

	Tercer trimestre	Cuarto trimestre	Medial anual 2018
Establecimientos hoteleros	29,66%	30,59%	25,96%

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura)

INDICADORES DE DEMANDA

Viajeros, pernoctaciones y estancia media del año 2018:

	Viajeros ESPAÑOLES	Viajeros EXTRANJEROS	Viajeros TOTALES
Establecimientos hoteleros	54.123	6.938	61.061
Alojamientos rurales	10.043	732	10.775
Apartamentos turísticos	369	109	478
Albergues	33	9	42
Campings	-	-	-
TOTAL	64.569	7.787	72.356

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

	Pernoctaciones TOTALES	Estancia media
Establecimientos hoteleros	99.433	1,63
Alojamientos rurales	20.819	1,93
Apartamentos turísticos	1.911	4,00
Albergues	130	3,09
Campings	-	-
TOTAL	122.292	1,69

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

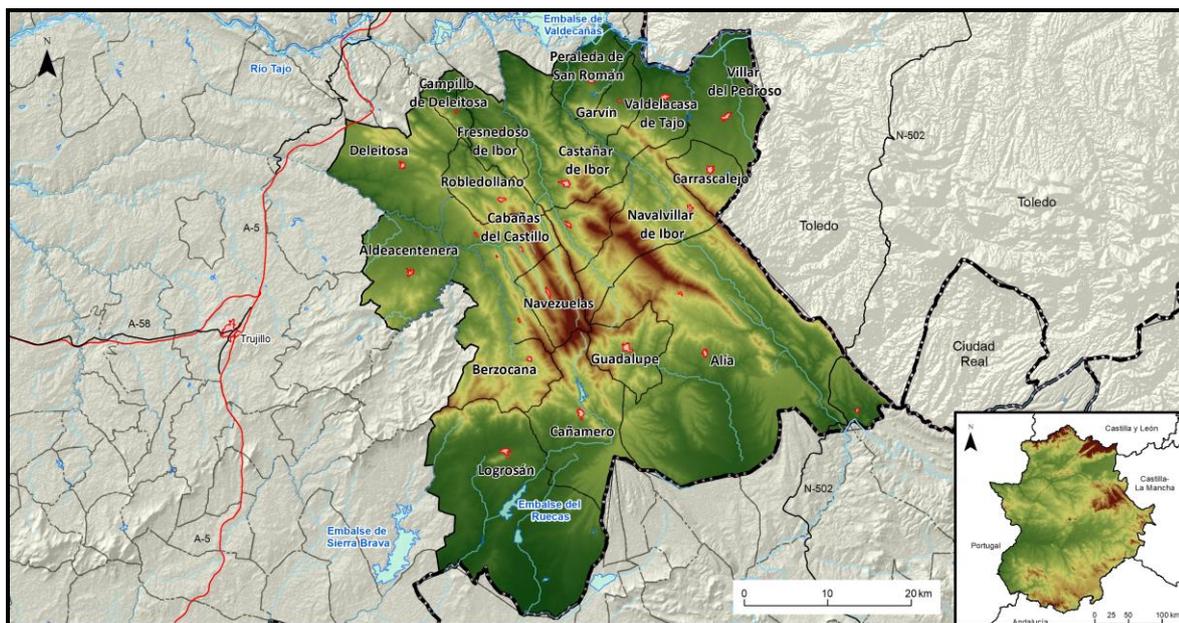
Evolución anual de viajeros y pernoctaciones: Años 2017 y 2018

	Viajeros totales	Pernoctaciones totales
Año 2017	65.453	111.636
Año 2018	72.356	122.292
VARIACIÓN 2017/2018	10,55%	9,55%

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018 y definitivos de enero a diciembre de 2017.

El total de viajeros de 2018 (enero a diciembre) en Territorio Turístico “Vegas del Guadiana” fue de 72.356 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 65.453 (nacionales y extranjeros), lo que supuso un incremento del 10,55% respecto a 2017. El total de pernoctaciones de 2018 (enero a diciembre) en Territorio Turístico “Vegas del Guadiana” fue de 122.292 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 111.636 (nacionales y extranjeros), lo que supone un incremento del 9,55% respecto a 2017.

1.2.5. Geoparque Villuercas-Ibores-Jara



Fuente: elaboración propia y Centro Nacional de Información Geográfica (CNIG)

INDICADORES DE OFERTA

Número de establecimientos:

	2018
Hoteles	4
Hostales	12
Pensiones	4
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	20
Alojamientos Rurales	42
Apartamentos Turísticos	4
Albergues	0
Campings	1
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	47
TOTAL ALOJAMIENTOS	67
Restaurantes	50
Catering	3
Salón Banquetes	3
TOTAL RESTAURACIÓN	56

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Número de plazas ofertadas:

2018

Hoteles	276
Hostales	274
Pensiones	41
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	591
Alojamientos Rurales	514
Apartamentos Turísticos	72
Albergues	0
Campings	200
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	786
TOTAL ALOJAMIENTOS	1.377
Restaurantes	4.309
Catering	0
Salones de banquetes	870
TOTAL RESTAURACIÓN	5.179

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Grado de ocupación por plazas:

	Tercer trimestre	Cuarto trimestre	Media anual 2018
Establecimientos hoteleros	18,94%	18,51%	16,97%

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura)

INDICADORES DE DEMANDA

Viajeros, pernoctaciones y estancia media del año 2018:

	Viajeros ESPAÑOLES	Viajeros EXTRANJEROS	Viajeros TOTALES
Establecimientos hoteleros	18.953	1.685	20.639
Alojamientos rurales	10.920	158	11.078
Apartamentos turísticos	3.473	0	3.477
Albergues	-	-	-
Campings	100	433	533
TOTAL	33.446	2.271	35.717

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

	Pernoctaciones TOTALES	Estancia media
Establecimientos hoteleros	29.183	1,41
Alojamientos rurales	19.698	1,78
Apartamentos turísticos	9.872	2,85
Albergues	-	-
Campings	933	1,75
TOTAL	59.686	1,67

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

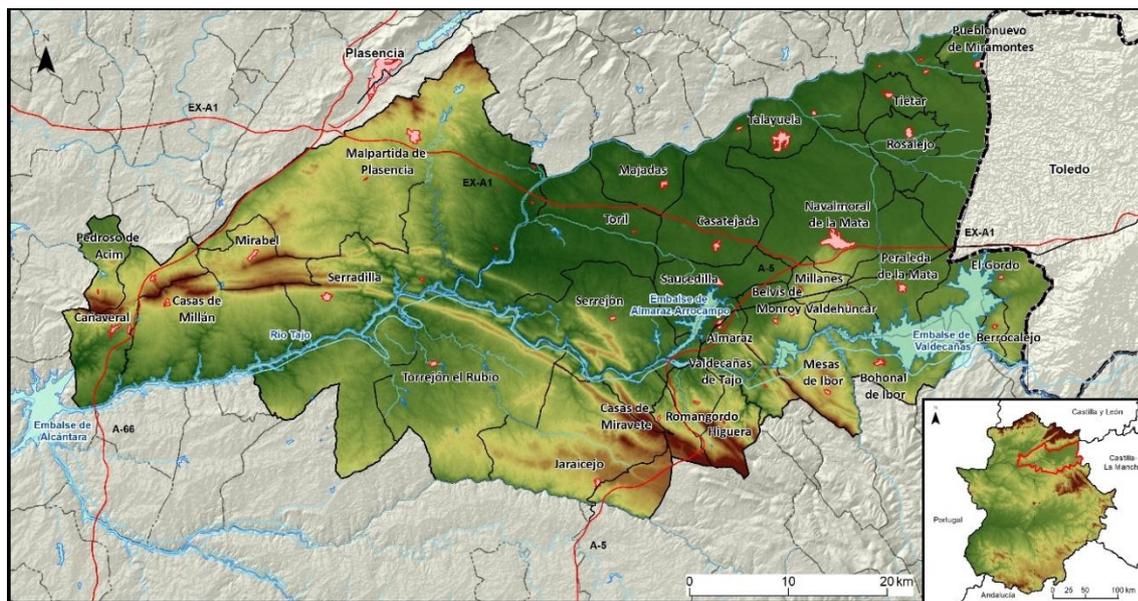
Evolución anual de viajeros y pernoctaciones: Años 2017 y 2018

	Viajeros totales	Pernoctaciones totales
Año 2017	34.062	58.667
Año 2018	35.717	59.686
VARIACIÓN 2017/2018	4,86%	1,74%

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018 y definitivos de enero a diciembre de 2017.

El total de viajeros de 2018 (enero a diciembre) en Territorio Turístico “Geoparque Villuercas-Ibores-Jara” fue de 35.717 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 34.062 (nacionales y extranjeros), lo que supuso un incremento del 4,86% respecto a 2017. El total de pernoctaciones de 2018 (enero a diciembre) en Territorio Turístico “Geoparque Villuercas-Ibores-Jara” fue de 59.686 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 58.667 (nacionales y extranjeros), lo que supone un incremento del 1,74% respecto a 2017.

1.2.6. Reserva de la Biosfera de Monfragüe



Fuente: elaboración propia y Centro Nacional de Información Geográfica (CNIG)

INDICADORES DE OFERTA

Número de establecimientos:

	2018
Hoteles	9
Hostales	8
Pensiones	6
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	23
Alojamientos Rurales	43
Apartamentos Turísticos	7
Albergues	3
Campings	1
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	54
TOTAL ALOJAMIENTOS	77
Restaurantes	78
Catering	3
Salón Banquetes	14
TOTAL RESTAURACIÓN	95

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Número de plazas ofertadas:

2018

Hoteles	633
Hostales	364
Pensiones	92
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	1.089
Alojamientos Rurales	491
Apartamentos Turísticos	44
Albergues	90
Campings	405
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	1.030
TOTAL ALOJAMIENTOS	2.119
Restaurantes	5.284
Catering	0
Salones de banquetes	5.506
TOTAL RESTAURACIÓN	10.790

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Grado de ocupación por plazas:

	Tercer trimestre	Cuarto trimestre	Media anual 2018
Establecimientos hoteleros	28,86%	27,14%	27,30%

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura)

INDICADORES DE DEMANDA

Viajeros, pernoctaciones y estancia media año 2018:

	Viajeros ESPAÑOLES	Viajeros EXTRANJEROS	Viajeros TOTALES
Establecimientos hoteleros	45.743	8.153	53.896
Alojamientos rurales	5.394	506	5.900
Apartamentos turísticos	1.108	151	1.259
Albergues	-	-	-
Campings	5.263	4.724	9.987
TOTAL	57.508	13.534	71.041

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

	Pernoctaciones TOTALES	Estancia media
Establecimientos hoteleros	98.204	1,82
Alojamientos rurales	12.816	2,17
Apartamentos turísticos	2.744	2,18
Albergues	-	-
Campings	27.972	2,81
TOTAL	141.736	2,00

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

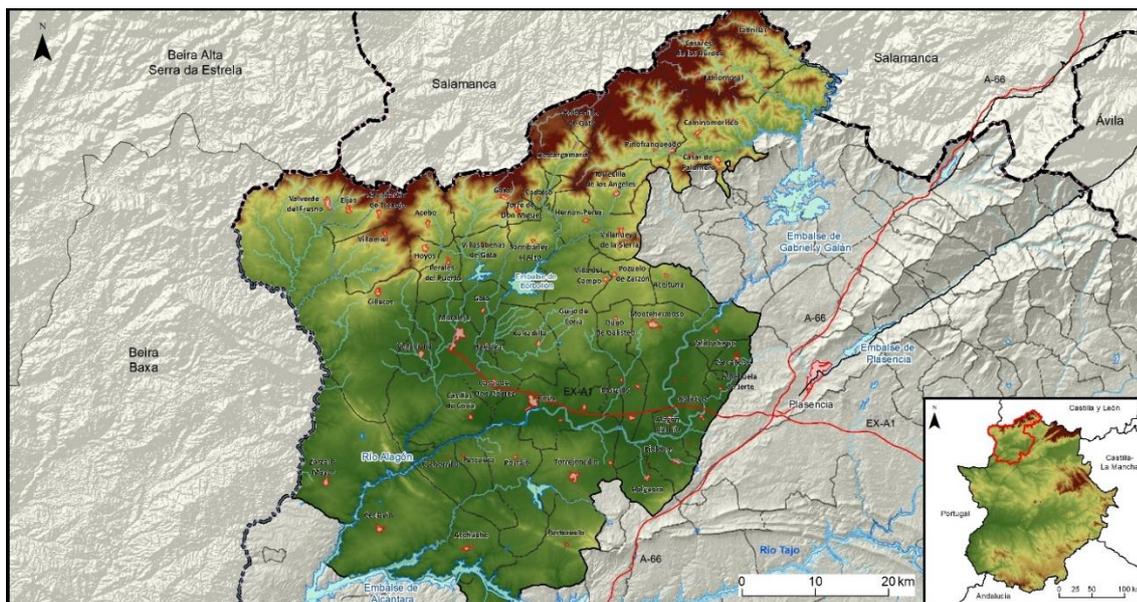
Evolución anual de viajeros y pernoctaciones: Años 2017 y 2018

	Viajeros totales	Pernoctaciones totales
Año 2017	76.872	145.404
Año 2018	71.041	141.736
VARIACIÓN 2017/2018	-7,58%	-2,52%

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018 y definitivos de enero a diciembre de 2017.

El total de viajeros de 2018 (enero a diciembre) en Territorio Turístico “Reserva de la Biosfera de Monfragüe” fue de 71.041 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 76.872 (nacionales y extranjeros), lo que supuso un descenso del 7,58% respecto a 2017. El total de pernoctaciones de 2018 (enero a diciembre) en Territorio Turístico “Reserva de la Biosfera de Monfragüe” fue de 141.736 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 145.404 (nacionales y extranjeros), lo que supone un descenso del 2,52% respecto a 2017.

1.2.7. Sierra de Gata, Las Hurdes, Valle del Alagón



Fuente: elaboración propia y Centro Nacional de Información Geográfica (CNIG)

INDICADORES DE OFERTA

Número de establecimientos:

	2018
Hoteles	11
Hostales	19
Pensiones	6
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	36
Alojamientos Rurales	140
Apartamentos Turísticos	13
Albergues	5
Campings	5
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	163
TOTAL ALOJAMIENTOS	199
Restaurantes	116
Catering	5
Salón Banquetes	13
TOTAL RESTAURACIÓN	134

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Número de plazas ofertadas:

2018

Hoteles	420
Hostales	388
Pensiones	65
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	873
Alojamientos Rurales	1.438
Apartamentos Turísticos	112
Albergues	70
Campings	1.077
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	2.697
TOTAL ALOJAMIENTOS	3.570
Restaurantes	7.063
Catering	0
Salones de banquetes	4.110
TOTAL RESTAURACIÓN	11.173

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Grado de ocupación por plazas:

	Tercer trimestre	Cuarto trimestre	Media anual 2018
Establecimientos hoteleros	26,54%	20,70%	21,91%

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura)

INDICADORES DE DEMANDA

Viajeros, pernoctaciones y estancia media del año 2018:

	Viajeros ESPAÑOLES	Viajeros EXTRANJEROS	Viajeros TOTALES
Establecimientos hoteleros	31.658	3.796	35.454
Alojamientos rurales	29.404	759	30.163
Apartamentos turísticos	261	0	261
Albergues	-	-	-
Campings	8.461	1.327	9.788
TOTAL	69.784	5.882	75.666

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

	Pernoctaciones TOTALES	Estancia media
Establecimientos hoteleros	60.215	1,70
Alojamientos rurales	71.981	2,39
Apartamentos turísticos	671	2,57
Albergues	-	-
Campings	25.690	2,63
TOTAL	158.557	2,10

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

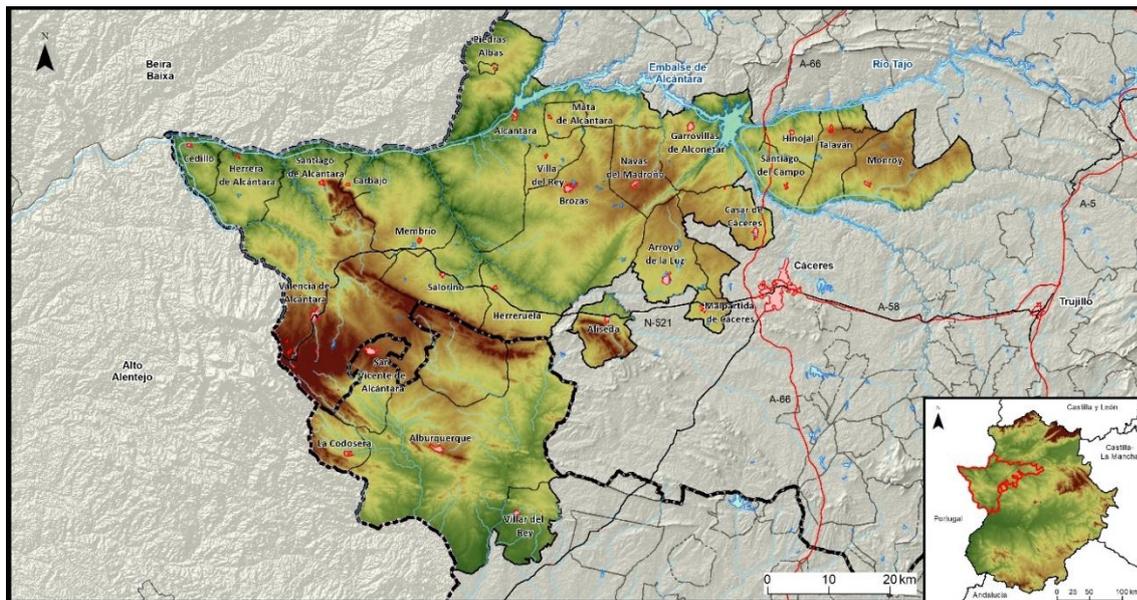
Evolución anual de viajeros y pernoctaciones: Años 2017 y 2018

	Viajeros totales	Pernoctaciones totales
Año 2017	84.720	175.875
Año 2018	75.666	158.557
VARIACIÓN 2017/2018	-10,69%	-9,85%

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018 y definitivos de enero a diciembre de 2017.

El total de viajeros de 2018 (enero a diciembre) en Territorio Turístico “Sierra de Gata, Las Hurdes, Valle del Alagón” fue de 75.666 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 84.720 (nacionales y extranjeros), lo que supuso un descenso del 10,69% respecto a 2017. El total de pernoctaciones de 2018 (enero a diciembre) en Territorio Turístico “Sierra de Gata, Las Hurdes, Valle del Alagón” fue de 158.557 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 175.875 (nacionales y extranjeros), lo que supone un descenso del 9,85% respecto a 2017.

1.2.8. Tajo Internacional, Sierra de San Pedro



Fuente: elaboración propia y Centro Nacional de Información Geográfica (CNIG)

INDICADORES DE OFERTA

Número de establecimientos:

	2018
Hoteles	12
Hostales	7
Pensiones	3
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	22
Alojamientos Rurales	56
Apartamentos Turísticos	12
Albergues	5
Campings	-
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	73
TOTAL ALOJAMIENTOS	95
Restaurantes	85
Catering	8
Salón Banquetes	11
TOTAL RESTAURACIÓN	104

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Número de plazas ofertadas:

2018

Hoteles	483
Hostales	153
Pensiones	34
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	670
Alojamientos Rurales	791
Apartamentos Turísticos	151
Albergues	149
Campings	-
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	1.091
TOTAL ALOJAMIENTOS	1.761
Restaurantes	7.556
Catering	0
Salones de banquetes	3.303
TOTAL RESTAURACIÓN	10.859

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Grado de ocupación por plazas:

	Tercer trimestre	Cuarto trimestre	Media anual 2018
Establecimientos hoteleros	18,18%	15,27%	15,59%

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura)

INDICADORES DE DEMANDA

Viajeros, pernoctaciones y estancia media del año 2018:

	Viajeros ESPAÑOLES	Viajeros EXTRANJEROS	Viajeros TOTALES
Establecimientos hoteleros	21.035	3.798	24.833
Alojamientos rurales	12.593	1.851	14.444
Apartamentos turísticos	1.376	128	1.504
Albergues	1.689	68	1.757
Campings	-	-	-
TOTAL	36.693	5.845	42.538

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

	Pernoctaciones TOTALES	Estancia media
Establecimientos hoteleros	37.439	1,51
Alojamientos rurales	28.257	1,96
Apartamentos turísticos	3.961	2,63
Albergues	5.197	2,96
Campings	-	-
TOTAL	74.854	1,76

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

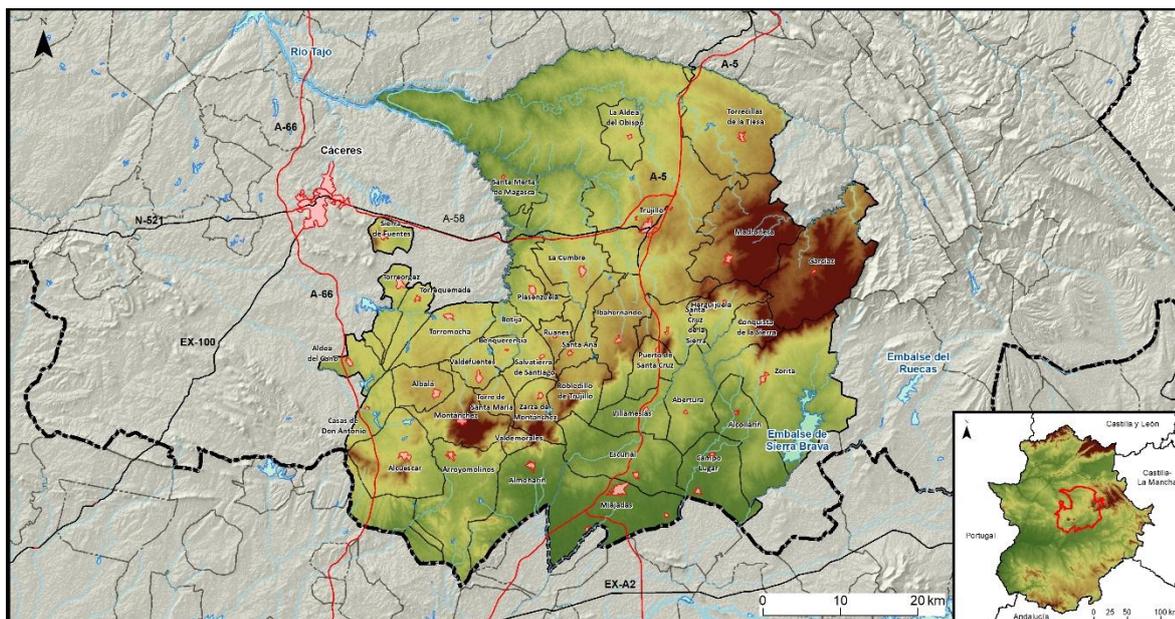
Evolución anual de viajeros y pernoctaciones: Años 2017 y 2018

	Viajeros totales	Pernoctaciones totales
Año 2017	47.205	96.875
Año 2018	42.538	74.854
VARIACIÓN 2017/2018	-9,89%	-22,73%

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018 y definitivos de enero a diciembre de 2017.

El total de viajeros de 2018 (enero a diciembre) en Territorio Turístico “Tajo Internacional, Sierra de San Pedro” fue de 42.538 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 47.205 (nacionales y extranjeros), lo que supuso un descenso del 9,89% respecto a 2017. El total de pernoctaciones de 2018 (enero a diciembre) en Territorio Turístico “Tajo Internacional, Sierra de San Pedro” fue de 74.854 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 96.875 (nacionales y extranjeros), lo que supone un descenso del 22,73% respecto a 2017.

1.2.9. Trujillo, Miajadas, Montánchez



Fuente: elaboración propia y Centro Nacional de Información Geográfica (CNIG)

INDICADORES DE OFERTA

Número de establecimientos:

	2018
Hoteles	16
Hostales	30
Pensiones	3
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	49
Alojamientos Rurales	67
Apartamentos Turísticos	24
Albergues	2
Campings	2
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	95
TOTAL ALOJAMIENTOS	144
Restaurantes	102
Catering	3
Salón Banquetes	18
TOTAL RESTAURACIÓN	123

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura.).

Número de plazas ofertadas:

2018

Hoteles	1.085
Hostales	497
Pensiones	43
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	1.625
Alojamientos Rurales	671
Apartamentos Turísticos	187
Albergues	40
Campings	304
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	1.202
TOTAL ALOJAMIENTOS	2.827
Restaurantes	8.021
Catering	0
Salones de banquetes	5.750
TOTAL RESTAURACIÓN	13.771

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Grado de ocupación por plazas:

	Tercer trimestre	Cuarto trimestre	Media anual 2018
Establecimientos hoteleros	25,77%	26,66%	25,51%

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura)

INDICADORES DE DEMANDA

Viajeros, pernoctaciones y estancia media del año 2018:

	Viajeros ESPAÑOLES	Viajeros EXTRANJEROS	Viajeros TOTALES
Establecimientos hoteleros	74.126	12.310	86.436
Alojamientos rurales	8.880	10.547	19.427
Apartamentos turísticos	2.417	347	2.764
Albergues	-	-	-
Campings	86	419	505
TOTAL	85.509	23.623	109.132

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

	Pernoctaciones TOTALES	Estancia media
Establecimientos hoteleros	138.168	1,60
Alojamientos rurales	40.484	2,08
Apartamentos turísticos	8.652	3,13
Albergues	-	-
Campings	734	1,46
TOTAL	188.038	1,72

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

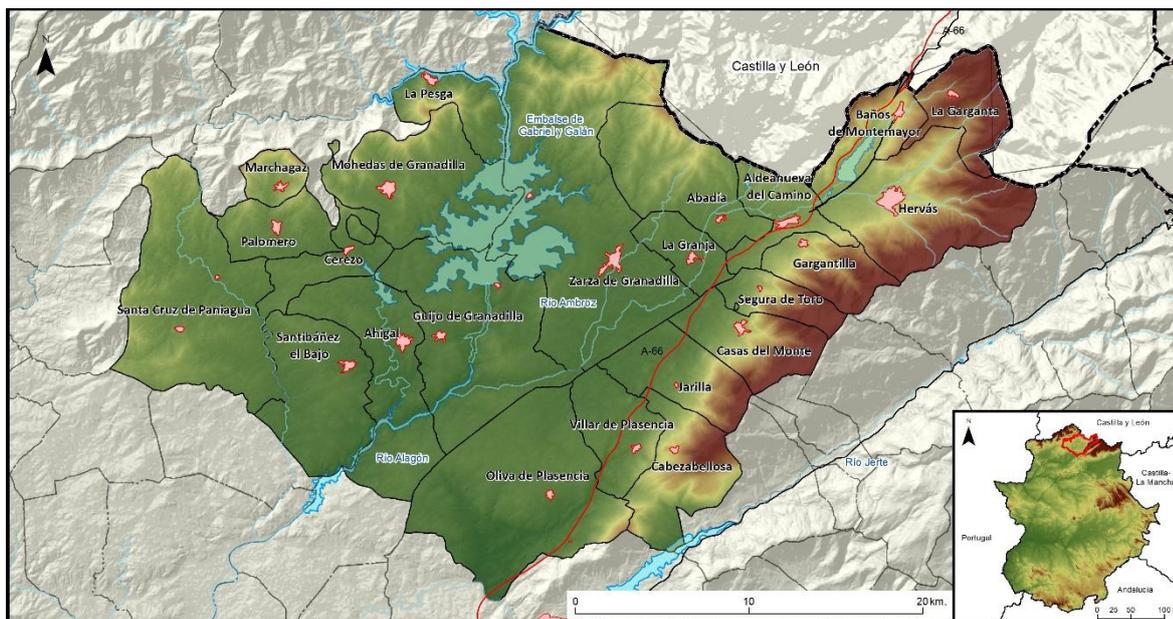
Evolución anual de viajeros y pernoctaciones: Años 2017 y 2018

	Viajeros totales	Pernoctaciones totales
Año 2017	93.086	154.548
Año 2018	109.132	188.038
VARIACIÓN 2017/2018	17,24%	21,67%

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018 y definitivos de enero a diciembre de 2017.

El total de viajeros de 2018 (enero a diciembre) en Territorio Turístico “Trujillo, Miajadas, Montánchez” fue de 109.132 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 93.086 (nacionales y extranjeros), lo que supuso un incremento del 17,24% respecto a 2017. El total de pernoctaciones de 2018 (enero a diciembre) en Territorio Turístico “Trujillo, Miajadas, Montánchez” fue de 188.038 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 154.548 (nacionales y extranjeros), lo que supone un incremento del 21,67% respecto a 2017.

1.2.10. Valle del Ambroz, Tierras de Granadilla



Fuente: elaboración propia y Centro Nacional de Información Geográfica (CNIG)

INDICADORES DE OFERTA

Número de establecimientos:

	2018
Hoteles	9
Hostales	12
Pensiones	0
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	21
Alojamientos Rurales	80
Apartamentos Turísticos	13
Albergues	7
Campings	4
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	104
TOTAL ALOJAMIENTOS	125
Restaurantes	52
Catering	1
Salón Banquetes	6
TOTAL RESTAURACIÓN	59

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Número de plazas ofertadas:

2018

Hoteles	551
Hostales	212
Pensiones	0
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	763
Alojamientos Rurales	921
Apartamentos Turísticos	397
Albergues	251
Campings	1.514
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	3.083
TOTAL ALOJAMIENTOS	3.846
Restaurantes	4.028
Catering	0
Salones de banquetes	1.630
TOTAL RESTAURACIÓN	5.658

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Grado de ocupación por plazas:

	Tercer trimestre	Cuarto trimestre	Media anual 2018
Establecimientos hoteleros	49,77%	57,59%	46,97%

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura)

INDICADORES DE DEMANDA

Viajeros, pernoctaciones y estancia media del año 2018:

	Viajeros ESPAÑOLES	Viajeros EXTRANJEROS	Viajeros TOTALES
Establecimientos hoteleros	25.633	12.857	38.490
Alojamientos rurales	37.810	0	37.810
Apartamentos turísticos	9.365	194	9.559
Albergues	869	30	899
Campings	12.356	1.140	13.496
TOTAL	86.033	14.221	100.254

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

	Pernoctaciones TOTALES	Estancia media
Establecimientos hoteleros	129.566	3,37
Alojamientos rurales	89.137	2,36
Apartamentos turísticos	26.328	2,75
Albergues	1.691	1,88
Campings	43.433	3,22
TOTAL	290.155	2,89

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

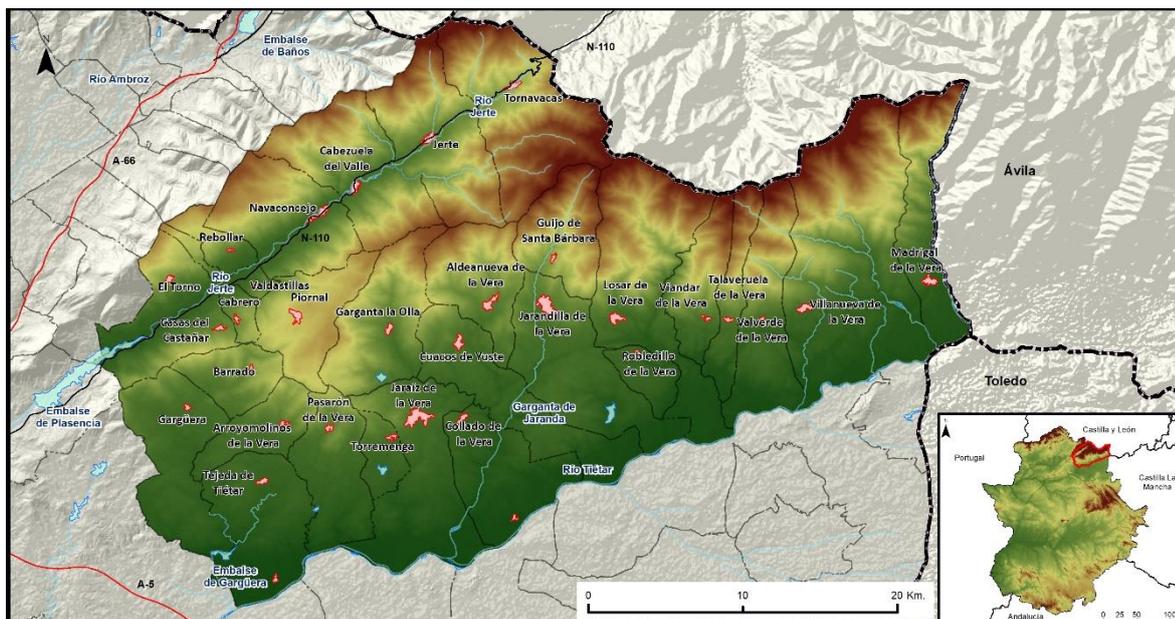
Evolución anual de viajeros y pernoctaciones: Años 2017 y 2018

	Viajeros totales	Pernoctaciones totales
Año 2017	100.786	299.082
Año 2018	100.254	290.155
VARIACIÓN 2017/2018	-0,53%	-2,98%

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018 y definitivos de enero a diciembre de 2017.

El total de viajeros de 2018 (enero a diciembre) en Territorio Turístico “Valle del Ambroz, Tierras de Granadilla” fue de 100.254 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 100.786 (nacionales y extranjeros), lo que supuso un descenso del 0,53% respecto a 2017. El total de pernoctaciones de 2018 (enero a diciembre) en Territorio Turístico “Valle del Ambroz, Tierras de Granadilla” fue de 290.155 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 299.082(nacionales y extranjeros), lo que supone un descenso del 2,98% respecto a 2017.

1.2.11. Valle del Jerte, La Vera



Fuente: elaboración propia y Centro Nacional de Información Geográfica (CNIG)

INDICADORES DE OFERTA

Número de establecimientos:

	2018
Hoteles	9
Hostales	19
Pensiones	1
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	29
Alojamientos Rurales	193
Apartamentos Turísticos	35
Albergues	4
Campings	10
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	242
TOTAL ALOJAMIENTOS	271
Restaurantes	116
Catering	4
Salón Banquetes	12
TOTAL RESTAURACIÓN	132

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Número de plazas ofertadas:

2018

Hoteles	523
Hostales	419
Pensiones	12
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	954
Alojamientos Rurales	2.595
Apartamentos Turísticos	320
Albergues	180
Campings	3.849
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	6.944
TOTAL ALOJAMIENTOS	7.898
Restaurantes	8.989
Catering	0
Salones de banquetes	4.016
TOTAL RESTAURACIÓN	13.005

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Grado de ocupación por plazas:

	Tercer trimestre	Cuarto trimestre	Media anual 2018
Establecimientos hoteleros	46,46%	26,12%	31,36%

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura)

INDICADORES DE DEMANDA

Viajeros, pernoctaciones y estancia media del año 2018:

	Viajeros ESPAÑOLES	Viajeros EXTRANJEROS	Viajeros TOTALES
Establecimientos hoteleros	45.672	1.951	47.623
Alojamientos rurales	45.555	991	46.546
Apartamentos turísticos	7.798	559	8.357
Albergues	6.464	16	6.480
Campings	37.283	1.355	38.638
TOTAL	142.772	4.872	147.644

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

	Pernoctaciones TOTALES	Estancia media
Establecimientos hoteleros	107.643	2,26
Alojamientos rurales	100.383	2,16
Apartamentos turísticos	20.325	2,43
Albergues	19.983	3,08
Campings	120.014	3,11
TOTAL	368.348	2,49

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

Evolución anual de viajeros y pernoctaciones: Años 2017 y 2018

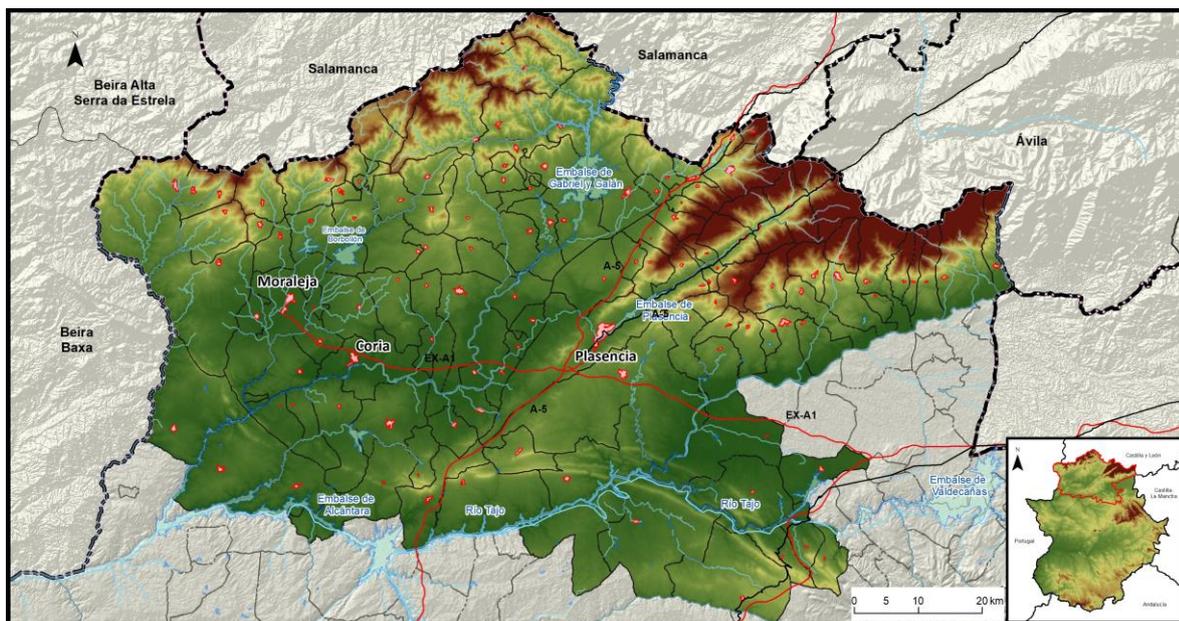
	Viajeros totales	Pernoctaciones totales
Año 2017	139.051	370.085
Año 2018	147.644	368.348
VARIACIÓN 2017/2018	6,18%	-0,47%

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018 y definitivos de enero a diciembre de 2017.

El total de viajeros de 2018 (enero a diciembre) en Territorio Turístico “Valle del Jerte, La Vera” fue de 147.644 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 139.051 (nacionales y extranjeros), lo que supuso un incremento del 6,18% respecto a 2017. El total de pernoctaciones de 2018 (enero a diciembre) en Territorio Turístico “Valle del Jerte, La Vera” fue de 368.348 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 370.085 (nacionales y extranjeros), lo que supone un descenso del 0,47% respecto a 2017.

1.3. ZONAS TURÍSTICAS

1.3.1. Plasencia y Norte de Extremadura



Fuente: elaboración propia y Centro Nacional de Información Geográfica (CNIG)

INDICADORES DE OFERTA

Número de establecimientos:

	2018
Hoteles	41
Hostales	56
Pensiones	11
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	108
Alojamientos Rurales	451
Apartamentos Turísticos	82
Albergues	20
Campings	21
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	574
TOTAL ALOJAMIENTOS	682
Restaurantes	365
Catering	13
Salón Banquetes	41
TOTAL RESTAURACIÓN	419

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Número de plazas ofertadas:

2018

Hoteles	2.437
Hostales	1.289
Pensiones	143
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	3.869
Alojamientos Rurales	5.400
Apartamentos Turísticos	954
Albergues	616
Campings	7.255
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	14.225
TOTAL ALOJAMIENTOS	18.094
Restaurantes	26.355
Catering	0
Salones de banquetes	14.166
TOTAL RESTAURACIÓN	40.521

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Grado de ocupación por plazas:

	Tercer trimestre	Cuarto trimestre	Media anual 2018
Establecimientos hoteleros	42,87%	34,83%	36,12%

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura)

INDICADORES DE DEMANDA

Viajeros, pernoctaciones y estancia media del año 2018:

	Viajeros ESPAÑOLES	Viajeros EXTRANJEROS	Viajeros TOTALES
Establecimientos hoteleros	196.085	36.088	232.173
Alojamientos rurales	119.408	2.962	122.369
Apartamentos turísticos	18.313	961	19.274
Albergues	7.478	57	7.535
Campings	62.784	9.411	72.195
TOTAL	404.067	49.478	453.545

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

	Pernoctaciones TOTALES	Estancia media
Establecimientos hoteleros	486.048	2,09
Alojamientos rurales	282.506	2,31
Apartamentos turísticos	52.808	2,74
Albergues	21.978	2,92
Campings	221.033	3,06
TOTAL	1.064.373	2,35

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

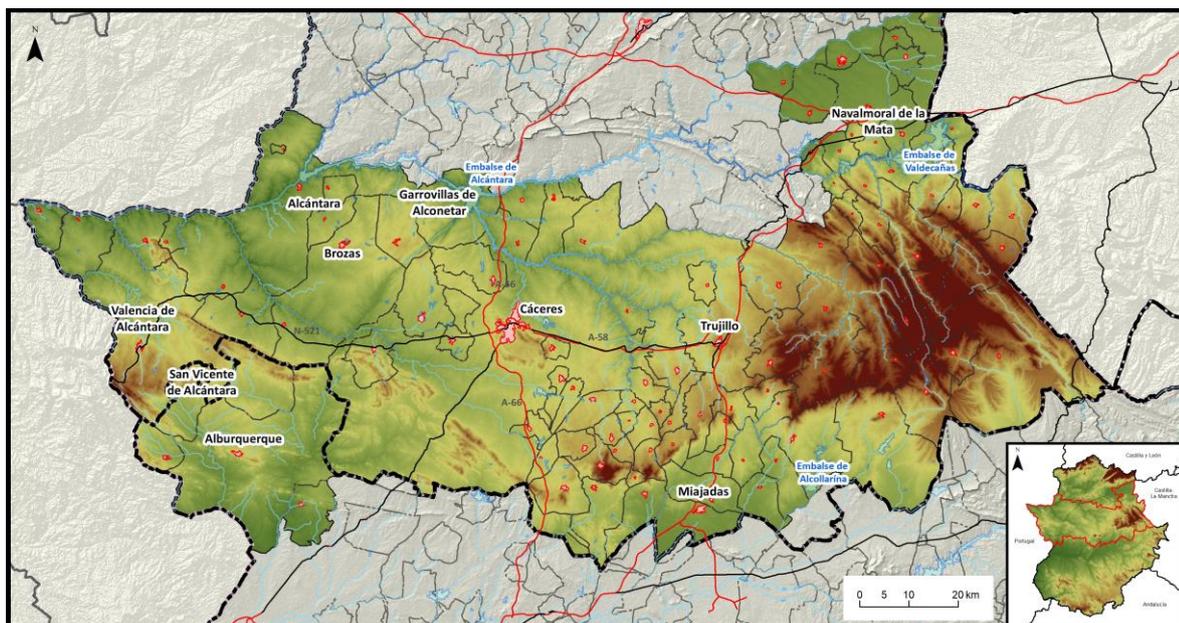
Evolución anual de viajeros y pernoctaciones: Años 2017 y 2018

	Viajeros totales	Pernoctaciones totales
Año 2017	462.903	1.108.639
Año 2018	453.545	1.064.373
VARIACIÓN 2017/2018	-2,02%	-3,99%

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018 y definitivos de enero a diciembre de 2017.

El total de viajeros de 2018 (enero a diciembre) en la Zona Turística “Plasencia y Norte de Extremadura” fue de 453.545 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 462.903 (nacionales y extranjeros), lo que supuso un descenso del 2,02% respecto a 2017. El total de pernoctaciones de 2018 (enero a diciembre) en la Zona Turística “Plasencia y Norte de Extremadura” fue de 1.064.373 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 1.108.639 (nacionales y extranjeros), lo que supone un descenso del 3,99% respecto a 2017.

1.3.2. Cáceres y Entorno



Fuente: elaboración propia y Centro Nacional de Información Geográfica (CNIG)

INDICADORES DE OFERTA

Número de establecimientos:

	2018
Hoteles	60
Hostales	63
Pensiones	16
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	139
Alojamientos Rurales	171
Apartamentos Turísticos	147
Albergues	10
Campings	4
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	332
TOTAL ALOJAMIENTOS	471
Restaurantes	465
Catering	22
Salón Banquetes	66
TOTAL RESTAURACIÓN	553

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades de Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Número de plazas ofertadas:

2018

Hoteles	4.467
Hostales	1.324
Pensiones	206
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	5.997
Alojamientos Rurales	2.037
Apartamentos Turísticos	958
Albergues	342
Campings	1.042
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	4.379
TOTAL ALOJAMIENTOS	10.376
Restaurantes	35.376
Catering	0
Salones de banquetes	23.091
TOTAL RESTAURACIÓN	58.467

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Grado de ocupación por plazas:

	Tercer trimestre	Cuarto trimestre	Media anual 2018
Establecimientos hoteleros	38,30%	34,92%	35,11%

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura)

INDICADORES DE DEMANDA

Viajeros, pernoctaciones y estancia media del año 2018:

	Viajeros ESPAÑOLES	Viajeros EXTRANJEROS	Viajeros TOTALES
Establecimientos hoteleros	400.927	75.052	475.979
Alojamientos rurales	34.876	12.915	47.791
Apartamentos turísticos	37.169	5.183	42.352
Albergues	4.242	590	4.832
Campings	8.661	11.061	19.723
TOTAL	485.875	104.801	590.677

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

	Pernoctaciones TOTALES	Estancia media
Establecimientos hoteleros	755.607	1,59
Alojamientos rurales	91.747	1,92
Apartamentos turísticos	70.603	1,67
Albergues	10.866	2,25
Campings	45.336	2,31
TOTAL	974.160	1,65

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

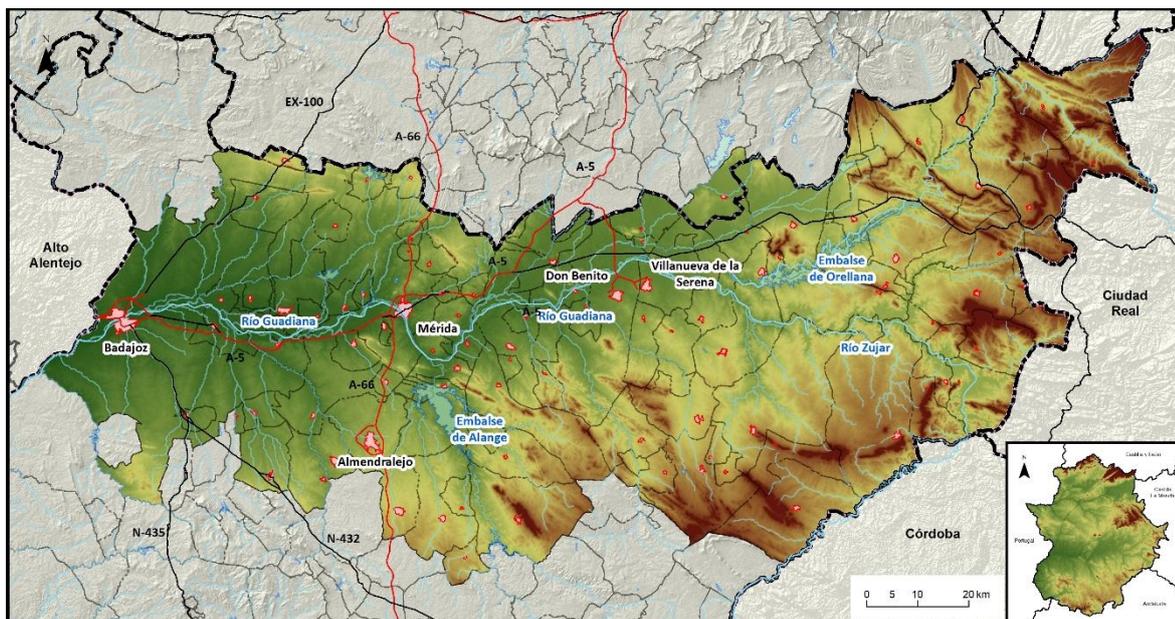
Evolución anual de viajeros y pernoctaciones: Años 2017 y 2018

	Viajeros totales	Pernoctaciones totales
Año 2017	542.161	915.465
Año 2018	590.677	974.160
VARIACIÓN 2017/2018	8,95%	6,41%

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018 y definitivos de enero a diciembre de 2017.

El total de viajeros de 2018 (enero a diciembre) en la Zona Turística “Cáceres y Entorno” fue de 590.677 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 542.161 (nacionales y extranjeros), lo que supuso un incremento del 8,95% respecto a 2017. El total de pernoctaciones de 2018 (enero a diciembre) en la Zona Turística “Cáceres y Entorno” fue de 974.160 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 915.465 (nacionales y extranjeros), lo que supone un incremento del 6,41% respecto a 2017.

1.3.3. Mérida, Badajoz y Entorno



Fuente: elaboración propia y Centro Nacional de Información Geográfica (CNIG)

INDICADORES DE OFERTA

Número de establecimientos:

	2018
Hoteles	57
Hostales	60
Pensiones	13
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	130
Alojamientos Rurales	80
Apartamentos Turísticos	44
Albergues	6
Campings	2
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	132
TOTAL ALOJAMIENTOS	262
Restaurantes	575
Catering	27
Salón Banquetes	64
TOTAL RESTAURACIÓN	666

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Número de plazas ofertadas:

2018

Hoteles	4.939
Hostales	1.459
Pensiones	170
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	6.568
Alojamientos Rurales	842
Apartamentos Turísticos	561
Albergues	213
Campings	604
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	2.220
TOTAL ALOJAMIENTOS	8.788
Restaurantes	51.873
Catering	314
Salones de banquetes	25.774
TOTAL RESTAURACIÓN	77.961

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Grado de ocupación por plazas:

	Tercer trimestre	Cuarto trimestre	Media anual 2018
Establecimientos hoteleros	43,88%	37,93%	38,89%

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura)

INDICADORES DE DEMANDA

Viajeros, pernoctaciones y estancia media del año 2018:

	Viajeros ESPAÑOLES	Viajeros EXTRANJEROS	Viajeros TOTALES
Establecimientos hoteleros	480.760	115.828	596.588
Alojamientos rurales	22.250	1.968	24.219
Apartamentos turísticos	20.597	5.195	25.792
Albergues	172	36	208
Campings	9.484	6.242	15.726
TOTAL	533.263	129.270	662.533

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

	Pernoctaciones TOTALES	Estancia media
Establecimientos hoteleros	968.449	1,62
Alojamientos rurales	49.279	2,03
Apartamentos turísticos	44.373	1,72
Albergues	590	2,84
Campings	25.262	1,61
TOTAL	1.087.953	1,64

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

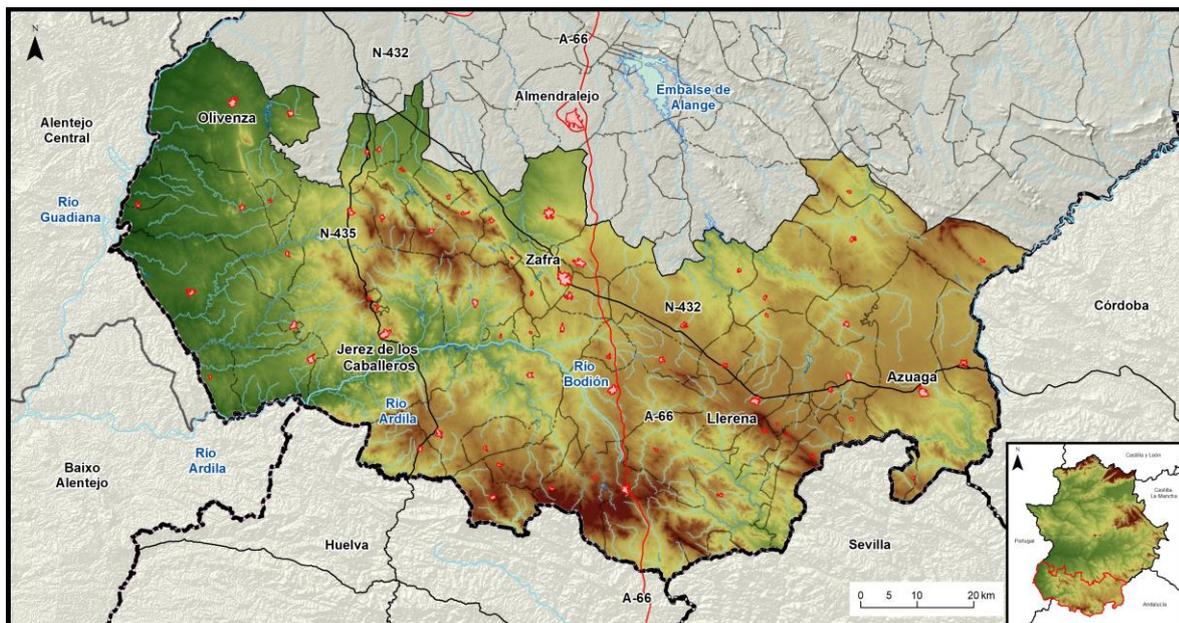
Evolución anual de viajeros y pernoctaciones: Años 2017 y 2018

	Viajeros totales	Pernoctaciones totales
Año 2017	607.905	992.474
Año 2018	662.533	1.087.923
VARIACIÓN 2017/2018	8,99%	9,62%

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018 y definitivos de enero a diciembre de 2017.

El total de viajeros de 2018 (enero a diciembre) en la Zona Turística “Mérida, Badajoz y Entorno” fue de 662.533 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 607.905 (nacionales y extranjeros), lo que supuso un incremento del 8,99% respecto a 2017. El total de pernoctaciones de 2018 (enero a diciembre) en la Zona Turística “Mérida, Badajoz y Entorno” fue de 1.087.953 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 992.474 (nacionales y extranjeros), lo que supone un incremento del 9,62% respecto a 2017.

1.3.4. Zafra – Sur de Extremadura



Fuente: elaboración propia y Centro Nacional de Información Geográfica (CNIG)

INDICADORES DE OFERTA

Número de establecimientos:

	2018
Hoteles	31
Hostales	39
Pensiones	6
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	76
Alojamientos Rurales	68
Apartamentos Turísticos	8
Albergues	4
Campings	-
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	80
TOTAL ALOJAMIENTOS	156
Restaurantes	177
Catering	5
Salón Banquetes	29
TOTAL RESTAURACIÓN	211

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Número de plazas ofertadas:

2018

Hoteles	1.821
Hostales	743
Pensiones	89
TOTAL ALOJAMIENTOS HOTELEROS	2.653
Alojamientos Rurales	840
Apartamentos Turísticos	137
Albergues	244
Campings	-
TOTAL ALOJAMIENTOS EXTRAHOTELEROS	1.221
TOTAL ALOJAMIENTOS	3.874
Restaurantes	15.664
Catering	0
Salones de banquetes	10.236
TOTAL RESTAURACIÓN	25.900

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura).

Grado de ocupación por plazas:

	Tercer trimestre	Cuarto trimestre	Media anual 2018
Establecimientos hoteleros	38,94%	26,92%	30,13%

Fuente: Servicio de Empresas y Actividades Turísticas (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura)

INDICADORES DE DEMANDA

Viajeros, pernoctaciones y estancia media del año 2018:

	Viajeros ESPAÑOLES	Viajeros EXTRANJEROS	Viajeros TOTALES
Establecimientos hoteleros	113.285	30.132	143.417
Alojamientos rurales	12.836	1.281	14.116
Apartamentos turísticos	1.467	22	1.489
Albergues	391	0	391
Campings	0	0	0
TOTAL	127.979	31.435	159.414

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

	Pernoctaciones TOTALES	Estancia media
Establecimientos hoteleros	277.351	1,93
Alojamientos rurales	30.053	2,13
Apartamentos turísticos	3.229	2,17
Albergues	1.552	3,97
Campings	0	0
TOTAL	312.185	1,96

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

Evolución anual de viajeros y pernoctaciones: Años 2017 y 2018

	Viajeros totales	Pernoctaciones totales
Año 2017	156.186	300.991
Año 2018	159.414	312.185
VARIACIÓN 2017/2018	2,07%	3,72%

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018 y definitivos de enero a diciembre de 2017.

El total de viajeros de 2018 (enero a diciembre) en la Zona Turística “Zafra-Sur de Extremadura” fue de 159.414 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 156.186 (nacionales y extranjeros), lo que supuso un incremento del 2,07% respecto a 2017. El total de pernoctaciones de 2018 (enero a diciembre) en la Zona Turística “Zafra-Sur de Extremadura” fue de 312.185 (nacionales y extranjeros) mientras que en 2017 (enero a diciembre) fue de 300.991 (nacionales y extranjeros), lo que supone un aumento del 3,72% respecto a 2017.

I.4. POSICIONAMIENTO Y EVOLUCIÓN COMPARATIVA POR CIUDADES Y TERRITORIOS TURÍSTICOS

A) Ranking territorial por volumen de viajeros:

CIUDADES Y TERRITORIOS TURÍSTICOS	Viajeros	Viajeros	Variación (%)
	Año 2017	Año 2018	2017-2018
Cáceres (municipio)	310.853	341.524	9,87%
Mérida	263.021	287.207	9,20%
Badajoz (municipio)	189.577	211.415	11,52%
Valle del Jerte, La Vera	139.051	147.644	6,18%
Tierra de Barros, Zafra	132.257	142.898	8,05%
Trujillo, Miajadas, Montánchez	93.086	109.132	17,24%
Valle del Ambroz, Tierras de Granadilla	100.786	100.254	-0,53%
Plasencia	101.794	100.090	-1,67%
Alqueva, Sierra Suroeste, Tentudía	78.599	76.840	-2,24%
Sierra de Gata, Las Hurdes, Valle del Alagón	84.720	75.666	-10,69%
Vegas del Guadiana	65.453	72.356	10,55%
Reserva de la Biosfera de Monfragüe	76.872	71.041	-7,58%
La Siberia, La Serena, Campiña Sur	51.820	51.847	0,05%
Tajo Internacional, Sierra de San Pedro	47.205	42.538	-9,89%
Geoparque Villuercas-Ibores-Jara	34.062	35.717	4,86%
Total	1.769.155	1.866.168	5,48%

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018 y definitivos de enero a diciembre de 2017.

Evolución de Viajeros por Zonas Turísticas ¹	VIAJEROS Año 2017	VIAJEROS Año 2018	VARIACIÓN (%) 2017-2018
ZONAS TURÍSTICAS			
Mérida, Badajoz y entorno	518.051	570.978	10,22%
Cáceres y entorno	485.206	528.911	9,01%
Plasencia y norte de Extremadura	503.223	494.695	-1,69%
Zafra — sur de Extremadura	262.676	271.585	3,39%
Total	1.769.156	1.866.169	5,48%

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018 y definitivos de enero a diciembre de 2017.

B) Ranking territorial por volumen de pernoctaciones:

	PERNOCTACIONES Año 2017	PERNOCTACIONES Año 2018	VARIACIÓN (%) 2017-2018
CIUDADES Y TERRITORIOS TURÍSTICOS			
Cáceres (municipio)	515.445	554.650	7,61%
Mérida	387.507	424.159	9,46%
Valle del Jerte, La Vera	370.085	368.348	-0,47%
Badajoz (Municipio)	302.188	343.254	13,59%
Tierra de Barros, Zafra	285.824	313.240	9,59%
Valle del Ambroz, Tierras de Granadilla	299.082	290.155	-2,98%
Trujillo, Miajadas, Montánchez	154.548	188.038	21,67%
Plasencia	185.368	174.633	-5,79%
Sierra de Gata, Las Hurdes, Valle del Alagón	175.875	158.557	-9,85%
Reserva de la Biosfera de Monfragüe	145.404	141.736	-2,52%
Alqueva, Sierra Suroeste, Tentudía	133.541	129.784	-2,81%
Vegas del Guadiana	111.636	122.292	9,55%
La Siberia, La Serena, Campiña Sur	95.525	95.255	-0,28%
Tajo Internacional, Sierra de San Pedro	96.875	74.854	-22,73%
Geoparque Villuercas-Ibores-Jara	58.667	59.686	1,74%
Total	3.317.569	3.438.641	3,65%

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018 y definitivos de enero a diciembre de 2017.

¹ A partir de las estimaciones aportadas por el quipo estadístico de la Dirección General de Turismo.

Evolución de las pernoctaciones por Zonas Turísticas ²	PERNOCTACIONES Año 2017	PERNOCTACIONES Año 2018	VARIACIÓN (%) 2017-2018
ZONAS TURÍSTICAS			
Mérida, Badajoz y entorno	801.331	889.705	11,03%
Cáceres y entorno	1.175.814	1.133.429	-3,60%
Plasencia y norte de Extremadura	825.535	877.228	6,26%
Zafra y entorno	514.890	538.279	4,54%
Total	3.317.570	3.438.671	3,65%

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018 y definitivos de enero a diciembre de 2017.

C) Valores anuales acumulados: viajeros (enero-diciembre de 2018):

	VIAJEROS Acumulado 2018	% sobre el total de Extremadura
Cáceres (municipio)	341.524	18,30%
Mérida	287.207	15,39%
Badajoz (municipio)	211.415	11,33%
Valle del Jerte, La Vera	147.644	7,91%
Tierra de Barros, Zafra	142.898	7,66%
Trujillo, Miajadas, Montánchez	109.132	5,85%
Valle del Ambroz, Tierras de Granadilla	100.254	5,37%
Plasencia	100.090	5,36%
Alqueva, Sierra Suroeste, Tentudía	76.840	4,12%
Sierra de Gata, Las Hurdes, Valle del Alagón	75.666	4,05%
Vegas del Guadiana	72.356	3,88%
Reserva de la Biosfera de Monfragüe	71.041	3,81%
La Siberia, La Serena, Campiña Sur	51.847	2,78%
Tajo Internacional, Sierra de San Pedro	42.538	2,28%
Geoparque Villuercas-Ibores-Jara	35.717	1,91%
Total	1.866.169	100,00%

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

² A partir de las estimaciones aportadas por el quipo estadístico de la Dirección General de Turismo.

Viajeros. Acumulado anual por Zonas Turísticas ³ .	VIAJEROS Acumulado 2018	% sobre el total de Extremadura
ZONAS TURÍSTICAS		
Mérida, Badajoz y entorno	570.978	30,60%
Cáceres y entorno	528.911	28,34%
Plasencia y norte de Extremadura	494.695	26,51%
Zafra -sur de Extremadura	271.585	14,55%
Total	1.866.169	100,00%

Fuente: elaboración propia a partir de microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE) provisionales de enero a diciembre de 2018.

³ A partir de las estimaciones aportadas por el quipo estadístico de la Dirección General de Turismo.

MUNICIPIOS O COMARCAS QUE INCLUYE CADA TERRITORIO O ZONA TURÍSTICA

Territorio turístico

Municipios o comarcas

Alqueva, Sierra Suroeste, Tentudía

Alconchel, Almendral, Barcarrota, Bienvenida, Bodonal de la Sierra, Cabeza la Vaca, Calera de León, Cheles, Fregenal de la Sierra, Fuente de Cantos, Fuentes de León, Higuera de Vargas, Higuera la Real, Jerez de los Caballeros, Monesterio, Montemolín, Nogales, Oliva de la Frontera, Olivenza, Salvaleón, Salvatierra de los Barros, Segura de León, Tálaga, Torre de Miguel Sesmero, Valencia del Mombuey, Valle de Matamoros, Valle de Santa Ana, Valverde de Leganés, Villanueva del Fresno y Zahinos.

La Siberia, La Serena, Campiña Sur

Ahíllones, Azuaga, Baterno, Benquerencia de la Serena, Berlanga, Cabeza del Buey, Campanario, Campillo de Llerena, Capilla, Casas de Don Pedro, Casas de Reina, Castilblanco, Castuera, Coronada (La), Esparragosa de la Serena, Esparragosa de Lares, Fuenlabrada de los Monte, Fuente del Arco, Garbayuela, Garlitos, Granja de Torrehermosa, Haba (La), Helechosa de los Montes, Herrera del Duque, Higuera de la Serena, Higuera de Llerena, Llera, Llerena, Magacela, Maguilla, Malcocinado, Malpartida de la Serena, Monterrubio de la Serena, Navalvillar de Pela, Orellana de la Sierra, Orellana la Vieja, Peñalsordo, Peraleda del Zaucejo, Puebla de Alcocer, Puebla del Maestre, Quintana de la Serena, Reina, Retamal de Llerena, Risco, Sancti-Spiritus, Siruela, Talarrubias, Tamurejo, Trasierra, Usagre, Valdecaballeros, Valencia de las Torres, Valle de la Serena, Valverde de Llerena, Villagarcía de la Torre, Villarta de los Montes, Zalamea de la Serena y Zarza-Capilla.

Tierra de Barros, Zafra

Aceuchal, Alange, Albuera (La), Alconera, Almendralejo, Atalaya, Burguillos del Cerro, Calzadilla de los Barros, Corte de Peleas, Entrín Bajo, Feria, Fuente del Maestre, Hinojosa del Valle, Hornachos, Lapa, La

Medina de las Torres, Morera (La), Oliva de Mérida, Palomas, Parra (La), Puebla de la Reina, Puebla de Sancho Pérez, Puebla del Prior, Ribera del Fresno, Santa Marta, Santos de Maimona, Los, Solana de los Barros, Torremejía, Valencia del Ventoso, Valverde de Burguillos, Villafranca de los Barros, Villalba de los Barros, Zafra y Zarza (La).

Vegas del Guadiana

Acedera, Aljucén, Arroyo de San Serván, Calamonte, Carmonita, Carrascalejo (El), Cordobilla de Lácara, Cristina, Don Álvaro, Don Benito, Esparragalejo, Garrovilla (La), Guadiana del Caudillo, Guareña, Lobón

Madrigalejo, Manchita, Medellín, Mengabril, Mirandilla, Montijo, Nava de Santiago (La), Puebla de la Calzada, Puebla de Obando, Pueblonuevo del Guadiana, Rena, Roca de la Sierra (La), San Pedro de Mérida, Santa Amalía, Talavera la Real, Torremayor, Trujillanos, Valdelcalzada, Valdettres, Valverde de Mérida, Villagonzalo, Villanueva de la Serena y Villar de Rena.

Geoparque Villuercas-Ibores-Jara

Aldeacentenera, Alía, Berzocana, Cabañas del Castillo, Campillo de Deleitosa, Cañamero, Carrascalejo, Castañar de Ibor, Deleitosa, Fresnedoso de Ibor, Garvín, Guadalupe, Logrosán, Navalvillar de Ibor, Navezuelas, Peraleda de San Román, Robledollano, Valdelacasa de Tajo, Villar del Pedroso.

Reserva de la Biosfera de Monfragüe

Almaraz, Belvis de Monroy, Berrocalejo, Bohonal de Ibor, Cañaverl, Casas de Millán, Casas de Miravete, Casatejada, Gordo (El), Higuera, Majadas, Malpartida de Plasencia, Mesas de Ibor, Millanes, Mirabel, Navalmoral de la Mata, Pedroso de Acim, Peraleda de la Mata, Pueblonuevo de Miramontes, Romangordo, Rosalejo, Saucedilla, Serradilla,

Territorio turístico

Municipios o comarcas

Serrejón, Talayuela, Tiétar, Toril, Torrejón el Rubio, Valdecañas de Tajo y Valdehúncar.

Sierra de Gata, Las Hurdes, Valle del Alagón

Acebo, Acehúche, Aceituna, Alagón del Río, Aldehuela de Jerte, Cachorrilla, Cadalso, Calzadilla, Caminomorisco, Carcaboso, Casar de Palomero, Casares de las Hurdes, Casas de Don Gómez, Casillas de Coria, Ceclavín, Cilleros, Coria, Descargamaria, Eljas, Galisteo, Gata, Guijo de Coria, Guijo de Galisteo, Hernán-Pérez, Holguera, Hoyos, Huélagá, Ladrillar, Montehermoso, Moraleja, Morcillo, Nuñomoral, Perales del Puerto, Pescueza, Pínofrankeado, Portaje, Portezuelo, Pozuelo de Zarzón, Riobos, Robledillo de Gata, San Martín de Trevejo, Santibáñez el Alto, Torre de Don Miguel, Torrecilla de los Ángeles, Torrejoncillo, Trevejo, Valdeobispo, Valverde del Fresno, Vegaviana, Villa del Campo, Villamiel, Villanueva de la Sierra, Villasbuenas de Gata y Zarza la Mayor.

Tajo Internacional, Sierra de San Pedro

Albuquerque, Alcántara, Aliseda, Arroyo de la Luz, Brozas, Carbajo, Casar de Cáceres, Cedillo, Codosera (La), Garrovillas de Alconétar, Herrera de Alcántara, Herrerueta, Hinojal, Malpartida de Cáceres, Mata de Alcántara, Membrio, Monroy, Navas del Madroño, Piedras Albas, Salorino, San Vicente de Alcántara, Santiago de Alcántara, Santiago del Campo, Talaván, Valencia de Alcántara, Villa del Rey y Villar del Rey.

Trujillo, Miajadas, Montánchez

Abertura, Albalá, Alcollarín, Alcuéscar, Aldea del Cano, Aldea del Obispo (La), Almoharín, Arroyomolinos, Benquerencia, Botija, Campo Lugar, Casas de Don Antonio, Conquista de la Sierra, Cumbre (La), Escorial, Garciaz, Herguijuela, Ibañerando, Jaraicejo, Madroñera, Miajadas, Montánchez, Plasenzuela, Puerto de Santa Cruz, Robledillo de Trujillo, Ruanes, Salvatierra de Santiago, Santa Ana, Santa Cruz de la Sierra, Santa Marta de Magasca, Sierra de Fuentes, Torre de Santa María, Torrecillas de la Tiesa, Torremocha, Torreorgaz, Torquemada, Trujillo, Valdefuentes, Valdemorales, Villamesías, Zarza de Montánchez y Zorita.

Valle del Ambroz, Tierras de Granadilla

Abadía, Ahigal, Aldeanueva del Camino, Baños de Montemayor, Cabezabellosa, Casas del Monte, Cerezo, Garganta (La), Gargantilla, Granja (La), Guijo de Granadilla, Hervás, Jarilla, Marchagaz, Mohedas de Granadilla, Oliva de Plasencia, Palomero, Pesga (La), Santa Cruz de Paniagua, Santibáñez el Bajo, Segura de Toro, Villar de Plasencia y Zarza de Granadilla.

Valle del Jerte, La Vera

Aldeanueva de la Vera, Arroyomolinos de la Vera, Barrado, Cabezuela del Valle, Cabrero, Casas del Castañar, Collado, Cuacos de Yuste, Garganta la Olla, Gargüera, Guijo de Santa Bárbara, Jaraíz de la Vera, Jarandilla de la Vera, Jerte, Losar de la Vera, Madrigal de la Vera, Navaconcejo, Pasarón de la Vera, Piornal, Rebollar, Robledillo de la Vera, Talaveruela de la Vera, Tejeda de Tiétar, Tornavacas, Torno (El), Torremenga, Valdastillas, Valverde de la Vera, Viandar de la Vera y Villanueva de la Vera.

Zonas Turísticas

Municipios

Zonas Turísticas

Municipios

Mérida, Badajoz y entorno

Acedera, Aceuchal, Alange, Albuera (La), Aljucén, Almendralejo, Arroyo de San Serván, Badajoz, Baterno, Benquerencia de la Serena, Cabeza del Buey, Calamonte, Campanario, Capilla, Carmonita, Carrascalejo (El), Casas de Don Pedro, Castilblanco, Castuera, Cordobilla de Lácara, Coronada (La), Corte de Peleas, Cristina, Don Álvaro, Don Benito, Entrín Bajo, Esparragalejo, Esparragosa de la Serena, Esparragosa de Lares, Fuenlabrada de los Montes, Garbayuela, Garlitos, Garrovilla (La), Guadiana del Caudillo, Guareña, Haba (La), Helechosa de los Montes, Herrera del Duque, Higuera de la Serena, Hinojosa del Valle, Hornachos, Lobón, Madrigalejo, Magacela, Malpartida de la Serena, Manchita, Medellín, Mengabril, Mérida, Mirandilla, Monterrubio de la Serena, Montijo, Nava de Santiago (La), Navalvillar de Pela, Oliva de Mérida, Orellana de la Sierra, Orellana la Vieja, Palomas, Peñalsordo, Puebla de Alcocer, Puebla de la Calzada, Puebla de la Reina, Puebla de Obando, Puebla del Prior, Pueblonuevo del Guadiana, Quintana de la Serena, Rena, Ribera del Fresno, Risco, Roca de la Sierra (La), San Pedro de Mérida, Sancti-Spiritus, Santa Amalia, Santa Marta, Siruela, Solana de los Barros, Talarrubias, Talavera la Real, Tamurejo, Torremayor, Torremejías, Trujillos, Valdecaballeros, Valdelacalzada, Valdetorres, Valle de la Serena, Valverde de Mérida, Villafranca de los Barros, Villagonzalo, Villalba de los Barros, Villanueva de la Serena, Villar de Rena, Villarta de los Montes, Zalamea de la Serena, Zarza (La) y Zarza-Capilla

Cáceres y entorno

Abertura, Albalá, Albuquerque, Alcántara, Alcollarín Alcuéscar, Aldea del Cano, Aldea del Obispo (La), Aldeacentenera, Alía, Aliseda, Almaraz, Almoharín, Arroyo de la Luz, Arroyomolinos, Belvís de Monroy, Benquerencia, Berrocalejo, Berzocana, Bohonal de Ibor, Botija, Brozas, Cabañas del Castillo, Cáceres, Campillo de Deleitosa, Campo Lugar, Cañamero, Carbajo, Carrascalejo, Casar de Cáceres, Casas de Don Antonio, Casatejada, Castañar de Ibor, Cedillo, Codosera (La), Conquista de la Sierra, Cumbre (La), Deleitosa, Escorial, Fresnedoso de Ibor, Garciaz, Garrovillas de Alconétar, Garvín, Gordo (El), Guadalupe, Herguiejuela, Herrera de Alcántara, Herrerueta, Hinojal, Iberhermando, Logrosán, Madroñera, Majadas, Malpartida de Cáceres, Mata de Alcántara, Membrio, Mesas de Ibor, Miajadas, Millanes, Monroy, Montánchez, Navalmoral de la Mata, Navalvillar de Ibor, Navas del Madroño, Navezuelas, Peraleda de la Mata, Peraleda de San Román, Piedras Albas, Plasenzuela, Pueblonuevo del Miramontes, Puerto de Santa Cruz, Robledillo de Trujillo, Robledollano, Rosalejo, Ruanes, Salorino, Salvatierra de Santiago, San Vicente de Alcántara, Santa Ana, Santa Cruz de la Sierra, Santa Marta de Magasca, Santiago de Alcántara, Santiago del Campo, Sierra de Fuentes, Talaván, Talayueta, Tiétar, Torre de Santa María, Torrecillas de la Tiesa, Torremocha, Torreorgaz, Torrequemada, Trujillo, Valdecañas de Tajo, Valdefuentes, Valdehúncar, Valdelacasa de Tajo, Valdemorales, Valencia de Alcántara, Villa del Rey, Villamesías, Villar del Pedroso, Villar del Rey, Zarza de Montánchez y Zorita.

Plasencia y norte de Extremadura

Abadía, Acebo, Aceúche, Aceituna, Ahigal, Alagón el Río, Aldeanueva de la Vera, Aldeanueva del Camino, Aldehuela de Jerte, Arroyomolinos de la Vera, Baños de Montemayor, Barrado, Cabezabellosa, Cabezuela del Valle, Cabrero, Cachorrilla, Casaldo, Calzadilla, Caminomorisco, Cañaveral, Carcaboso, Casar de Palomero, Casares de las Hurdes, Casas de Don Gómez, Casas de Millán, Casas de Miravete, Casas del Castañar, Casas del Monte, Casillas de Coria, Ceclavín, Cerezo, Cilleros, Collado, Coria, Cuacos de Yuste, Descargamaria, Eljas, Galisteo, Garganta (La), Garganta la Olla, Gargantilla, Gargüera, Gata, Granja (La), Guijo de Coria, Guijo de Galisteo, Guijo de Granadilla, Guijo de Santa Bárbara, Hernán-Pérez, Hervás, Higuera, Holguera, Hoyos, Huélagu, Jaraicejo, Jaraíz de la Vera, Jarandilla de la Vera, Jarilla, Jerte, Ladrillar, Losar de la Vera, Madrigal de la Vera, Malpartida de Plasencia, Marchagaz, Mirabel, Mohedas de Granadilla, Montehermoso, Moraleja, Morcillo, Navaconcejo, Nuñomoral, Olivar de Plasencia, Palomero, Pasarón de la Vera, Pedroso de Acim, Perales del Puesto, Pescueza, Pesga (La), Pinofranqueado, Piornal, Plasencia, Portaje, Portezuelo, Pozuelo de Zarzón, Rebollar Riobobos, Robledillo de Gata, Robledillo de la Vera, Romangordo, San Martín de Trejejo, Santa Cruz de Paniagua, Santibáñez el Alto, Santibáñez el Bajo, Saucedilla, Segura de Toro, Serradilla, Serrejón, Talaveruela de la Vera, Tejada de Tiétar, Toril, Tornavacas, Torno (El), Torre de Don Miguel, Torrecilla de los Ángeles, Torrejón el Rubio, Torrejoncillo, Torremenga, Valdastillas Valdeobispo, Valverde de la Vera, Valverde del Fresno, Vegaviana, Viandar de la Vera, Villa del Campo, Villamiel, Villanueva de la Sierra, Villanueva de la Vera, Villar de Plasencia, Villasbuenas de Gata, Zarza de Granadilla y Zarza la Mayor.

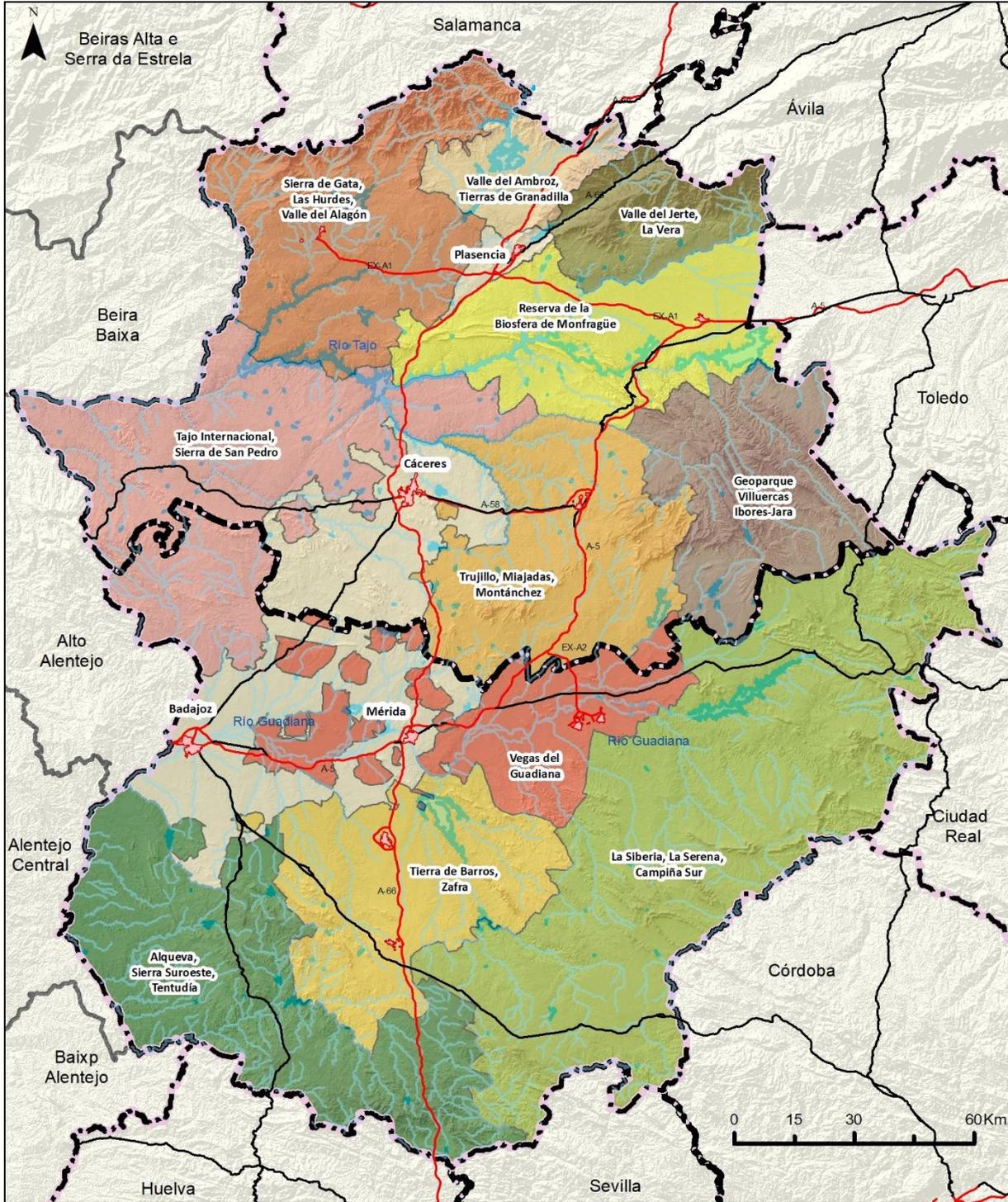
Zonas Turísticas

Municipios

**Zafra y sur de
Extremadura**

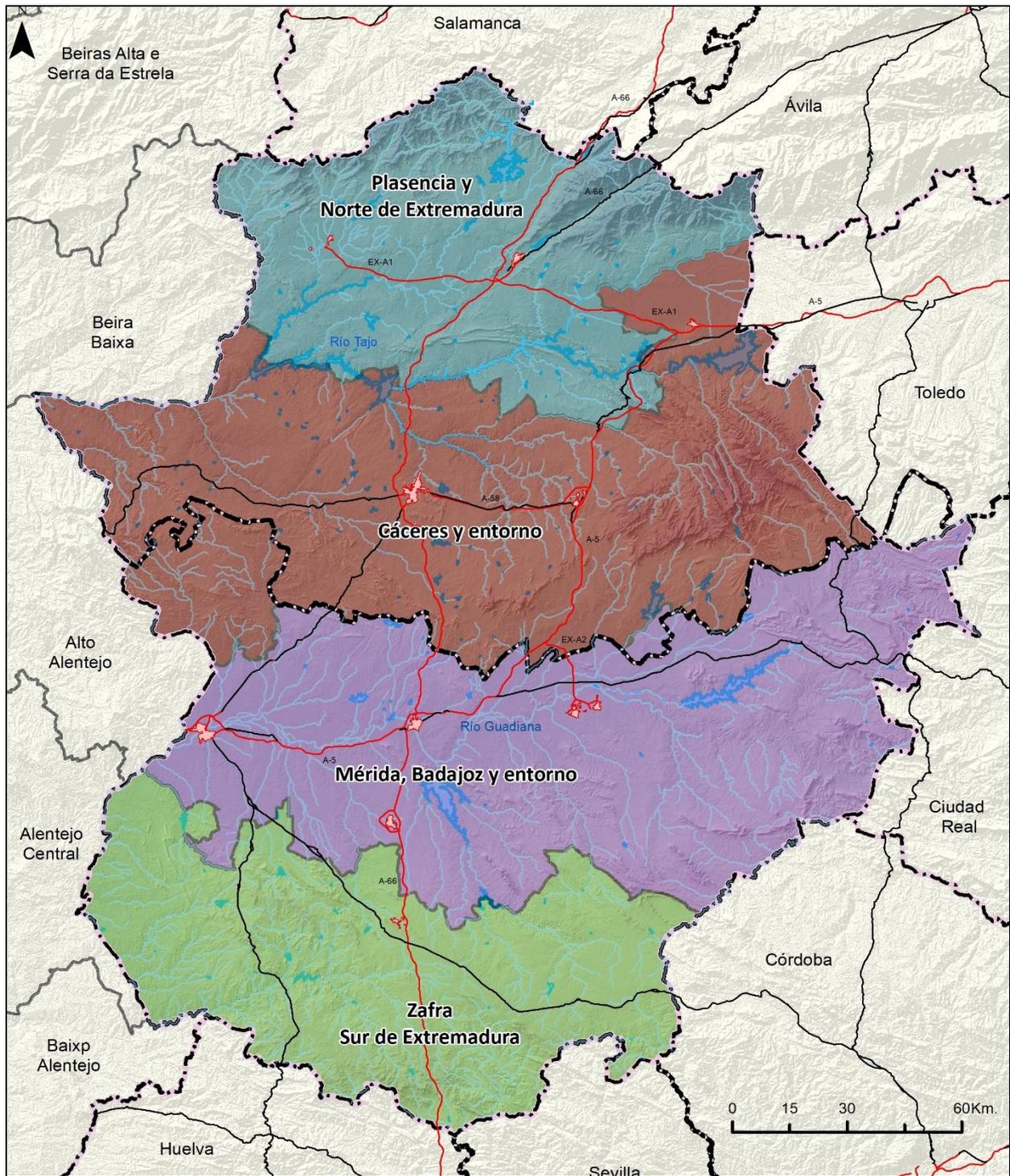
Ahillones, Alconchel, Alconera, Almendral, Atalaya, Azuaga, Barcarrota, Berlanga, Bienvenida, Bodonal de la Sierra, Burguillos del Cerro, Cabeza la Vaca, Calera de León, Calzadilla de los Barros, Campillo de Llerena, Casas de Reina, Chelos, Feria, Fregenal de la Sierra, Fuente de Cantos, Fuente del Arco, Fuente del Maestre, Fuentes de León, Granja de Torrehermosa, Higuera de Llerena, Higuera de Vargas, Higuera la Real, Jerez de los Caballeros, Lapa (La), Llera, Llerena, Maguilla, Malcocinado, Medinas de las Torres, Monesterio, Montemolín, Morera (La), Nogales, Oliva de la Frontera, Olivenza, Parra (La), Peraleda del Zaucejo, Puebla de Sancho Pérez, Puebla del Maestre, Reina, Retamal de Llerena, Salvaleón, Salvatierra de los Barros, Santos de Maimona (Los), Segura de León, Tálaga, Torre de Miguel Sesmero, Trasierra, Usagre, Valencia de las Torres, Valencia del Mombuey, Valencia del Ventoso, Valle de Matamoras, Valle de Santa Ana, Valverde de Burguillos, Valverde de Leganés, Valverde de Llerena, Villagarcía de la Torre, Villanueva del Fresno, Zafra y Zahínos.

MAPA TERRITORIOS



Fuente: Elaboración propia y Centro Nacional de Información Geográfica (CNIG)

MAPA ZONAS



Fuente: Elaboración propia y Centro Nacional de Información Geográfica (CNIG)

2. PROPUESTAS DE MEJORAS DEL SECTOR TURÍSTICO

PRESENTACIÓN

En este bloque se recogen las percepciones, valoraciones, opiniones y propuestas de expertos en turismo de la región, procedentes de tres tipos de fuentes:

- 47 entrevistas en profundidad a expertos relacionados con el sector turístico
- 196 encuestas a empresarios turísticos sobre impactos y expectativas de turismo en su territorio.
- 6 grupos focales (Focus Groups)

Si bien, dichas técnicas han sido realizadas de forma independiente, entre septiembre y noviembre de 2018, en este apartado de la memoria anual se integran las partes esenciales de las aportaciones recogidas, que en algunos casos se ha sintetizado y tabulado a fin de presentar los datos de una manera más concreta, si bien el lector o el investigador puede acceder al conjunto de datos y al discurso generado mediante estos procedimientos a través de los cauces institucionales preceptivos. En consecuencia, en un solo documento, se ha tratado de sintetizar la percepción de empresarios y expertos remitidos a los territorios turísticos de Extremadura y también las principales demandas existentes en materia turística, además de las medidas o propuestas de mejora formuladas por nuestros interlocutores.

FICHA TÉCNICA

OBJETIVOS

Conocer la percepción de la población de las zonas turísticas de Extremadura respecto del turismo, y las principales demandas existentes en materia turística, y, además, conocer qué medidas o propuestas de mejora son demandadas.

De manera más específica:

1. Percepción de la población de las zonas turísticas de Extremadura respecto del turismo
 - 1.1. Situación actual del sector turístico en Extremadura
 - 1.2. Resultados en cuanto a rentabilidad y empleo
 - 1.3. Perspectiva en cuanto a reservas, ventas y precios
 - 1.4. Tipología de turismo de mayor impacto en esta zona
 - 1.5. Tipos de turismo de bajo impacto
 - 1.6. Opinión sobre el “retorno” de las inversiones.
2. Principales demandas existentes en materia turística, en particular las relativas al incremento de las pernoctaciones.
3. Medidas o propuestas de mejora
 - 3.1. Valoración de la coordinación entre los diferentes actores de las políticas turísticas
 - 3.2. Percepción de la participación para el diseño de políticas turísticas y para el diseño de la promoción turística de sus áreas.
 - 3.3. Percepción de la formación para afrontar los retos del sector

METODOLOGÍA	<p>Análisis. Descriptivo.</p> <p>Este bloque es el resultado de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 47 Entrevistas en profundidad a expertos relacionados con el sector turístico. • 196 Encuestas a empresarios turísticos sobre impactos y expectativas de turismo en su territorio. • 6 grupos focales (o técnicas de dinámica de grupo)
FECHA TRABAJO DE CAMPO	Septiembre a noviembre 2018
ACTORES ENTREVISTADOS	Informantes relevantes del sector empresarial y técnicos del turismo en el ámbito local y regional.
INFERENCIA DEL DISCURSO	No cabe la posibilidad de inferir los resultados al conjunto del sector a escala local o regional. Las opiniones recogidas son consideradas cualificadas y relevantes, pero no generalizables al colectivo de informantes (empresarios, técnicos y expertos).
VARIABLE DE SEGMENTACIÓN	<p>Zona turística</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cáceres y entorno • Mérida, Badajoz y Entorno • Plasencia y Norte de Extremadura • Zafra-Sur de Extremadura

PRINCIPALES RESULTADOS

Percepción de la población de las zonas turísticas de Extremadura respecto del turismo

- ✓ La valoración global que realizan los informantes “expertos” es “Buena o muy buena”, en el 68% de los casos; si bien cuando se pregunta al segmento de empresarios, la percepción es que la situación calificada de “Buena o muy buena” es para el 57,2%. Entre los “Gestores y responsables público” tanto urbano como rural, encontramos el mayor nivel de optimismo; en cambio los empresarios, tanto rurales como urbanos se muestran más cautos: en especial los empresarios rurales entrevistados, el 75% dicen que la situación es tan solo “regular”.
- ✓ Por zonas turísticas, quienes muestran más optimismos son los de Plasencia y Norte de Extremadura, tanto en el sector de empresarios (“buena+muy buena=64,7%), como entre los expertos encuestados (“buena+muy buena=87,5%). Los empresarios de la Zona Cáceres y entorno, se muestran más cautos en su percepción de la situación (“buena+muy buena=52,7%). En general, la opinión de los expertos tienen a ser mucho más positiva, donde encontramos la mayor discrepancia entre lo que piensan los expertos encuestados y los empresarios, es en la zona de Zafra-Sur de Extremadura, aquí los expertos consideran la situación del turismo como “buena+muy buena” en el 83,4%; en tanto que si se pregunta al segmento de empresarios, de esta zona, tan solo lo consideran como o “buena+muy buena” en el 48,5%.

La evaluación de los resultados

Los empresarios a 196 del sector turístico de Extremadura encuestados se distribuyen territorialmente del siguiente modo (tabla 41): Cáceres y entorno, el 27,9%; Mérida, Badajoz y entorno, el 29,4%; Plasencia y Norte de Extremadura, el 25,9% y Zafra - Sur de Extremadura, el 16,8%.

La valoración del impacto del turismo en sus zonas, que realizan los empresarios encuestados es la siguiente: la mayor parte sostienen que “no he ampliado mi negocio” en los 2 últimos años (64,5%), aunque un poco más de la mitad (51,3%), afirma haber contratado a más empleados. En lo que se refiere al impacto que el turismo tiene en su localidad, los tres ítems toman posiciones elevadas:

- ✓ En los últimos 2 años vienen más turistas a visitarnos (74,1%),
- ✓ Los turistas que vienen son turistas nacionales (92,9%)
- ✓ y el turismo es una buena opción para el desarrollo de la zona/localidad (95,9%).

Evaluación de resultados y expectativas. En este caso se refiere a beneficios, los precios, el empleo, las reservas y las ventas. En relación con la evaluación de los resultados, los informantes señalan que todos estos aspectos “se mantienen” (dentro de la escala: “disminuye-se mantiene-aumenta”). El mayor porcentaje de informantes que dicen que “se mantiene” es el referido a los precios (75,5%), también el referido al empleo (70,9%).

En lo relativo a las expectativas el empleo (66,3%) y los precios (75,5%) son mayoría los que opinan que “se mantendrán” en los próximos meses. Respecto a los otros ítems (beneficios, las reservas y las ventas), se observa mayor incertidumbre; por ejemplo, sobre los beneficios un 24,5% afirma que puede que disminuyan, en cambio reservas y ventas en torno a un 30% de encuestados sostienen que aumentarán.

Para los expertos consultados (hay que decir que en general muestran una percepción más optimista que el empresariado), respecto de beneficios, precios, empleo, reservas y ventas, destacamos los siguientes datos:

- ✓ Con carácter general, la percepción es que las reservas aumentan (63,8%). El resto de variables se mantienen o aumentan.
- ✓ A continuación, se analiza cada indicador desde la perspectiva del tipo de informante, nos centramos en los que señalan que “aumenta”:
 - en cuanto a los beneficios, casi el 40% indica esto, siendo los más optimistas el tipo “Gestor y responsable público urbano” (75%).

- En cuanto a precios, el 28% señalan que estos aumentan, aunque la mayor parte, el 55,5% se inscribe en el valor “se mantienen”.
- Sobre el empleo, el 36% señalan que “aumenta”, siendo también en este caso los más optimistas los Gestor y responsable público urbano.
- Sobre las reservas, el 63.8% indica que estas aumentan, siendo en este caso los más positivos tanto los gestores y responsable públicos urbanos como rurales.
- Respecto de las ventas, el 40% indica que aumentan.

El impacto que tiene en su localidad (o zona) diferentes tipos de turismo.

- ✓ Con carácter general, el que se considera de **“mayor impacto”** es el Turismo histórico-cultural (617%), seguido de Eventos (fiestas, conciertos, teatro, mercadillos medievales...) (53,2%)
- ✓ Por tipología y zonas turísticas (ZT), destacamos aquellos tipos de turismo que los informantes consideran de mayor impacto los siguientes:
 - El turismo vinculado a Eventos (fiestas, conciertos, teatro, mercadillos medievales,...), es considerado de alto impacto sobre todo en Mérida, Badajoz y Entorno (63,2%) y en el resto de ZT excepto en Zafra-Sur de Extremadura (solo el 33%).
 - El Turismo histórico cultural es considerado de alto impacto por el 62% de los encuestados, especialmente destaca en las ZT de Plasencia y Norte de Extremadura (75%) y Cáceres y entorno (72%).
 - El Turismo gastronómico tiene alto impacto para el 47% de los encuestados. Aquí destaca la ZT de Zafra-Sur de Extremadura (66,7%).
 - El Turismo de naturaleza (p. e., ornitológico, dehesa,...) es considerado como medio y alto impacto, donde más opciones presenta es en la ZT de Mérida, Badajoz y Entorno (42,1% considera que tiene alto impacto).
 - El Turismo de retorno (emigrantes, hijos o nietos que regresan a la localidad por puentes y vacaciones), es considerado de alto impacto por el 43%. Y si se suma el porcentaje de “medio impacto”, alcanza el 61,7%. Especial incidencia tiene en la zona de Zafra-Sur de Extremadura (67%).
- ✓ En cambio, el tipo de turismo considerado **“de bajo impacto”** es:
 - El agro turismo, solo el 60% de los territorios los considera de bajo impacto. Donde más posibilidades tiene (impacto medio, en el 50% de las opiniones, es en Zafra-Sur de Extremadura.
 - Turismo cinegético, vinculado a caza, es considerado de bajo impacto, en particular en Zafra-Sur de Extremadura y Plasencia y Norte de Extremadura.
 - El Turismo ligado a Congresos, es considerado de alto impacto tan solo por el 17% de los encuestados. Solamente en la ZT de Mérida, Badajoz y Entorno, un 37% de los encuestados sostienen que tiene alto impacto.

Demandas formuladas por el sector.

En este epígrafe, además de las demandas específicas que libremente puedan ser formuladas, el equipo de investigación somete a valoración de los entrevistados la coordinación entre los diferentes actores de las políticas turísticas (empresarios, administración, etc.); la participación en el diseño de las políticas de turismo; si cuentan con “personas como usted” para el diseño de la promoción turística de su localidad/comarca y, finalmente, si consideran que están suficientemente formados en turismo los Empresarios y empleados de la zona. En general, para los 4 ítems, el porcentaje de “poco+algo” llega al 74%.

Además, en este apartado se aborda las opiniones sobre si se crean empresas, y puestos de trabajo en el sector del turismo, así como si se considera que hay “retorno” de las inversiones realizadas en turismo en esta localidad/zona, sobre si se percibe en la población local sensación de hartazgo del flujo turístico (hay demasiados turistas); finalmente si, en los últimos 2 años, diría que vienen más turistas

aquí... Con carácter general, la opinión mayoritaria, en estos ítems es “poco+algo”, con un 74%. Las posiciones más relevantes están en el ítem “algo”, y aquí destaca la creación de empresas y los puestos de trabajo.

En esta batería de cuestiones hay un indicador sobre la “cagar turística” que reciben las zonas (“Percibe en la población local sensación de hartazgo del flujo turístico (hay demasiados turistas)” y la opinión mayoritaria es que es poco (76,6%).

Sobre el “fomento de la actividad turística”, una parte importante de los encuestados (91,3%) piensan que “quedan por desarrollar cosas importantes del sector turístico en su zona o localidad”. En la parte correspondiente de este bloque se han recogido las opiniones textuales de los informantes, según la zona donde tiene radicada su empresa. En general destaca la idea de que “publicidad”, o “transporte”, son aspectos importantes a mejorar. A fin de sistematizar el amplio abanico de propuestas y demandas formuladas, en preguntas abiertas **por parte de los empresarios del sector** se ha procedido a categorización de las respuestas (tabla 22). De modo muy sintético el resultado es:

- ✓ En CÁCERES Y ENTORNO, el panorama es muy amplio de propuestas de tal forma que se distribuyen en cinco categorías, por este orden: Promoción turística. Colaboración entre empresas e implicación del sector público. Mejora en transportes y/o accesos. Conservación y mejora de infraestructuras.
- ✓ En MÉRIDA, BADAJOZ Y ENTORNO, las demandas están más concentradas en dos bloques: se centran más bien en Fomento y mejora de los servicios de actividades turísticas y Mejora en transportes y/o accesos.
- ✓ En PLASENCIA Y NORTE DE EXTREMADURA, las propuestas se concentran en Promoción turística. Y Conservación y mejora de infraestructuras.
- ✓ En ZAFRA - SUR DE EXTREMADURA, en Fomento y mejora de los servicios de actividades turísticas. Y Promoción turística.

Este apartado recoge una serie exhaustiva de demandas, tal y como las formulan los propios encuestados.

Las demandas relativas al problema del incremento de las pernociaciones. En una pregunta abierta se recogen un conjunto amplio de ideas para fomentar las pernociaciones, se han sistematizado en 8 categorías (*1. Control sobre los servicios y establecimientos. 2. Incrementar actividades de interés turístico y/o articulación de la oferta existente. 3. Mejorar la calidad de los servicios turísticos. 4. Mejorar el atractivo turístico de zonas y recursos. 5. Mejorar el transporte, las comunicaciones y accesos. 6. Mejora en la formación profesional. 7. Promoción e información 8. Otros*) (tabla 24). Estas demandas, en base a su distribución geográfica, destacan las siguientes, formulaciones:

- ✓ En CÁCERES Y ENTORNO, sobre todo se demanda “2. Incrementar actividades de interés turístico y/o articulación de la oferta existente” (28,9%). Esta demanda es la más relevante en todas las zonas, aunque en la de Cáceres y entorno tiene menor peso, en comparación con el resto de zonas. A esta demanda aquí le siguen, con un 20% respectivamente por “4. Mejorar el atractivo turístico de zonas y recursos.” Y “7. Promoción e información”.
- ✓ En MÉRIDA, BADAJOZ Y ENTORNO, como se ha señalado sobre todo se demanda sobre todo se demanda “2. Incrementar actividades de interés turístico y/o articulación de la oferta existente” (37%), seguido de “4. Mejorar el atractivo turístico de zonas y recursos”, con un 19,6%
- ✓ En PLASENCIA Y NORTE DE EXTREMADURA, también se insiste en el punto cuatro: “4. Mejorar el atractivo turístico de zonas y recursos”, con un 34,1%, seguido del punto séptimo: “7. Promoción e información” (24,4%)
- ✓ En ZAFRA - SUR DE EXTREMADURA, en esta zona las demandas se concentran en dos aspectos, el primero de ellos, que comparte con el resto, si bien aquí el nivel de demanda es sensiblemente mayor, “2. Incrementar actividades de interés turístico y/o articulación de la oferta existente” (38,1%) y “7. Promoción e información” (33,3%).

El informe recoge una pormenorización de los contenidos de acciones, propuestas y demandas que formulan los encuestados en torno a estas ocho áreas.

PERCEPCIÓN DE LA POBLACIÓN DE LAS ZONAS TURÍSTICAS DE EXTREMADURA RESPECTO DEL TURISMO

Valoración de la situación de empresarios y expertos, por zonas turísticas

Tabla 1. Percepción general de empresarios y expertos sobre la situación actual del sector del turismo. (Porcentajes).

	Empresarios N=196	Expertos. N= 47
1. MUY MALA. No ganamos sino lo suficiente para mantener el negocio y pensamos con frecuencia en salir del mercado, esto no es negocio	8,2	0
2. MALA. No hay crecimiento, sino descenso, en la rentabilidad. No sabemos muy bien qué hacer y nos mantienen vivos nuestros clientes de hace años.	7,7	2,1
3. REGULAR. En crecimiento es casi nulo. Nos mantenemos expectantes pero el panorama de corto y mediano plazo es incierto.	26,5	25,5
4. BUENA. Crecemos a un ritmo lento, pero nos mantenemos optimistas. Esperamos la mejora en el mediano plazo (2-3 años).	51,5	51,1
5. MUY BUENA. Estamos creciendo y tenemos planes de expansión en un corto plazo (1 año).	6,1	17,0
Ns/nc	0	4,3
Total	100,0	100,0

Gráfico 1. Representación gráfica de la percepción general de empresarios y expertos sobre la situación actual del sector del turismo. (Porcentajes)

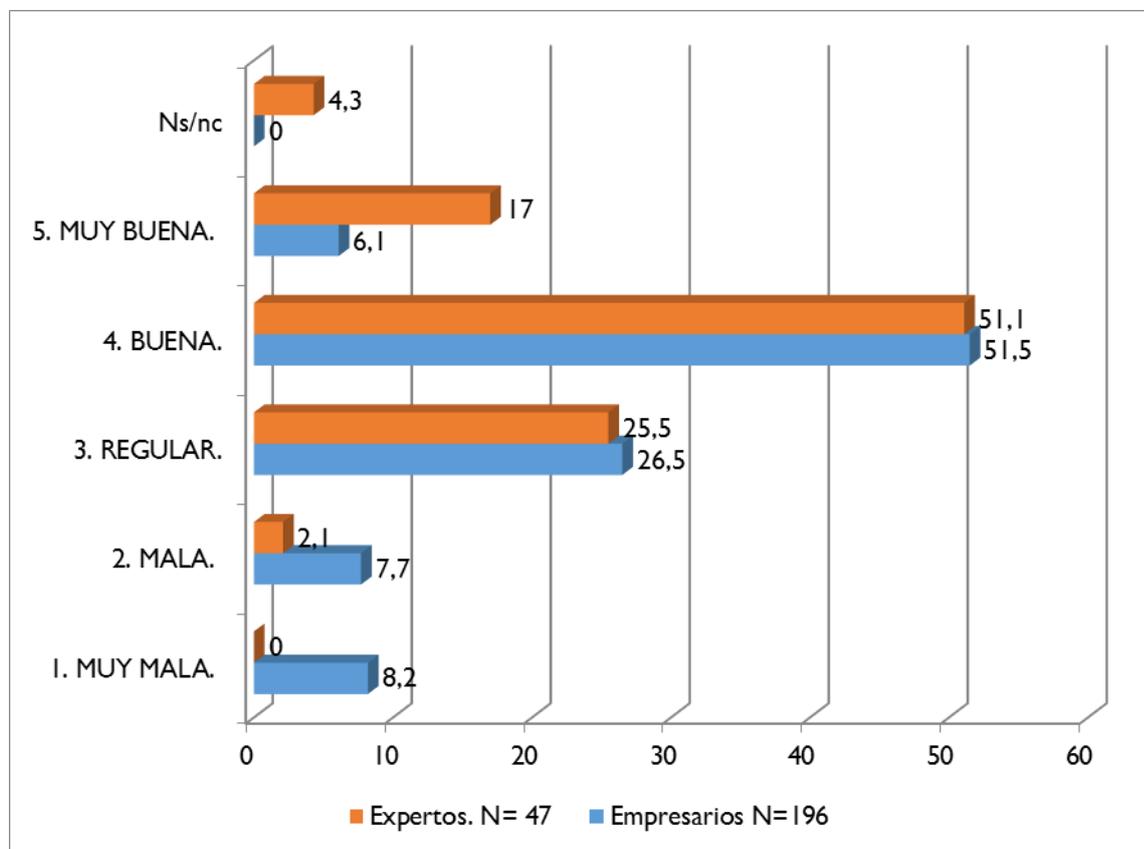


Tabla 2. Percepción de los empresarios de la situación actual del sector del turismo según zonas turísticas. (Porcentajes. N=197)

Tabla de contingencia 3. ¿Cuál es la situación actual del sector del turismo en su localidad? * ZONA TURISTICA						
% dentro de ZONA TURISTICA						
3. ¿Cuál es la situación actual del sector del turismo en su localidad?		ZONA TURISTICA				Total
		Cáceres y entorno	Mérida, Badajoz y entorno	Plasencia y Norte de Extremadura	Zafra - Sur de Extremadura	
	1. MUY MALA	18,2%	5,3%	2,0%	6,1%	8,2%
	2. MALA.	7,3%	7,0%	5,9%	12,1%	7,7%
	3. REGULAR.	21,8%	26,3%	27,5%	33,3%	26,5%
	4. BUENA.	49,1%	56,1%	56,9%	39,4%	51,5%
	5. MUY BUENA.	3,6%	5,3%	7,8%	9,1%	6,1%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabla 3. Percepción de los expertos de la situación actual del sector del turismo según zonas turísticas. (Porcentajes. N=477)

Tabla de contingencia 8. ¿Cuál es la situación actual del sector del turismo en su localidad? (Si usted no es empresario, por favor, recoja la que cree es la opinión mayoritaria de estos) * I.I. Zona turística						
% dentro de I.I. Zona turística						
8. ¿Cuál es la situación actual del sector del turismo en su localidad?		I.I. Zona turística				Total
		Cáceres y entorno	Mérida, Badajoz y Entorno	Plasencia y Norte de Extremadura	Zafra-Sur de Extremadura	
	2. MALA		5,3%			2,1%
	3. REGULAR.	28,6%	31,6%	12,5%	16,7%	25,5%
	4. BUENA.	50,0%	36,8%	75,0%	66,7%	51,1%
	5. MUY BUENA.	21,4%	15,8%	12,5%	16,7%	17,0%
	Ns/nc		10,5%			4,3%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Valoración de aspectos concretos del negocio turístico por zonas turísticas

- Ampliación del negocio.

Tabla 4. Empresarios. En relación a su establecimiento, ¿Qué impacto tiene el turismo?: He ampliado mi negocio en los 2 últimos años y he contratado personal en los 2 últimos años (Porcentajes. N=196)

Tabla de contingencia I.I. He ampliado mi negocio en los 2 últimos años * ZONA TURISTICA						
		ZONA TURISTICA				Total
		Cáceres y entorno	Mérida, Badajoz y entorno	Plasencia y Norte de Extremadura	Zafra - Sur de Extremadura	
I.I. He ampliado mi negocio en los 2 últimos años	Ns/nc		1,7%	2,0%		1,0%
	No	69,1%	58,6%	68,6%	60,6%	64,5%
	Sí	30,9%	39,7%	29,4%	39,4%	34,5%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Incremento de contrataciones.

Tabla 5. Empresarios. En relación a su establecimiento, ¿Qué impacto tiene el turismo?: he contratado personal en los 2 últimos años (Porcentajes. N=196)

Tabla de contingencia 1.2. He contratado personal en los 2 últimos años * ZONA TURISTICA						
		ZONA TURISTICA				Total
		Cáceres y entorno	Mérida, Badajoz y entorno	Plasencia y Norte de Extremadura	Zafra - Sur de Extremadura	
1.2. He contratado personal en los 2 últimos años	Ns/nc		1,7%	2,0%		1,0%
	No	52,7%	43,1%	47,1%	48,5%	47,7%
	Sí	47,3%	55,2%	51,0%	51,5%	51,3%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Evaluación del impacto del turismo en su localidad/comarca

Tabla 6. Empresarios. En los últimos 2 años vienen más turistas a visitarnos. (Porcentajes. N=196)

Tabla de contingencia 2.1. En los últimos 2 años vienen más turistas a visitarnos * ZONA TURISTICA						
		ZONA TURISTICA				Total
		Cáceres y entorno	Mérida, Badajoz y entorno	Plasencia y Norte de Extremadura	Zafra - Sur de Extremadura	
2.1. En los últimos 2 años vienen más turistas a visitarnos	Ns/nc		1,7%			,5%
	No	27,3%	17,2%	31,4%	27,3%	25,4%
	Sí	72,7%	81,0%	68,6%	72,7%	74,1%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabla 7. Empresarios. Los turistas que vienen son turistas nacionales. (Porcentajes. N=196)

Tabla de contingencia 2.2. Los turistas que vienen son turistas nacionales * ZONA TURISTICA						
		ZONA TURISTICA				Total
		Cáceres y entorno	Mérida, Badajoz y entorno	Plasencia y Norte de Extremadura	Zafra - Sur de Extremadura	
2.2. Los turistas que vienen son turistas nacionales	Ns/nc		1,7%			,5%
	No	7,3%	8,6%	2,0%	9,1%	6,6%
	Sí	92,7%	89,7%	98,0%	90,9%	92,9%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabla 8. Empresarios. El turismo es una buena opción para el desarrollo de la zona/localidad. (Porcentajes. N=196)

Tabla de contingencia 2.4. El turismo es una buena opción para el desarrollo de la zona/localidad * ZONA TURISTICA						
		ZONA TURISTICA				Total
		Cáceres y entorno	Mérida, Badajoz y entorno	Plasencia y Norte de Extremadura	Zafra - Sur de Extremadura	
2.4. El turismo es una buena opción para el desarrollo de la zona/localidad	Ns/nc		1,7%		3,0%	1,0%
	No		3,4%	5,9%	3,0%	3,0%
	Si	100,0%	94,8%	94,1%	93,9%	95,9%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Percepción de los resultados empresariales por zonas turísticas

Tabla 9. Empresarios. Los Resultados de su empresa en lo que va de año, disminuyen o aumentan (Porcentajes. N=196)

	LOS BENEFICIOS	LOS PRECIOS	EL EMPLEO	LAS RESERVAS	LAS VENTAS
1. DISMINUYE	16,8	11,2	14,8	16,8	17,3
2. SE MANTIENE	58,7	75,5	70,9	52,6	56,6
3. AUMENTA	24,5	13,3	13,3	29,6	24,5
Ns/nc			1,0	1,0	1,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

- Los beneficios

Tabla 10. Empresarios. Los beneficios * zona turística (Porcentajes. N=196)

Tabla de contingencia 4.1. Los beneficios * zona turística						
4.1. LOS BENEFICIOS		ZONA TURISTICA				Total
		Cáceres y entorno	Mérida, Badajoz y entorno	Plasencia y Norte de Extremadura	Zafra - Sur de Extremadura	
	1. DISMINUYE	29,1%	12,3%	7,8%	18,2%	16,8%
	2. SE MANTIENE	50,9%	59,6%	66,7%	57,6%	58,7%
	3. AUMENTA	20,0%	28,1%	25,5%	24,2%	24,5%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Los precios

Tabla 11. Empresarios. Los precios * zona turística (Porcentajes. N=196)

Tabla de contingencia 4.2. Los precios * zona turística						
4.2. LOS PRECIOS		ZONA TURISTICA				Total
		Cáceres y entorno	Mérida, Badajoz y entorno	Plasencia y Norte de Extremadura	Zafra - Sur de Extremadura	
	1. DISMINUYE	9,1%	12,3%	11,8%	12,1%	11,2%
	2. SE MANTIENE	76,4%	68,4%	82,4%	75,8%	75,5%
	3. AUMENTA	14,5%	19,3%	5,9%	12,1%	13,3%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- El empleo

Tabla 12. Empresarios. El empleo * zona turística (Porcentajes. N=196)

Tabla de contingencia 4.3. El empleo * zona turística					
4.3. EL EMPLEO	ZONA TURISTICA				Total
	Cáceres y entorno	Mérida, Badajoz y entorno	Plasencia y Norte de Extremadura	Zafra - Sur de Extremadura	
Ns/nc			3,9%		1,0%
1. DISMINUYE	14,5%	14,0%	11,8%	21,2%	14,8%
2. SE MANTIENE	70,9%	73,7%	66,7%	72,7%	70,9%
3. AUMENTA	14,5%	12,3%	17,6%	6,1%	13,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Las reservas

Tabla 13. Empresarios. Las reservas * zona turística (Porcentajes. N=196)

Tabla de contingencia 4.4. Las reservas * zona turística					
4.4. LAS RESERVAS	ZONA TURISTICA				Total
	Cáceres y entorno	Mérida, Badajoz y entorno	Plasencia y Norte de Extremadura	Zafra - Sur de Extremadura	
	1,8%		2,0%		1,0%
1. DISMINUYE	21,8%	15,8%	11,8%	18,2%	16,8%
2. SE MANTIENE	52,7%	59,6%	45,1%	51,5%	52,6%
3. AUMENTA	23,6%	24,6%	41,2%	30,3%	29,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Las ventas

Tabla 14. Empresarios. Las ventas * zona turística (Porcentajes. N=196)

Tabla de contingencia 4.5. Las ventas * zona turística					
4.5. LAS VENTAS	ZONA TURISTICA				Total
	Cáceres y entorno	Mérida, Badajoz y entorno	Plasencia y Norte de Extremadura	Zafra - Sur de Extremadura	
Ns/nc			5,9%		1,5%
1. DISMINUYE	20,0%	21,1%	5,9%	24,2%	17,3%
2. SE MANTIENE	58,2%	50,9%	60,8%	57,6%	56,6%
3. AUMENTA	21,8%	28,1%	27,5%	18,2%	24,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Las expectativas para los próximos meses por zonas turísticas

Tabla 15. Empresarios. ¿Qué espera usted que pase en los próximos meses, sobre estos asuntos en su empresa? (Porcentajes. N=196)

	LOS BENEFICIOS	LOS PRECIOS	EL EMPLEO	LAS RESERVAS	LAS VENTAS
Ns/nc			1,0	1,5	1,5
1. DISMINUYE	24,5	11,7	17,3	23	23
2. SE MANTIENE	44,9	75,0	66,3	43,9	44,9
3. AUMENTA	30,6	13,3	15,3	31,6	30,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

- Los beneficios

Tabla 16. Empresarios. Expectativas para los próximos meses: Los beneficios * zona turística. (Porcentajes. N=196)

Tabla de contingencia 5.1. Los beneficios * zona turística						
5.1. LOS BENEFICIOS	ZONA TURISTICA				Total	
	Cáceres y entorno	Mérida, Badajoz y entorno	Plasencia y Norte de Extremadura	Zafra - Sur de Extremadura		
1. DISMINUYE	25,5%	21,1%	27,5%	24,2%	24,5%	
2. SE MANTIENE	40,0%	50,9%	39,2%	51,5%	44,9%	
3. AUMENTA	34,5%	28,1%	33,3%	24,2%	30,6%	
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

- Los precios

Tabla 17. Empresarios. Expectativas para los próximos meses: Los precios * zona turística (Porcentajes. N=196)

Tabla de contingencia 5.2. Los precios * zona turística					
5.2. LOS PRECIOS	ZONA TURISTICA				Total
	Cáceres y entorno	Mérida, Badajoz y entorno	Plasencia y Norte de Extremadura	Zafra - Sur de Extremadura	
1. DISMINUYE	9,1%	21,1%	7,8%	6,1%	11,7%
2. SE MANTIENE	78,2%	68,4%	76,5%	78,8%	75,0%
3. AUMENTA	12,7%	10,5%	15,7%	15,2%	13,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- El empleo

Tabla 18. Empresarios. Expectativas para los próximos meses: El empleo * zona turística (Porcentajes. N=196)

Tabla de contingencia 5.3. El empleo * zona turística					
5.3. EL EMPLEO	ZONA TURISTICA				Total
	Cáceres y entorno	Mérida, Badajoz y entorno	Plasencia y Norte de Extremadura	Zafra - Sur de Extremadura	
			2,0%	3,0%	1,0%
1. DISMINUYE	14,5%	15,8%	19,6%	21,2%	17,3%
2. SE MANTIENE	65,5%	71,9%	60,8%	66,7%	66,3%
3. AUMENTA	20,0%	12,3%	17,6%	9,1%	15,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Las reservas

Tabla 19. Empresarios. Expectativas para los próximos meses: Las reservas * zona turística (Porcentajes. N=196)

Tabla de contingencia 5.4. Las reservas * zona turística					
	ZONA TURISTICA				Total
	Cáceres y entorno	Mérida, Badajoz y entorno	Plasencia y Norte de Extremadura	Zafra - Sur de Extremadura	
	1,8%	1,8%	2,0%		1,5%
1. DISMINUYE	20,0%	22,8%	25,5%	24,2%	23,0%
2. SE MANTIENE	43,6%	47,4%	39,2%	45,5%	43,9%
3. AUMENTA	34,5%	28,1%	33,3%	30,3%	31,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Las ventas

Tabla 20. Empresarios. Expectativas para los próximos meses: Las ventas * zona turística (Porcentajes. N=196)

Tabla de contingencia 5.5. Las ventas * zona turística					
5.5. LAS VENTAS	ZONA TURISTICA				Total
	Cáceres y entorno	Mérida, Badajoz y entorno	Plasencia y Norte de Extremadura	Zafra - Sur de Extremadura	
	1,8%		3,9%		1,5%
1. DISMINUYE	20,0%	21,1%	25,5%	27,3%	23,0%
2. SE MANTIENE	45,5%	49,1%	39,2%	45,5%	44,9%
3. AUMENTA	32,7%	29,8%	31,4%	27,3%	30,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Cuadro I. FG-Cáceres. Situación actual del sector turístico. Ideas centrales.

Situación actual del sector turístico en Extremadura

Empresarios

Situación es calificada de regular, aunque ha aumentado mucho la visita de turistas.

La caza como factor desestacionalizador: “La temporada de otoño y primavera que son las altas en el sector coincide con la temporada alta del turismo de caza”.

Situación regular, debido a la “falta proyección” de la política turística local.

Técnicos

Se califica la situación turística en la región como mala debido a que no se llega a explorar todas las potencialidades: “yo creo que aquí no se ha hecho nada y lo que se hace es rascar un poquito la pared, pero no se llega al corazón de crear una marca extremeña de todas a una. Veo división, Badajoz, Mérida, unas guerras internas sin sentido, cuando todo es un engranaje”.

“Me sumo a la situación regular y creo que tenemos un problema interno, primero tenemos que educarnos nosotros.”

Entre los técnicos también hay opiniones más favorables: “Soy mucho más positivo con la situación actual, creo que los datos de turistas recibidos últimamente no los hemos tenido nunca: es un sector joven, dinámico y estratégico para la región”.

“Veo en el Cluster es regular, pero tiene muchísimo potencial.”

Fuente: cuadro elaborado a partir de una selección y el tratamiento, con fines analíticos, de las expresiones literales de los participantes en el Focus Group.

Cuadro 2. FG-Mérida. Situación actual del sector turístico. Ideas centrales.

Empresarios	Técnicos
<p>Valoración positiva de la evolución del sector: “Estamos sufriendo un aumento en lo que es el turismo en Extremadura no solo por las acciones de la propia Administración Pública sino de que cada vez es más conocida por las redes sociales, es más barato llegar a más gente y no tienes que hacer un análisis exhaustivo de la promoción si llega o no.”</p>	<p>“Es buena pero mejorable. La mejora debe de venir a través de lo que es las comunicaciones.”</p>
<p>Existen potencialidades por explotar, y existe temor a una nueva recesión: “No estamos sabiendo aprovechar la situación de venta y asentamiento de un turismo de calidad. En el momento que todo se relaje y entremos en una recesión de aquí a un año o dos años, que suban los intereses, que la gente no sea capaz de financiar un viaje de verano, sufriremos la consecuencia de que al final como no somos destino en ciertas zonas de Extremadura, volveremos a bajar en el nivel de ocupación.”</p>	<p>Se incrementa el turismo de calidad: “Los últimos 10 años el turismo ha aumentado, se está seleccionando mucho, es un turismo de más calidad. El que viene ahora no es el que venía hace 20 años.”</p>
<p>“Yo lo he notado en este año, en el mío que es un turismo cultural. Nosotros diversificamos mucho en su día...habiéndome asentado en Aljucén, que me decían que era una locura al lado de Mérida, y realmente es la instalación que mejor me funciona y tenemos en Sevilla, Murcia, Orellana... Y la que más clientes demanda.”</p>	<p>Se valora la apuesta de la Junta de Extremadura por ciudades como Mérida: “La Junta de Extremadura apuesta mucho por ciudades como Mérida, Cáceres, pero debería un poco de abrirse a Medellín... Eso incrementará las pernoctaciones...”</p>
<p>Se percibe el descenso del turismo extranjero: “Yo he notado que este año han bajado muchísimo los grupos de extranjeros. Por ejemplo, grupos franceses o canadienses que llevaba trabajando mucho tiempo con ellos, este año no han venido...”</p>	
<p>Se valora la eficacia de la promoción en redes virtuales: “La promoción, creo, se intenta hacer a nivel global, no sé si lo hacemos bien o mal. En cuanto a redes sociales, ahora tenemos gentes muy buenas haciéndolo y ha habido una explosión de seguidores y de repercusión de los posts que se ponen en Facebook, twitter, Instagram y YouTube y ahí se da información de lo que va a suceder dentro de poco e intentamos dar información de toda Extremadura.”</p>	

Fuente: cuadro elaborado a partir de una selección y el tratamiento, con fines analíticos, de las expresiones literales de los participantes en el Focus Group.

Cuadro 3. FG-Plasencia. Resultados en cuanto a rentabilidad y empleo. Ideas centrales.

Empresarios

El turismo no compensa la pérdida de empleo en otros sectores: “Si hablamos del sector turístico hemos crecido, pero como estamos a un ritmo de un sitio tan bajo, tan bajo, el crecimiento se nota menos. El triste que estemos perdiendo bastante... ha aumentado el paro el Plasencia, paro en general, sobre todo juvenil, se nos van nuestros jóvenes.”

Sobre rentabilidad de las inversiones: “Estamos un poquito olvidados, hay que llenar de contenidos el Palacio de Congresos, se puede mejorar. Hay que rehabilitar casas viejas del casco antiguo, vacías, y dar contenido y empleo a Plasencia, se pueden contratar a personas. Además, Plasencia necesita más titulaciones universitarias, eso crea riqueza, públicas o privadas, la que pueda venir, que no sean incompatibles con otras zonas.”

Precariedad y estacionalidad: “Todo va encadenado, si tenemos un sector enfocado y muy cíclico por la estacionalidad, pues los trabajos no van a ser estables, contratamos a alguien para algo puntual.”

“Nosotros contamos con una ventaja de que no somos turismo de playa, que sí es estacional, el turismo interior no tiene por qué ser estacional, lo que pasa es que lo tienes que dotar de contenido y venderlo, visitando turoperadores ofreciendo los servicios, tanto los hoteles como los guías. Pues eso es lo que hay que hacer, salir a vender y darse a conocer, no podemos estar aquí esperando.”

“Algo sí hemos crecido (en empleo). Evidentemente, si yo hace un año tenía 1 apartamento y ahora 3, algo he crecido. En cuanto empleo, es difícil. Pero si en Plasencia, en teoría, hay 10 licencias más, ya hay 10 empleo más, eso de cajón, ya hemos crecido, con todo el empleo que se puede generar para el albañil, electricista, fontanero. No se pueden tirar muchas flores, pero algo de empleo sí se ha creado, al menos por alojamientos turísticos. “

Técnicos/Gestor

“Hay empleo, pero en determinadas zonas, sobre todo del Valle, hay una fecha de temporada alta muy marcada que se genera mucho empleo, pero es muy estacional.”

Falta de formación. “Los empresarios de mi zona se quejan de que no son profesionales, si no les das trabajo para todo el año, tampoco esperes que esté formado. Cada año te cambian, se resiente en el servicio.”

“Muchos crearon su negocio como una segunda fuente de ingresos, la principal actividad es la agricultura con la cereza y la mayoría tenían una casa en una finca y lo tienen como segunda opción si algún año no viene bien. Entonces, se autoemplean ellos, la pareja o los hijos.”

“Nuestra rentabilidad está condicionada en temporada baja, pero ¿cuándo tienes posibilidad de hacer negocio? En 8 días tiene que rentabilizar una empresa. Si el mes no tiene ni puente, en 8 días tiene que rentabilidad la empresa, las posibilidades llegan donde llegan, no puedes contratar a una persona por 1 mes porque no te genera caja suficiente como para tú rentabilizar.”

“Además, hay mucho intrusismo (guías turísticos) y no se controla y hay otro problema, están empezando a venir personas con el carnet de otras CCAA, homologados por otras CCAA.”

Empresarios

Técnicos/Gestor

“Pero yo creo que es más la estabilidad, la crisis fue fuerte, con muchos despidos, y eso ha causado mucho miedo por lo que pasará mañana, y ahora estamos en un estado de estabilidad.”

Fuente: cuadro elaborado a partir de una selección y el tratamiento, con fines analíticos, de las expresiones literales de los participantes en el Focus Group.

Cuadro 4. FG-Badajoz. Situación del turismo y rentabilidad. Ideas centrales.

Empresarios

Técnicos/Gestor

Se observa un avance en el sector: “Yo pienso que es un quiero y no puedo. Es cierto que vienen turistas, yo en todas las partes donde he estado lo percibo quizá no tanto como en otras localidades...Ahora lucho porque haya una información gastronómica, yo mismo llevo una iniciativa conozco a varias empresas de aquí y quería unos folletos gastronómicos de copas...”

Valoración positiva: “Hay más consumo con respecto a la emisión de viajes se nota mayor crecimiento en cuanto a potencial económico de la ciudad. Hablamos de la ciudad de Badajoz. Hay más movimiento en cuanto a recepción de actividad profesional, congresos, actividad, presentaciones de empresas. Tristemente Badajoz no es como Mérida y Cáceres, pero hay crecimiento en el sector.”

Buen comportamiento de las reservas: “Este último mes de septiembre, la media de ocupación que hemos en la plaza tenida es un 79%, eso es una barbaridad y el 50% de los hoteles hemos superado el 83% de ocupación.”

Valoración positiva de la actuación de las administraciones: “Se nota que se están haciendo cosas desde la Junta, la DGT, pero lo único que nos falta es que Junta, Diputación y Ayuntamiento vayan de la mano para que las empresas privadas sepan cuál es el camino a la hora de potenciar una cosa y otra.”

“Yo ahora mismo tengo 171 personas, hablamos de hotel, máquinas, casino y bingo. No nos podemos quejar, pero tengo compañeros que viven otras realidades más complicadas a la nuestra. Estamos hablando de hostelería, turismo, la poca preparación que creo que tenemos. EL 50% de nuestros clientes, por no decir el 60, son portugueses y tú vas a un hotel a Badajoz y te cuesta encontrar gente que hable en portugués, casi ningún restaurante tiene una carta en portugués.”

“Sí se ha notado el tema que ha tenido un crecimiento en estos dos últimos años, se ha notado bastante más, pero yo voy a poner mi nota negativa. Es una pena que el turismo de Extremadura funciona gracias al esfuerzo del empresario, no la Administración. Yo soy el único hotel de 5 estrellas de la ciudad y hotel número 1 de Extremadura y un cliente mío que viene en carnavales no tiene una triste información del Ayuntamiento.”

Empresarios

Técnicos/Gestor

Importancia del turismo asiático: “Nos estamos convirtiendo en la lanzadera del turismo asiático porque gran parte del turismo asiático está saliendo desde Lisboa, se está convirtiendo en el 20% de la ocupación de Badajoz, viene pernocta y se va al día siguiente, no estamos ofreciendo otra alternativa.”

En Badajoz se puede hacer algo más: “Mérida está llena, Cáceres también y Badajoz vacío porque si no tenemos teatro romano tenemos que ofrecer otras cosas. No entiendo como Mérida puede tener el Stone Music Festival y Badajoz no algo similar.”

“Badajoz ha aumentado mucho el turismo que tenía. Lo que tenemos ahora sigue siendo muy pobre, del 1 a 10 le pondría un 1 a Badajoz y Extremadura un poco más. Hay que trabajar por traer esos turistas de fuera a dentro. Nosotros ya sabemos lo que tenemos, pero hay que trabajar un poco coordinados.”

Fuente: cuadro elaborado a partir de una selección y el tratamiento, con fines analíticos, de las expresiones literales de los participantes en el Focus Group.

Cuadro 5. FG-Zafra. Situación del turismo. Ideas centrales

Empresarios	Técnicos/Gestor
<p>Regular: "...la zona de Jerez de los Caballeros, que suelo ir los lunes, y cantidad de autobuses con sus guías turísticos pero que son chicos que no son del ayuntamiento, formados y solos y guiando a los autobuses enseñando el pueblo, la iglesia y veo que va creciendo en Extremadura, no está lo que debería de estar."</p>	<p>Extremadura sigue siendo desconocida: "Extremadura siempre se dice que es la gran desconocida y eso me llega a mí de boca de mis propios clientes cuando vienen porque han visitado Cáceres, Mérida... y a lo mejor van directamente a Sevilla y a lo mejor el viaje es muy largo y paran en Zafra por hacer una simple parada y se encuentran con todo el casco histórico que no conocían."</p>
<p>Aún con los estragos de la crisis: "Extremadura desde el 2008 al 2015 se pegó un batacazo tremendo, tremendo, tremendo,... hasta el 2016 no creo que en el 2015... pues desde el 2008 al 2015, en mi opinión, el turismo descendió, pero muchísimo, porque tenemos turismo español, y éste se resintió, pero tremendamente."</p>	<p>Apoyo de la administración: "De todos modos, yo veo ahora unas autoridades algo más involucradas, se están dando cuenta... que ojo, tal y como está el mundo..."</p>
<p>"Porque aquí somos todos muy pequeños (eso es otra característica), con lo cual, cuando sopla un poco de aire nos lleva a todos en contra."</p>	<p>Intrusismo y control: "Hay mucho intrusismo y poco control. Es una lucha constante y tengo cierta esperanza... y también el tema de mi actividad, el tema de las empresas Free Tour con las visitas gratuitas no hacen más que reventar el mercado, porque a nadie le puede entrar en la cabeza que un producto se oferta gratuita, a la voluntad del cliente..."</p>
<p>Excesiva dependencia del mercado interior: Si nos ponemos ya en el 2015 evidentemente estamos recuperando. Dependemos mucho del mercado interior y de la situación económica en España. ¿Por qué? Porque no tenemos productos suficientemente desarrollados y atractivos para traer a ese turista y de una manera que lo atraigamos incluso cuando la economía vaya mal."</p>	
<p>"Como no tenemos turistas extranjeros, que ese sí viene a vernos concretamente, pues tenemos muy poca cantidad, y dependemos de los vaivenes."</p>	

Fuente: cuadro elaborado a partir de una selección y el tratamiento, con fines analíticos, de las expresiones literales de los participantes en el Focus Group.

Cuadro 6. FG-Guadalupe. Situación del turismo, ideas centrales.

Empresarios	Técnicos
<p>Otras regiones lo hacen mejor: “Llevo 13 años en este Parador, más de 20 en hostelería... Tengo que decir que la Junta de Extremadura nunca ha apostado por el turismo, empezando por ahí, y sigue siendo lento, no es posible que Galicia pasara de un extremo a otro en cero coma y nosotros con la historia de Extremadura no seamos capaces de salir adelante.”</p>	<p>Albergue de peregrinos: “En Guadalupe es el tema de los peregrinos, creo que debería haber un albergue, porque es un destino peregrino, entonces es una de las cosas que veo que flojea.”</p>
<p>No tenemos infraestructuras: “Aquí hay un problema claro, y es que no tenemos infraestructuras, que vienen minusválidos y no los podemos atender y recibir. Tenemos problemas de hace 40 años.”</p>	<p>Cooperación a nivel comarcal: “Hay que dar la oportunidad a ese sector de la población que dice, me voy a Cañamero, porque los alojamientos son más baratos.”</p>
<p>“Cualquier autovía está a 70-80 km de aquí, no tenemos nada y encima viene la gente. Tenemos un pueblo que la gente viene por carretera porque no tenemos acera.”</p>	<p>El colectivo de guías: “...está en guerra con Guadalupe, no pueden traer a sus grupos, gente muy mayor con movilidad reducida y vienen a ver el monasterio y a tomar algo en la plaza, y no pueden venir. En esta ocasión venían de Cáceres, pero eran clientes extranjeros.”</p>
<p>Extremadura sigue siendo desconocida: “La visión desde dentro (de Extremadura) es positiva, hay zonas que parece se están haciendo, se está moviendo... ¿qué pasa? Algo estamos haciendo mal porque no está llegando fuera, la gente me dice todos los días que Extremadura es la gran desconocida, todos los días y en todas las actividades que hago.”</p>	<p>No se rentabiliza la imagen de Isabel la Católica: “Lo primero que tenemos que cambiar, si es a nivel regional, siendo los conquistadores extremeños los más importantes, Isabel la Católica apostó mucho por esta región, como Guadalupe, y me sorprende que no lo utilicen, en la Junta, como en otra región se utilizan otros temas, y, por otro lado, nuestro propio pueblo tiene que cambiar.</p>
<p>“¿Dónde está la Ruta de Isabel la Católica que se creó? No viene ni Dios. La ruta del queso... ¿ha venido algún cliente en 3 años? Y se acaba el proyecto... con lo que cuesta. ¿Por qué no se gasta ese dinero en un anuncio en la tele a nivel nacional de Extremadura?”</p>	<p>Potencial por explotar en torno al Geoparque: “Mira, el Geoparque es una cosa buenísima para este pueblo, pero no se está explotando. En septiembre ha sido su <i>cumple</i> y no se ha celebrado como en otros sitios, es como si hubiera pasado de lado. Viene gente preguntando por el Geoparque más que por la Virgen.”</p>
<p>“Una cosa es que necesitemos infraestructuras o aparcamientos, donde sea. Pero no estoy de acuerdo en que cada vez se dé peor servicio. Son los cuatro de siempre porque están acostumbrados a hacer las cosas mal.”</p>	

Fuente: cuadro elaborado a partir de una selección y el tratamiento, con fines analíticos, de las expresiones literales de los participantes en el Focus Group.

PRINCIPALES DEMANDAS EXISTENTES EN MATERIA TURÍSTICA

Cosas importantes por desarrollar

Gráfico 2. Empresarios. A su entender ¿quedan por desarrollar cosas importantes del sector turístico en su zona o localidad? (Porcentajes. N=197)

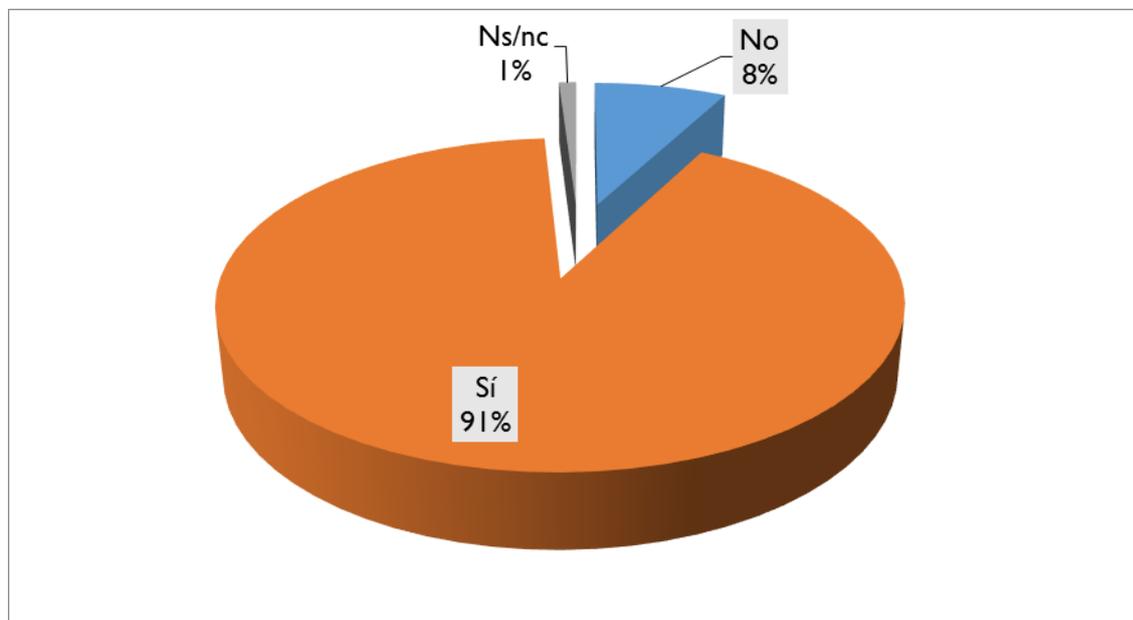


Tabla 21. Empresarios. Cosas importantes del sector turístico* ZONA TURÍSTICA (Porcentajes. N=197)

Tabla de contingencia 6. A su entender ¿quedan por desarrollar cosas importantes del sector turístico en su zona o localidad? * ZONA TURÍSTICA						
6. A su entender ¿quedan por desarrollar cosas importantes del sector turístico en su zona o localidad?		ZONA TURÍSTICA				Total
		Cáceres y entorno	Mérida, Badajoz y entorno	Plasencia y Norte de Extremadura	Zafra - Sur de Extremadura	
			1,8%	2,0%		1,0%
	No	7,3%	10,5%	5,9%	6,1%	7,7%
	Sí	92,7%	87,7%	92,2%	93,9%	91,3%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Principales demandas del sector por zonas turísticas

A continuación, se recogen las expresiones de los empresarios, a las cuales se les ha añadido un código para clasificarlas, según el siguiente criterio, a partir de lo expresado por los informantes:

1. Mejora en transportes y/o accesos.
2. Colaboración entre empresas e implicación del sector público.
3. Fomento y mejora de los servicios de actividades turísticas.
4. Mejora de la señalética.
5. Promoción turística.
6. Conservación y mejora de infraestructuras.
7. Formación de los trabajadores del sector turístico
8. Otros

Tabla 22. Síntesis de categorías generadas a partir de las expresiones literales de "lo que hay que hacer." Según zonas turísticas.

	CÁCERES Y ENTORNO	%	MÉRIDA, BADAJOZ Y ENTORNO	%	PLASENCIA Y NORTE DE EXTREMADURA	%	ZAFRA - SUR DE EXTREMADURA	%
1. Mejora en transportes y/o accesos.	8	15,7	12	18,5	4	8,0	3	8,1
2. Colaboración entre empresas e implicación del sector público.	10	19,6	10	15,4	3	6,0	2	5,4
3. Fomento y mejora de los servicios de actividades turísticas.	8	15,6	22	33,8	8	16,0	13	35,1
4. Mejora de la señalética.	2	3,9	4	6,2	6	12,0	3	8,1
5. Promoción turística.	10	19,6	11	16,9	10	20,0	10	27,0
6. Conservación y mejora de infraestructuras.	8	15,6	1	1,5	9	18,0	2	5,4
7. Formación de los trabajadores del sector turístico	3	5,8	1	1,5	6	12,0	4	10,8
8. Otros	2	3,9	4	6,2	4	8,0	0	0,0
TOTAL	51	100	65	100	50	100	37	100

Gráfico 3. Representación gráfica de las categorías generadas a partir de las expresiones literales de "lo que hay que hacer." Según zonas turísticas.

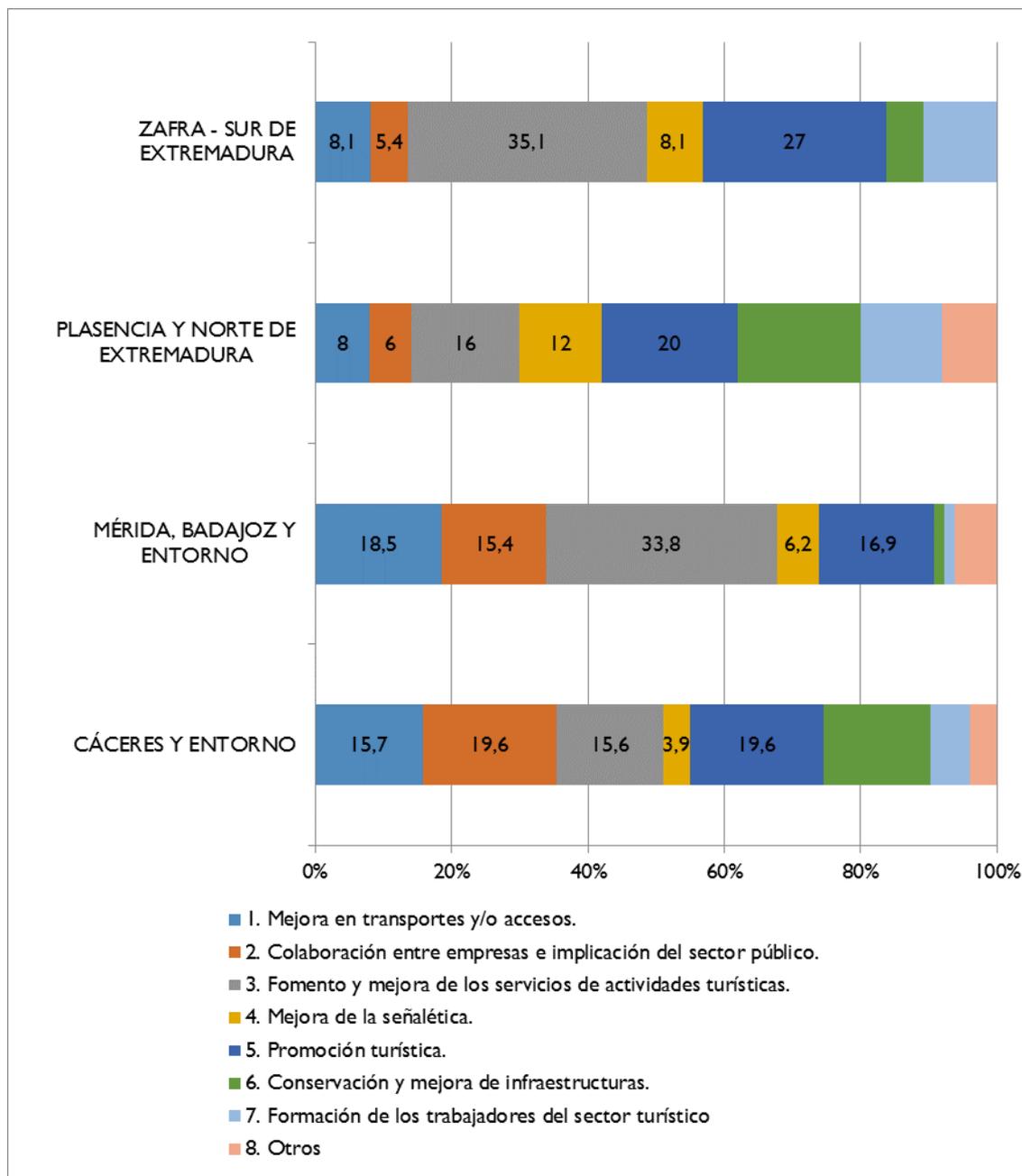


Tabla 23. Demandas formuladas por los encuestados según zonas turísticas. Expresiones textuales de los encuestados.

CÁCERES Y ENTORNO. Expresiones literales y códigos de clasificación

- (1) Mejoras en transporte, accesibilidad y aumento de ofertas de ocio, sobre todo en temporada baja.
- (2) Colaboración entre las empresas del sector, profesionalidad en mano de obra y servicios, precios más asequibles, confianza en agencias de viajes
- (1) Comunicación, infraestructuras de transporte y experiencia de las personas con cargo público en el sector
- (3) Fomentar actividades que atraigan masas importantes de clientes (alguna feria, actividades deportivas, etc...)
- (1) Arreglar las comunicaciones con el resto de España
- (3) Potenciar los recursos que tenemos
- (4) Implantación de una mejor señalización turística, (2) incentivos al desarrollo turístico rural, (3) promoción del Geoparque y (2) fomento de empresas complementarias.
- (1) Mejorar las comunicaciones, mejorar la imagen del centro (arreglar asfaltado, señalética, etc.)
- (6) Mejora de la red de saneamiento en la parte antigua de Cáceres
- (5) Mejor publicidad institucional, más opciones de ocio para turistas
- (5) Promover mercados y actividades relacionadas con la ciudad monumental
- (6) Aparcamientos
- (5) Incrementar las acciones publicitarias. Apoyo a las empresas del sector
- (5) Mucha publicidad.
- (2) Mayor implicación de instituciones locales y regionales, es nula, y el tejido empresarial está muy muerto. (6) Regularizar el tráfico de la zona antigua y plaza mayor de Trujillo, no se puede soportar tanto tráfico y anarquía en aparcamiento no controlado. Hay muchísimas quejas. Falta de baños públicos, iluminación, limpieza y mantenimiento de edificios históricos. Quejas constantes de los turistas en Trujillo. Oficina de turismo precaria, demasiado personal no formado y nada profesional
- (2) Dejar de realizar estudios sobre estudios ya elaborados y poner en marcha un plan de dinamización turística que verdaderamente sea real, sostenible de economía circular y ecológica, implicando a las administraciones públicas y a todos los sectores privados.
- (7) Idiomas y (6) Conservación del patrimonio natural y cultural.
- (8) Falta más inversión en turismo ornitológico y de senderismo
- (6) Restringir el tráfico en plaza mayor y recinto amurallado.
- (4) Señalética.
- (7) Profesionalidad y calidad
- (2) Desarrollo empresarial e industrial
- (6) Restauración del patrimonio, acondicionamiento de nuevos espacios para la visita, acondicionamiento de accesos para turistas y eliminación de barreras arquitectónicas
- (3) Ser centro de pernoctación para conocer distintas zonas de Extremadura
- (3) Más actividades para los turistas para aumentar la estancia
- (5) Dar más publicidad de todo lo que Extremadura puede ofrecer, en concreto de nuestra comarca Sierra de Montánchez y Tamuja.
- (1) Arreglar la carretera de acceso. Darnos acceso a la red eléctrica.
- (2) Apoyo a la pequeña y mediana empresa.
- (1) Mejora de las rutas accesibilidad y Servicios generales.
- (2) Fomentar el compromiso y la coparticipación público - privada.
- (5) Promocionarla en serio.
- (7) No tenemos, por q no hay personal para trabajar, necesitamos urgente, una escuela de turismo o similar.

(3) Crear estructuras turísticas.

(3) Guías y servicios los fines de semana.

(2) Acuerdos para realización de congresos.

(5) Hacer más promoción y sobretodo, Famtrip con Tour operadores de fuera.

(6) Infraestructuras.

(8) Cortar el tráfico en el casco antiguo y bajada de impuestos municipales, con un IBI altísimo.

(5) Promocionar más el Geoparque que es donde está la casa.

(6) Mejorar el aspecto de las calles que llevan al centro de la ciudad.

Aseos públicos en las ciudades, accesibles, céntricos y acondicionados.

(3) Más sector servicios, más iniciativa empresarial.

(1) Medios de transporte, actividades culturales, activar llegada de grandes empresas.

(5) No dejar de publicitar la zona, no darlo todo por hecho.

(1) Mejorar comunicaciones, (5) promocionar en destinos de mayor afluencia.

(2) Crear una mejor estrategia turística para la ciudad.

MÉRIDA, BADAJOZ Y ENTORNO. Expresiones literales y códigos de clasificación

(4) Estudio de algunos monumentos (3) Buscar actividades alternativas.

(1) Las comunicaciones como el transporte en tren.

(5) Publicidad.

(8) Eliminar las actividades ruidosas, como las discotecas al aire libre y actividades ilícitas.

(3) Cambio horario visita Catedral Badajoz verano-invierno. Las visitas guiadas adecuan horario en función de este horario.

(5) Publicitar más todas las cosas importantes de la ciudad.

(1) Medios de transporte.

(3) En nuestro sector estaría bien poder utilizar las zonas de la Sierra de Hornachos para atraer al turista pero nos vemos atados a no poder instalar ninguna de nuestras instalaciones ya que Zona Cepa.

(3) Fomentar los atractivos turísticos de cada población.

(5) Más publicidad por parte de la administración y aumento de infraestructuras.

(5) Más publicidad y hoteles en nuestra zona, darnos a conocer.

(3) Crear producto vendible y ayudarlo con dotaciones de infraestructuras.

(5) Publicidad.

(1) Transporte digno.

(3) Sensibilidad en la zona ante la oportunidad reserva de la biosfera.

(3) Organizar muchos acontecimientos hace que lleguen los turistas.

(1) Necesitamos una mejor conexión de transporte público

(3) Alojamientos de mejor calidad

(3) Mayor número de establecimientos especializados

(1) Transporte

(5) Promoción de la dehesa extremeña. Promoción de nuestra gastronomía.

(3) Hacer más actividades en la ciudad para atraer más turistas y que estos se queden más días.

Utilizar nuestros monumentos al aire libre para explotarlos con teatros de los grupos de aficionados que hay en la ciudad. No solo esta actividad durante el festival de teatro, sino mientras que el tiempo lo permita en esos espacios abiertos para entretenimiento de los turistas y la población de la ciudad.

(5) Más publicidad y hoteles en nuestra zona, darnos a conocer.

(1) Mejorar las comunicaciones.

(1) Tener mejor comunicación en transporte en general y el AVE.

- (2) Apoyo institucional, y divulgación e información de la zona o comarcas.
- (3) Festival de teatro clásico durante más tiempo, no solo en los meses de verano.
- (3) Tener actividades todo el año y tours o rutas de más de un día para aumentar las pernoctaciones.
- (5) Invertir en buena publicidad de la zona y buenos carreteras.
- (4) Señalización turística (muy mala visibilidad) y (1) la mejora del transporte de acceso a la ciudad.
- (3) Fomentar las zonas rurales.
- (3) Empresas de actividades.
- (8) Más inversión hotelera, con esto se conseguiría más plazas, hay eventos y agencias que no vienen porque no tenemos suficiente disponibilidad, para acoger turismo y clientes de empresa.
- (1) Facilitar los accesos al embalse de Alange dotándolo de infraestructura para el desarrollo de las actividades náuticas.
- (3) Desarrollar una legislación específica para navegación en embalses. No podemos seguir necesitando para navegar en un embalse lo mismo que para navegar en el mar.
- (3) Realizar más actividades en la ciudad para distraer a los turistas que nos visitan.
- (8) Protección ambiental y Conservación de la Biodiversidad, Educación ambiental y cívica de la población local.
- (1) Transporte debe mejorar para que los clientes puedan venir sin necesidad de alquilar y tener que conducir durante horas.
- (3) Creación de una plataforma única que enfoque el turista para todos los sectores económicos de interés en visitar en la Ciudad.
- (3) Más actividades y visitas guiadas, además de adecuar la localidad.
- (3) Visitas y actividades.
- (3) Fomentar el turismo no masificado.
- (3) Turismo de vino y taurino.
- (2) Parar de bloquear a proyectos.
- (5) Más publicidad gratuita de nuestra zona, nuestros monumentos y nuestra gastronomía. En definitiva, saber explotar lo mucho que tenemos.
- (3) Empresas de actividades.
- (1) Falta comunicación rápida como trenes que funcionen...
- (1) Mejorar accesos a zona turística y conservar el patrimonio debidamente.
- (5) Ofrecer turismo cultural y de naturaleza con paquetes que agrupen las visitas a varias ciudades y zonas y se promocionen en los puntos de origen de estos turistas, sobre todo en los países demandantes como Alemania, Inglaterra, Holanda, Francia... y contando con la colaboración de las asociaciones ecologistas, culturales, ornitológicas, etc.
- (5) Publicidad e (6) infraestructuras.
- (7) Formación de profesionales del sector, limpieza de la ciudad, mantenimiento del patrimonio, apertura de monumentos.
- (8) El turismo en mi zona es de grupos de INSERSO, grupos de gente mayor. Mi negocio está ubicado en el casco antiguo. Los grupos van con hora y por decir así los grupos van corriendo, no les dan tiempo para visitar los negocios ni la ciudad. El horario de la catedral tanto invierno como verano no ayuda a paralizar los grupos turísticos, en la ciudad.
- (3) Ofrecer una oferta complementaria de calidad en consonancia con los municipios de la zona.

PLASENCIA Y NORTE DE EXTREMADURA. Expresiones literales y códigos de clasificación

- (3) La apertura de un museo de pintura, así como optimizar y fomentar las visitas a monumentos o iglesias con una entrada única y con guía o teleguía.
 - (3) El caso de mi ciudad: Plasencia, tenemos el reto de convertir la ciudad en un lugar inexcusable de visita, en un imprescindible dentro de Extremadura. Para eso creo que tenemos que mejorar la estética del Conjunto Histórico Artístico y mejorar la gestión y creación de los monumentos y sus museos. La creación de un centro de Arte Contemporáneo en proyecto, así como un centro sobre la cultura judía, podría ayudar.
- La idea de crear una zona de playas fluviales en la isla, con la idea de conseguir banderas azules también sería una estupenda

propuesta, convirtiendo a Plasencia en un destino de verano.

Por último creo que la ciudad tiene que seguir luchando para ser Patrimonio de la humanidad, y seguir una estrategia de desarrollo conjunto, junto a Coria, Monfragüe, Trujillo y las sierras del norte de Cáceres.

(8)Somos un hotel de carretera y cuando hicieron la autovía no nos señalaron en la misma, al preguntar el por qué dijeron que no lo contemplaba la legislación al no tener estación de servicio, pero nuestro negocio llevaba 15 años antes de la autovía y resulta que pasa un pequeño arroyo por bajo la autovía y si está señalizado en ella. Tendrá más derecho el arroyo que las familias que vivimos del hotel gracias.

(6)Regulación de Espacios protegidos, aparcamientos, piscinas naturales, creación de infraestructuras, limpieza, vigilancia...

(5)Publicidad.

(7)Formar a los empresarios de los alojamientos para que se adapten a nuevos perfiles de usuarios como el culturista.

(5)Dar a conocer los recursos naturales de la zona, la dehesa...

(5)1º mentalizar que somos país de servicios, 2º ayudar al turismo y no pensar que vienen a molestar, 3º vender la zona, que ya huele mal lo de dinamizar la Vera.

(4) Las re-señalizaciones de los senderos y mejoras en ellos.

(6)Mejorar las zonas de baño.

(2)Ayudas a las empresas de turismo rural para las infraestructuras, como accesos, caminos, etc.

(6)Mejoras globales en las zonas de gargantas naturales.

(2)Ayudas a los autónomos ale carísimo tener empleados.

(5)Es muy importante un plan estratégico que englobe a todos los implicados en el turismo, sobre todo la promoción de la zona bien dirigida. (1)Las comunicaciones.

(5)Publicidad, limpieza, explotación de actividades de turismo activo.

(6)Mantener limpio el entorno (senderos, ríos, arroyos...), y en perfecto estado las señalizaciones y carreteras y accesos...

(6)Mejora en infraestructuras: aparcamientos, WC, recepción visitantes, actividades, etc.

(3)Potenciar la zona, organizar actividades, es nula la acción del ayuntamiento.

(5)Apoyar y promocionar a nivel nacional e internacional.

(6)Las infraestructuras, los caminos, nosotros estamos en el campo y el camino de acceso a mis apartamentos está muy mal y el Ayuntamiento no lo arregla, por lo que nos perjudica.

(5)Promocionar turismo de caza y otoño.

(3)Fomentar el turismo que no se fomenta apenas.

(1)Oferta de ocio, mejorar transporte

(8)Una buena gestión del turismo que impida los picos tan altos que desbordan nuestros negocios. (8)Trabajar por una desestacionalidad.

Mantener las zonas más representativas mejor cuidadas y señalizadas correctamente.

(4)Señalización de senderos, acondicionamiento de miradores y otros lugares de interés (centros de interpretación).

(5)Más promoción de los recursos turísticos de la localidad.

(5)En mi caso concreto anunciarnos en la autovía como otros hoteles de carretera.

(6)Siendo puntual y siendo establecimiento patrimonial; no tengo señal televisiva, necesaria para nuestros clientes.

(3)Mejorar el estado de la judería.

(3)Hacer más eventos con carácter más amplios, solo la catedral que visitar algunos monumentos más... La ciudad se ve en una mañana y los visitantes marchan a otras zonas eso hace que las pernoctaciones sean de corto plazo, y los restaurantes de la ciudad se vean en las noches vacíos, hay que hacer eventos de varios días y actividades amplias por zonas de casco antiguo y demás zonas, deportivas, culturales, conciertos, más ambiente en las tardes-noches, y usar el palacio de congresos. Ah, y que no coincidan todas en las mismos fines de semana, que parece que no hay coordinación.

(6) Presentar una ciudad, limpia, accesible y preparada para el turismo.

(7) Actividades, formación en idiomas, (5) invertir más en publicidad...

Poner en funcionamiento la oficina de atención turística.

(4) Seguir mejorando la señalización y los accesos a los puntos de interés turístico.

Potenciar la presencia de la localidad, de sus fiestas, eventos y puntos de interés turístico en mapas, guías y folletos turísticos.

(4) Mejorar la señalización y caminos de senderos, pues no hay un buen mantenimiento

Y mejorar la organización entre turistas y locales q van a trabajar a sus fincas en los momentos puntuales de acceso a puntos de interés turístico como son las gargantas del Valle del Jerte en la época de Cerezo en Flor, que se montan tales aglomeraciones q no son buenas ni para unos ni para otros.

(3) Sacar más partido al tema del pimentón, adecuar los caminos de algunas rutas senderistas.

(8) Incrementar turismo extranjero.

(1) Conexión con Extremadura.

(3) Adecuación de los recursos turísticos de la zona.

(6) Plan urbanístico que mantenga la arquitectura de la zona. Ordenanza de protección medioambiental. Protección de caminos tradicionales.

(2) Que por parte de la administración autonómica se tome la decisión inequívoca de hacer de Extremadura una región turística para que la ocupación alcance como mínimo en una primera fase el 50% en 5 años, lo que consolidaría el sector y abriría las puertas a un plan de competitividad para llevarnos a benéficos. Mientras tanto no se puede hablar de sector turístico sino de una "incipiente actividad turística" de la que no saldremos si se mantiene un presupuesto gestual para satisfacer el orgullo interior, en lugar de apostar por ir al mercado y traer a los consumidores. Recursos no nos faltan, solo dependemos de una decisión política que no se divisa en el horizonte inmediato. Una lástima.

(5) Potenciar información del pueblo (4) poner señales de cómo llegar al pueblo.

(1) Arreglar el acceso a mi alojamiento.

(4) Es el único municipio del valle del Ambroz sin cartelera de los alojamientos. En los demás las instituciones lo pusieron, aquí no.

ZAFRA - SUR DE EXTREMADURA. Expresiones literales y códigos de clasificación

(5) Estructurar los recursos, y que funcione correctamente la oficina de turismo. Promoción, promoción y promoción, con su respectivo seguimiento y evaluación.

(3) Apertura de mataderos, museo minero, etc.

(3) Dar a conocer el Jamón Ibérico.

(5) Publicidad por parte de la junta y local.

(5) Desde las instituciones no promueven la iniciativa turística de la zona y la concienciación de los habitantes para que emprendan actividades turísticas.

(3) Visitas guiadas a Monasterio de Tentudía, matanzas populares a buenos precios, visitas de interés a las minas, o castillo, rutas senderismo señalizadas como en el camino de Santiago, arreglo de caminos,...

(7) Una mejor preparación y formación de profesionales. (5) Una mejor y agresiva campaña de propaganda.

(5) En cierta manera facilitar publicidad clara y concisa a las empresas del sector y ser competitivos en calidad –precio.

(5) Hacer ver al mundo que es Extremadura y (1) potenciar las vías de comunicación (tren, avión...)

(1) Mejores comunicaciones.

(2) Coordinación. (3) Creación paquetes turísticos y actividades.

(5) Soy profesional del turismo además de empresaria. A nivel personal, como está tan mal promocionada Zafra, a nivel turístico, tengo en proyecto un desarrollo turístico para la zona con muchos objetivos pendientes.

(6) Mantenimiento y limpieza del casco histórico. Potenciar a los establecimientos de un nivel alto gastronómico.

(5) Información, (4) señalización, (7) especialización, que se cumplan horarios de oficinas de turismo y museos, mapas... queda mucho.

(3) Que se fomente más a nivel de ayuntamiento y mancomunidad los atractivos turísticos, de nada vale tener un pequeño museíto en la ciudad si no se abre.

(3) Si bien un pueblo no tiene para visitar un día, uniendo varios sí que se puede rellenar una jornada, por lo que la unión de los diferentes municipios en ese aspecto sería interesante.

A nivel nacional, intentar llegar a más gente, que Extremadura sigue siendo la gran desconocida y como mucho de los clientes nos dicen "es que no sabéis venderos".

(5) Mayor difusión del patrimonio histórico y naturaleza de la comarca.

Propuesta de actividades que combinen ambos valores (ej.: senderismo-visita monumentos; Ej.: Contraste de campiña vs el mundo de la dehesa: dos modelos de aprovechamiento complementarios).

- Rutas de pueblos típicos. La ruta Llerena - Fregenal de la Sierra - Jerez de los Caballeros - Olivenza ofrece una amplia visión y conocimiento de la variedad de poblaciones, estilos arquitectónicos, paisajes, vicisitudes históricas... que son en general desconocidas y sin embargo tienen gran potencial de interés.

(5) No hay información de nada, no está preparada para el turismo la zona, es nula.

(3) Potenciar lo que tenemos, preparar rutas agro-turísticas para aquellos de ciudad que valoran nuestras costumbres.

(3) Explotación de recursos autóctonos - asociación de empresas del sector - (2) colaboración administraciones públicas.

(7) Mejorar el nivel de idiomas (inglés).

(3) Añadir y Mejorar la calidad de actividades alternativas.

(6) Mejora la calidad de los alojamientos, restaurante y bares y (7) especialmente la formación y cualificación del personal deja mucho que desear.

(4) Señalizar rutas senderismo, guías visita monasterio de Tentudía.

(1) Las comunicaciones.

(4) Mucha más señalización, más información.

(3) Explotar más el agroturismo aprovechando los recursos vitivinícolas de la comarca.

Demandas en relación al incremento de las pernoctaciones, por zonas turísticas.

A continuación, se recogen las expresiones de los empresarios sobre cómo incrementar las pernoctaciones en la región, a las cuales se les ha añadido un código para clasificarlas, según el siguiente criterio, a partir de lo expresado por los informantes:

1. Control sobre los servicios y establecimientos.
2. Incrementar actividades de interés turístico y/o articulación de la oferta existente.
3. Mejorar la calidad de los servicios turísticos.
4. Mejorar el atractivo turístico de zonas y recursos.
5. Mejorar el transporte, las comunicaciones y accesos
6. Mejora en la formación profesional
7. Promoción e información
8. Otros

Tabla 24. Síntesis de categorías generadas a partir de las expresiones literales de relativas al incremento de las pernoctaciones.

	CÁCERES Y ENTORNO	%	MÉRIDA, BADAJOZ Y ENTORNO	%	PLASENCIA Y NORTE DE EXTREMADURA	%	ZAFRA - SUR DE EXTREMADURA	%
1. Control sobre los servicios y establecimientos.	3	6,7	1	2,2	2	4,9	0	0,0
2. Incrementar actividades de interés turístico y/o articulación de la oferta existente.	13	28,9	17	37,0	14	34,1	8	38,1
3. Mejorar la calidad de los servicios turísticos.	1	2,2	1	2,2	4	9,8	2	9,5
4. Mejorar el atractivo turístico de zonas y recursos.	9	20,0	9	19,6	2	4,9	1	4,8
5. Mejorar el transporte, las comunicaciones y accesos	5	11,1	8	17,4	4	9,8	1	4,8
6. Mejora en la formación profesional	2	4,4	0	0,0	2	4,9	0	0,0
7. Promoción e información	9	20,0	5	10,9	10	24,4	7	33,3
8. Otros	3	6,7	5	10,9	3	7,3	2	9,5
TOTAL	45	100,0	46	100,0	41,0	100,0	21,0	100,0

Gráfico 4. Representación gráfica de las categorías generadas a partir de las expresiones literales de relativas al incremento de las pernoctaciones.

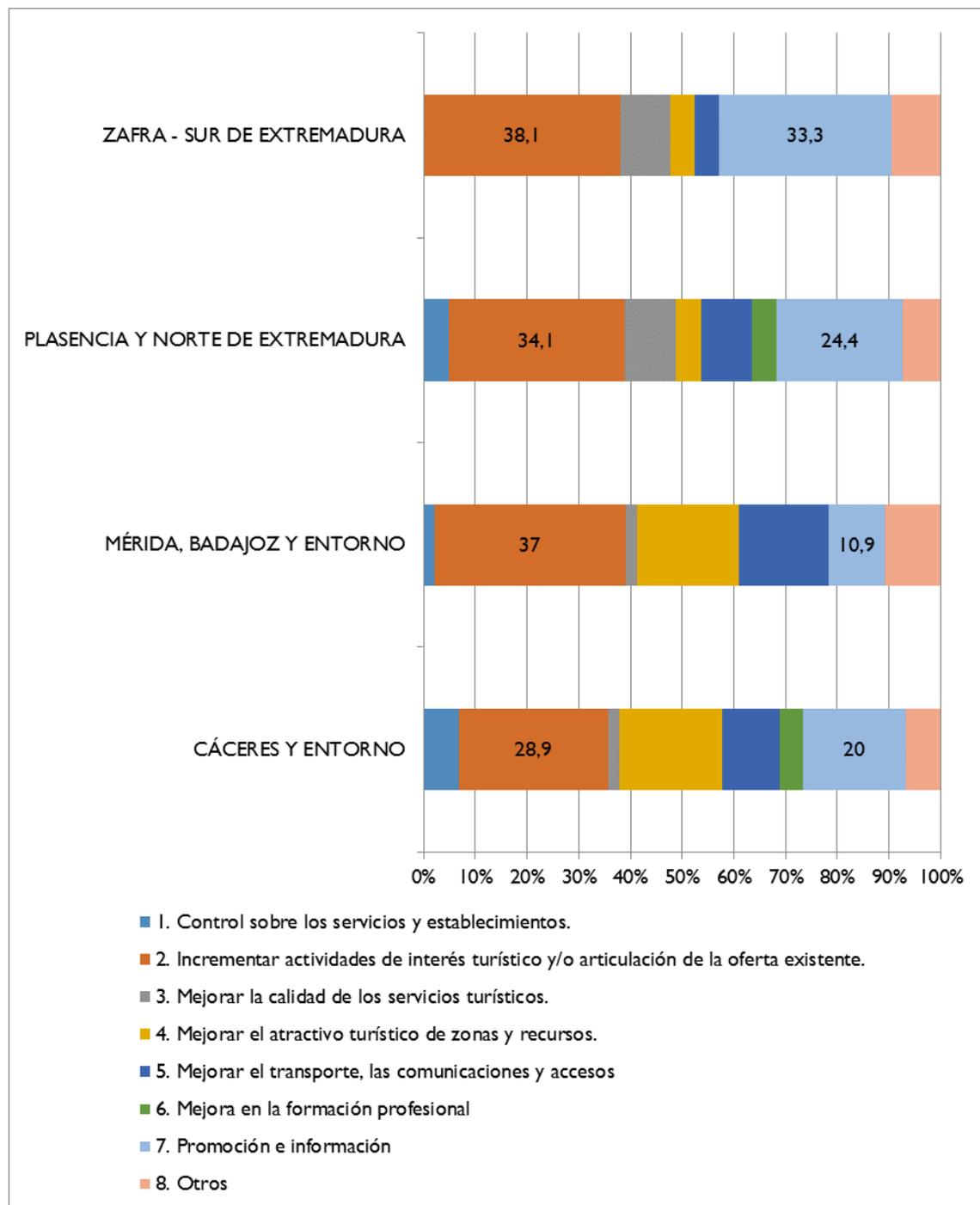


Tabla 25. Demandas relativas al incremento de las pernoctaciones por zonas turísticas. (Se recogen las expresiones literales de los encuestados)

CÁCERES Y ENTORNO

- (1) Controlar la ocupación (hacinamiento en algunos alojamientos) duplicando la capacidad.
- (1) Controlar alojamientos ilegales.
- (2) Actividades de larga duración.
- (2) Actividades gastronómicas.
- (3) Alojamientos de calidad y precio moderado, (7) promoción en redes sociales de la Junta de Extremadura, o ayuda para ello.
- (4) Aperturas de nuevos espacios visitables, restauración de los ya existentes.
- (5) Arreglar las comunicaciones con el resto de España.
- (4) Atractivo en la zona.
- (8) Ayudas para apertura de alojamientos hoteleros en la localidad.
- (2) Congresos, Turismo Ornitológico, Turismo Astronómico.
- (2) Crear riqueza y consumo en los establecimientos locales.
- (2) Crear actividades interesantes para que las personas que vienen a vernos decidan quedarse y ofrecer buenos alojamientos calidad/precio para que visiten la provincia de Cáceres pero se queden en la ciudad alojados.
- (7) Dar información sobre todo lo que ofrece la localidad y la región.
- (2) Desarrollar ideas ya presentadas.
- (1) Disminución de precios, aumento de plazas hoteleras, facilidad y buen precio de actividades complementarias, no estafa en sector restauración.
- (4) Ejecutar planes de desarrollo.
- (2) Espectáculos nocturnos.
- (4) Hay que desarrollar más los senderos y los lugares para ver, más inversión en cultura.
- (6) Idiomas y (4) Conservación del patrimonio natural y cultural.
- (7) La misma respuesta que para la anterior pregunta (si comunicamos mejor lo que tenemos y mejoramos el acceso (5), conseguiremos que los turistas vengan con interés de estar más noches).
- (8) Las pernoctaciones exigen mejora en el control de los ruidos ambientales.
- (2) Mayor propuestas de ocio entre semana. Destacionalizar las opciones en fin de semana.
- (7) Mayor publicidad, más visibilidad, Extremadura es la gran desconocida.
- (5) Mejor acceso y red eléctrica.
- (5) Mejorar comunicaciones, (7) promocionar en destinos, (4) mejorar el comercio.
- (4) Mejores propuestas y acondicionamiento de los pueblos.
- (7) No dejar de dar a conocer Extremadura.
- (2) Oferta de actividades.
- (2) Ofertar más actividades turísticas y (7) que estas estén debidamente publicitadas en puntos de información.
- (2) Ofertas de ocio. Turismo alternativo
- (2) Ofrecer las con alternativas no sólo Gastronómicas y cultural, sino con actividades en la naturaleza.

(2) Organizaciones de eventos internacionales.

(4) Potenciar algún recurso histórico de la zona para que se puedan visitar.

(4) Presentar nuevas alternativas, crear nuevos espacios.

(5) Principalmente, mejorar las comunicaciones (carreteras y ferrocarril).

(7) Promoción turística rural en ámbitos urbanos. Divulgación de la alternativa del turismo rural en medios de comunicación autonómicos y nacionales. Subvención de sistemas de fidelización a huéspedes que repitan o difundan el establecimiento.

(7) Promocionar más Extremadura.

(7) Publicitar las ciudades y ofrecer una amplia variedad de actividades.

(7) Que se dé a conocer más y mejor nuestra zona.

MÉRIDA, BADAJOZ Y ENTORNO

(7) Acabar con los localismos haciendo una oferta basada en temáticas, no en localidades, por ejemplo: "Visite la Semana Santa en Extremadura", no la de una localidad concreta.

(1) Combatir las pernотaciones ilegales.

(8) Facilitar la contratación de trabajadores, de manera que se pueda hacer automática. Hay veces que de imprevisto necesitas un trabajador más a las diez de la noche del sábado y no puedes contratarlo porque no puedes darle de alta.

(8) Apoyo a la empresa y eliminación del funcionariado sobredimensionado.

(2) Aumentar el interés turístico de la zona para q los turistas quiera quedarse más días.

(4) Buscar hacer paquetes.

Descuentos.

Hacer cosas para atraer al visitante a que pernотen.

(5) Comunicar por vías rápidas como trenes y autopistas la comunidad y traer nuevas industrias.

(2) Copar la agenda de actividades.

(2) Creación actividades.

(5) Accesibilidad horaria museos y sitios públicos de interés.

(4) Creación de una red de ofertas adecuadas para ocupación de tiempo durante la estancia.

(3) Creo que esto es más competencia de cada hotel, el ofrecer mejores y variados servicios a nuestros clientes.

(7) Dar a conocer más determinados eventos y ciudades en sí.

(8) Desayunos más tempranos.

(4) En nuestro caso las pernотas es algo fundamental ya que se pueden mejorar ofreciendo paquetes donde haya alojamiento y actividades o rutas guiadas de diferentes temáticas.

(8) Favorecer todo tipo de proyecto y, más que todo, simplificar los trámites.

(4) Hacer más atractiva la visita de los viajeros.

(4) Hacer paquetes de actividades con alojamiento y comidas incluidos.

Aumentar la oferta.

Bajar impuestos de actividades turísticas por autónomos.

(2) La existencia de actividades.

(4) La oferta de paquetes de visitas integradas contribuiría a aumentar el tiempo de estancia de los turistas, sobre todo en las ciudades que se establezcan como base para desplazar desde ahí a los turistas hasta los lugares de interés ofertado.

(2) Lo mismo que lo anterior, si no hay actividades interesantes el turista no se queda

(2) Lo que he dicho anteriormente realizar más actividades atrayentes en los espacios monumentales abiertos.

(5) Mejor comunicación, (7) más promoción.

(5) Mejores comunicaciones por tren. (2) Oferta complementaria. Turismo de congresos.

(2) Ofrecer excursiones locales gratuitas promocionadas por los ayuntamientos a las personas que pernocten en la población.

(2) Organizar eventos y actividades que duren 2 días.

(2) Paquetes bien organizados, alojamientos, gastronomía, ocio cultura, y actividades de todo tipo para que el cliente pueda elegir.

(5) Para aumentar las pernoctaciones primero hay que tener una buena infraestructura de conexión tanto de avión, como de ferrocarril. En este aspecto Badajoz está incomunicado.

(4) Para aumentar pernoctaciones faltan hoteles de calidad y plazas hoteleras.

(2) Pernoctaciones temáticas.

(2) Potenciar la diversidad de la oferta.

(4) Precios asequibles para todos los bolsillos; sobre todo para grupos. Hoteles con encanto que ofrezcan la gastronomía de la tierra...

(2) Promoción de paquetes de estancias más dinámicos que incluyan actividades y gastronomía que refleje al turista las bondades de la región.

(7) Promoción de turismo de naturaleza y biodiversidad.

(2) Proporcionar varias rutas con actividades de varios días.

(2) Realizar más actividades en la ciudad para distraer a los turistas que nos visitan.

Fomentar los grupos de teatro amateur y los monumentos al aire libre.

(4) Sacar paquetes de un par de días para conocer la región con hotel, bus y guías.

(8) Sensibilización administraciones, control ilegales.

(5) Sigo pensando que las comunicaciones son fundamentales.

(2) Tener actividades en la zona.

(5) Transporte digno.

(5) Transporte público.

(7) Publicidad.

(2) Oferta de Actividades en la zona.

PLASENCIA Y NORTE DE EXTREMADURA

(2) Ofertar más variedad nuestra región es muy amplia y a la vez muchas y diferentes cosas que ofrecer. El turismo de pesca con nuestros pantanos tenemos una mina sin explotar, así como la caza.

(7) Promoción nacional y regional.

(1) Más control en los recursos de la zona.

(1) Más control urbanístico.

(7) Más personal en el sistema de información turística.

(2) Actividades de más de un día de duración, la berrea, avistamiento de aves, la montanera...

(2) Ampliar oferta de actividades, mayor coordinación del sector, publicación de agenda de eventos, etc.

(8) Aumento de ayuda oficial.

(2) Aumento oferta turística. (8) Precios ventajosos. (3) Mayor servicio.

(2) Crear eventos que duren varios días y aumentar el número de visitas guiadas en la localidad.

(2)Creo que lo más importante es ampliar la oferta de actividades tanto naturales como culturales, turismo de negocio, idiomático, incentivos... La creación de museos de cierto empaque, apertura de espacios visitables, y por supuesto visitas guiadas de calidad.

(2)Festivales tanto musicales, como artísticos.

(6)Conocimiento y profesionalización para mí son la clave, además de crear sinergias entre las diferentes zonas turísticas y sus productos.

(3)El público necesita varios alicientes para hacer atractiva una zona. No solo centrarse en una cuestión en concreto.

(4)Establecimientos originales, que se salgan de lo habitual.

(7)Facilitar información de la zona detallada y todas las posibilidades en relación a las actividades que puedan realizar.

(2)Fomentar las fiestas culturales locales.

(6)Guías.

(2)Hacer más eventos con carácter más amplios solo la catedral que visitar algunos monumentos más... La ciudad se ve en una mañana y los visitantes marchan a otras zonas eso hace que las pernoctaciones sean de corto plazo, y los restaurantes de la ciudad se vean en las noches vacíos. Hay que hacer eventos de varios días y actividades amplias por zonas de casco antiguo y demás zonas, deportivas, culturales, conciertos, más ambiente en las tardes-noches, y usar el palacio de congresos. (3) Ah, y que no coincidan todas en los mismos fines de semana, que parece que no hay coordinación.

(7)La información y posibilidades de visitas y ocio que se pueden ofrecer.

(4)Ligarlas a una experiencia turística para fomentar la pernoctación de más de una noche.

(2)Más actividades relacionadas con nuestro entorno, muchas opciones donde entren todo tipo de opciones, montar a caballo, senderismo, charlas educativas, etc. y mostrar nuestro potencial al público extranjero.

(5)Mejora de las conexiones de tren- autobús.

(7)Promoción, promoción y promoción del destino.

(2)Mejorar la oferta complementaria.

(5)Mejorar las conexiones de transporte, (3) oferta turística más atractiva.

(7)Mejorar y aumentar la propaganda de Extremadura en otras comunidades porque la gente una vez llegada se sorprende de lo q puede ver

y mejorar la economía en general porque si no hay dinero se disminuye el ocio.

(7)Menos política y vender Extremadura igual que los catalanes venden Cataluña.

(2)Necesitamos restauración.

(2)Oferta amplia de actividades de turismo activo y de naturaleza. Oferta de restauración de calidad.

(7)Promocionar rutas, actividades en el campo que tenemos un entorno precioso.

(7)Promociones de paquetes de 3 -4 noches.

(7)Publicitar la zona en Extremadura y a nivel nacional, no se hace nada, se oye en la radio promocionar Andalucía, Valencia, pero Extremadura nada.

(5)Que haya un tren digno que nos acerque a las grandes ciudades.

(8)Que los hoteles bajen los precios. Se pasan.

(2)Rutas de senderismo, fiestas de interés turístico, el pimentón, las cerezas.

(3)Seguir ofreciendo un servicio de calidad, incidiendo en la plena satisfacción del cliente.

(5)Transporte, aparcamiento y servicios en general.

ZAFRA - SUR DE EXTREMADURA

(7) Aumentar el conocimiento de la zona a niveles internacionales y nacionales y apoyos a los monumentos de la zona.

(2) Aumentar pernoctas con grupos y paquetes turísticos. Muchas posibilidades en naturaleza, cultura, setas, astro-turismo, rutas, pesca, actividades acuáticas en Alqueva, bodegas, Alentejo, gastronomía, caza, ganaderías de bravo, ecuestre...

(4) Basado en las propuestas ya mencionadas se pueden realizar propuestas que atraigan más visitantes, más noches.

(7) Buscar un turista exterior busca lo cotidiano de un pueblo. Ofertar al norte como turismo nacional ya que zafra es un punto de parada intermedia con El sur

(2) Como comente en el punto anterior, la unión de diferentes municipios para hacer una oferta conjunta.

(2) Creación de destino concreto - marketing y publicidad autonómica para todo el territorio por igual.

(2) Empresas de experiencias.

(2) Excursiones programadas, programas de actividades, potenciar casas rurales...

(7) Facilitar mucha información, precios competitivos.

(2) Fomentar un turismo por zona, es decir interrelacionar lo fuerte de unos pueblos con los de otros, para que la gente se hospede y vea la zona, vea varios pueblos o puntos de interés.

(7) Hay que conseguir captar turistas de otros países y darles calidad. Hay zonas como la nuestra, suroeste de Extremadura con enorme potencial (patrimonio, naturaleza, gastronomía, posibilidad de experiencias diversas...) a las que habría que prestar más atención. Las localidades estrella Cáceres, Trujillo, Mérida,... se "venden solas".

(8) Decir también que estamos cansados de tantos programas que duran lo que tardan en justificarse administrativamente los mismos. No avanzamos, hay que ser prácticos, constantes y exigentes.

(7) Intentar competir con web como booking.com.

(8) Más ayudas al sector del turismo.

(8) Más hoteles.

(5) Mejor transporte en tren,...

(7) Más publicidad de toda la región,...

(3) Ofrecer más calidad.

(2) Oferta complementaria ligada al agroturismo.

(2) Oferta de actividades en la zona resaltando el potencial histórico/ artístico y el natural.

(7) Publicidad en televisión y prensa sobre la zona.

(3) Repito: añadir y mejorar la calidad de las actividades alternativas.

Mejorar la calidad de la mayoría de los establecimientos turísticos de alojamiento.

Cuadro 7. Demandas en relación a las pernoctaciones en función del tipo de informante experto y zona turística.

TIPOLOGÍA DEL INFORMANTE	SOBRE LAS PERNOCTACIONES.
1. Asociación ecologista y de consumidores	Pues evidentemente nosotros tenemos 3-4 focos en Extremadura de visitas, desde donde se puede partir hacia otros muchos sitios, que pueden ser Plasencia, Cáceres y Mérida. Entiendo que la gente, en Mérida, en Cáceres, va a venir sobre todo por cuestiones de patrimonio. Pues hay otras posibilidades... para que pernocten. Mérida tiene una biofauna muy importante... alrededor del río Guadiana viven una cantidad de pájaros increíble. Muchos extranjeros vienen a Mérida a visitarla. Nosotros, sin ir más lejos, para promocionar eso contamos con el Ayuntamiento de Mérida. Hacemos el mes de las aves en Mérida. De tal manera de ir trayendo gente para que se den cuenta... los hosteleros, deberían tener en cuenta esta posibilidad... y crear oferta, y crear... no sé... algún folleto, algo que indique al visitante esas posibilidades. Porque el que viene a Mérida viene a ver el Teatro Romano principalmente, y luego toda la ciudad monumental en sí. Pero viene por el Teatro Romano. Entonces, hacerle ver, porque se van a acercar al puente romano, que hay un paseo enorme ahí con mogollón de árboles, y las posibilidades de ver aves... Pero aves en cantidad.
1. Asociación ecologista y de consumidores	Las pernoctaciones si es cierto que han aumentado de forma favorable en toda la región. La mejor opción es un comercio abierto, 24 horas, porque on-line es un comercio abierto 24 horas se tiene que modernizar el comercio sobre todo el de cercanía, hay que entrar en redes sociales, ventas online, hace falta ayudas para modernizar el sector y una buena oferta cultural.
2. Académico/científico	<p>1. Mejora en las comunicaciones: el problema del nudo gordiano son las comunicaciones. Para que la gente tenga más capacidad de viajar y no le suponga tener que emplear una jornada sólo, o una buena parte de una jornada en el viaje.</p> <p>2. El poder realizar actividades muy especializadas y muy sectoriales en el cronograma o calendario anual</p> <p>3. Mayor coordinación entre las distintas administraciones y también la propia actividad privada, de manera que el producto sea una oferta más general y no una oferta más aislada o individual, que es la sensación que yo tengo de lo que sucede.</p>
2. Académico/científico	Habría que darle una mayor difusión al conjunto arqueológico en general, no sólo al teatro y al anfiteatro, hay que dar una mayor difusión a que Mérida no es solo romana; hay otros restos arqueológicos, otros monumentales. Habría que aumentar el número de circuitos en cuanto a temas, bien por el uso de los edificios o bien por las cronologías. Esto haría saber, conocer a la gente, que Mérida no es una ciudad exclusivamente romana y permitiría a la gente conocer mayores espacios que visitar, lo que revertiría en el aumento de la estancia de ellos.
2. Académico/científico	Quizá hay que pensar en el tema de la cooperación, en el tema de cómo coordinarnos los empresarios con las instituciones públicas. Es un hándicap que existe en la región, que no hay esa unión entre empresarios y las instituciones públicas y para que exista ese aumento de pernoctaciones debe haber una unión de empresarios, técnicos y de profesionales del ámbito público que deben apostar por atraer gente a la región.

TIPOLOGÍA DEL INFORMANTE	SOBRE LAS PERNOCTACIONES.
2. Académico/científico	<p>Actividades relacionadas, no solamente desde el punto de vista del agroturismo o el ecoturismo, sino por ejemplo la historia. En otras regiones del mundo, el atractivo histórico de la región puede ser muy importantes: hay que vender la historia, hay que meter la historia en el imaginario del turista. Un turista no puede venir únicamente a ver palacios sin saber quién vivía o quien eran aquellos moradores o por qué se conservó la ciudad así. Extremadura está lleno de historia, ¿por qué no se explota, por ejemplo, la orden de Alcántara? La Orden de Alcántara tuvo un papel importantísimo en la Edad Media.</p> <p>Si nos vamos a otros países, por ejemplo, en Francia, los franceses saben vender muy bien su propia historia</p> <p>Aquí se desarrollaron muchas batallas y muchas guerras, se podría fomentar este tipo de turismo. Por ejemplo, no sé si sabrás que batallas importantes en la Guerra de la Independencia (española) están esculpidas en los costados las batallas que pretendidamente ganaron los franceses; aunque realmente son las batallas donde intervinieron los franceses. Allí veras nombres como Badajoz, la batalla de Medellín, la batalla de la Albuera en el S. XIX... En esta última se continúan realizando representaciones.</p> <p>Badajoz, por ejemplo, fue asaltado y saqueado tres veces; por ello no tiene la parte antigua que tiene Cáceres: fue arrasada en la época de la Guerra de Independencia. Igualmente, otras batallas con Portugal en el S. XVII también las hubo.</p> <p>Este tipo de cosas son atractivos que tienen los pueblos cercanos a Cáceres, como Los Tableros de Valdefuentes a 30 kilómetros de Cáceres, Montánchez...</p> <p>También por ejemplo relacionarlo con el Parque de Monfragüe. Aquí los turistas vienen y no saben lo que es: excursiones al parque de Monfragüe, excursiones a la Orden de Alcántara... El turismo religioso a Guadalupe que no se tiene casi en cuenta...</p> <p>Sin embargo hay poca imaginación.</p>
3. Empresario/a urbano	<p>-Realización de eventos deportivos.</p> <p>-Realización de más Congresos.</p>
3. Empresario/a urbano	<p>Pues vender que Mérida no se ve en un día ni en un fin de semana. Para conocer Mérida necesitas mucho tiempo para verla, una semana o 15 días. Hasta el momento lo que se venda es que en Mérida se visita el museo, el teatro y eso se ve en un día y eso hay que fomentarlo y cambiarlo. Hay que cambiar las estrategias de promoción.</p> <p>Incluso debemos de fomentar todos los recursos patrimoniales y naturales que tenemos cerca de Mérida y que nadie conoce. Por ejemplo, el parque natural de Cornalvo que nadie conoce y es un parque estupendo, por ejemplo.</p> <p>El tren es fundamental, Mérida tiene que estar bien comunicado para que la ciudad siga avanzando. En Madrid por ejemplo poca gente tiene coche, mucha gente se mueve en transporte público y si no le damos la oportunidad de poder llegar por estas vías, seguramente nuestros turistas madrileños se irán a comunidades como valencia que si están muy bien comunicadas.</p>
3. Empresario/a urbano	<p>La más urgente, la mejora de comunicación entre los lugares más ricos de la población. El caso de Guadalupe es sin duda el más preocupante, nadie puede ir a visitarla en el mismo día y volver desde Cáceres. Estando en el centro pueden moverse durante el día a otros destinos, Mérida, Plasencia, y hacer noche en Cáceres.</p> <p>Creación de paquetes de 2 noches ofreciendo actividades.</p>

TIPOLOGÍA DEL INFORMANTE	SOBRE LAS PERNOCTACIONES.
3. Empresario/a urbano	<p>Es una cosa que llevo diciéndolo años, tienes que inventarte cosas para que el cliente siga, tienes que crear la expectativa de que todavía le quedan cosas por ver, porque tú sales a la calle y le preguntas a cualquier cacereño como si fueras un turista “¿por favor para ver la parte antigua? ¿En cuánto tiempo puedo ver Cáceres? Y dicen “ah en 2 horas como mucho ya lo tiene usted”. Es decir, el propio cacereño tiene esa idea, entonces malamente la pernoctación...</p> <p>Cuando yo empecé con esto creo que estaba en 1,9 y creo que seguirá ahí, no creo que haya subido mucho más. Entonces tienes la necesidad de que vuelvan. Todos mis clientes se van con un mapita, con un mapa que señala toda la provincia y dice mira ha visitado Cáceres, es decir, usted no sabe lo que se está perdiendo y lo que le queda por ver, y mira que ya con Google y con todo ya.... Pues aun así hay gente que no sabe dónde está, hay un desconocimiento brutal. Pero no hay conocimiento por parte del propio extremeño.</p> <p>Es como lo que te acabo de contar de Cáceres, difícilmente puedes contar a otras personas si realmente no lo saben. ¿Cuánta gente sabe que está Atrio y lo que cuesta Atrio, o tienen dos estrellas Michelin en su propia ciudad y ni se han molestado en venir a verlo, cuando hay gente que viene desde la otra parte del mundo, que nos dicen “hemos venido solo para comer con ustedes, para visitar su casa, para conocerlos”? Y los que estamos aquí no lo valoran.</p>
3. Empresario/a urbano	<p>Nosotros en el sector que trabajamos que es el sector de negocios, de turismo y de congresos, nuestro sector aumenta en las pernoctaciones. Trabajar en tema de turismo de negocio supone ayudar al turismo de las pernoctaciones, porque si o si esas personas tienen elevadas pernoctaciones porque se tienen que quedar, al menos los dos días que dura el congreso, entonces es la manera de contribuir a elevar las pernoctaciones, que es el turismo de congreso o el turismo de negocio.</p> <p>Si conseguimos que se potencie mucho más el turismo de negocio y congreso, conseguiremos que suba el número de pernoctaciones.</p> <p>Ya que la media de pernoctaciones de turismo de congreso es más elevada que el turismo de a pie. Con lo cual es lo que hace subir. Que ocurre, que no hay un reflejo ni un estudio, ni seguimiento de las personas que vienen a congresos o eventos a la ciudad. Por lo que esto lo sabemos porque lo vemos o es de manual, pero no sabemos lo que es real.</p> <p>Y ya con el problema que tenemos de infraestructuras y comunicaciones, tú empiezas un congreso a media mañana y tienen que venir el día antes porque no les da tiempo.</p>
3. Empresario/a urbano	Fomentar actividades para que el turista se quede más noches y aumentar la actividad cultural.
3. Empresario/a urbano	-Realizar restricciones en el número de días de reservas.
3. Empresario/a urbano	<p>-Paquetes con estancia en la ciudad.</p> <p>-Más oferta complementaria.</p> <p>-Aumentar la promoción.</p> <p>-Informar del calendario de eventos.</p>

TIPOLOGÍA DEL INFORMANTE	SOBRE LAS PERNOCTACIONES.
4. Empresario/a rural	<ul style="list-style-type: none"> – Aumentar atractivos turísticos de la zona. – Crear actividades turísticas en las zonas rurales.
4. Empresario/a rural	Aumentar las actividades complementarias y hacer más atractivo el destino.
4. Empresario/a rural	No lo sé, creo que hay que enfocar el turismo a gente de 55 para arriba. Tienen dinero, no tienen cargas familiares y tienen tiempo. Ahora bien, hay que darles algo más para que alarguen su estancia. Quizá paquetes culturales con rutas de naturaleza. La gastronomía no la considero un recuerdo turístico. Para mí es un añadido, un complemento. Paquetes de conocimiento en actividades rurales, por ejemplo “cuatro días conocimiento la dehesa y el cerdo ibérico”, en fin, ya dije al principio que no lo sé.
4. Empresario/a rural	
5. Gestor y responsable público urbano	<ul style="list-style-type: none"> -Eventos. -Actividades atractivas para el cliente. -Incorporar las comarcas a la oferta turística de Plasencia para aumentar las pernoctaciones.
5. Gestor y responsable público urbano	<p>Pues las ideas van en base a los eventos culturales, Todos sabemos que el turismo de experiencias sigue totalmente de moda, el vivir algo aquí que depende de la experiencia que tenga en el destino, para volver o para según como hable del mismo a su entorno, que es bastante importante el boca a boca.</p> <p>Sí es cierto que, a veces, hay factores con los que no podemos hacer nada, un calor intenso o muchísimo frío, ahí cualquier destino tendría un factor negativo. Pero sí lo que podemos hacer, es ayudar a que la visita a la ciudad sea algo más que la visita a los restos arqueológicos, a, como se suele decir, a las piedras.</p> <p>Afortunadamente, la ciudad ha evolucionado muchísimo en los últimos años y tenemos asociaciones de recreación histórica que conforman un número bastante importante, alrededor de unos 300 ciudadanos emeritenses. Hoy en día están en activo cuatro de estas asociaciones, cada una se refiere a una época determinada, tenemos desde los fenicios, celtíberos hasta los tardos romanos y, aparte de trabajar en el Emérita Lúdica, durante toda la anualidad, no sólo aquí sino en otras ciudades, dinamizan y llevan nuestro nombre, casi mensualmente en Mérida hacen una recreación. Hay una que está muy especializada en el Museo Nacional de Arte Romano. De hecho, con el día Internacional en Contra del Maltrato a la Mujer, han hecho una representación de la mujer de la Antigüedad y su lucha, que también son la base de la lucha de hoy en día. Este tipo de actividades nos ayudan mucho a que seamos una ciudad viva.</p> <p>Si tú te encuentras un mercado del dulce navideño o el día de la patrona una proyección de video <i>Mapping</i> en la fachada del ayuntamiento y conectas el tiempo de ésta, coetánea de Augusto, con el monumento, alguna acción para navidades, fin de año, estamos trabajando en esa línea. Con acciones para el año que viene para que las fachadas que tienen gran visión o con paso de turismo, las fachadas municipales van a tener un desarrollo de pinturas murales urbanas muy interesantes.</p> <p>En definitiva que, cuando alguien llegue aquí se encuentre con una ciudad amable y la experiencia le lleve o bien a repetir o a ese boca a boca.</p> <p>Desde el consorcio de la ciudad monumental se está trabajando mucho en que la estancia perdure poniendo en valor elementos con taquilla. Eso supone que el visitante tenga una mayor calidad y su visita. No sólo tiene la oportunidad de conocer nuestra ciudad caminando por nuestras calles, como es la calle Sagasta o José Ramón Mélida. Ellos han hecho recintos en los diferentes monumentos con un nuevo sistema de gestión, en el que se incluye un bono especial para visitar todos los monumentos que pertenecen al</p>

TIPOLOGÍA DEL INFORMANTE	SOBRE LAS PERNOCTACIONES.
	<p>Consortio de la Ciudad Monumental. Eso hace que el turista tenga de su mano este bono, porque compensa económicamente y hace que se quede un par de días más o bien vuelve en una fecha que estime, puesto que no hay una caducidad de este bono.</p> <p>Hacemos rutas de tapas gastronómicas. También en la delegación de turismo como fuimos los encargados de llevar el expediente de La Capital Iberoamericana de la Cultura Gastronómica Mérida 2016, pues también, en ese sentido tenemos muchísima actividad gastronómica y trabajamos muy de la mano con el sector, bares, pubs, ocio nocturno. Por este último hemos hecho una apuesta importante, como en apoyo a conciertos, como el Stone Music and Festival que ha hecho que el mes de septiembre, en el cual el número de turistas bajaba, estamos a tope.</p> <p>Bueno, en general es eso, hacer que la ciudad sea divertida. Que Mérida no sea sólo la visita cultural a los monumentos, contrato como mucho un guía, que a veces ni eso, sino que se quiera bajar y vivir aquí unos días, conocer la ciudad que, además, es muy cómoda, es una ciudad pequeña, tanto individual como para grupos. Que salgan a la calle y vean que es una ciudad joven.</p>
5. Gestor y responsable público urbano	<p>Lo primero, tener unas buenas infraestructuras para que podamos conseguir que vengan muchos más visitantes. Si Extremadura ha tenido ese repunte en el ámbito turístico en visitas y pernoctaciones en este tiempo, con las comunicaciones como las tenemos y las dificultades en cuanto a nuestro tren, cuando eso se subsane y tengamos unas mejores comunicaciones y ahora con el tema del aeropuerto, haber hecho una necesidad de servicio público la conexión con Madrid y Barcelona, va a hacer mejorar esas pernoctaciones. Y, obviamente, el sector tiene que ser consciente que la oferta, tanto cultural, como deportiva, el medio ambiente y el patrimonio tienen que intentar durar más en el tiempo. No puede ser que programemos actividades culturales de un día en el que el turista pueda venir por la mañana e irse por la tarde. Para intentar tener un mayor número de pernoctaciones, en este caso, podemos intentar ampliar las ofertas tanto culturales como deportivas a más de un fin de semana y eso haga que el interés del turista por quedarse aquí sea mucho mayor.</p> <p>Una cosa que destacar también es que debemos en esta región mejorar en cuanto a la banda ancha en todos los municipios. Tenemos que intentar que no haya una sola zona de nuestra región donde el turista se aburra porque ya haya estado en la naturaleza, porque ya haya visitado el festival al que venía y no pueda estar comunicado. Ahora mismo, nuestros jóvenes viven en las redes sociales y alguien que venga aquí con su familia y sus niños se aburra pues es, evidentemente, un hándicap a la hora de repetir. Por lo tanto, creo que necesitamos que esa fibra óptica llegue a todos los municipios y que los empresarios y todo el ámbito turístico puedan beneficiarse para que todos aquellos que vengan tengan las garantías de que están plenamente conectados.</p> <p>Y, por supuesto, las ciudades tienen que mejorar en cuanto a turismo inteligente. No podemos pensar en ciudades del siglo XIX estando en el siglo XXI. Tenemos que intentar ir hacia la sostenibilidad y hacia ciudades de turismo inteligente, pues son muchos y muy buenos los proyectos que se están emprendiendo y en los que se está innovando en Extremadura. Además, ahí tenemos que hacer hincapié para llegar a ser Más atractivos para un público que, cada vez, es más exigente.</p>

TIPOLOGÍA DEL INFORMANTE	SOBRE LAS PERNOCTACIONES.
5. Gestor y responsable público urbano	<p>Adolecemos que, muchas veces, la gente viene de paso y no pernocta suficiente tiempo. En cualquier caso, esto está evolucionando y cambiando, puesto que tenemos el agua, aunque no tenemos costa, pero tenemos mucha costa interior que también se está poniendo en valor y eso es importante. Poco a poco se está llevando a cabo, no es lo mismo que la playa, evidentemente, pero es un factor también. En invierno, pues también van aumentando las pernoctaciones con las casas rurales, el turismo rural que se presta más ahora en invierno puesto que el verano en Extremadura es un poquito duro.</p> <p>Por lo tanto, sería aumentar en invierno un turismo de carácter rural con estos alojamientos y, en verano, fomentar las costas de interior.</p>
5. Gestor y responsable público urbano	<p>Es la base del turismo de nuestra ciudad. Como idea principal destaca un aumento de la promoción turística de la ciudad, pues es lo que repercute posteriormente en los beneficios. Además, es necesaria la creación de sinergias entre los distintos negocios (actividades) para aumentar las pernoctaciones</p>
5. Gestor y responsable público urbano	<p>Con las pernoctaciones finalmente lo que requiere es que consigamos que el turista se quede y que tenga algún tipo de interés en conocer y desarrollar más actividades dentro de la ciudad de Cáceres.</p> <p>La única manera de conseguir que aumenten las pernoctaciones es conseguir colaboración con zonas cercanas a la ciudad de Cáceres (entorno de Villuercas, Monfragüe, Trujillo Plasencia...), para establecer algún tipo de ruta o producto turístico en el que puedan visitar varias zonas y aumentar que el cliente pernocte, no solo en la ciudad de Cáceres sino en la región de Extremadura.</p> <p>La otra opción es que consigamos mayores actividades turísticas, que consigamos ofrecer, bien por iniciativa privada o ayudas de organizaciones públicas el número de actividades que puede realizar el turista que nos visita, bien en ciudades o entornos naturales, y así conseguir aumentar las pernoctaciones. Estas son las vías que tenemos a nuestro alcance ahora mismo y las más factibles.</p>
5. Gestor y responsable público urbano	<p>Pues mira, creo que primero un paquete cerrado que incluya pernoctaciones, actividades... o sea... que no... que alguien... quien venga tenga un paquete cerrado de actividades, que tú vas muchas veces y dices bueno pues mira llegó a Almendralejo pues veo el centro, voy a Huerta Montero, me tienen un menú típico aquí, veo el museo y una cata del vino y acabo con unas... unos paquetes cerrados seguro, y después, trabajar en equipo con distintos... aquí estamos gente que nos dedicamos a este tema y veo que vamos un poquito como francotiradores cada uno por nuestra parte, yo creo que es el principal problema. Incluso dentro de los subsectores, vamos a ver el que se dedica a pájaros, porque hombre, aquí hay un turismo de avistamiento de pájaros y no quería poner el del vino. Pero van por su parte, pero no solo eso, sino que los del vino vamos por un lado, no podemos ver la relación que tenemos con el que viene a ver castillos, él que viene a ver aves. Una oferta multidisciplinar, que el que venga a vino no va a estar nada más que en bodegas porque cuando vea la segunda bodega ya tiene vista las bodegas de la zona, todas tenemos depósitos, todas tenemos prensa, todos lo hacemos lo mejor posible.</p> <p>Y después creo que hay una serie de entes, en este caso pues puede ser el museo o los museos o determinadas tal... que si debían de estar en toda esa coordinación de temas de turismo, creo que tienen bastante que decir, por ejemplo a nosotros es la primera vez, hombre, se hacen encuestas y tal, pero nosotros en el observatorio de turismo por ejemplo no estamos.</p>
5. Gestor y responsable público urbano	<p>El crecimiento de la oferta complementaria.</p>

TIPOLOGÍA DEL INFORMANTE	SOBRE LAS PERNOCTACIONES.
5. Gestor y responsable público urbano	<p>Vamos a ver, al turista siempre hay que hacerle agradable la estancia, entonces nos tenemos que poner en la piel de ellos. Entonces, ¿qué se puede hacer? Dar una oferta en todos los aspectos. Gastronómica, cultural, el recorrido por monumentos hay que crear oferta para retener al turista, que no se quede, que la oferta vaya al turista en cuanto cruce. O sea, la montaña a Mahoma. Y lo digo porque a través del CIT hemos recibido ofertas para aumentar ese cupo de posibilidad de un turista y siempre se le han puesto muchas trabas, como una quería hacer un recorrido nocturno... y siempre las trabas con todo y eso hay que ir eliminándolo. Eso sí, hay que ser respetuoso y hay que tener un seguro hecho para incidentes. Pero creo que hay que <i>desencorsetarnos</i> y dejarnos de sota, caballo y rey y vamos a dejar, también, vamos a preguntar a la sociedad muchos en paro, para mantener al turismo. Me llegó una oferta para el avistamiento del cernícalo primilla, pues mira, algo más. Por ejemplo, la torre de la candelaria la estaría abriendo, con mucho cuidado y tal, el público se sube y es un dinero para arreglar nuestro templo que está realmente mal. Entonces, hay que ser inteligentes y utilizar todo lo que tenemos. Que la gente conozca la historia, la de verdad y que no nos cuenten milongas.</p>
5. Gestor y responsable público urbano	<p>Es que bueno, eso serían unas reflexiones hacer junto con el sector hostelero ¿no? Para aumentar las pernoctaciones pues deberemos de hacer desde las instituciones la oferta turística hacerla lo más atractiva posible ¿no? Creciendo en horarios, creciendo en disponibilidad, creciendo en oferta turística. Por eso digo que bueno, pues haciendo ese esfuerzo de ampliación de horarios, de ampliación de la oferta turística, haciendo un poco la reflexión con el sector hotelero yo creo que ganaríamos en pernoctaciones.</p>
5. Gestor y responsable público urbano	<p>Ojo es un dato muy puntual, hemos preguntado algunos hoteles, que tal, en los puentes de índole nacional, del verano para acá que hay varios sucesivos, en octubre y en noviembre, y septiembre y octubre han sido unos meses de mucho evento en la ciudad de Badajoz, y eso es cierto a nivel municipal como a nivel nacional como..., hay muchos hay congresos, hay eventos deportivos, somos conocedores de que hay una gran oferta cultural durante el mes de septiembre y octubre, y pues consultamos que tal había ido, es verdad que lo hemos hecho en verano también, hemos hecho una oferta turística buena y no consultamos, pero si, en esta ocasión si lo hemos hecho, y puntualmente en esa franja del otoño, aunque todavía no ha pasado y nos falta el mes de diciembre, otro puente casi tan importante como la semana santa, ese corto recorrido ha sido muy bueno, muy bueno, no sé cómo será el resto del año, pero ese concretamente, están, a los cuales preguntamos bastante bueno, con una buena ocupación, un porcentaje importante para como normalmente han estado o tradicionalmente han estado manifestando, que la cosa iba a duras penas, y parece ser que desde el punto de vista de ese dato pues la cosa va mejorando, hasta ahí pues te puedo contar.</p> <p>*Le comento que no me ha dejado terminar la pregunta *</p> <p>Bueno yo te puedo aportar desde mi punto de vista profesional y mi experiencia ¿no?, y a lo que me dedico, nosotros principalmente nos dedicamos a la información turística desde las oficinas de turismo, a la divulgación de nuestro patrimonio y a generar actividad. Y en los últimos años hemos hecho lo posible para que esa actividad sea nocturna, para fortalecer y apoyar que de alguna manera la gente pernocte en la ciudad, que era otro de los problemas, no solo los congresos, los eventos en Badajoz, es una ciudad de servicios, porque es una ciudad con mucha población, muchos servicios, por el lugar en el que nos encontramos y que demográficamente es así, la actividad de esta ciudad se adapta a esas circunstancias, de manera que se pierden pues esos valores rurales y tradicionales, artísticos y artesanales, artísticos no pero si artesanales, y ese potencial que esta y se mantiene en otras zonas rurales, aquí se adapta a una ciudad de servicios, entonces ofrece</p>

TIPOLOGÍA DEL INFORMANTE	SOBRE LAS PERNOCTACIONES.
	eventos, compras, sanidad, cosas que en el resto del territorio no se ofrecen.
5. Gestor y responsable público urbano	<p>1- Respecto a mi localidad. La coordinación con poblaciones cercanas con recursos turísticos (ej. Medellín) aumentaría.</p> <p>2.- Canalización con otros sectores (ej. hoteleros) Mayor coordinación mediante recursos informáticos, de acceso a la unidad de reservas.</p> <p>3.- Mayor canalización de información a través de las Oficinas de Turismo.</p>
6. Gestor y responsable público rural	<p>Crear instalaciones de mayor calidad y con mejores servicios. El turista y el visitante desean disfrutar de la vida rural, pero con las comodidades del siglo XXI.</p> <p>Debemos crear un turismo basado en las experiencias, en las emociones, donde no solamente disfrutemos de, sino que lo vivenciamos y sintamos con todos nuestros sentidos y a todos los niveles.</p> <p>Hay que aprovechar nuestras potencialidades y recursos para fijar un turismo activo con paquetes planificados y organizados.</p>
6. Gestor y responsable público rural	Promover y crear eventos culturales, deportivos... en las zonas rurales, que contribuyan a que el turista no sea “de paso” y que haga que su estancia sea más larga. Ya que, al no existir este tipo de eventos, la elección para pernoctar en la ciudad antes que en un municipio prevalece dependiendo del tipo de visitante
6. Gestor y responsable público rural	Hay que potenciar de alguna forma el lunes jueves porque el turismo de interior no suele ser de largos periodos, suele ser de periodos de fines de semana muy condicionado por Madrid, como yo digo Madrid estornuda los demás nos constipamos, pero últimamente las últimas encuestas que hicimos se veía bastante porcentaje de Andalucía, que empieza a ser foco importante en relación al turismo, podremos hablar de que un 15 o un 20% sean andaluces lo cual es importante. Vamos teniendo el turismo catalán también con su impacto y por supuesto por la zona cómo es encontraremos tradicional turismo de alta calidad anglosajón Hispanoamérica, mucha gente de alto nivel, de alto standing, que viene en añoranza ese retorno, pero un retorno accesible
6. Gestor y responsable público rural	<p>Ofrecer paquetes para que la gente venga no solo para un día o dos, sino saber venderlos que estamos en la zona norte, que si vienen puede que les interese conocer las zonas de alrededor, como Plasencia o Monfragüe y las comarcas de alrededor pues estamos muy cerca; ello aumentaría el número de estancias. Igualmente hacer paquetes con actividades: vienen y el primer día pueden hacer esto, o lo otro, y creo que podría ser una buena idea. Las empresas de multiaventura han crecido bastante y trabajan bastante; en esta época se reduce más pero en primavera/verano trabajan bastante, con diferentes demandas dependiendo de la época. Tanto ofrecen visitas guiadas como te ofrecen piragüismo, fotografía... Para que funcione no te puedes quedar en una única área.</p> <p>En relación a la falta de promoción, las centrales de reserva que hay como Booking ofrecen problemas. Quien entra en Booking le cuesta puesto que se lleva un tanto por cierto muy alto y por ello hay gente que no quiere. Por ello, mucha gente boquea las fechas que no les interesa. Por ello, yo veo que mucha gente viene y dice que no quedaban plazas en el Valle, pero yo tengo información de lo que está libre y ocupado en el Valle (yo tengo un cuadrante que dice la ocupación de todos los alojamientos) y da rabia que vengan y digan que han visto en Booking que está todo ocupado cuando no es así cuando en realidad está al 50% de ocupación. Qué es lo que pasa, que han mirado en Booking y lo que han mirado en Booking no es lo real: que no haya un anuncio en Booking no quiere decir que no lo haya. Por lo tanto, por un lado, beneficia, pero por otro perjudica; por eso, en el Valle es frecuente que los hoteles ocupados</p>

TIPOLOGÍA DEL INFORMANTE	SOBRE LAS PERNOCTACIONES.
	<p>remitan a la oficina de turismo y nosotros les referenciamos otro alojamiento con las mismas características que esté libre. Booking está bien, pero hay que tener prudencia.</p>
6. Gestor y responsable público rural	<p>Pues mira, las pernoctaciones es uno de los problemas o hándicaps que tiene Jerez, que es por lo que estamos apostando, por mejorar y que la gente se quede a pernoctar. Es decir, estamos ampliando la gama de oferta turística para que la gente se quede a pernoctar. Para que decidan quedarse en Jerez y también estamos intentando que todo lo que esté vinculado al sector turístico tenga una marca de calidad y eso se convierta en un referente a la hora... tanto a nivel comarcal, provincial y comunitario. Después en Extremadura... sí que es cierto que Extremadura ha visto crecer el turismo. Dentro de las estadísticas a nivel nacional Extremadura ha sido de las que ha crecido, a diferencia de otras comunidades autónomas que se han visto estancadas. Incluso alguna de ellas han visto disminuir la llegada de turistas, como Cataluña, bueno, por los problemas y esto que está teniendo últimamente, y Extremadura ha sido una de las que ha crecido, y con mayor distancia que... Es cierto que queda mucho por hacer, porque no tenemos el turismo de otras comunidades autónomas, pero hemos crecido... que todo lo que sea crecer siempre está bien. Para fomentar las pernoctaciones se me ocurre ampliar la oferta turística a nivel de la Comunidad Autónoma o ampliar la oferta... que haya actividades y cosas para que el turista venga. A lo mejor el teatro de Mérida está influyendo en que haya turistas a nivel nacional que venga a Mérida, porque a todos los que le guste el teatro, que le guste la cultura vienen aquí. A parte de eso, pues que se venda un sello de calidad, que se apueste a nivel de las administraciones por el por el turismo, que se está apostando... por ejemplo Diputación de Badajoz la verdad es que en eso ha mejorado mucho. Badajoz ha dado un cambio exponencial al turismo, y antes no lo era. Y qué más cosas... pues en principio publicidad... la publicidad de nivel, ya no solamente nacional, sino internacional, porque es un sector que es importante y deja bastante dinero. Que pongamos en el punto de mira los monumentos extremeños relevantes. Que cuando un turista nacional o internacional piense en monumentos piense en Alhambra de Granada, en la Giralda de Sevilla, en las torres no sé qué... en Mérida en el teatro romano. También tenemos el monasterio de Guadalupe... Bueno, pues son nuestras bazas, y podemos fomentar y apostar por alguna más. Alcazabas, Yuste, las torres de Jerez... también tenemos que fomentar la naturaleza: Monfragüe, norte de Cáceres, el cerezo en flor, Tajo y Guadiana...</p>
6. Gestor y responsable público rural	<p>Hombre... sobre todo lo que... el tema de... quitando lo que son las ciudades... llamemos Mérida, llamemos Cáceres, que pueden pasar los turistas al menos un fin de semana, o las dos noches, en la mayoría de los sitios es un día. ¿Cómo cambiaríamos esto? Hombre, yo creo que es difícil cambiar también la idea de del turista. Creo que habría que centrarse más en tema de actividades turísticas... actividades de turismo activo me quería referir... Nosotros por ejemplo aquí en esta zona tenemos también el tema del jamón, el tema del cerdo ibérico, por lo cual habría que ayudar ahí un poco y centrarnos más en el tema gastronómico, relacionado con lo que es el tema del cerdo. Eso en lo que se refiere a esta zona. Luego también yo creo que la unión de las administraciones y sobre todo un buen plan de marketing turístico de cara al exterior vendría bastante bien. Vamos, de hecho, me consta que si se... en los últimos... se está haciendo. De hecho, bueno, cada vez se está viendo que recibimos más turistas y las pernoctaciones están subiendo cada vez más. Entonces sería eso: un plan turístico a nivel regional que bueno, que abarcara a todo... y que no dejáramos zonas... hay zonas que por H o por B, y aunque esté mal decirlo por mí, pero... están a lo mejor... se le ha dado más que a otras, más que a otros, entonces vamos a darles a todas igual y... para que se pueda desarrollar turísticamente.</p>

TIPOLOGÍA DEL INFORMANTE	SOBRE LAS PERNOCTACIONES.
6. Gestor y responsable público rural	<p>Una buena idea sería por ejemplo la realización de paquetes turísticos de fines de semana con actividades relacionadas que se pudieran realizar en la zona.</p> <p>Una mayor promoción siempre ayuda.</p> <p>Realizar actividades en las diferentes localidades, como festivales de folklore o actividades para niños, que también nos demandan mucho. Es decir, actividades que puedan atraer al turista general.</p>
8. Asociación empresarial -Clúster	<ul style="list-style-type: none"> - Crecimiento de Casas Rurales en la región. - Realización de actividades complementarias junto a las Casas Rurales. - Incremento de rutas entre los distintos. Pueblos de la región.
8. Asociación empresarial -Clúster	<p>Mayores actividades de ferias y congresos que aumentan las pernoctaciones. Zonas próximas como Medellín aumenta las pernoctaciones</p>
8. Asociación empresarial -Clúster	<p>No puedo indicártelo porque la pernoctación indudablemente llega cuando llega el turista y si nosotros tenemos el problema que estamos teniendo es muy complicado. ¿Quiere que le diga que vienen en su coche propio? Estas que se tienen que definir desde su lugar de origen es complicado, no les puedes decir que vayan hoy a Plasencia, mañana a Guadalupe, no lo va a hacer. No es interesante por ello vienen solo a pasar un fin de semana. Y cuando vienen en grupo lo hacen en las ciudades grandes, porque radialmente están comunicadas con otras igual de grandes y perdiéndose, de este modo, municipios también con mucho encanto e interés.</p> <p>Fíjese lo que supondría que las personas que vienen “seltas”, podríamos decir, pudiera transportarse de Cáceres a Plasencia, de Cáceres a Trujillo, a Mérida, de Mérida a Badajoz, Olivenza, Jerez de los caballeros; aunque fuera solamente como alternativa. En Europa, ciudades interesantes están conectadas con una frecuencia lógica. Cualquier medio que sea, pero que esté en función del turismo, no en función de cuando haya suficiente gente para irse. Apuesto por una alternativa de transporte, porque lo del tren no tiene ni nombre ni apellido. A ver si nos cobran por las carreteras y de este modo el Gobierno mira al tren. Es indignante estos berenjenales.</p>
8. Asociación empresarial -Clúster	<p>Publicidad, publicidad y publicidad. El problema que tienen es que no pernoctan en la región, porque no hay oferta suficiente de entretenimiento... para el turista que viene a Mérida o a Badajoz viene, echa la mañana y se va. Vienen un día, visitan y se van. El turista que se suele quedar es porque tiene reservadas casas rurales. A lo mejor alojamiento turístico, pero buscando otro tipo de actividades o de relax, que no... La publicidad sería una clave principal... Si no conoces... Yo personalmente conozco la parte de Cáceres... que está el Geo-parque, y a comparación de otras zonas de Extremadura no lo visitan, y es un diamante en bruto. Y se puede explotar. También te digo que esa es la belleza que tiene ahora mismo, que no está explotada. Por ejemplo, la Vera, vayas en la época que vayas, hay turistas, porque ya tiene un nombre. Pero hay zonas de aquí de Extremadura que no. Consistiría entonces en promocionarlo.</p>

TIPOLOGÍA DEL INFORMANTE	SOBRE LAS PERNOCTACIONES.
8. Asociación empresarial -Clúster	<p>Yo sigo pensando que el tema que está sin explotar lo suficiente es... aquí, y es muy importante porque nada menos que supone 35% del Producto Nacional Bruto es la gastronomía... No está perfectamente ordenada y... en Badajoz eh, y el tema del potencial que tiene el turismo náutico está absolutamente olvidado. Sería importantísimo. Podríamos ser la potencia más importante en España en relación a la náutica interior. Y aquí hay un potencial tremendo en todo lo que es la parte de Olivenza hasta Cheles, impresionante. Podría decir, por ejemplo, en Madrid, un pantano... como puede ser el San Juan, que los fines de semana, si se va por las carreteras de alrededor, es como si fuéramos por plena Plaza Mayor de un pueblo o de una ciudad, y solo tienen, no llegan a 15kms de navegación. Pues imagínese lo que serían 100kms aquí con barcos, con la facilidad que se tiene desde Madrid, ahora con los aviones, el día aquel que podamos con los trenes... es decir, vendría la gente... quien lo ha visto se ha quedado entusiasmada... el potencial que tiene y no está desarrollado de ninguna manera. La gente que venga a navegar, que traiga un barco, que venga con sus amigos, va a tener que quedarse a dormir. Esta zona... estamos de Badajoz a 15kms. El sitio es espectacular. De Mérida estamos lo mismo... a 35 km Eso está en Olivenza, y por lo tanto está en una zona... fíjese cómo se pone Olivenza con el tema de los toros, conque lo que no sería con esto... y teniendo en cuenta que aquí se puede navegar prácticamente seis meses al año, por lo menos, y con pesca y posibilidad de baño.</p>
8. Asociación empresarial -Clúster	<p>Pues tener marcado un plan estratégico muy muy definido y prolongado en el tiempo, no cambiar constantemente de... de...de... promoción</p>
8. Asociación empresarial -Clúster	<p>Teniendo en cuenta que España, ha sido turísticamente uno de los mejores países del mundo en los dos últimos años, y que él, el incremento ha sido de un 11% sobre el PIB, en Extremadura y concretamente en Badajoz no nos ha llegado, nos han llegado unos coletazos de turismo, que siguen siendo muy pobres, y la solución a una propuesta, que nosotros hacemos, o que yo hago, desde nuestra asociación es, crear incentivos para de atracción para que el turismo venga aquí, para hacer esto lo tienen que hacer personas capacitadas para ello, no se pueden hacer las cosas un poco independientemente o de forma solidaria, a ver si esto funciona, porque concretamente yo llevo yendo a FITUR desde que estaba en la casa de campo, te hablo de 1986, 1987, se siguen llevando las mismas propuestas, con las mismas frases con los mismos regalitos, y eso no funciona, Extremadura y concretamente Badajoz necesita una inversión de fuera hacia dentro económica en este caso en turismo, en otro caso, sectores industriales o de comercio, pero en el sector turismo hay que hacer algo que de un vuelco a la situación, que vemos la gente pasar de lejos, sigue siendo, Badajoz sigue siendo una ciudad de paso, los hoteleros siguen diciendo lo mismo, habría que aumentar el tiempo de estancia de los turistas que pasan, pero no saben cómo hacerlo. Nosotros concretamente estamos trabajando en ello y queremos hacer unas propuestas a las entidades públicas para ver si quieren apostar por ellos y aumentar de forma importante ese incentivo o esa atracción de turistas, creemos que se puede duplicar fácilmente.</p>

MEDIDAS O PROPUESTAS DE MEJORA

Tabla 26. Expertos en turismo. Valore algunos aspectos de la gestión turística de su localidad/comarca. (N=47)

	Ns/nc	POCO (1)	ALGO (2)	MUCHO (3)	
1. La coordinación ENTRE LOS DIFERENTES ACTORES de las políticas turísticas (empresarios, administración, etc.)	2,1	42,6	34	21,3	100
2. Participación en el diseño de las políticas de turismo (¿se cuenta con usted?)	4,3	46,8	21,3	27,6	100
3. Cuentan con personas como usted para el diseño de la PROMOCIÓN TURISTICA de su LOCALIDAD/COMARCA	4,3	34	36,2	25,5	100
4. ¿Están suficientemente FORMADOS en turismo los Empresarios y empleados de la zona?	8,5	23,4	57,4	10,7	100
Media	4,8	36,7	37,2	21,2	100

Gráfico 5. Representación gráfica. Valore algunos aspectos de la gestión turística de su localidad/comarca. (Expertos en turismo. N=47)

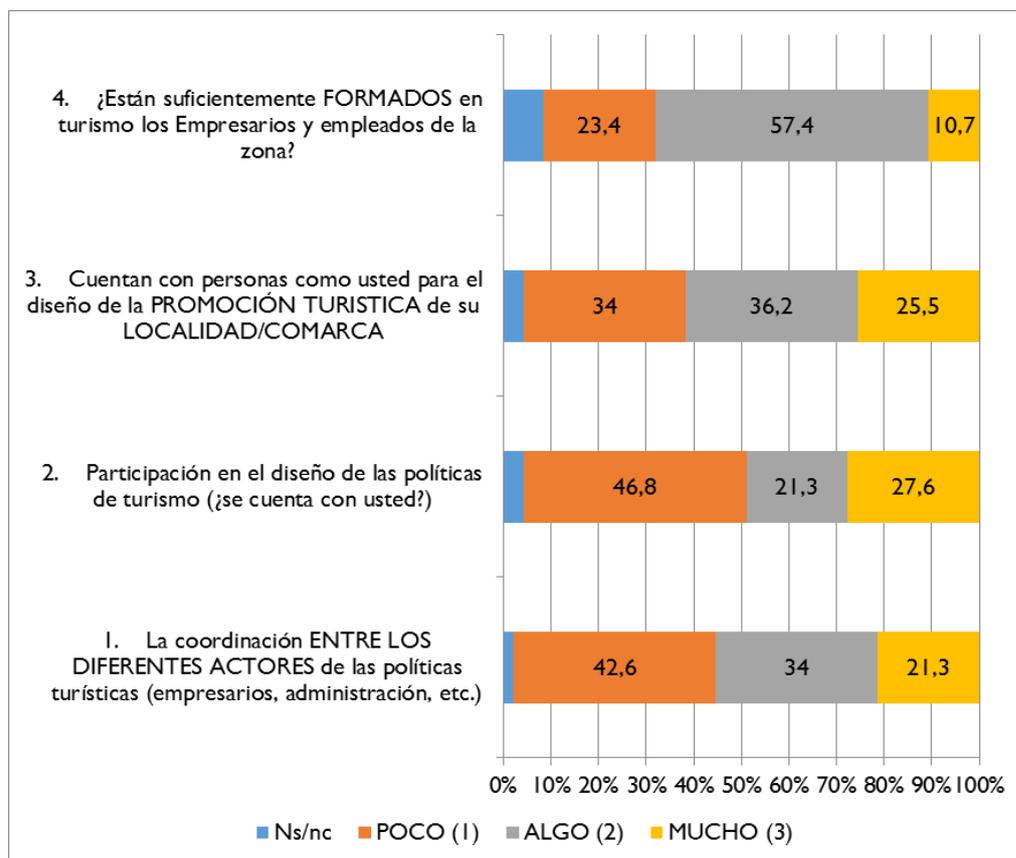


Tabla 27. Expertos en turismo. La coordinación entre los diferentes actores de las políticas turísticas (empresarios, administración, etc.), según zonas turísticas. (N=47)

		15.1. La coordinación entre los diferentes actores de las políticas turísticas (empresarios, administración, etc.)				Total
		Ns/nc	1. Poco	2. Algo	3. Mucho	
	Cáceres y entorno		35,7%	57,1%	7,1%	100,0%
	Mérida, Badajoz y Entorno	5,3%	42,1%	31,6%	21,1%	100,0%
	Plasencia y Norte de Extremadura		50,0%	12,5%	37,5%	100,0%
	Zafra-Sur de Extremadura		50,0%	16,7%	33,3%	100,0%
Total		2,1%	42,6%	34,0%	21,3%	100,0%

Tabla 28. Expertos en turismo. Participación en el diseño de las políticas de turismo, según zonas turísticas. (N=47)

		15.2. En la participación en el diseño de las políticas de turismo ¿se cuenta con usted?				Total
		Ns/nc	1. Poco	2. Algo	3. Mucho	
	Cáceres y entorno		57,1%	21,4%	21,4%	100,0%
	Mérida, Badajoz y Entorno	10,5%	52,6%	10,5%	26,3%	100,0%
	Plasencia y Norte de Extremadura		25,0%	37,5%	37,5%	100,0%
	Zafra-Sur de Extremadura		33,3%	33,3%	33,3%	100,0%
Total		4,3%	46,8%	21,3%	27,7%	100,0%

Tabla 29. Expertos en turismo. ¿Cuentan con personas como usted para el diseño de la promoción turística de su localidad/comarca?, según zonas turísticas. (N=47)

		15.3. ¿Cuentan con personas como usted para el diseño de la promoción turística de su localidad/comarca?				Total
		Ns/nc	1. Poco	2. Algo	3. Mucho	
	Cáceres y entorno		42,9%	35,7%	21,4%	100,0%
	Mérida, Badajoz y Entorno	10,5%	42,1%	21,1%	26,3%	100,0%
	Plasencia y Norte de Extremadura		25,0%	62,5%	12,5%	100,0%
	Zafra-Sur de Extremadura			50,0%	50,0%	100,0%
Total		4,3%	34,0%	36,2%	25,5%	100,0%

Tabla 30. Expertos en turismo. ¿Están suficientemente formados en turismo los empresarios y empleados de su zona? , según zonas turísticas (N=47)

	15.4. ¿Están suficientemente formados en turismo los empresarios y empleados de su zona?				Total
	Ns/nc	1. Poco	2. Algo	3. Mucho	
Cáceres y entorno	7,1%	7,1%	71,4%	14,3%	100,0%
Mérida, Badajoz y Entorno	15,8%	31,6%	47,4%	5,3%	100,0%
Plasencia y Norte de Extremadura		12,5%	75,0%	12,5%	100,0%
Zafra-Sur de Extremadura		50,0%	33,3%	16,7%	100,0%
Total	8,5%	23,4%	57,4%	10,6%	100,0%

Cuadro 8 . Opiniones de los expertos, sobre medidas y propuestas de mejora

TIPOLOGÍA DEL INFORMANTE	EN RELACIÓN A LA COORDINACIÓN, PROMOCIÓN, PARTICIPACIÓN Y FORMACIÓN TURÍSTICAS
I. Asociación ecologista y de consumidores	<p>Coordinación: Sí, porque el tejido empresarial y las cuestiones que son de desarrollo en Extremadura, parece que cada uno va por un lado. Es decir, el empresario monta algo, porque cree que hay un interés, porque ve posibilidad de negocio, y la administración yo creo que promociona por otro... Entiendo que hay momentos que se han intentado reunir y conformar, y ha habido reuniones y demás... Pero aun así yo creo que ni unos ni otros creen en uno y el otro. Y eso condiciona un poco.</p> <p>Participación: No se cuenta con las asociaciones ecologistas / No. Nuestro sector, el Tercer Sector, parece ser que ya no se valora. Nosotros somos el sector social... que también queremos intervenir en las decisiones que nos competen a todos, de esta índole o de cualquier otra... y habrá asociaciones de otro tipo... y yo entiendo que, no sé, da la sensación de que aquí el empresario monta, la administración lo sabe todo, y creo que la sociedad también tiene mucho que aportar para mejorar. Es decir, nosotros en la cuestión de naturaleza y qué sería interesante pues tenemos mucho que aportar. Y en el desarrollo del turismo de naturaleza deberían de contar, ya no digo con nuestra asociación ADENEX, sino con asociaciones que tengan que ver con ese mundo. Es que es lógico y normal, no que la administración, supongo que tendrá sus técnicos, que estarán formados, se hacen una idea global de las coas, y a partir de ahí deciden. No convocan como debieran. Y si convocan es quizás para cubrir eso que socialmente tienen que estar. Pero luego no tenemos en cuenta, no.</p> <p>Promoción: Sí, de vez en cuando. Bueno, pues evidentemente, la presencia de nuestra asociación en Mérida, porque es sede central... nosotros somos una asociación regional... pues tiene peso, y entonces el Ayuntamiento en algunos momentos determinados pues sí, nos llaman: ¿qué os parece?... ¿nos podéis ceder fotos?... hacer cosas que pudieran ser interesantes, ¿no? Ha habido momentos en que sí se ha hecho y otros momentos en que no. Que es normal... nosotros, en momentos que estemos peleados con el Ayuntamiento y al mismo tiempo haciendo otras cosas que estén bien, ¿no? Sin ir más lejos nosotros esta semana hemos celebrado los premios ADENEX aquí en Mérida y el ayuntamiento ha colaborado, pero por otro lado estábamos entre semana dándole caña porque estaban tirando tres árboles sin unos informes adecuados... Es decir, con la visión de un técnico... dice que el árbol se va a caer, sin tener algo de más peso, pues quitamos el árbol ¿no? Entonces claro, en esos momentos pues tenemos nuestros más y nuestros menos, pero no quita que evidentemente en momentos determinados sí han contado con nosotros para...</p> <p>Formación: Yo entiendo que mucha formación. Tenemos mucho hotel, pero lo que necesitamos son gente que conozca bien nuestra tierra: las posibilidades que tiene y cómo mostrarla. Entonces, seguro que dentro de la administración y seguro que dentro de los empresarios hay gente muy preparada. Pero eso no se traslada a todo el tejido del turismo en general. Y entonces sería bueno pues convocar cursos de formación, congresos, que se hable de estos temas... que se pongan los problemas que tienen y al mismo tiempo las posibilidades</p>

TIPOLOGÍA DEL INFORMANTE	EN RELACIÓN A LA COORDINACIÓN, PROMOCIÓN, PARTICIPACIÓN Y FORMACIÓN TURÍSTICAS
	de negocio que puede tener esto.
1. Asociación ecologista y de consumidores	No tengo mucho que decirte. No hay mucha coordinación, es cierto que hay sectores empresariales que tienen relación con la cámara de comercio, se ha hecho una plataforma online, Cáceres online, que está arrancando, lo demás, promoción turística poca cosa. Los empresarios se forman por su cuenta, porque no hay una empresa que los aglutine.
2. Académico/científico	<p>Coordinación: ahí fallamos, es uno de los puntos en los que fallamos, de hecho yo pertenezco a una administración que depende del estado y es muy difícil coordinar con la administración regional y local, porque son tres administraciones distintas y, lógicamente, hay buena voluntad por parte de los responsables de las tres administraciones pero tengo que reconocer que, a veces, no sé, por ejemplo yo llevo tiempo luchando para que en Mérida haya una tarjeta como hay en otras ciudades que permitan por un único precio, tener acceso a todos los sitios o las ofertas culturales aunque sean de dependencias distintas.</p> <p>Participación: yo suelo participar en las encuestas a nivel estatal, las que se me remiten del ministerio, con las cifras de visitas de mi centro. A nivel regional menos, yo de momento no he asistido ni participado en ningún foro, ni grupo de turismo regional, y creo que aunque seamos una instituciones de dependencia nacional, estamos en la comunidad autónoma de Extremadura y no hemos participado, sí que hemos colaborado con todo lo que se nos ha pedido desde la administración local, por supuesto, pero de momento no estamos en los foros de debate o de reflexión teórica.</p> <p>Promoción: yo no he participado en el diseño de la actividad. En personas como yo lo desconozco. En nuestro caso colaboramos, pero no en el diseño sino cuando la actividad ya está hecha ya se nos pide la colaboración y siempre colaboramos cuando se hacen productos turísticos desde el ayuntamiento, de la comunidad autónoma nos piden participación y siempre se lo damos, pero, lo que es en promoción de la actividad no participamos.</p> <p>Formación: yo creo que no. Creo que poco, que haría falta una política formativa importante, hay muchas lagunas, falta de habilidades, de conocimiento idiomático, de herramientas y, en general, se carece de un perfil de alto nivel. Es lo que percibo.</p>
2. Académico/científico	<p>Coordinación: en cuanto a la coordinación yo contestaré como técnico. Hay veces, como ocurre en muchas instituciones, donde el técnico es quien, en teoría, puede conocer mejor la situación real y las problemáticas, y desafortunadamente no siempre se le consulta, entonces, en ese sentido, hay poca coordinación</p> <p>promoción y participación: prácticamente queda contestada con la anterior y en la</p> <p>formación: realmente ha empezado a demandarse un técnico especializado en turismo hace relativamente poco y ha comenzado a incluirse en los cursos académicos, bien a nivel de fp o nivel universitario, hace también relativamente poco, entonces hasta ahora no se están incorporando estos técnicos en museografía, museología, interpretación del patrimonio ...</p>

TIPOLOGÍA DEL INFORMANTE	EN RELACIÓN A LA COORDINACIÓN, PROMOCIÓN, PARTICIPACIÓN Y FORMACIÓN TURÍSTICAS
2. Académico/científico	<p>Nosotros, desde la entidad fundación ciudadanía, hemos puesto en marcha la estrategia iberoamericana de turismo rural en la que estamos trabajando y coordinándonos con países latinoamericanos y dicha estrategia ahora va a ser potenciada aquí en la mancomunidad municipio centro, y queremos potenciar esa área rural como son las localidades cercanas a Mérida, para que a parte de ese turismo consolidado que es Mérida, se cree un turismo complementario. Nosotros ahora mismo estamos poniendo una serie de medias y programas para que el turismo se incremente en esta zona.</p> <p>Se cuenta con la ayuda de entidades públicas, como es la diputación de Badajoz y estamos trabajando para crear una marca turística es la mancomunidad, para que el turista no se quede sólo en Mérida, sino que visiten municipios como Alange o la zarza que tienen un patrimonio y tienen que convertirse en producto.</p> <p>En el tema de formación, es totalmente importante, ya no sólo por parte de los empresarios sino también por parte de la gente joven y las mujeres, es importante apostar por el sector femenino, que se formen en el sector del turismo, y sobre todo en el sector del turismo rural. Como he dicho tenemos un patrimonio increíble, mucha materia prima, y hay que formarse, sobre todo los jóvenes, que se trabaje para que los jóvenes emprendan</p>
2. Académico/científico	<p>Coordinación:</p> <p>Muy poca. Por lo que veo y sé, yo creo que los actores del turismo (empresarios, administración...) tienen poca relación. Los empresarios muchos de ellos desconfían de la administración, pues esta articula políticas que en grandes ocasiones no tienen nada que ver con la realidad empresarial.</p> <p>Los empresarios están muy descontentos con la administración en general. La administración tiene que articular formar y sinergias para hacer que todo esto sea un conjunto: no puede haber empresarios con iniciativas turísticas de las cuales no sean conscientes la administración y que la administración promueva políticas sin contar con los empresarios.</p> <p>Esto debe ser una interrelación continua entre ambos, incluida la universidad e incluso hasta los sindicatos.</p> <p>El problema al hablar de la administración es que es una cuestión muy abstracta: un alcalde de un pueblo lo que quiere es promocionarse dentro de su propio pueblo para que le vuelvan a votar y salir en las siguientes elecciones, tomando decisiones que para nada tienen que ver. Especialmente con los grupos leader, como el de la Vera (Adicover), que tenían que ser más importantes. Lo dice la propia UE, sirviendo para articular a los actores en cuanto a las iniciativas empresariales respecto al turismo</p> <p>Así, incluso el ayuntamiento de Cáceres, aunque no cuente con un grupo leader debería trabajar de forma conjunta con los empresarios de todo tipo. Debemos incluir todos los empresarios: los que tienen un bar, un hotel... pero también los que tienen una finca, aunque no sea a tiempo completo, pueden tener una actividad turística.</p> <p>Desde mi punto de vista, pon un algo, pero por poner algo, pero NO hay coordinación. El turismo en Cáceres se está desarrollando por la propia dinámica del turismo nacional, no porque se hagan grandes esfuerzos por parte de la administración. Viene porque tiene que venir, porque hay un mayor poder adquisitivo y tienen poder adquisitivo. Cáceres es una ciudad con atractivo, ahora bien, si usted viene, no se quede un día, sino tres porque le vamos a entretener.</p> <p>Participación:</p> <p>En absoluto, aquí tienes que tener el carnet del partido para que te escuchen. No cuentan para nada, y no solamente eso, sino que hemos hecho estudios publicados que no se han tenido en cuenta. Este estudio es otro estudio más para llegar a los mismos resultados que siempre: no soy muy optimista, tienen que cambiar las</p>

TIPOLOGÍA DEL INFORMANTE	EN RELACIÓN A LA COORDINACIÓN, PROMOCIÓN, PARTICIPACIÓN Y FORMACIÓN TURÍSTICAS
	<p>formas y las mentalidades. Tiene que constituirse el grupo de turismo en un grupo de presión ante las autoridades. Mientras eso no ocurra, aquí va a ocurrir lo mismo que con el tren y con otras actividades.</p> <p>Promoción: Yo soy un científico que estoy interesado en hacer investigaciones sobre el desarrollo de Extremadura, pero NO se tienen en cuenta.</p> <p>Formación: Depende. En líneas generales creo que estamos muy mal formados; en Badajoz están mejor formados no siendo una ciudad turística.</p>
3. Empresario/a urbano	<p>Nosotros hemos asistido a muchas reuniones con políticos para hacer cosas coordinadas, pero al final hacen lo que ellos quieren. Por ejemplo, en folletos de publicidad intentamos dar nuestra visión de cómo deben ser los folletos y nos dicen que sí y luego los hacen sin consultarnos.</p> <p>El nuevo Director general de turismo si se está moviendo, por lo menos con nuestra asociación que es ALTU, pero al final es difícil que tengamos una coordinación.</p> <p>En cuanto a la formación hay establecimientos que sí tienen gente formada y otros como casas rurales y apartamentos turísticos que son gente de la calle y no tienen formación.</p>
3. Empresario/a urbano	<p>En cuanto a la coordinación hay algo. Por ejemplo, en octubre, el ayuntamiento nos llamó a todos los restauradores para darnos a conocer unas políticas que se van a llevar a cabo para aumentar el turismo en Mérida y contó con nosotros, aunque siempre se puede mejorar en la participación, aunque participamos no se nos tiene en cuenta la promoción igual que lo comentado anteriormente, está despegando ahora, pero es muy mejorable.</p> <p>Formación falta siempre, hay que hacerla y no dejarla nunca.</p>
3. Empresario/a urbano	<p>Hay mucha formación, hay mucho curso, sin más ahora mismo, como te he dicho el cernicalo primillo. Hay mucha coordinación, sobre todo con el tema de los apartamentos turísticos, ahora que está en auge, por ejemplo, nosotros tenemos un grupo de WhatsApp en el que si tu estas completo, y necesitas una habitación, nos lo decimos por WhatsApp, “pues mira necesitamos tal, para tal día”, para muchos temas también como morosidad, clientes que se van sin pagar, clientes que son problemáticos. Hay mucha unión entre los empresarios.</p> <p>Con el tema de participación, quizá se cuente poco por falta de tiempo, pero siempre que se puede sí.</p> <p>Formación: Cada vez hay más gente que abre negocios sin tener conocimiento de turismo, pero cada vez se contrata más gente con formación, mucho curso, incluso para las camareras de piso, ya existe certificados de profesionalidad, cada vez más sí.</p>
3. Empresario/a urbano	<p>Coordinación entre empresario y administración: Poca, por no decirte ninguna.</p> <p>Participación en el diseño de las políticas de turismo: No se suele contar, últimamente se lo están planteando un poco y de vez en cuando preguntan, ósea en eso quizás si este sufriendo una transformación liviana, pero por lo menos se está produciendo, claro que me parece muy bien. Es como si yo no entiendo de cocina y me tendré que buscar un buen jefe de cocina. Le ponemos “algo” pero por ser positiva.</p> <p>Promoción turística: No sé exactamente, algo.</p> <p>Formación de empresarios y empleados: Hay de todo, ya te lo he dicho, en la viña del señor. En general, falta mucha formación y a veces, no importa, aquí tenemos gente que ha venido con un currículum de 4 o 5 páginas y no me han valido para nada. Porque a veces es más difícil deseducar que educar, y al mejor te viene un niño que no ha trabajado, que no tiene ni idea, pero tiene actitud y ganas y digo pues ya le formo yo, no me</p>

TIPOLOGÍA DEL INFORMANTE	EN RELACIÓN A LA COORDINACIÓN, PROMOCIÓN, PARTICIPACIÓN Y FORMACIÓN TURÍSTICAS
	<p>importa, y ha funcionado. Es cuestión de actitud y formación. Y hay que dar oportunidad, pero se valoran otros valores. Yo no estoy nada de acuerdo con el sistema educativo de España y en Cáceres ya ni te cuento.</p>
3. Empresario/a urbano	<p>Los políticos no tienen ni coordinación, ni ayudas, ni se preocupan, ni nada. La formación es muy relativa, si es engatusando a la gente siendo simpáticos, agradables sí, pero a la hora de vender no tienen ni idea, de cocina tampoco, de productos en buenas condiciones.</p>
3. Empresario/a urbano	<p>El “algo” es porque no está anulado aun del todo, no hay una intención clara encima de la mesa de vamos a planificar la promoción, nos sentamos, lo pensamos, o se establecen grupos de trabajo y se llega a establecer una promoción con la opinión de las dos partes. La administración hace lo que quiere y como quiere, de vez en cuando te dicen que leen algunos foros, que toman nota, pero luego los resultados que vemos son mínimos. En la parte que menciona aquí de acogida, donde noto yo la deficiencia en el tema de formación, en que podemos tener mucha teoría a la hora de formar, pero una teoría muy enfocada a lo económico o legislativo, pero hay una cosa muy importante, que es la práctica, el contacto directo con un cliente, y nosotros somos los que más tenemos contacto. Esa formación que requiere tanto sacrificio lo tiene que saber y asumir si quiere estudiar esto. Es un poco vocacional.</p>
3. Empresario/a urbano	<p>Yo como trabajador del hotel no cuentan conmigo, con el director del hotel no sé si a él le preguntarán y le tendrán en cuenta sus valoraciones. Respecto a la formación yo pienso que es buena porque en cualquier hotel, aunque no sea extremadamente turística la ciudad como puede ser Madrid o Barcelona, te piden unos mínimos requisitos como idiomas, estudios básicos o superiores, y tengo compañeros que están muy bien formados.</p>
3. Empresario/a urbano	<p>En mi opinión sí se cuenta con nosotros, con directores de hoteles, con nuestra experiencia, con nuestra opinión, pero sólo en momentos puntuales, pero no hay una continuidad de realizar planes, estrategias para que todos vayamos alineados hacia el mismo objetivo, creo que sería un punto a mejorar.</p>
3. Empresario/a urbano	<p>La formación no siempre es suficiente y se podría trabajar y mejorar más en ello, tanto a nivel de empresarios como de personal base. En cuanto al tema de la coordinación y la promoción, creo que no se cuenta con el empresario y el que está a pie de calle, que es el personal base y la gente que trabaja en la empresa privada.</p>
4. Empresario/a rural	<p>En los últimos años la comarca de Hurdes ha llevado a cabo diferentes tipos de formación a través del programada de desarrollo rural ADISHURDES y asociaciones de turismo como ATUR en la que están el 95 % de los empresarios del turismo y ha habido coordinación entre estas asociaciones y los programas de desarrollo local. Por parte de Diputación también se han hecho eventos para que los empresarios tuvieran encuentros, se hizo una jornada gastronómica diseñada por todos los ayuntamientos. En cuanto a formación a las nuevas tecnológicas vienen impartidas por los ayuntamientos, también por diputación a través del Programa de Desarrollo Rural ADISHURDES.</p>
4. Empresario/a rural	<p>En general, a nivel local incluso comarcal, hay pocas inquietudes por parte de la administración tanto local como la mancomunidad, incluso ADISGATA. Hay poco movimiento, poca inversión y poca actividad. Por otra</p>

TIPOLOGÍA DEL INFORMANTE	EN RELACIÓN A LA COORDINACIÓN, PROMOCIÓN, PARTICIPACIÓN Y FORMACIÓN TURÍSTICAS
	parte, los empresarios estamos poco formados, porque los cambios tecnológicos van muy rápidos.
4. Empresario/a rural	Yo creo que vamos por separado. En Extremadura todavía se ataca al empresario por parte de la sociedad y por parte de las instituciones. La intención es ayudarnos, pero la realidad está llena de impedimentos, burocracia, plazos y sensaciones de que el empresario gana mucho. Siempre tenemos la imagen de gran y poderoso empresario y no de la chica que pone una peluquería con sus ahorros o una frutería. La prueba es que de los 4 millones de euros que había para subvenciones a la calidad de establecimientos turísticos para el 2017, se han ejecutado 1,9; eso en una comunidad que el último de Europa. Las subvenciones no se ven con buenos ojos y no se dan cuenta que toda la economía está subvencionada. Los coches, la minería, la pesca, la compra de electrodomésticos...aquí no tenemos nada de eso y por eso Europa apostó por el turismo como motor de desarrollo. Y es aquí donde se ponen todo tipo de problemas burocráticos poniendo los plazos acordes con los funcionarios y nunca con las exigencias de los empresarios. ¿Cómo pueden sacar la orden de ayudas al 3 de agosto y cerrarlas el 26 del mismo mes?; es que a nivel funcional ha sido imposible sacarlas antes; y quién es el importante ¿el funcionario o el empresario?
5. Gestor y responsable público urbano	<p>En el caso de la coordinación entre las administraciones públicas y entre los empresarios privados hay muy poca coordinación, y a mi modo de ver debería ser mucho más alta, porque se toman decisiones por separado que no benefician a nadie.</p> <p>En cuanto a contar con expertos de turismo en algunos casos si se tiene en cuenta la opinión de los expertos, no en el caso de ayuntamiento que si se coordinan todas las actuaciones, pero en el caso de otro tipo de empresas no se tiene en cuenta la opinión de las personas que saben más de turismo.</p> <p>Y en el caso de formación considero que los empresarios no están suficientemente formados que solo enfocan sus actuaciones al negocio pero no se dan cuenta de que la formación podría hacer que su negocio mejorara.</p>
5. Gestor y responsable público urbano	<p>Formación: La formación de los empleados de Mérida del sector turístico se verá afectada de forma positiva con el Plan de Calidad Turística, ahí van a saber, por lo menos, qué hacer con sus negocios, que ya es mucho.</p> <p>Luego tenemos una escuela superior de hostelería, donde se va notando cómo el profesional, poco a poco, que está de camarero o cocinero en un establecimiento, van ganando en formación y en calidad. Sin embargo, esto también depende un poco de ellos mismos. Aquí hay cocineros de renombre a nivel nacional e internacional que, evidentemente, se lo han currado, se han ido a Francia, a México, con el programa de “Méridas del Mundo”.</p> <p>Pero los profesionales se tienen que dar cuenta, que han de formarse también por ellos mismos y no contar siempre con las inversiones públicas, no solamente el gerente sino también los empleados.</p> <p>Desde el ayuntamiento les hemos dado bastante formación. Con el motivo de la capitalidad iberoamericana citada, les dimos mensualmente cursos de formación, a los cuales muchos de ellos no venían y, por lo tanto, quedaban plazas vacantes. Estaba de su mano que un camarero supiese que vino servía, la miel o el pimentón y sus calidades, las denominaciones de origen en Extremadura. Igualmente, la formación de cocina en relación con Emérita Lúdica, siempre vienen los mismos. No dejan su negocio para formarse.</p>

TIPOLOGÍA DEL INFORMANTE	EN RELACIÓN A LA COORDINACIÓN, PROMOCIÓN, PARTICIPACIÓN Y FORMACIÓN TURÍSTICAS
5. Gestor y responsable público urbano	<p>La coordinación entre los gestores creo que se está llevando bien. Se ha abierto un proceso de diálogo muy importante entre las administraciones y los ámbitos empresariales. De hecho, creo que también el Observatorio de Turismo y demás entidades que están intentado luchar por el mismo fin, cada vez están más coordinados y están sacando provecho a las oportunidades.</p> <p>Sí, desde la Diputación Provincial de Cáceres estamos convencidos de que no sólo por el desarrollo de nuestro trabajo, sino también desde la Junta de Extremadura está teniendo más presencia en lo municipal y teniendo más en cuenta a los alcaldes y concejales del sector empresarial local.</p> <p>En cuanto a formación, siempre se dice que la formación es poca; por lo tanto, creo que está habiendo muchas ofertas para poder formar a los profesionales del turismo. Es verdad que tenemos algunos hándicaps como es el idioma, pero cada vez se están dando muchas más opciones para que los empresarios y trabajadores tengan más recursos formativos. Se va en la buena dirección, aunque todavía el sector no es todo lo competitivo que quisiéramos, a pesar de ser uno de los mayores de España.</p>
5. Gestor y responsable público urbano	<p>Coordinación: Los empresarios del sector del turismo con la administración han de estar relacionados porque les va en ello. Les interesa que la actividad funcione y la administración por lo mismo, está muy ligado.</p> <p>Promoción Participación: La Federación de Municipios Extremeños, no tiene una participación directa con la ciudad de Mérida, es un municipio más en sus actuaciones. Tenemos a nivel regional, estamos en contactos con la Dirección General de Turismo.</p> <p>Formación: La formación nunca se completa, siempre es mejorable. En formación se pueden hacer muchas cosas, tanto a nivel de guías, restaurantes, todavía se pueden hacer muchas cosas.</p>
5. Gestor y responsable público urbano	<p>Respecto a la participación de la oficina de turismo, participan como último agente de cara al público, si bien no participan directamente en la elaboración de proyectos.</p> <p>Promoción: sí, aunque como último agente de cara al turista, pero es una fórmula que funciona y por lo tanto no es necesario modificarla.</p> <p>Formación: en líneas generales, sí, y cada vez es mayor, pues tiene una gran trascendencia</p>
5. Gestor y responsable público urbano	<p>Coordinación: algo. La Junta de Extremadura puso en marcha una mesa de turismo en la cual estamos todos los agentes (agentes públicos y privados, empresarios...) y bueno se están poniendo en marcha algunos proyectos, pero que no van más de una simple guía de los eventos que realizamos en cada lugar. No hay colaboraciones directas, que es lo que echo en falta.</p> <p>Participación: se cuenta poco. Obviamente, a nivel regional, pues a nivel local somos nosotros quien la gestiona. Se cuenta poco en respecto a la regional, pues la local sale de nuestra propia concejalía el diseño de la política y la estrategia que se desarrolla en la ciudad.</p> <p>Promoción: de la localidad sí, lógicamente pues la gestionamos nosotros. De la comarca poco, pues la gestiona la Diputación. El vicepresidente es quien lleva el apartado de turismo, y tenemos algo de colaboración, pero menos de la que deberíamos: se cuenta poco con la ciudad de Cáceres para el desarrollo turístico. La Diputación se centra más en las poblaciones pequeñas de menos de 20.000 habitantes y creo que eso es un fallo, pues debería utilizarnos más a las ciudades como Cáceres que es el punto que más visitantes recibe no solo en la provincia sino en toda la región y utilizarnos como lanzadera para el resto de poblaciones.</p> <p>Formación: hay algunos empresarios que sí, pues to que tienen mucho recorrido en el sector turístico. Quizá la formación de los empleados no es la más adecuada; tenemos un grado de turismo en la ciudad y región que solo existe en la ciudad de Cáceres y creo que lo estamos aprovechando poco para escoger los empleados que salen bien formados de facultades como la facultad de turismo.</p>

TIPOLOGÍA DEL INFORMANTE	EN RELACIÓN A LA COORDINACIÓN, PROMOCIÓN, PARTICIPACIÓN Y FORMACIÓN TURÍSTICAS
5. Gestor y responsable público urbano	La coordinación es poca, tampoco se colabora con nosotros para el diseño de las políticas turísticas, pero si para el diseño de la promoción turística. La formación todavía es poca.
5. Gestor y responsable público urbano	En cuanto a la formación, pongo un medio, porque hay personas que están muy formados para esto y tenemos esa doble..., tenemos a otro grupo que pondremos medio...
5. Gestor y responsable público urbano	No hay nada de coordinación. He abierto la agenda que edita la oficina de turismo, y yo que soy el presidente del CIT me entero de las actividades por ella. Desde el CIT se han hecho numerosas actividades y evento y no ha habido coordinación, lo hacemos de forma individual, hablando con Marisol, el alcalde,... para que todos en una piña estemos a una, y no hay forma. Y es que somos: Oís, me quiero llevar los honores yo solo, y se los debe llevar Zafra, ya que nosotros somos meros actores e instrumentos. Aunque bueno, respecto a promoción, a la hora de la verdad, el ayuntamiento a veces cuenta con nosotros, nos consulta. Aunque sí es verdad que aquí siempre es sota, caballo y rey. En cuanto a formación, yo creo que no, hoy en día hay que dominar las lenguas, en el inglés. Una persona que está sirviendo debe tener unos mínimos y yo creo que no es así, si acaso, puntualmente. Esto es un caballo de batalla.
5. Gestor y responsable público urbano	Bueno pues eso está bastante... pondremos que esta algo avanzado hay que seguir trabajando en esas relaciones con empresarios y colectivos dedicados al turismo, habría que seguir reforzando, yo creo que tenemos una buena relación pero de comunicación pero simplemente... esta algo trabajada, lógicamente queda bastante por hacer. Participación en el diseño de las políticas... claro hombre, pero sí que es verdad que nosotros dependemos mucho de los profesionales, de los técnicos de turismo, de los informadores turísticos que tiene la concejalía y del sector turístico de la ciudad nos arropamos mucho, entonces cuentan con nosotros pero también es verdad que nosotros no seríamos nadie sin ellos. ¿Que si cuentan con personas como yo...? Bueno sí, contamos desde el punto de vista político, pues contamos con el alcalde y contamos con otros compañeros a los que por las diferentes áreas que lleven tengan un impacto sobre el turismo, pues ya puede ser concejalía de cultura, pues la persona que lleva la concejalía de cultura solemos contar con ellos también para temas turísticos, con el de la fundación municipal de deportes ya que cuando las grandes pruebas deportivas generan también turismo de gente que viene a participar de fuera de Badajoz, y fuera de la región entonces pues si contamos con otras personas. Yo creo que están algo formados queda todavía un pequeño,... queda alguna formación todavía queda no? y pero eso es conjunto yo creo que es una labor que tenemos que hacer todos, tanto empresarios como políticos, como formadores de turismo, tenemos que tener, como decía, que nosotros sin ellos no somos nadie, sin los formadores y los informadores, sin los auxiliares, sin los técnicos de turismo no seríamos nada, pues eso, queda algo para formarnos, pero bueno yo creo que vamos de algo para mucho. La coordinación habrá que seguir trabajándola mucho para que la promoción y la participación sea activa y luego la formación pues lógicamente como te decía yo creo que eso va a formar parte de esa coordinación de saber, que nos formen los profesionales hacia donde tenemos que ir.

TIPOLOGÍA DEL INFORMANTE	EN RELACIÓN A LA COORDINACIÓN, PROMOCIÓN, PARTICIPACIÓN Y FORMACIÓN TURÍSTICAS
5. Gestor y responsable público urbano	<p>Comentario punto 2, “Bueno, cada vez más intentamos participar con entidades como el conservatorio superior de música o con una escuela de danza, para poder generar esta oferta, estamos en la fase que detectamos que nuestro producto turístico, nuestra oferta turística o nuestro...digamos lo que nos identifica a nosotros no son las cestas de mimbre o no es el barro, no es...claro es que eso es lo que...entonces, ahora somos conscientes de que nuestra identidad es otra no aquella que hemos estado buscando siempre y lamentando que no tenemos, es que la tenemos de otra manera, vamos a sacarlo a la luz, que esa es nuestra oferta, entonces en ese sentido estamos creciendo ahora, quizás de algo a mucho ”</p> <p>Comentario punto 3, “Nos hace falta como agua de Mayo, porque todo se concentra en el mismo responsable, en la misma persona responsable, con unos compañeros fantásticos pero las limitaciones son las que son”</p> <p>Comentario punto 4, “No tengo un contacto constante con ellos los pocos que conozco creo que sí, creo que sí, y... *Interrupción llamada *”</p> <p>Creo que estamos creciendo, pero hace falta, hace falta, primero que el sector se organice, y una vez que este organizado por subsectores, es decir, alojamiento, restauración, congresos, que podamos tener mesas de trabajo, pero ya con entes organizados, con entes sueltos, con elementos sueltos es difícil organizarse, eso falta, y luego en cuanto a la formación como te he dicho desconozco pero cada vez veo al personal más formado en idiomas, en comunicaciones, en marketing, en diseño, en imagen, si en ese sentido lo veo cada vez más formado, creo que hay más criterio a la hora de establecer, de llevar a cabo actividades.</p>
5. Gestor y responsable público urbano	<ul style="list-style-type: none"> - Existe coordinación siempre que se necesita participación. Ej. Campañas con asociaciones o FEVAL ayudan. - Formar al empresario para colaborar en el sector turístico - Existe un gran número de asociaciones participativas, importante para promocionar el turismo en la localidad.
6. Gestor y responsable público rural	Las políticas y estrategias turísticas deberían tener mayor constancia y enfocarse globalmente en todo el territorio y no de manera individual. Se hace muy necesaria una mayor coordinación en todos los proyectos, programas, actuaciones, etc... y evitar el localismo.
6. Gestor y responsable público rural	<p>Está claro que el esfuerzo conjunto de todos los sectores (público y privado) ayudaría a la mejora del sector turístico, pero a veces es difícil llegar a ese equilibrio.</p> <p>La concienciación y coordinación entre ambos es fundamental para hacer del turismo un motor económico y de desarrollo.</p>

TIPOLOGÍA DEL INFORMANTE	EN RELACIÓN A LA COORDINACIÓN, PROMOCIÓN, PARTICIPACIÓN Y FORMACIÓN TURÍSTICAS
6. Gestor y responsable público rural	<p>Sí parece que ahí hay una contradicción, que conmigo sí se cuenta y con el resto de las cosas parece que no, no es una respuesta petulante en este sentido, sino que bueno por mi particular situación dentro del grupo pues lógicamente ser presidente de un grupo de acción local se tiene que contar conmigo, pero veo descoordinación porque es un sector complicado tiene muchos intereses, no es lo mismo el hostelero que esté en la Plaza Mayor de Trujillo, que el hostelero que esté en carretera, son intereses muy dispares, es muy difícil unificar el sector turístico, por medio de estudios cómo hay que estáis haciendo para ver qué es lo que hay que ofertar, porque a lo mejor lo que estamos ofertando la gente no lo quiere entre otras cosas, precisamente qué es lo que quiere y luego ya veremos. esa descoordinaciones existe, es un sector muy difícil y las políticas generales desde la comunidad autónoma o desde el gobierno central pues son políticas muy que no da la cara a esta Extremadura tan dispar, eso no tiene nada que ver con el que hay más allá de aquel cerro, es una tarea difícil y yo espero y siempre lo he propuesto que desde la universidad se empiecen a hacer este tipo de cuestiones para avanzar, también ten en cuenta hosteleros aquí no son grandes cadenas de hostelería si quitamos por ejemplo alguna en Mérida o los paradores por ejemplo, no son grandes cadenas de Hosteleros son hosteleros e hijos y nietos de Hosteleros con su pequeño o mediano negocio que son muy reticentes a que las ideas le vengan de fuera, nosotros esto siempre lo hemos hecho así y nos va bien, y no voy a más, pero te va bien porque tu abuelo tenía 40 habitaciones, y tú tienes 38, lo que hacemos es mantener, es un tema y un sector muy conservador, debería de ser un sector dinámico como en otros lados, sin embargo aquí es un sector un tanto conservador</p>
6. Gestor y responsable público rural	<p>Coordinación: tenemos dos Asociaciones Empresariales Turísticas que están bastante relacionadas y deciden las cosas bajo consenso; creo que bastante. Participación: sí, sobre todo el Grupo de Acción local que es quien recibe dinero para desarrollar la comarca y las acciones de los nuevos planes sí que nos piden opinión. Promoción turística: sí, si no es conmigo con mi jefe. Conmigo algo, con mi jefe mucho. Con la Oficina de Turismo en general, algo. Formación: en líneas generales, solamente algo; la gran mayoría, al ser empresas pequeñas, pondría que algo. En líneas generales, algo. Pero existen problemas puntuales, pues hay gente que funciona muy bien y está al día a todo, pero hay gente que no se entera de la misa la media, que lo tiene como un plus para sus ingresos. La mayoría de los alojamientos son casas rurales que son negocios pequeños y lo han abierto como complemento a su actividad principal que es la agricultura; por ello, hay gente que está al día, pero hay otro que, si me llega alguien bien y si no, no pasa nada. Hay dos partes en la moneda: ni te puedo decir mucho, ni te puedo decir poco, puesto que no es verdad ninguna de las dos.</p>

TIPOLOGÍA DEL INFORMANTE	EN RELACIÓN A LA COORDINACIÓN, PROMOCIÓN, PARTICIPACIÓN Y FORMACIÓN TURÍSTICAS
6. Gestor y responsable público rural	<p>Respecto a la coordinación, nosotros como grupo de acción local aglutinamos los sectores público y privado; dentro de DIVA está presente tanto el ayuntamiento como las asociaciones entonces hay buena coordinación para muchas actividades, sobre todo las que son comarcales; en general hay buena coordinación.</p> <p>Sobre el tema del diseño de las políticas del turismo, nosotros tenemos una estrategia de desarrollo para el territorio en la que el turismo es uno de los ejes fundamentales, es un territorio en el que en los últimos años la mayor parte del empleo que se está generando es del sector turismo y muchas inversiones de las que se dan ayudas tienen que ver directa o indirectamente con el turismo. Nosotros participamos muy activamente con las políticas de desarrollo no solo con la comarca sino también colaborando con Diputación a través del proyecto Diputación Desarrolla o colaborando con la Dirección General del Turismo a través del Plan de dinamización turística.</p> <p>Respecto a la Formación, en parte viene de la propia experiencia en gestión de los establecimientos turísticos porque el Valle del Ambroz tiene una tradición más o menos larga desde el punto de vista turístico de Extremadura, por lo que los empresarios tienen capacidad y cualidades para gestionar bien esos establecimientos; también desde el grupo Desarrollo hacemos un esfuerzo importante en ofertar formación específica.</p>
6. Gestor y responsable público rural	<p>En cuanto a la coordinación creo que habría que crear un foro que fuese permanente, y como no existe cada uno defiende su microsector y no hay intercambio de ideas más que en momentos puntuales o cuando urge.</p> <p>En cuanto a promoción y participación prácticamente igual, que la administración nos tuviese más en cuenta. Yo tendría mucho que aportar ya que trabajamos duro por el turismo y cuando hicieron el Plan turístico de 2017 aparece que hicieron muchísimas encuestas y a mí nadie me preguntó, por ejemplo.</p> <p>En cuanto a la formación tengo que decir que los empresarios cuando se le facilitan propuestas ponen problemas, pero hay que decir que últimamente se está haciendo bien.</p>

TIPOLOGÍA DEL INFORMANTE	EN RELACIÓN A LA COORDINACIÓN, PROMOCIÓN, PARTICIPACIÓN Y FORMACIÓN TURÍSTICAS
6. Gestor y responsable público rural	<p>Coordinación: Pues yo creo que es alta porque realmente a nivel local se está haciendo un intento por la coordinación. Que los empresarios y todo el mundo de Jerez, no solamente con el turismo, sino con otros sectores, que realmente, toda su gerencia y ruegos se están teniendo en cuenta por el Ayuntamiento. El Ayuntamiento está teniendo en cuenta... y hay empresas turísticas que están coordinadas con el Ayuntamiento, y vamos, que se está gestionando... que hay una gestión y una colaboración que se está llevando a cabo. Y ahora mismo una de las empresas más destacadas de turismo en Jerez tiene una coordinación directa con el ayuntamiento.</p> <p>Participación: nosotros directamente somos trabajadoras ayuntamiento... se tiene que contar con nosotros porque somos parte del ayuntamiento... y con mi persona indudablemente, como trabajador y asesor de turismo... todas las actividades que se gestionan desde aquí, todos los proyectos...</p> <p>Promoción turística: Cuentan con nosotros. Además, a nivel comarca todas las actividades que se celebran se venden, se les da publicidad desde Diputación, desde el propio ayuntamiento se hacen estudios de divulgación, de difusión... además tanto por las redes como por las nuevas tácticas o técnicas actuales de difusión relacionado con lo digital como con las antiguas presentaciones presenciales de Diputación, folletos... desde lo más actual a lo más tradicional se está haciendo.</p> <p>Formación: pues a ver... esto pasa como en todos los sitios. Al principio la gente es desconocedora, y claro, cuando ves una cosa nueva como es el turismo... la gente se tiene que ir incorporando como en una carrera... esto es como una carrera de fondo. Ahora mismo nos queda mucho camino por hacer, pero como estamos ahora mismo no estábamos hace cinco años. Es decir, los empresarios y los empleados, pues indudablemente como atendían hace 5 años, con las estrategias empresariales... eran más rudimentarias que las de ahora. Las de ahora son buenas, sí, pero que son mejorables: indudablemente. Es que hay que mejorar, y Jerez el día de mañana pues tendrá que buscar el Sello de Calidad Turística, que de hecho estamos buscándolo e intentando apostar por él; los comerciantes y establecimientos... ellos, sin necesidad de que se lo digamos nosotros, inconscientemente, en esta bola que se va haciendo cada vez más grande, ellos mismos tienen que competir con ellos mismos. Es decir, si ellos ofrecen una calidad superior a la del establecimiento de enfrente, la gente se va a ir ahí. Entonces, tienen que ser competitivos. Y se hacen competitivos ampliando la formación, mejorando los establecimientos, sabiendo cómo tienen que atender al turista... con simple gesto como es el de traducir su carta a un idioma que no es el actual o poner los ingredientes en la propia carta.</p>

TIPOLOGÍA DEL INFORMANTE	EN RELACIÓN A LA COORDINACIÓN, PROMOCIÓN, PARTICIPACIÓN Y FORMACIÓN TURÍSTICAS
6. Gestor y responsable público rural	<p>COORDINACIÓN: El problema que tenemos aquí es la falta de coordinación entre administraciones. Entre ayuntamiento, nosotros a nivel local sí, bueno, lógicamente lo hacemos porque no hay otro estamento por encima, pero ya cuando por ejemplo entra Mancomunidad, ya entra Diputación, ya entra CEDECO, en este caso centros de desarrollo comarcales, hombre, la verdad es que habría que tener un poco más de coordinación a la hora de diseñar esa política turística. Me consta, y ahí tengo que romper también una lanza a su favor, que, en los últimos tiempos, bueno, de hace unos meses para acá, hay mayor coordinación en ese sentido. De aquí para atrás no. Poca.</p> <p>PROMOCIÓN: A nivel local por supuesto que soy yo uno de los principales actores que tenemos, a parte de la aportación de ideas que tengamos y demás, después los de arriba son los que deciden, pero bueno, que sí cuentan, algo cuentan conmigo... y después ya a nivel, ahí ya son otras cosas... ahí cuentan algo, te pueden pedir, de hecho te piden algo de información, de tu experiencia y demás... pues sí, a nivel comarcal también.</p> <p>FORMACIÓN: El problema es que... el tema del empresariado es muy difícil, porque a la hora de hacer cursos con ellos la mayoría no asisten por falta de tiempo... por tanto es siempre la misma historia. Por supuesto que no todos son... hay también excepciones... personas que se forman, o están formados, y ahí se nota también el manejo que tienen también.</p>
6. Gestor y responsable público rural	<p>Coordinación: Existe bastante buena coordinación en ese aspecto.</p> <p>Participación: algo, tampoco mucho. La Oficina de Turismo depende del ayuntamiento, de modo que lo que hacemos es mínimo. Hacemos lo que se nos dice (visitas guiadas, organizar eventos...) pero tampoco se realizan proyectos como en otras oficinas, que sí que se realizan. Se encarga más el ayuntamiento con empresarios de hacer ese tipo de cosas.</p> <p>Promoción: algo: sí, eso sí.</p> <p>Formación: yo creo que habría que mejorar algo, puesto que hay gente que sí y otros que no tanto, que deberían cuidar más el turismo. En general, cada vez se está concienciando más la gente de lo importante que es el turismo para la gente, pues la mayoría de establecimiento son bares y restaurantes.</p> <p>Sobre la promoción:</p> <p>A lo mejor se podrían realizar más campañas promocionales como asistencia en ferias y de distintos tipos. Este año estuvimos en Sevilla y Sepúlveda, incluso en FITUR, pero deberíamos realizar más promoción tanto dentro como fuera de España, pues sería la "leche". Es cierto que cada vez nos están visitando mayor número de extranjeros, pero hay sectores en los que haría falta una mayor promoción para atraerlos.</p> <p>También hace falta formación, pues deberían hacerse cursos de idiomas, protocolos y gestión para saber cómo estar por ejemplo en una Oficina de Turismo y cómo tratar al público. Cursos de guías de turismo también.</p>
8. Asociación empresarial -Clúster	Entre las distintas localidades de nuestra región, no se coordinan ni participan de forma activa entre ellos, que creo que sería una buena opción para desarrollar más nuestra zona ya que cuenta con un excelente potencial para atraer al turista.
8. Asociación empresarial -Clúster	Participación en semanas culturales, pero no existen propuestas en la formación a empresarios sobre turismo

TIPOLOGÍA DEL INFORMANTE	EN RELACIÓN A LA COORDINACIÓN, PROMOCIÓN, PARTICIPACIÓN Y FORMACIÓN TURÍSTICAS
8. Asociación empresarial -Clúster	<p>Coordinación: hay muy poca. Sobre todo, entre los empresarios.</p> <p>Participación: no se cuenta con nosotros, quizá porque somos críticos. Tenemos autonomía, somos autónomos. Ningún organismo público tiene una guía en su plantilla, ni en la Asamblea, junta, diputación. No hay guías de turismo puestos por ellos. Por lo menos aquí en Mérida.</p> <p>Promoción: solamente a nivel informativo, a ver que me puede informar. Pero no se cuenta con nosotros para aportar.</p> <p>Formación: no están suficientemente formados los trabajadores. Pienso que cuando un empresario de turismo está interesado en la mejora de su actividad, lo primero que hace es asociarse, reunirse y tener unos objetivos comunes. Y no solamente el echar al otro sector que parece que me está haciendo la competencia. Es como el sector del taxi con Uber, de primeras parece que está muy único, pero luego cada uno va por su parte. Yo que estoy en el sector de guías de turismo, nos tienen como ejemplo de reivindicativas en cuanto al intrusismo, te diré que yo lo único que quiero es que Extremadura se venda y que se haga bien. No me vale que venga cualquier turismo, sinceramente, eso de que se sienten en los parques a tomar un bocadillo, a excepción de estudiantes que dejen todo limpio. Ahora, estar por estar en un sitio, hay personas mayores que vienen porque no quieren estar en su casa solos. Enseñarles las cosas con cariño, eso necesita pasión, oficio. Yo no quiero que las personas sepan muchísimo, aunque también tiene que haberlo porque hay público que lo demanda. Adáptate a tus clientes y para eso necesitas ganas y gusto por trabajar.</p>
8. Asociación empresarial -Clúster	<p>Coordinación: la administración y los empresarios tienen muy poco contacto entre ellos. Normalmente la administración propone y los empresarios se suben al carro. Es baja la coordinación porque son muchas personas. Cada uno de su padre y de su madre. Todos tienen diferentes intereses. Tan sencillo como es eso. Y hay alguien que tiene que poner el orden, y aquí opino que es la administración, que es el que regula y es el que tiene que conceder... La coordinación podría aumentar con reuniones sectoriales se consigue. Se ve claramente que es lo que necesita cada sector en el ámbito del turismo.</p> <p>Participación: con nosotros sí se cuenta. Tengo que decir que nosotros sí formamos parte de... La Cámara de Comercio está en el diseño de las políticas de turismo. Mucho. Con nosotros cuentan. Con personas como usted para el diseño de la promoción turística.</p> <p>Diseño de la Promoción: Sí. Nosotros, tanto Diputación como la Junta de Extremadura, cuando tiene algo que organizar cuenta con nosotros. Y además nosotros tenemos programas específicos también para la promoción turística del empresario. Nosotros siempre miramos en el ámbito del empresario. Incluso traemos programas para la modernización del sector turístico. Para que puedan traer desde aplicaciones para móviles... Suena raro, pero todavía hay hoteles que no tienen instalación de wifi... entonces, nosotros traemos subvenciones que pueden ayudar a la promoción.</p> <p>Formación: esa es una batalla... porque el problema que tiene el sector turístico es que tiene mucha rotación de personal. Y el problema de la rotación es que tú formas, y se va. La formación existe y existirá, y no dejará, pero el problema es la consolidación del empleo, que como es tan rotativo, o tan cíclico, que en los periodos que no hay empleo... Digamos que la inversión en formación no se amortiza. Y los empresarios son los primeros interesados...</p>
8. Asociación empresarial -Clúster	<p>Coordinación: Desde la Dirección General de Turismo se están haciendo cosas, pero falta comunicación. Y esa comunicación tiene que venir de la mano de posibles ayudas y de posible desarrollo. Hay que darle importancia a lo que los empresarios quieren, que para eso son empresarios... luego las políticas las haremos aparte, pero los empresarios están buscando el desarrollo del mercado, y por lo tanto son los que saben del mercado. Y son los que están pendientes de cómo puedes dinamizar ese mercado, y cómo pueden atraer a la gente. Y luego ya los políticos... que tendrían que poner en marcha todas esas ideas que le dan los empresarios. Pero querer</p>

TIPOLOGÍA DEL INFORMANTE	EN RELACIÓN A LA COORDINACIÓN, PROMOCIÓN, PARTICIPACIÓN Y FORMACIÓN TURÍSTICAS
	<p>desde la política gestionar un mercado, o dirigir un mercado, es muy difícil.</p> <p>Participación y promoción turística: Concretamente con la Academia, somos nosotros los que estamos queriendo contar con ellos, ofreciéndonos siempre. Es decir, la Academia Extremeña de Gastronomía, que es una de las 17 academias que hay: una por autonomía, es una entidad de lucro de ninguna clase. No tiene otro afán que prestar criterio por parte de los académicos de lo que nos quieran pedir. Entonces, se necesitaría mesas redondas, comunicaciones... con otro afán que el de desarrollar ese mercado. Que se cuente más con la opinión nuestra. Quien verdaderamente, y no es una pretensión baldía, quien efectivamente sabemos de esto, somos los que estamos en este mundo, que no tenemos otro afán que el desarrollo de la gastronomía extremeña sin otro... No somos empresarios, no somos... Somos profesionales de este tema, por los años que llevamos, por la formación que tenemos, por las relaciones que se tienen, y estamos en comunicación con todas las academias y con la Real Academia. Con continuas reuniones en Madrid y etc. Entonces, creo que oírnos a nosotros en cada evento, en cada cosa... no con afán de dirigir nosotros, sino de prestar el suficiente criterio para que tengan el conocimiento de estas cosas, pero sin ningún afán económico de ninguna clase. No confundamos, que, en este caso, nosotros, la Academia Extremeña de Gastronomía tenemos conocimiento exacto de lo que se está haciendo en todo el país y por dónde van las direcciones del mercado y con el suficiente peso específico de todos los profesionales... para que la gastronomía vaya más adelante. Y no podemos olvidar que el Producto Nacional Bruto... el importe de la gastronomía, todo lo que supone la gastronomía de negocio, es el 35%. Por encima del automóvil. De los 90 millones de turistas que han venido el 40% ha venido solo por la gastronomía. Cuando se marcha dicen que, poniendo el sol, los monumentos y tal... vienen a hacer un 80% que lo primero es la gastronomía. Tenemos en la mano una cosa que no podemos... Y aquí en Extremadura tenemos prácticamente cuatro o cinco productos los mejores del mundo. Eso hay que dinamizarlo. Nosotros desde aquí, con la calificación, Guía Repsol y tal, y con los premios que da la Academia de Gastronomía y tal... queremos dinamizarlo, pero vuelvo a repetir... estamos abiertos a prestar nuestra colaboración.</p> <p>Formación: Eso es un gran problema que se tiene en Extremadura: el empleado no está profesionalizado, y hay que profesionalizarlo. Es tan importante el maître que sabe o el sumiller que es perfectamente conocedor de lo que es un sumiller, hasta el más bajo del escalafón de los camareros podríamos decir, con todos los respetos. Son tan importantes unos como otros. Lo que no se puede hacer es llegar a un restaurante y que el camarero sea uno que han cogido ocasionalmente, que cuesta un poco menos, porque... no puede hacerse. O se profesionaliza todo eso... desde cómo se sirve, cómo se sirve una mesa, de cómo se retira un plato, de cómo se sirve una copa, de cómo se trata al cliente... es decir, es tan importante la comida como el servicio. Y el servicio no está...</p> <p>Y los empresarios pues están lo mismo: están a su empresa. Pero en el momento en el que el mercado le esté demandando todo esto va a atraer más gente. Y como no se dé cuenta de esto... estamos mal. Es decir, a la gente no le importa, aunque dentro de los parámetros normales, el que pueda costar una copa unos céntimos más, o un euro más, a que le den un servicio perfecto. Prueba de ello es que en todas las ciudades lo primero que funciona son los restaurantes y los bares, y las cafeterías que con mayor afán están buscando un servicio... satisfacer al cliente. Y se satisface de dos formas: se satisface con calidad y se satisface con servicio. Con las dos. Si falta una no lo hay. Y en España y en Extremadura tenemos que ir... que sean profesionales. Y esa profesionalidad es la que va a traer... y para eso es formación. Eso es formación. Y la formación es desde las escuelas, desde las academias, desde la universidad, desde todos los parámetros hay que imbuirles de que el personal de trabajo es importante: de cómo va vestido, de cómo va arreglado, de cómo se dirige... todo eso lo tienen que aprender y lo tienen que enseñar. Una persona que va a un restaurante y le empiezan a hablar de tú, le empiezan a ponerle un plato mal puesto, una mano mal puesta en el plato o en la copa, o</p>

TIPOLOGÍA DEL INFORMANTE	EN RELACIÓN A LA COORDINACIÓN, PROMOCIÓN, PARTICIPACIÓN Y FORMACIÓN TURÍSTICAS
	su presencia física no es la aceptable... por muy buena calidad que viene, no se va a ir contento ese señor. De ninguna manera.
8. Asociación empresarial -Clúster	<p>1º Nada, poca, cero</p> <p>2º Nada cero, aunque digan que sí, cero mentira todo</p> <p>3º No, los políticos no, todos son chavales jóvenes como tú, y que no tienen una empresa, hasta que no tienes una empresa o varias empresas como he tenido yo o como han tenido muchos empresarios, no sabremos lo que es levantarnos todos los días a las 8 de la mañana y que tengas que pagar 50 nominas</p> <p>4º No</p>
8. Asociación empresarial -Clúster	<p>Coordinación, ayuntamiento, diputación y junta suelen estar reñidos, es decir no es que la comunicación sea pobre sino es que a veces ni siquiera existe, con el resto de empresas turísticas y asociaciones hay muy pocas reuniones o casi ninguna y no suelen ser conjuntamente, suelen ser de tipo individual, ósea por ejemplo ayuntamiento asociación, diputación hoteleros, y muy muy pocas.</p> <p>Promoción, pues ahí va un poco cada uno por su lado, salvo excepciones, la junta de Extremadura hace su promoción, el ayuntamiento la suya, suelen siempre orientarlo a FITUR, pero FITUR no es solo la promoción turística de la zona, FITUR es algo más donde quizás se ha llevado demasiado tanto por ciento de presupuesto turístico, pero ha habido veces que hemos ido juntos, ha habido veces que han ido separado, ha habido veces que ha ido la junta, el stand de Mérida, el stand de Badajoz y el stand de Barcarrota, entonces todo esto es la descoordinación. Participación, las asociaciones que yo sepa no y empresas tampoco, empresas turísticas tampoco.</p>

Cuadro 9. FG-Cáceres. Perspectivas. Ideas centrales.

Empresarios	Técnicos
<p>En algún sector faltan datos: “En el tema de turismo de negocios nadie está recopilando los datos. ¿De dónde sacamos los datos? Yo tiro de mi información particular en mi empresa, de lo que se está moviendo... Puedo decir que hay movimiento... yo como OPC organizo muy pocos, he hecho 4 nacionales, de los organismos que he nombrado ellos mismos se auto gestionan”.</p>	<p>Se acusa la competencia de Mérida: “Yo veo que cada vez hay menos grupos turísticos en Cáceres, se van mucho a Mérida que lo está haciendo muy bien, ha potenciado el teatro clásico y anualmente se hacen los conciertos que están ganando más terreno”.</p>
<p>Se acusa la estacionalidad en hostelería y restauración: “Hay que distinguir claramente en mi caso de hostelería de restauración y residencia, y venta de producto regionales. Nosotros tenemos problemas de reservas de lunes a jueves. En reservas de eventos concretos, que es de lo que vivimos, tengo reservas hasta agosto de 2019, son Semana Santa, ocupado... tres o cuatro días los tengo reservados, pero me faltan las reservas intermedias que mantienen la actividad.”</p>	

Cuadro 10. FG-Mérida. Coordinación entre actores turísticos. Ideas centrales.

Empresarios	Técnicos
<p>Valoración positiva de la labor municipal: “Yo pienso que es mejorable, por parte de la Junta de Extremadura. Pienso que el Ayuntamiento actual está haciendo una apuesta bastante fuerte y ha mejorado, pero las políticas de la DGT son bastante mejores.”</p>	<p>Necesidad de más coordinación institucional: “Es mejorable y que no hay acuerdo entre Ayuntamiento, Junta e incluso Consorcio, cada uno va independiente, lo mío es lo mejor, es más importante.”</p>
<p>Participación y efectividad: “Ahora formamos parte del Consejo De Turismo y tenemos voz, hablamos... pero la efectividad deja mucho que desear.”</p>	

“Aquí el Consorcio que lleva la zona monumental de Mérida hizo hace tiempo unas rutas con unas flechitas que era inviable, tenían que haber consultado con nosotros, pero no. Ellos saben del monumento, pero a nosotros nos llega el público y sabemos sus gustos, lo que quieren.”

Fuente: cuadro elaborado a partir de una selección y el tratamiento, con fines analíticos, de las expresiones literales de los participantes en el Focus Group.

Participantes en los procesos de recogidas de datos: empresas, expertos y grupos de discusión

Empresas que contestan el cuestionario (197 empresarios)

DENOMINACIÓN SUMINISTRADA POR LOS INFORMANTES

AC Hotel Badajoz

Actividades Barbancho/ Apartamentos Barbancho

AGENCIA EMOCION

Alojamientos Hoteleros, S.L

Álvaro Baselga Aguilar-Hotel Rural Las Grullas.

Alza express sl

AP. RURALES CASA DE LOS ESCUDOS (BELMAR TURISMO RURAL SL)

Apartamento Turístico Puerta de Mérida en Cáceres

APARTAMENTOS COSO DE SAN ALBIN EN MERIDA

Apartamentos rurales Ecopangea

AR. El Padre La Calle

ARIAS PACHON E HIJOS SA

ASÍNEX SL

B the travel brand

Badajoz de Fiesta

BERFU CACERES, S. L.

Bikes at Forest

Bodegas ruiz Torres

C.R CIUDAD DE VERDEOLIVA

C.R. La breña

Caballos la vera-restaurant

Cabarest s.l.

Cabarest. S.L.

Cafetería restaurante EL CINE

CAMPING DEL PINO

Camping Yuste

Casa del Conde

Casa Manadero

Casa Rural El Altozano

Casa rural El Portón

CASA RURAL EL PORTÓN

casa rural La Covacha

CASA RURAL LA PAJARONA

Casa Rural Las Ánimas

Casa Rural Rincones de Cuacos

CASA RURAL SIERRA DE AGUAFRÍA

Casa Sierpes

Cata con Cati

CC TRAVEL

COMPLEJO DEL POZO, S.L.

Complejo Rural Las Palomas Jerte

DEHESA Y CRIA SL (VISITAS VICTORINO MARTIN)

DELUXE HOSTELS & SUITES MÉRIDA

El Balcón de la Vera S.L.

El Corcho S L

El Cortijo de Miajadas S.L.

El mirador de las monjas

El Retiro

El tiempo de las cerezas s.l.

ENRUTAEXTREMD.slu

Entre Encinas y Estrellas, S.L.

Explotadora de las Gamitas S.L.

Felisa Terrón Cestero Vinatería Terroncex

FINCA SERENA

Garganta de los Infiernos Actividades en la Naturaleza

Garganta de los Infiernos Actividades en la Naturaleza

GEBIDEXSA

GR 114 EXTREMADURA S.L.L.

Grupo Xtremabuggy sl

Hernán Cortés

HOSPEDERÍA HURDES REALES

Hostal La Casa Verde

Hostal Restaurante El Chiringuito

Hostal Restaurante El Torero

HOSTAL SALUD

HOSTELERÍA LA PALMERA

Hostelería Valmar s.l.

HOTEL CERVANTES S.L

Hotel Ciudad de Plasencia, S.L.

HOTEL DIANA

HOTEL DON CARLOS

hotel La Sierra

HOTEL LEO

Hotel Montesol

HOTEL RINCON EXTREMEÑO Y RESTAURANTE EL RINCONCITO

HOTEL RURAL EL SOSIEGO

Hotel Rural Gran Maestre s.l

HOTEL RURAL LEO S.L.

Jara helados café

JORGE A. GÓMEZ REBOLLO S.L.

La Despensa de Plasencia

La Luna

La tenería

Lunares y Telelos, S.L.

MARWAN VIAJES

Mesón los cotos

Mondovino SL

NATURACION ALJUCEN, SLL

NATUREX S.COOP.E

OCYSOL VIAJES

Photo-raptors

Pilar Sánchez e Hijas SL

Playaciudad.com

Rehoca S.A.

Restaurante el medievo

Restaurante la Bodega y hostel La Casa Verde

Restaurante la estación (más de 50 años de servicio)

Restaurante La Marquesa

Restaurante Los Monges

Restaurante Nardi

Restaurante san marcos

Restaurante San Marcos

SERAFITRAVEL

SERVICIOS TURÍSTICOS DE MONFRAGÜE S. L.

SIERRA DEL MANZANO S.L.

Teresa Hernández Rabazo. Casa rural Villavieja

Teresa viajes

TERMINALTURISTICA GÓMEZ--CASAS S.L.U

TRANSPORTES GOMEZ CASAS Y TERMINAL TURISTICA GOMEZ CASAS/ SOMOS EMPRESA DE TRANSPORTES Y AGENCIA DE VIAJES

TurismoTrujillo.es Actividades Turísticas

Viajes Pedro Montero,

VIAJES SUROESTE

VIAJES TANCO TRAVEL.

Viajes Tanco Travel.

VIAJES VILAPLANA S,L

Visitas guiadas Extremadura

Wildroots Extremadura

Tipología de los encuestados (196)

Tabla 31. Localidad donde está su negocio

Localidad	Frecuencia	Porcentaje
Alange	1	,5
Aldeacentenera	2	1,0
Aldeanueva de la Vera	2	1,0
Almendralejo	6	3,1
Almoharín	2	1,0
Azuaga	2	1,0
Badajoz	14	7,1
Baños de Montemayor	1	,5
Benquerencia	1	,5
Berrocalejo	2	1,0
Burguillos del Cerro	1	,5
Cabeza del Buey	2	1,0
Cáceres	20	10,2
Cañamero	1	,5
Casar de Cáceres	1	,5
Casco antiguo- Badajoz	1	,5
Castilblanco	1	,5
Castuera	1	,5
Cheles	2	1,0
Cilleros	1	,5
Coria	1	,5
Cuacos de Yuste	1	,5
Don Benito	3	1,5
El Torno	1	,5
Feria	1	,5
Fregenal de la Sierra	2	1,0
Fuente del Maestre	1	,5
Fuentes de Cantos	1	,5
Garrovillas de Alconétar	1	,5
Guadalupe	3	1,5
Herrera del Duque	5	2,6
Hervás	5	2,6
Hornachos	1	,5
Jaraíz de la Vera	2	1,0
Jarandilla de la vera	1	,5
Jarilla	2	1,0
Jerez de los Caballeros	1	,5
Jerte	5	2,6
La Codosera	2	1,0
La Haba	2	1,0

Localidad	Frecuencia	Porcentaje
La Zarza	1	,5
Las Mestas	1	,5
Llerena	1	,5
Los Santos de Maimona	1	,5
Losar de la Vera	1	,5
Madroñera	1	,5
Malpartida de Plasencia	1	,5
Membrio	1	,5
Mérida	13	6,6
Miajadas	3	1,5
Monesterio	4	2,0
Montemolín	1	,5
Montijo	1	,5
Moraleja	1	,5
Navaconcejo	4	2,0
No consta	6	3,1
Oliva de la Frontera	2	1,0
Olivenza	2	1,0
Pinofrancuado	2	1,0
Pinofrancuado.	1	,5
Plasencia	8	4,1
Robledillo de Gata	2	1,0
San Pedro de Mérida	1	,5
San Vicente de Alcántara	2	1,0
Santa Cruz de la Sierra	1	,5
Santiago de Alcántara	1	,5
Santibáñez el Bajo	1	,5
Segura de Toro	1	,5
Síruela	1	,5
Talaván	1	,5
Trujillo	8	4,1
Valverde de la Vera	3	1,5
Valverde de Leganés	1	,5
Villafranca de los Barros	2	1,0
Villamiel	1	,5
Villanueva de la Vera	1	,5
Villanueva del Fresno	1	,5
Villarta de los Montes	1	,5
Zafra	5	2,6
Zorita	1	,5
Total	196	100,0

Tabla 32. Nacionalidad del encuestado. (Porcentajes. N=196)

	Porcentaje
Ns/nc	1,9
Española	97,1
Extranjera	1,0
Total	100,0

Tabla 33. Sexo de la persona que contesta. (Porcentajes. N=196)

Hombre	52,0
Mujer	46,9
Total	100,0

Tabla 34. Edad de la persona que contesta. (Porcentajes. N=196)

Media	46,8
Desv. típ.	12,1

Tabla 35. Nivel de estudios terminados de la persona que contesta. (Porcentajes. N=196)

	Porcentaje
Ns/Nc	1,0
1. Estudios primarios o menos	8,7
2. Secundarios (Bachiller, BUP, COU, FP)	39,8
3. Estudios superiores (Universidad)	50,6
Total	100,0

Tabla 36. Tipo de empresa que responde a la encuesta. (Porcentajes. N=196)

1. Restauración (bar, cafetería, restaurante,...)	17,3
2. Agencia de viajes	12,8
3. Alojamiento: hotel, hostel, casa rural, albergue,...	58,2
4. Empresa de actividades complementarias	11,2
Ns/nc	0,5
Total	100,0

Tabla 37. Relación con la empresa de la mpersona que contesta. (Porcentajes. N=196)

1. Propietario	68,4
2. Director	15,8
3. Empleado	12,8
4. Otra	2,9
Ns/Nc	1,0
Total	100,0

Tabla 38. Número de personas que trabajan en su empresa (promedio) (N=183). (Información suministrada por los empresarios entrevistados)

Media	5,91
Desv. típ.	9,848

Tabla 39. Números de personas que trabajan y distribución por sexos (N=184). (Información suministrada por los empresarios entrevistados)

Varones	48,6
Mujeres	51,4

Tabla 40. Promedio de personas que trabajan y distribución por sexos, según tipos de empresas (Información suministrada por los empresarios entrevistados)

	Promedio de empleados	% Varones	% Mujeres
1. Restauración (bar, cafetería, restaurante,...)	9,5	54,2%	45,8%
2. Agencia de viajes	4,1	64,7%	35,3%
3. Alojamiento: hotel, hostel, casa rural, albergue,...	5,6	47%	53%
4. Empresa de actividades complementarias	3,6	53,4%	46,6%

Tabla 41. Distribución de los informantes por zonas turísticas (N=196)

	Frecuencia	Muestra %	Empresas Registradas* %
Cáceres y entorno	55	27,9	27
Mérida, Badajoz y entorno	58	29,4	34
Plasencia y Norte de Extremadura	51	25,9	25
Zafra - Sur de Extremadura	33	16,8	14
Total	197	100	100

*Registro de empresas de turismo de la DGT. 2018

3. ANÁLISIS ESPECÍFICO DEL TURISTA EXTRANJERO POR MERCADOS EMISORES

PRESENTACIÓN

Este apartado recoge información de encuestas realizadas a 626 turistas extranjeros que visitaron Extremadura durante el año 2018. Las encuestas proceden de diferentes fuentes: hoteles con los que previamente se ha contactado para que apliquen el cuestionario, encuestadores de nuestro equipo que han realizado las encuestas en puntos de interés turístico (PIT's) y turistas entrevistados en las oficinas de turismo de Extremadura. En todos los casos se ha seguido un criterio de selección aleatoria bajo las cuotas de edad y sexo.

Lo que se pretende con este apartado es realizar una aproximación a aspectos cualitativos de este segmento de la demanda turística en Extremadura: motivos para la visita a la región, formas de organizar el viaje, medios para obtener la información sobre Extremadura, vinculación que tienen los visitantes con la región, localidades que visitan y actividades que realizan. Valoración de los servicios turísticos y gasto medio expresado. Finalmente, el perfil sociológico de los encuestados.

FICHA TÉCNICA

Ítems	
Diseño	Estudio sincrónico
Ámbito:	Extremadura
Universo	Turistas extranjeros que visitan Extremadura
Muestra obtenida	625 encuestas
Inferencia estadística	No admite inferencia estadística
Cuestionario	Cuestionario de 21 preguntas, aplicados de forma personal, por los por encuestadores, técnicos de las oficinas de turismo y recepción de hoteles seleccionados
Trabajo de campo	1 de octubre al 28 de diciembre de 2018
Tipo de análisis de los datos	Descriptivo. Tratamiento con SPSS y Atlas'ti
Puntos de encuestación	1. Oficina de Turismo 2. Centro de recepción de visitantes 3. Centro religioso relevante 4. Museo 5. Alojamiento hotelero 5. Centro de Interpretación
Variables de segmentación	Cuando ha sido posible, se ha utilizado la variable "mercados emisores"

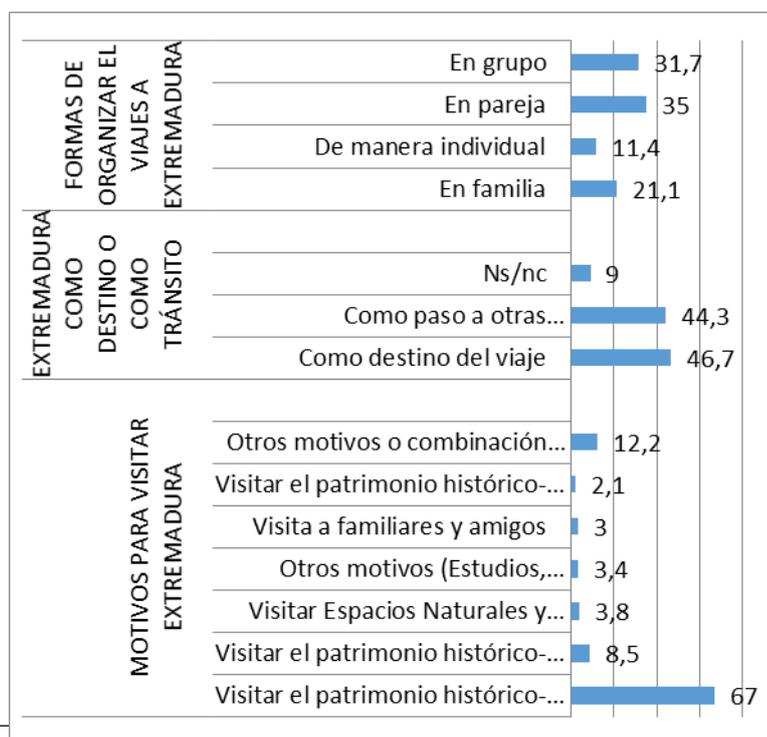
PRINCIPALES RESULTADOS GLOBALES

Con carácter general, los turistas extranjeros entrevistados en 2018, este estudio ha sido 625, presentan los siguientes rasgos.

1. Motivos para visitar Extremadura.

El motivo principal de los turistas extranjeros para visitar Extremadura es “Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región” (67%), a continuación, le siguen una serie de motivaciones que en su mayoría son compuestas, la mayor parte de ellas incluyen esta motivación inicial y mayoritaria, y una combinación de varios de estos motivos, que estadísticamente tienen poco peso. En el análisis de contenido realizado con el programa de análisis cualitativo Atlas’ti se ofrece un recuento de expresiones, en las que, sobre 604 menciones, el 22% son “visitar” y el 19% son para cada una de las siguientes expresiones: “histórico-artístico, patrimonio y Región”, todo ello se visualiza en una nube de expresiones.

Gráfico 6. Motivos y formas de organizar el viaje de los turistas extranjeros (N=625) (%)



2. Extremadura como destino del viaje. Para el 47% de encuestados, Extremadura es “destino del viaje”, en tanto que para el 44,3% la región es tanto solo un destino de paso hacia otras regiones. En este caso observamos una diferencia significativa con las encuestas que se realizan al conjunto de turistas de la región, en las que para el 75% de los encuestados, Extremadura es el principal destino de su viaje, tan solo el 20,8% manifiesta que está de paso a otros destinos⁴. En función del mercado emisor, se observa que sobre todo europeos del este (90%) y alemanes (71,1%) tienen la región como destino de su visita.

3. Forma de organizar el viaje y estancia a Extremadura.

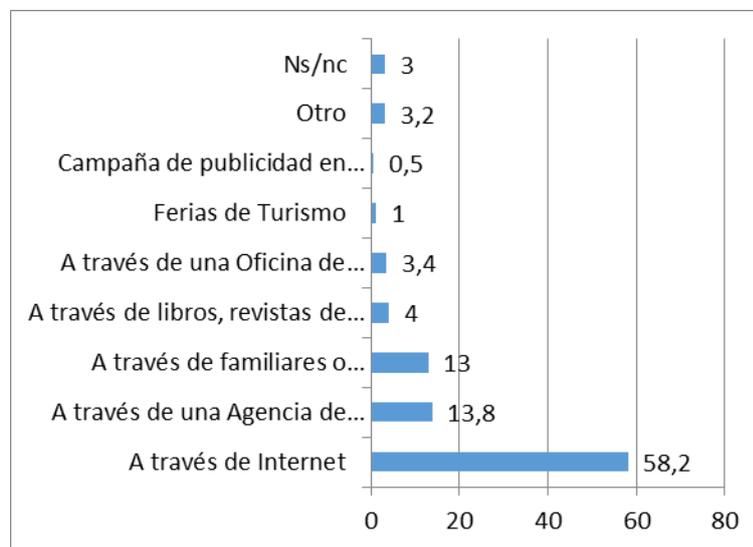
- ✓ El viaje se realiza principalmente en pareja (35%) seguido de “en grupo” (31,7%) y de “en familia” (21,1%). Aquí también encontramos diferencias respecto de la muestra referida a la totalidad de turistas de la región, en la que el viaje se realiza principalmente en pareja (43,2%) seguido de “en familia” (33,2%). Por mercados emisores, destaca que el 60% de los turistas de Europea del Este dicen hacerlo en familia. En torno al 50% de franceses, centro europeos, o de Países Bajos, lo hacen con sus parejas. Los mayoritarios viajes en grupos son de EE.UU. (64,6%) y países asiáticos (96%)

⁴ La información que hace referencia a muestras sobre el conjunto de turistas que visitan la región puede consultarse en la web del Observatorio de Turismo de Extremadura, concretamente en el siguiente enlace:

<http://www.turismoextremadura.com/.content/observatorio/2018/InformesTrimestralesYEstacionales/Oferita-Demanda-3Trimestre-2018.pdf>.

- ✓ El medio utilizado es el automóvil (48,2%) y automóvil más avión con el 62%; el siguiente medio es el bus solo o con avión (19%). El tren en exclusiva solo lo utiliza el 2,7% de los turistas extranjeros encuestados.
- ✓ El tipo de alojamiento prioritario es el hotel (53%). La tipología de alojamientos agrupados en categorías arroja el siguiente dato: el 68,3% se aloja en diversos tipos de establecimientos hoteleros. El alojamiento rural es minoritario (3%). Los campings el 5,8%. Otros tipos de alojamientos más informales (vivienda alquilada, de amigos, familiares) llegan al 9,8%,
- ✓ El régimen de alojamiento, en la mayoría de los casos, consiste en alojamiento y desayuno (A/D), con el 60,6%.
- ✓ La media de noches que estos turistas extranjeros dicen pasar en Extremadura es de 7,10, muy por encima de la media de noches de los turistas en general que visitan la región, que es, en este período de tiempo, de 4,85.

Gráfico 7. Información sobre el destino turístico: Extremadura. (%) (NO 625)



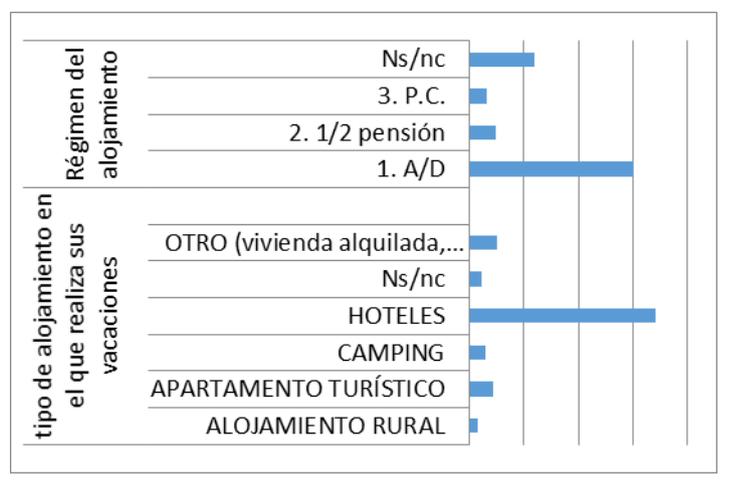
4. Medio para obtener información de Extremadura.

Dos son los medios preferidos por los encuestados: internet (58,2%) y “A través de una Agencia de Viajes” (13,8%). Destacamos un significativo 4% de quienes dicen informarse a través de libros, revistas de viajes...

5. Vinculación con Extremadura y actividades que se realizan.

- ✓ El 82,2% afirma que no tiene vínculos con la región. Solo indica vínculos como familiares, amigos y posesión de segunda vivienda el 14%.
- ✓ En cuanto a las actividades, el 95,7% realiza “Visitas culturales y al patrimonio histórico-artístico de la región”. También hay un elevado porcentaje que realiza “Degustación gastronómica” (62,2%) y “Visitar Espacios Naturales y Senderismo” (35,5%).

Gráfico 8. Tipo de alojamiento



6. Cáceres es la ciudad que en mayor medida se visita o se piensa visitar (30,9%), seguido de Mérida y Trujillo. Para evitar condicionamientos en esta selección, esta pregunta se ha formulado en modo abierto, de manera que se recogen las expresiones espontaneas, no condicionadas. Eso hace que en el análisis de menciones que se lleva a cabo en la tabla 17, sobre 438 menciones, el 19,6% sea a Cáceres, el 16,3% a Mérida y el 11,4% a Trujillo.

7. Valoración de los servicios y de la infraestructura. En una escala de 1 (muy mal) a 5 (muy bien) todos los servicios obtienen puntuaciones superiores a 4. El promedio de evaluación del conjunto de ítems es de 4,46. De este ranking, destaca la puntuación que obtiene la “Hospitalidad y simpatía de la población en general”, con un 4,7 sobre 5. Le siguen la “Conservación del Patrimonio Histórico-Artístico”, con una puntuación de 4,56, y la “Profesionalidad del personal de los establecimientos”, con un 4,53.

8. La valoración de la relación calidad/precio también es elevada: 4,2, sobre 5. En conjunto, el 86,8% de los entrevistados considera esta relación “buena + muy buena”. La zona de Mérida, Badajoz y entorno es la que mejor posición tiene en esta variable. El gasto medio por persona y día declarado es de 99,5€, muy superior al conjunto de turistas que visitaron la región en este periodo de tiempo y que fueron

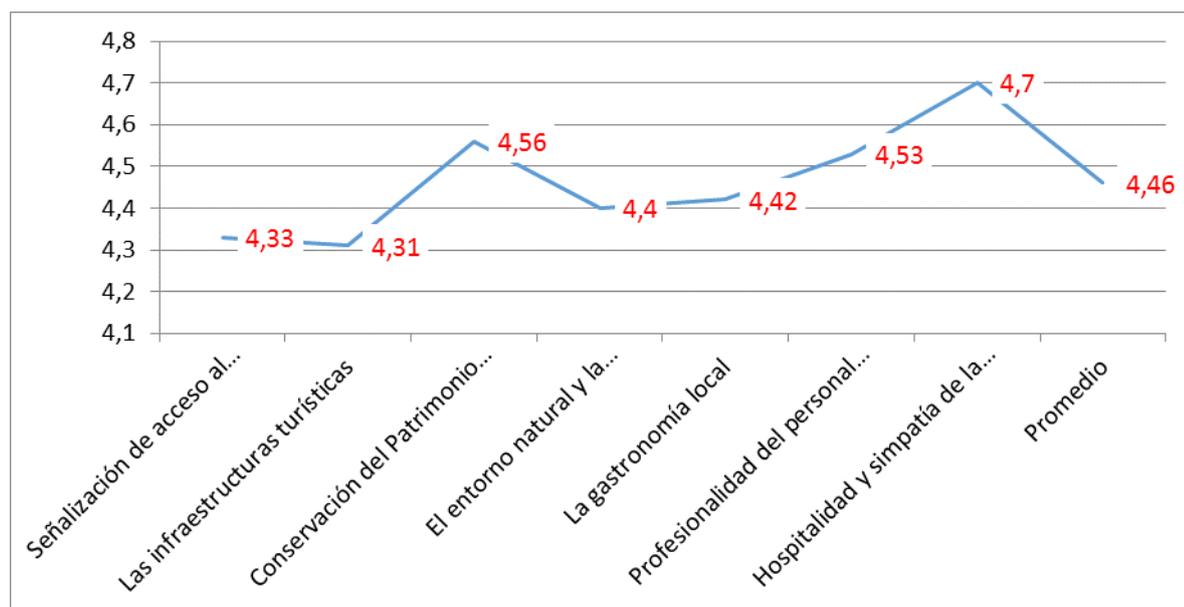
9. Finalmente, respecto al perfil sociológico de los encuestados, destacar que:

El país de residencia de los encuestados es muy variado, hay de hasta 41 países, pero predominan los procedentes de Portugal, 19,7%, seguido de Inglaterra, 12,2%, y Francia, representado por el 11,2%.

Por mercados emisores, los principales que forman parte de la muestra son Portugal, América Latina, Reino Unido y Francia.

El 50% son hombres y la edad media es de 51,4 años, algo más por encima que la del conjunto de turistas encuestados que era de 47,57.

Gráfico 9. Puntuaciones medias de valoración de servicio e infraestructuras de Extremadura que realizan los turistas extranjeros (1, mal 5 muy bien)

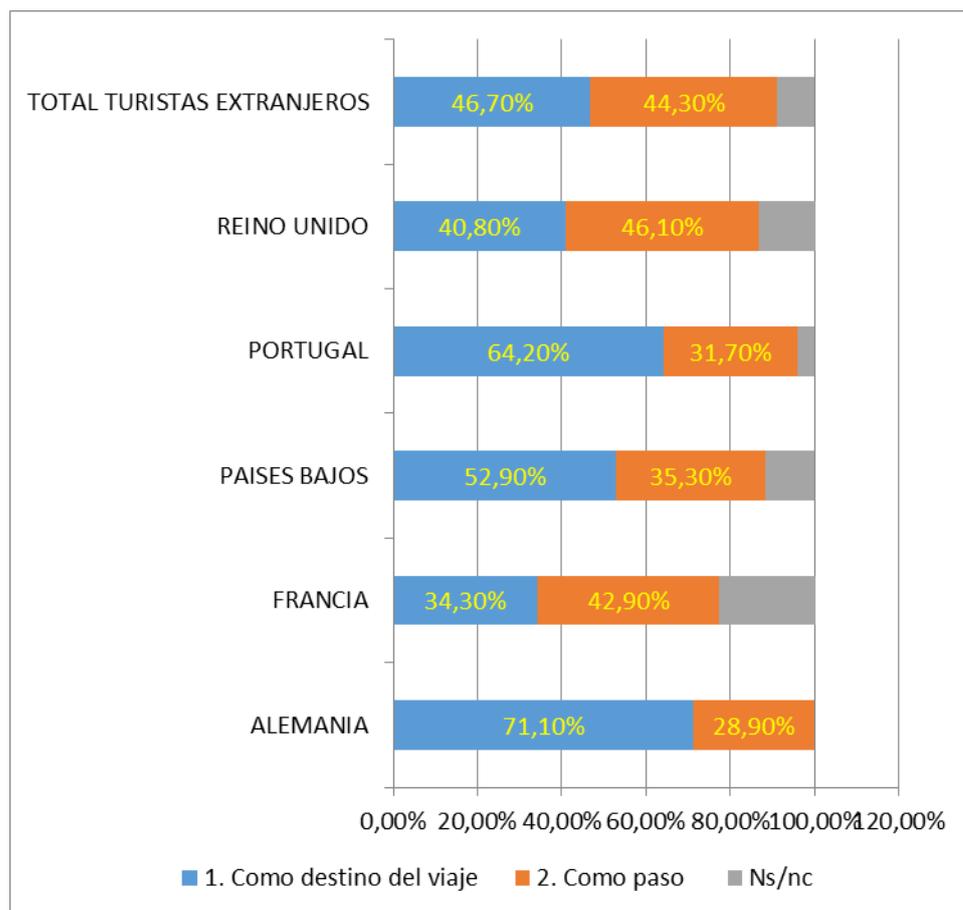


CONCLUSIONES DE LOS PRINCIPALES MERCADOS EMISORES

Alemania, Francia, Países Bajos, Portugal y Reino Unido constituyen los mercados emisores preferentes de Extremadura y a fin de aproximarnos a las características de la demanda de estos emisores, se han entrevistado a 384 visitantes que residen en estos países.

Si bien, el 46,7% de visitantes extranjeros tiene como destino Extremadura, para el 44,3% es un paso para otros destinos. En el caso de algunos emisores es destacado cómo Extremadura es el destino del viaje, en particular entre los alemanes (71%) y portugueses (64,2%).

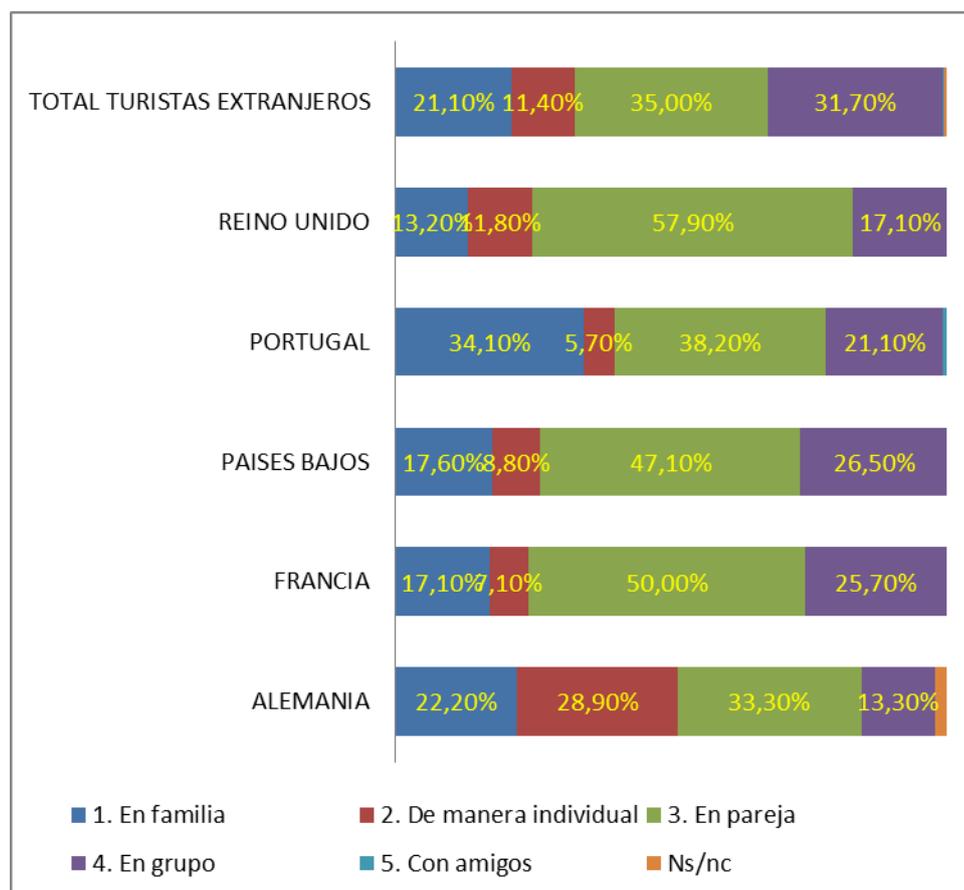
Gráfico 10. ¿Viene a Extremadura como destino del viaje, o de paso a otras comunidades o localidades? (N=384)



La forma como organizan los viajes también presenta algunos matices según los emisores analizados. Así, la mayoría de los turistas extranjeros los hacen, básicamente, en dos tipos: en pareja (35% y en grupo (31,7%); según los mercados emisores prioritarios, se dan algunas peculiaridades. Por ejemplo:

- Alemanes: tienen relevancia, además del viaje en pareja, el organizado de forma individual (28,9%) y en familia (22,2%).
- Los franceses, en cambio, en el 50% de los encuestados es en pareja, es una distribución similar a la de los oriundos de los Países Bajos.
- Entre los portugueses destaca la opción de en familia y pareja.
- Finalmente, en el Reino Unido, es fundamentalmente en pareja (57,9%).

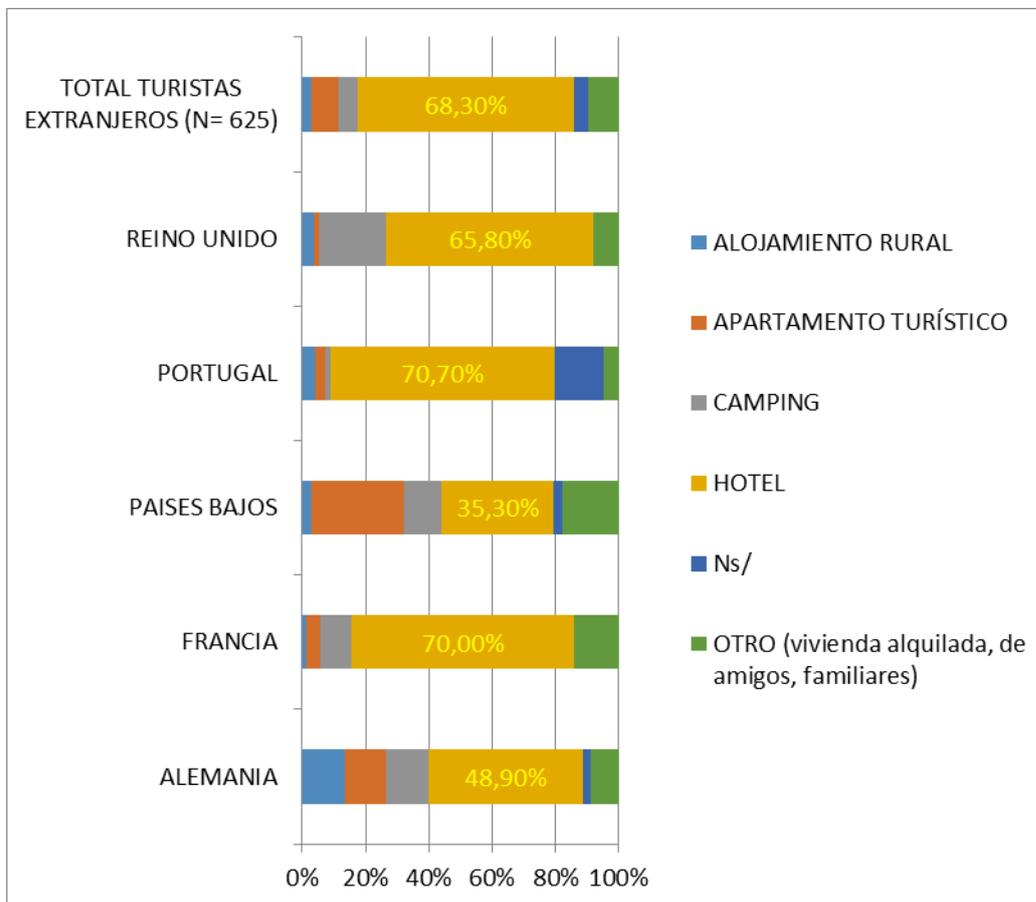
Gráfico 11. ¿Cómo ha ORGANIZADO usted su viaje a Extremadura? (N=384)



En función del tipo de alojamiento, encontramos que, en el caso del conjunto de extranjeros entrevistados, el 68,3% afirma alojarse en algún tipo concreto de hotel. Si se analiza el alojamiento utilizado en función de los mercados emisores prioritarios encontramos que:

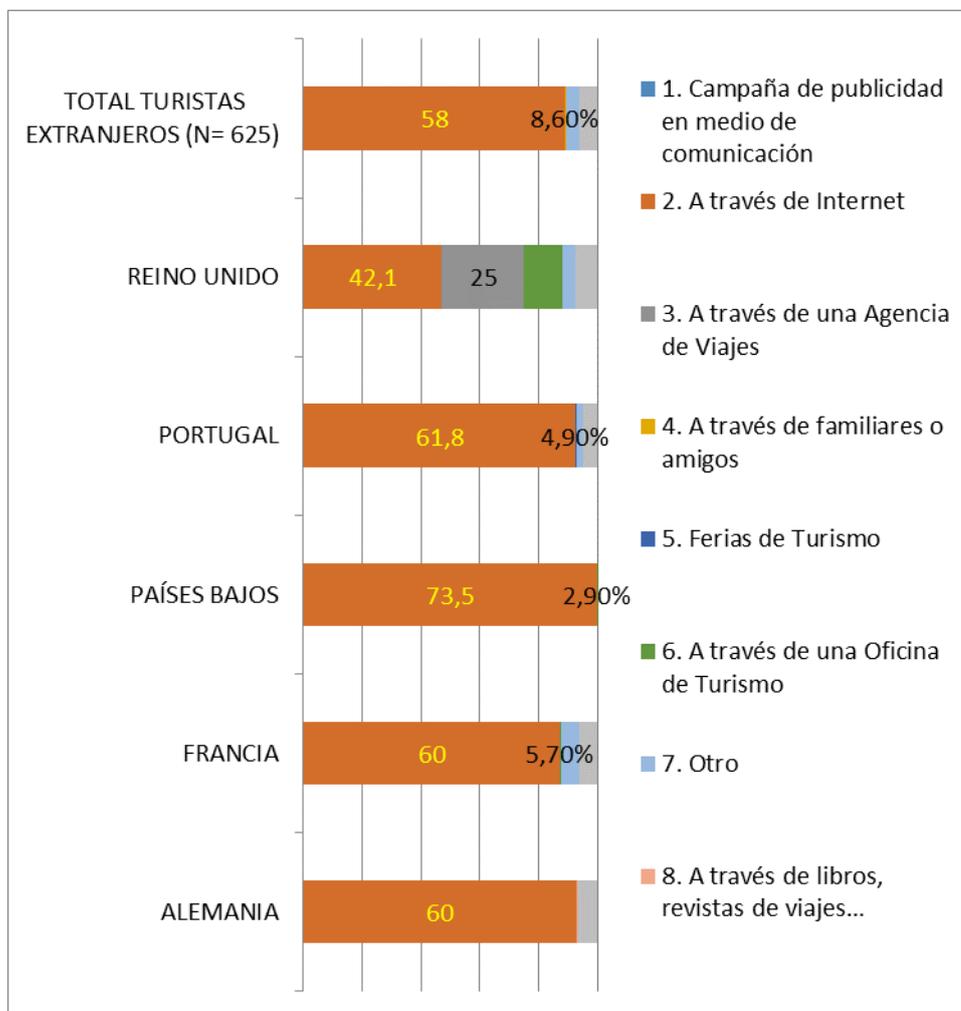
- Franceses y portugueses están por encima de esa tendencia general (el 70% dice alojarse en hoteles en ambos casos).
- La mayor dispersión, en cuanto a alojamientos, la encontramos entre los oriundos de Países Bajos, quienes tan solo en un 35% se alojan en establecimiento hoteleros, en tanto que en un 29% lo hacen en apartamentos turísticos y un 17,6% en OTRO (vivienda alquilada, de amigos, familiares)

Gráfico 12. Tipo de alojamiento (N=384)



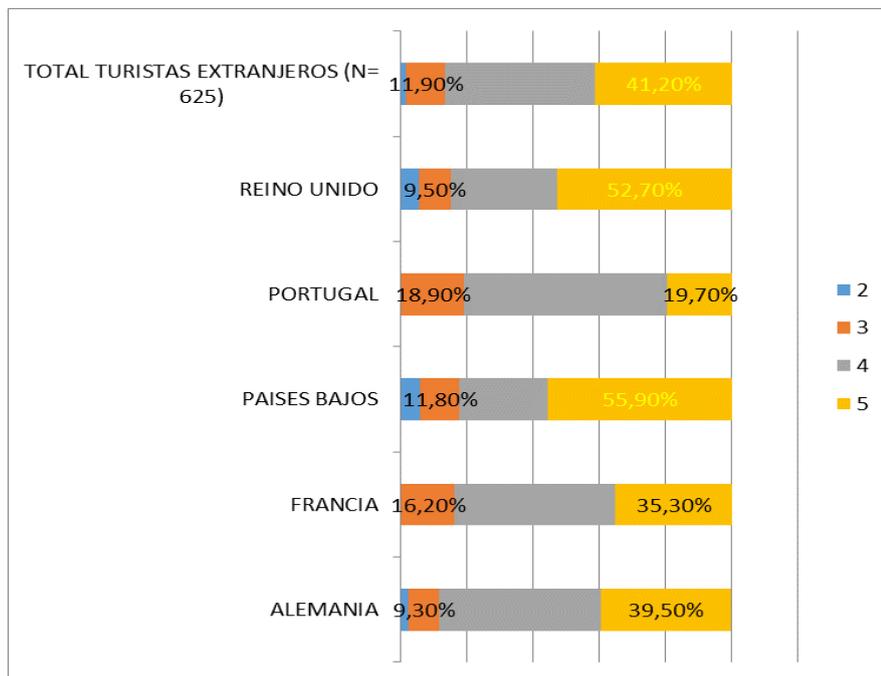
El medio a través del que se recibe información sobre este destino turístico, Extremadura, es una variable relevante. Al contrario de lo que pueda parecer, en algunos casos internet no es ni el único medio ni el más utilizado. En el caso de los oriundos del Reino Unido, tan solo el 42% de los encuestados dice utilizar internet, frente a otras opciones, entre las que destacan las agencias de viajes. Entre los originarios de los Países Bajos, en cambio, es mayoritario el uso de internet (73%).

Gráfico 13. ¿A través de qué medio ha recibido información sobre este destino turístico? (N=384) (%)



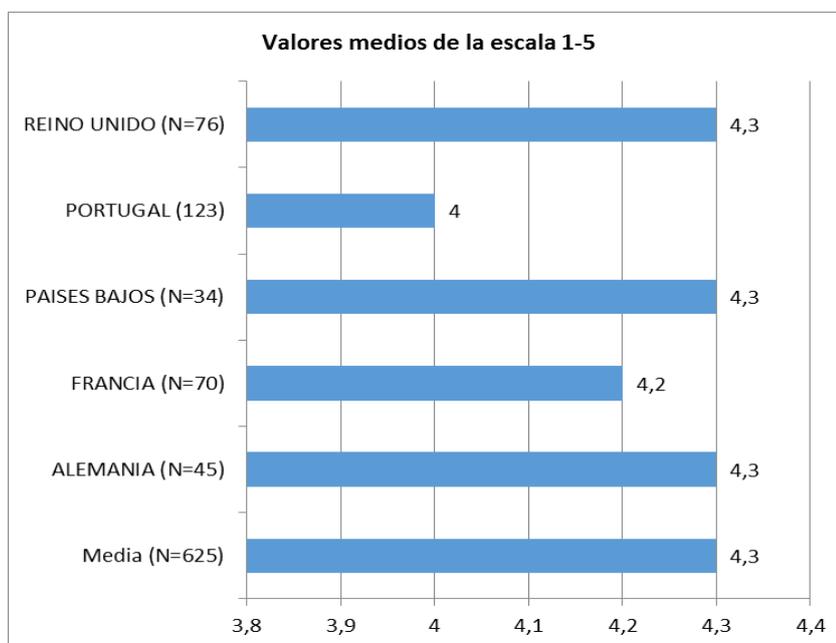
La relación entre la calidad de los servicios ofrecidos en la región y el precio de los mismos (relación CALIDAD/PRECIO), en una escala de 1 (mala) a 5 (muy buena), la mayor parte de los extranjeros entrevistados la sitúan entre 4 y 5 (Buena y muy buena), 86.8%. Si nos detenemos en la máxima puntuación (5), los turistas extranjeros entrevistados que en mayor medida puntúan de este modo la relación calidad precio son los oriundos de Países Bajos (55,9%) y también los del Reino Unido (52,7%)

Gráfico 14. Relación CALIDAD/PRECIO, en una escala de 1 (mala) a 5 (muy buena) (N=384).



Sobre la valoración de la relación precio, en el siguiente gráfico se aprecia, que dentro de la escala 1-5, la puntuación general de todos los turistas extranjeros es de 4,3; si se analiza esta puntuación según los mercados emisores prioritarios, los turistas encuestados procedentes de Portugal son quienes muestran una satisfacción más baja (4, sobre 5).

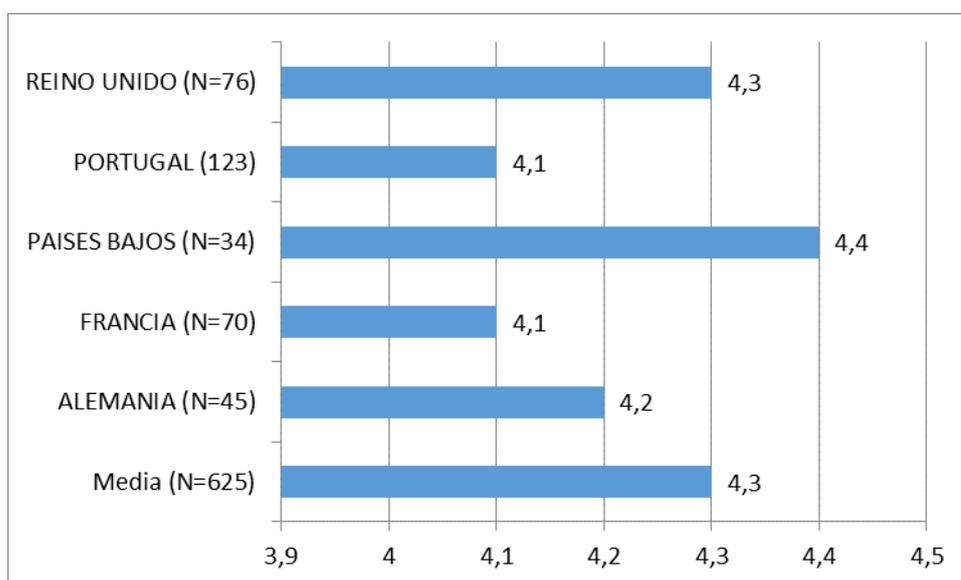
Gráfico 15. Relación CALIDAD/PRECIO, en una escala de 1 (mala) a 5 (muy buena). Medias en la escala.



Para analizar la percepción de la calidad de los servicios turísticos de Extremadura se utiliza una escala que oscila entre 1 (mal) y 5 (muy bien). El conjunto de los valores de la distribución de cada apartado evaluado puede consultarse en las tablas del anexo estadístico. A efectos de sintetizar el análisis, se ha seleccionado en este apartado solo las puntuaciones que obtiene la categoría supero de la escala (5, muy bien).

Respecto del conjunto de servicios turísticos (Señalización de acceso al territorio, Las infraestructuras turísticas, Conservación del Patrimonio Histórico-Artístico, El entorno natural y la señalización explicativa, La gastronomía local, Profesionalidad del personal de los establecimientos, Hospitalidad y simpatía de la población en general), quienes mejor opinión manifiestan sobre los mismos son los visitantes encuestados procedentes del Reino Unido y Países Bajos (4,4); si bien en ambos casos está por debajo de la media general de turistas extranjeros (4,5). Los portugueses encuestados son quienes muestran un nivel más bajo de satisfacción general (4,2).

Gráfico 16. Valoración del conjunto de servicios turísticos. Por mercado emisor (escala 1-5)



Respecto de los servicios turísticos específicos, podemos comentar:

- ✓ La satisfacción con la señalización de acceso al territorio, es mejor valorada por los oriundos de los Países Bajos (4.4).
- ✓ Las infraestructuras turísticas, igualmente son muy bien valoradas por los encuestados de los Países Bajos (4.5)
- ✓ La conservación del Patrimonio Histórico-Artístico, es excepcionalmente bien valorada por los encuestados de los Países Bajos (4.7).
- ✓ El entorno natural y la señalización explicativa, quienes menor los valoran son los encuestados procedentes del Reino Unido (4.5).
- ✓ La gastronomía local, son los encuestados franceses quienes la valoran mejor (4.5).
- ✓ Profesionalidad del personal de los establecimientos, es muy bien considerada por los encuestados del Reino Unido (4.6)
- ✓ Finalmente, la hospitalidad y simpatía de la población en general, es muy bien valorada (4.7) tanto por encuestados de Alemania como del Reino Unido

En general, cabe señalar que son los encuestados procedentes de Portugal quienes otorgan niveles más bajos de satisfacción en la mayor parte de los aspectos evaluados.

Tabla 42. Valoración de la calidad de servicios. Representación de los valores del Ítem 5 (Muy bien).

	Media (N=625)	ALEMANIA (N=45)	FRANCIA (N=70)	PAISES BAJOS (N=34)	PORTUGAL (123)	REINO UNIDO (N=76)
Señalización de acceso al territorio	4,3	4,2	4,1	4,4	4,1	4,3
Las infraestructuras turísticas	4,3	4,2	4,1	4,5	4	4,2
Conservación del Patrimonio Histórico-Artístico	4,5	4,2	4,4	4,7	4,4	4,5
El entorno natural y la señalización explicativa	4,4	4,3	4,2	4,3	4,1	4,5
La gastronomía local	4,4	4,4	4,5	4,1	4,3	4,3
Profesionalidad del personal de los establecimientos	4,5	4,3	4,4	4,2	4,3	4,6
Hospitalidad y simpatía de la población en general	4,7	4,7	4,6	4,4	4,5	4,7
Promedio	4,5	4,3	4,3	4,4	4,2	4,4
Relación Calidad precio	4,3	4,3	4,2	4,3	4	4,3