

DOCUMENTO.

INFORME SOBRE TURISMO RURAL. Comarcas de Tentudía y Ambroz

Noviembre 2021 Documento (1/2021)



Marcelo Sánchez-Oro Sánchez Yolanda García García Nuria Ramos Vecino

Elaborado por:
UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA
Convenio para la generación de
conocimiento turístico 2021

INFORME SOBRE TURISMO RURAL. Comarcas de Tentudía y Valle del Ambroz

Contenido

1.	Presentación	5
2.	Resumen ejecutivo	6
	2.1. El turismo de Ambroz y Tentudía	6
	2.2. La oferta turística.	7
	2.3. La demanda turística.	8
3.	Metodología y características técnicas	. 11
4.	¿Qué es turismo rural?	
5.	Las comarcas de Ambroz y Tentudía	. 16
	5.1. Caracterización	. 16
	5.2. Situación socio-demográfica	. 22
	5.3. Planificación turística	. 28
	5.3.1. Planes turísticos del Valle del Ambroz	. 28
	5.3.2. Plan Turístico de Tentudía	. 31
	5.4. El sector turístico	. 33
6.	Análisis de la oferta	. 44
	6.1. Evolución de las empresas turísticas	. 44
	6.2. La digitalización de las empresas turísticas de Ambroz y Tentudía	. 46
	6.2.1. Digitalización e inteligencia digital	. 47
	6.2.2. Automatización y eficiencia operativa	. 51
	6.2.3. Sostenibilidad ecológica	. 55
	6.2.4. Factores organizacionales	. 58
	6.2.5. Factores económicos	. 61
	6.2.6. Factores personales	. 63
	6.2.7. Nivel de infraestructura digital	. 66
	6.3. Debilidades y fortalezas del turismo en las comarcas	. 68
	6.3.1. DAFO Valle del Ambroz.	. 68
	6.3.2. DAFO Comarca de Tentudía	. 72
7.	Análisis de la demanda	. 79
	7.1. Ficha técnica del sondeo	. 79
	7.2. La motivación para visitar las Comarcas de Ambroz y Tentudía	. 80
	7.3. La organización del viaje	. 83
	7.4. Alojamiento y pernoctaciones.	
	7.5. Información sobre el destino	
	7.6. La vinculación al territorio	. 89
	7.7 Actividades que realiza en el territorio	90

INFORME SOBRE TURISMO RURAL. Comarcas de Tentudía y Valle del Ambroz

7.8. Valoración y precio de los recursos turísticos	92
7.9. Variables de clasificación de las personas encuestadas	100
8. Comportamiento turístico y pandemia COVID-19	102
9. Caracterización de la demanda de turismo rural	106
10. Conclusión	110
Anexos	112
Actividades ha realizado o piensa en su estancia en esta comarca (Completo)	112
Localidades que ha visitado o piensa visitar durante su estancia	114
Bibliografía	117
Índices de tablas y gráficos	120

1. Presentación

Este informe es parte de las actividades del convenio de la Universidad de Extremadura con la Junta de Extremadura para "La generación de conocimiento turístico de Extremadura". Nuestro objetivo es conocer el Valle del Ambroz y Tentudía, su oferta turística rural y las características de la demanda turística.

En primer lugar, se exponen los aspectos metodológicos. Hemos considerado de interés hacer un breve repaso de la literatura para definir el concepto de "Turismo Rural". También hacer un análisis de cada comarca, sus peculiaridades, su demografía y los aspectos socioeconómicos más destacados.

El estudio de la demanda turística se realiza incorporando la información segregada que proporcionan los micros datos del INE y la parte cualitativa a partir de encuestas a los turistas a pie de calle, en los Puntos de Interés Turísticos (PIT). La oferta, a partir de los datos disponibles en el Registro de Empresas Turísticas de Extremadura. Cuando ha sido posible, hemos comparado la situación actual, de algunos indicadores, con la precedente del año 2018, que fue cuando se desarrolló el primero de estos convenios y disponemos de datos de esa fecha.

Cada comarca posee un plan de sostenibilidad turística, en este informe se hace una explicación básica del Plan de Sostenibilidad Turística del Valle del Ambroz y del Plan de Turismo Rural de la comarca de Tentudía. Hemos tenido reuniones con los responsables de estas mancomunidades para recabar sus opiniones y se han canalizado cuestionarios entre los responsables municipales para detectar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades en materia de turismo rural.

Queremos agradecer la colaboración que nos han prestado para la realización de este trabajo la presidenta de la Mancomunidad de Ambroz, doña Vanessa Barbero y de la mancomunidad de Tentudía, doña Mercedes Díaz Baños y al gerente de la Mancomunidad don Jesús Aparicio López. También a los encuestadores, don Francisco Manuel Martínez, don Jorge Blasco Fagundo y doña María José Cervigón Dorado que,

_

¹ http://doe.juntaex.es/pdfs/doe/2021/180o/21060245.pdf

a pie de calle, en los puntos de interés turísticos (PIT), han captado a turistas y las han pedido colaborar sometiéndose a las preguntas del cuestionario.

2. Resumen ejecutivo

Este informe sobre el turismo rural se centra en tres aspectos: caracterización de esta modalidad turística, en particular de la que se desarrolla en las comarcas de Ambroz y Tentudía; la oferta turística en estos territorios rurales de Extremadura, y, la demanda turística. El estudio de la demanda se basa en encuestas a turistas realizadas en el territorio a lo largo de 2021 en dos oleadas, de abril a junio y de agosto a octubre.

2.1. El turismo del Valle del Ambroz y Tentudía.

La comarca del Valle del Ambroz² está situada al norte de la región, cuenta con 446,96km y posee una población aproximada de 10.691 habitantes. La comarca de Tentudía, situada al sur de la región, cuenta con 1.283 Km2 y posee una población aproximada de 21.864 habitantes (REDEX, 2021).

Tentudía presenta diferencias con respecto al Valle del Ambroz en cuanto a número de habitantes y nivel educativo: la comarca de Tentudía se sitúa en un nivel superior a la del Ambroz en estos indicadores, aunque las diferencias son mínimas. En cambio, Ambroz supera a la comarca de Tentudía en renta disponible familiar por habitante, aunque ambos valores están muy ajustados: 9.588 frente a 10.433. Donde se evidencian más diferencias es en el PIB per cápita, pues el Valle del Ambroz destaca con 18.902€/hab., mientras que Tentudía solamente cuenta con 11.161€/hab.

Tomado como referencia los datos disponibles del Observatorio de Turismo de Extremadura, en el periodo previo a la pandemia del COVID-19, la demanda de turismo de las comarcas de Ambroz y Tentudía, presenta posiciones muy relevantes. Los datos desagregados mostraban, en 2018, que el Valle de Ambroz, Tierra de Granadilla están entre las 13 zonas que más veces se mencionan por los visitantes a la región. El peso que tiene el turismo en las comarcas según en volumen de viajeros es el siguiente, el Valle

² En adelante se podrá utilizar solamente la expresión de Ambroz para referirse al Valle del Ambroz, para sintetizar y hacer más ágiles las explicaciones.

del Ambroz ocupa la 7º posición, con una media de 100.000 visitantes al año y Tentudía la 9º con 76.840 viajeros.

Ambas comarcas presentaban alguna disminución en el número de visitantes entre 2017 y 2018, más en el caso de Tentudía. En cuanto al volumen de pernoctaciones, Valle del Ambroz ocupa la posición 6º de Extremadura, con cerca de 300.000 anuales y Tentudía la posición 11º, con en torno a 130.000. En el año de referencia, 2018, ambas comarcas perdían pernoctaciones, en torno a un 3% anual. En relación a la oferta, en 2018 Ambroz disponía de 21 establecimientos hoteleros y 125 extrahoteleros. A su vez la comarca de Tentudía disponía de 35 hoteleros y 88 extrahoteleros.

2.2. La oferta turística.

La comparativa de los años 2018 y 2021, muestra un aumento más que evidente de los establecimientos de restauración en ambas comarcas. Los alojamientos rurales y apartamento turísticos han aumentado su número, aunque de una manera muy leve, en los dos territorios.

Dentro del estudio de la oferta turística, hemos incluido en este trabajo la implantación de la digitalización. Para ello nos servimos de los datos ofrecidos por 17 empresas de ambas comarcas. En general, se puede decir que la implantación de la digitalización e inteligencia digital es baja en las empresas testadas, tan solo el "análisis de datos" para la toma de decisiones tiene puntuaciones elevadas, 3,1 en ambos casos³.

Respecto de la "automatización y eficiencia operativas" de las empresas turísticas destaca en Ambroz:

- "Implantación de soportes digitales de administración, contabilidad, RRHH, compras...", con 3,71, sobre 5.
- "Nivel de presencia de su empresa en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter...)" con 3,57, sobre 5.

En Tentudía, en cambio destaca:

³ Consideramos que valores iguales o superiores a 3 puntos, sobre 5, son posiciones altas.

- "Implantación de servicios compartidos o plataformas digitales de comercialización hotelera (Por ejemplo: AVO, Expedia, Booking, TripAdvisor...)" (3,5)
- "Implantación de servicios de geolocalización (Ejemplo: GoogleMaps)" (3,2)
- "Nivel de presencia de su empresa en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter...)" (3,1)

El nivel de infraestructura digital de las empresas turísticas es considerado alto (3 ptos. sobre 5) en Ambroz, a pesar de que las opiniones sobre la implantación de estas otorgan a la comarca, en general son posiciones más bien bajas. En cambio, la valoración de los informantes de Tentudía parece más acorde con la realidad de la implantación de la digitalización, estos señalan un nivel medio de infraestructura digital (2,6, sobre 5).

La presencia en la red social *Instagram*, podemos ver cómo la comarca de Tentudía tiene mucha más presencia en redes sociales, pues solamente 8 de sus localidades (frente a 10 del Valle del Ambroz) no cuentan con un perfil relacionado con el turismo o un *hashtag*. Además, varios de los municipios de la comarca de Tentudía cuentan con más de un perfil en la red social. En cuanto a las valoraciones que los usuarios hacen del destino turístico en plataformas como *TripAdvisor*, en la comarca de Valle del Ambroz destacan los municipios de Ahigal (4,5 puntos sobre 5) y Oliva de Plasencia (4,43 puntos sobre 5). En la comarca de Tentudía el municipio con mejor puntuación en esta plataforma es Alconchel (4,63 puntos sobre 5) posicionándose como el mejor puntuado de ambas comarcas.

2.3. La demanda turística.

Las motivaciones para la visitar el valle de Ambroz se centran en tres tipos primordialmente:

- Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región (40,8%).
- A más distancia está la conjunción de "visitar del patrimonio histórico-artístico" y "espacios naturales y senderismo" (16,5%).
- ♣ Un 10% de los encuestados señala como exclusiva motivación "la visita a familiares y amigos".

En el caso de Tentudía, no hay una categoría exclusiva que destaque, existe una mayor variedad de motivaciones para la visita de esta comarca. Más de la mitad de los encuestados se posicionan en torno a dos opciones:

- ♣ Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región+Visitar Espacios Naturales y Senderismo (27,3%).
- Exclusivamente visitar Espacios Naturales y Senderismo (26,6%)

La organización del viaje a estas comarcas se realiza principalmente en pareja y en grupo. En el caso de Ambroz, destacan los viajes en pareja (46,3%). En cuanto al medio utilizado en el caso del Valle del Ambroz, existe una concentración en torno al vehículo particular (83,5%). En el caso de Tentudía, en cambio, hay mayor dispersión en torno a las opciones del vehículo particular (59%), pero también es importante las caravana o autocaravana (15,5%) y la combinación de automóvil y caminando (11,8%).

El tipo de alojamiento que más se utiliza en estas circunstancias son el alojamiento rural y el hotel en el caso de Ambroz. La casa propia o de un familiar en Ambroz suma 11, 4%. En el caso de Tentudía, la casa propia o de un familiar, suma 21,7%, el alojamiento rural también tiene en esta comarca una fuerte presencia (21,7%).

El número de pernoctaciones, en ambos casos oscila mayoritariamente entre 1 y 2 días, siendo en el caso de Ambroz, del 58,9% y en el caso de Tentudía, del 88,6%. De manera que, el promedio de noches, en Ambroz es de 2,9 y en Tentudía de 1,82.

Las actividades que realizan los encuestados, en el caso de Ambroz, son "Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región" y "Visitar espacios naturales y senderismo", todo ello suman el 44,3% de las actividades que los encuestados dicen realizar sobre el territorio. En el caso de Tentudía las categorías "Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región" y "Visita a familiares y amigos", suma el 48,3%.

En cuanto a la valoración de los aspectos tangibles de la experiencia turística comprobamos que las puntuaciones son elevadas en las dos comarcas, por encima de los 4 puntos. No obstante, en los aspectos de "Señalización de acceso al territorio", "Infraestructuras turísticas" y "Conservación del patrimonio histórico artístico", obtiene mejor calificación entre los encuestados de Ambroz. En cambio "el entorno natural y su

señalización" y "la gastronomía local", es mejor valorada entre los visitantes de Tentudía. En cuanto a los recursos turísticos intangibles (profesionalidad y hospitalidad), ambas comarcas tienen puntaciones superiores a 4, pero destaca en cuanto a su valoración por parte de los visitantes aquellos encuestados en Tentudía.

3. Metodología y características técnicas

Los datos que sirven de base a este informe, además de las referencias bibliográficas y fuentes secundarias que se citan oportunamente, provienen de:

La oferta.

- Cuestionario de Digitalización de Empresas Turísticas, en base a 17 empresas, seleccionadas de forma estructural⁴.
- Cuestionario Especifico para alcaldes/responsables municipales, de cada localidad que forman las comarcas, para la realización del DAFO.
- Datos de fuentes secundarias: microdatos del INE y Registro de Empresa Turísticas de Extremadura.

Demanda

- Cuestionario específico para turistas a pie de calle realizadas a lo largo de 2021. En la siguiente tabla se explica la distribución de las encuestas. En algunos apartados de este trabajo se compara la demanda actual con la precedente, por ese motivo se utiliza la base de datos de encuestas de 2018.
- Características de las muestras

⁴ Metodología seguida según Informe de Digitalización de Empresas Turísticas de Extremadura 2021-(Observatorio de Turismo-UEx)

ELEMENTOS	AMBROZ	TENTUDÍA			
Encuestas a turistas 2018	370	460			
Encuestas a turistas 2021 realizadas	800	814			
Encuestas a turistas validadas 2021 (N)	800	800			
Universo poblacional (número de turistas que visitan la comarca en 2019) ⁵	110.547 ⁶	74.296 ⁷			
Margen de error (p=q=50%)	±3,5%	±3,4%			
Nivel de Confianza	95%	95%			
Fecha de	Abril-junio en la primera oleada y agosto-octubre en la segunda oleada				
encuestación	č				
Cuotas	edad y				
Variables de segmentación	Territorio turístico				
Tipo de análisis de datos	Descriptivo				

 Sobre los valores estadísticos, e inferencia: en el supuesto de selección aleatoria simple de la muestra el error estimado es para los valores globales, es de ±3,5% para Ambroz y ±3,4% para Tentudía. En el caso de segmentación de las muestras, los errores estadísticos se incrementan según la siguiente secuencia aproximativa:

NÚMERO DE RESPUESTAS	5	10	20	50	75	100	200	400	500	750	1000	1500
Error muestral ±	44,70%	31,60%	22,40%	14,40%	11,50%	20%	7,10%	5%	4,50%	3,70%	3,20%	2,60%

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

⁵ Fuente: Observatorio de Turismo de Extremadura.

⁶ Referidos al territorio turístico Valle del Ambroz-Tierras de Granadilla.

⁷ Referidos al territorio turístico Alqueva-Sierra Suroeste-Tentudía.

• Punto turístico donde se realiza la encuesta:

Punto turístico donde se	TERRI	TORIO	Total
realiza la encuesta (en torno a)	COMARCA DE TENTUDÍA	VALLE DEL AMBROZ	
No contesta	,3%	,1%	,2%
1. Oficina de Turismo	8,4%	33,7%	20,5%
2. Centro de recepción de visitantes	12,0%	10,9%	11,5%
3. Centro religioso relevante	47,9%	54,6%	51,1%
4. Museo	,8%	,5%	,7%
5. Centro de Interpretación	8,1%		4,2%
6. Otro	22,6%	,1%	11,9%
	100,0%	100,0%	100,0%

4. ¿Qué es turismo rural?

El turismo rural se puede encuadrar dentro de los denominados «turismos alternativos» o «nuevos productos turísticos», y es una forma de turismo claramente influida por factores medio-ambientales (Mediano-Serrano, 2004). Se trata de una modalidad de turismo con un gran potencial para estimular el crecimiento de la economía local y el cambio social, por su complementariedad con otras actividades económicas, su contribución al PIB, la creación de empleo y la capacidad que tiene de promover la dispersión de los flujos de visitantes a lo largo del año, favoreciendo la desestacionalización de la demanda turística (OMT, 2021).

De acuerdo a la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT), el esta modalidad de visitantes al medio rural es "un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés" ((OMT), 2021).

La literatura científica ha definido de diferentes formas esta particular manera de hacer turismo, según el matiz en el que se quiere enfatizar, cuando se trata de explicar este fenómeno.

Tabla 1. Definición de "Turismo Rural" a lo largo de la literatura.

AUTOR	DEFINICIÓN
(Bardón-	Especialidad del turismo que abarca tanto el agroturismo como cualquier
Fernández, 1990)	otra actividad desarrollada en el medio rural.
(Galiano, 1991)	Engloba al agroturismo y todas aquellas actividades desarrolladas en el
	medio rural (Deportivas, culturales, cinegéticas)
(Gilbert, 1992)	Consiste en un viaje o pernoctación en una zona rural, agrícola o natural
	que cuente con baja densidad de población.
(Blanco-Portillo, No definen Turismo Rural, sino que lo engloban dentro de r	
1994)	productos turísticos relacionados con la naturaleza y actividades
	recreativas en el medio rural.
(Fuentes-García,	Aquella actividad turística en espacio rural, con oferta integrada de ocio
1995)	dirigida a una demanda cuya motivación es el contacto con el entorno
	autóctono.
(Traverso-Cortés,	Actividad turística de implantación sostenible en el medio rural.
1996)	

AUTOR	DEFINICIÓN
(Blanco-Herranz,	Expresión singular de nuevas formas de turismo que se caracteriza por
1996)	desarrollarse fuera del núcleo urbano, se produce de forma reducida en
	espacios amplios, contribuye al desarrollo local, a la diversificación y
	competitividad turísticas.
(Valdés-Peláez,	Actividad turística que se desarrolla en el medio rural y cuya motivación
1996)	principal es la búsqueda de atractivos asociados al descanso, paisaje,
	cultura tradicional y huida de la masificación.
(TURISMO, 1992)	Todo tipo de aprovechamiento turístico en espacio rural distinto del
	turismo de sol y playa o urbano, respetuoso con el patrimonio natural y
	cultural, que implique la participación activa de la población local.
(Wilson, 2001)	Aquel que permite, promueve y promociona una participación en
	cualquier esfera de la vida campestre existiendo una relación directa con
	el interés ecológico y la agricultura, en segmentos de turistas
	provenientes de centros de alta concentración urbana.
(Mediano-	Turismo llevado a cabo en zonas rurales donde pueda darse un
Serrano, 2004)	desarrollo turístico sostenible que repercuta en beneficios para las
	sociedades locales. Dirigido principalmente a turistas previamente
(5)	informados sobre el entorno para un mayor disfrute del mismo.
(Cànoves Aquella actividad turística realizada en el espacio rural, con ur	
Valiente, 2005)	integrada de ocio, dirigida a una demanda motivada por el contacto con
el entorno autóctono y que tenga una interrelación con la se	
(Polo-Peña,	Actividad bajo la que se suministran experiencias turísticas que integran
2010)	los elementos y servicios precisos para aportar una oferta de ocio al
	turista, y que, a su vez, incluye elementos diferenciales con respecto a las experiencias turísticas vinculadas con el contacto con el medio rural
	y natural; el desarrollo de experiencias personalizadas y singulares; y el
	desarrollo de una actividad que se considera adecuada para favorecer el
	desarrollo sostenible de las áreas rurales.
((Turespaña),	La actividad turística en entorno rural o natural no masificado.
((Turespana), 2021)	La actividad turistica en entorno furar o naturar no masilicado.
(Sanagustín-	Se caracteriza por el desarrollo en pequeños territorios con identidad
Fons, 2018)	propia que tienen una oferta extensa de difusos, no concentrados y
	alojamiento en pequeña escala y actividades de ocio.

Fuente: Elaboración propia a partir de Solsona-Monzones, (2006) y (Moral, 2019).

En general, cabe decir que la ausencia de una definición común se debe a la falta de homogeneidad de la oferta, pues a al contrario de lo que ocurre en otras modalidades turísticas, el turismo rural se despliega en espacios diferentes, con estructuras sociales distintas, características geográficas diversas y sistemas económicos variados. También está muy relacionado con el hecho de que el propio término "rural" o "espacio rural" no tenga una definición concreta, entendiéndose este concepto de manera muy diferente

dependiendo del territorio en el que nos encontremos (Solsona-Monzones (2006); Polo-Peña (2010); Varisco (2016) y Moral (2019).

5. Las comarcas de Ambroz y Tentudía

La "Extremadura Rural" es un extenso territorio de 37.420,88 km², que engloba casi el 90 % de la región extremeña, caracterizado por la gran riqueza medioambiental y patrimonial, la diversidad y los contrastes entre las comarcas que la conforman.

- La comarca del Valle del Ambroz situada al norte de la región, cuenta con 446,96km2 y posee una población aproximada de 10.691 habitantes.
- La comarca de Tentudía, situada al sur de la región, cuenta con 1.283 Km2 y posee una población aproximada de 21.864 habitantes. (REDEX, 2021).

5.1. Caracterización

La Valle del Ambroz está situada al norte de la provincia de Cáceres, junto a la provincia de Salamanca. De norte a sur la atraviesan la autovía A-66, la vía romana de la Plata, Camino de Santiago y las cañadas Reales Vizcaína y Soriana Occidental.

El territorio cuenta con grandes picos montañosos. Algunos como el Pinajarro, de más de 2.000 metros de altitud. Abundan dehesas y pinares o bosques de castaños, acompañados de terrazas cuajadas de cerezos y ciruelos. Las fuertes lluvias en primavera y otoño favorecen un paisaje con vegetación frondosa y abundantes ríos y cascadas, que en verano se convierten en piscinas naturales como la de Casas del Monte o Abadía. La Garganta es la localidad más elevada del Valle del Ambroz (1100 m); toda la subida es espectacular entre cultivos en bancales y frondosos bosques de robles y castaños. Entre tanta naturaleza, encontramos una construcción hecha por el hombre, recomendable de visitar: el pozo de nieve del Corral de los Lobos, que sirvió para almacenar hielo durante el invierno y abastecer a la zona durante el verano. También destacan los restos que dejaron los romanos como la vía de la Plata, o las Termas del Balneario de Baños de Montemayor, en el que propio edificio del balneario está construido sobre una terma romana original, catalogado Bien de Interés Cultural y la cultura judía presente en Hervás. (TurismoNortedeExtremadura, 2021) & (REDEX, 2021).

Hervás es la principal localidad de la comarca. En ella destaca su judería, declarada Conjunto Histórico-Artístico en 1969. Este barrio es fruto del asentamiento de judíos que acudieron a esta villa en el siglo XV. Este recuerdo judío permanece aún en sus fiestas y en su cocina. Una peculiaridad de este municipio es que cuenta con la calle más estrecha de España, tiene apenas medio metro y se llaman "Travesía del Moral". También se puede visitar la Iglesia de Santa María y la de San Juan Bautista, la primera de ellas situada en lo más alto de Hervás. En el Palacio de los Dávila, un palacete del siglo XVIII encontrarás un museo donde se recopilan gran parte de las obras del matrimonio Enrique Pérez Comendador y Magdalena Leroux. "Vayas donde vayas", se puede disfrutar de los bosques de Castañares que recuerdan mucho a los del norte de la península (ExtremaduraTurismo, 2021).

Todas estas peculiares características permiten no solamente un turismo rural de calidad, sino también un turismo cultural y de acción.

El "Otoño Mágico" en el Valle del Ambroz es una fiesta declarada de Interés Turístico Nacional, que desde el año 1998 se viene celebrando durante el mes de noviembre (ATURNEX. 2021). Se trata de un conjunto de actividades asociadas al entorno natural, patrimonial y gastronómico, que nació con el objetivo de potenciar el turismo de la comarca, para dar a conocer los olores, colores y sabores del otoño. En él tiene lugar una amplia oferta de actividades como las rutas senderistas, la marcha en bicicleta, carreras por la montaña o el "Raid Aventura". También algunas degustaciones gastronómicas con exhibición de corte y cata de jamón o repostería, o la Gran Calbotá (castañas asadas). También actividades para los más pequeños como la Noche de Ensueño, el día infantil o el Desfile de Don Otoño (TurismoExtremadura, 2020).

Castlla y León

Ilustración 1. Mapa de Valle del Ambroz y Tierras de Granadilla

Fuente: elaboración propia a partir Memoria turística de Extremadura por territorios. Año 2018. Documento (15/2018). Observatorio de Turismo de Extremadura.

Por su parte, la comarca de Tentudía, se sitúa en el extremo sur de la región extremeña, limitando con las comarcas de Sierras del Sur al Oeste, Campiña Sur al Este, Zafra Río Bodión al Norte, y al Sur con las provincias de Huelva y Sevilla. Esta comarca fue de las primeras "Mancomunidades de Municipios" constituidas en Extremadura y el posicionamiento geográfico es excelente, ya que su territorio es atravesado de norte a sur por la Ruta de la Plata, formada por la carretera N-630 y la autovía A-66.

Territorialmente se encuentra divida en dos grandes zonas: la Sierra y la Campiña, originándose acusadas diferencias en la vegetación, la ocupación y el aprovechamiento del territorio entre una zona y otra. La parte occidental, Bodonal de la Sierra, Segura de León, Fuentes de León, Cabeza la Vaca, pertenece a la Sierra y posee el modelo económico de aprovechamiento de la dehesa y el monte. Los municipios orientales como Fuente de Cantos, Bienvenida y Montemolín se localizan en la Campiña y comparten las características de los grandes llanos cerealísticos propios del sureste extremeño.

Es una comarca eminentemente agrícola. Entre las cimas serranas y la llanura se interpone una enorme superficie adehesada, alrededor de la cual gira el grueso de su actividad económica y comercial, basada en la ganadería porcina de tronco ibérico. En la dehesa abundan las encinas, alcornoques, pinos y castaños teniendo este terreno una

explotación esencialmente ganadera, con el predominio del porcino. La comarca disfruta de un clima mediterráneo de influencia continental, caracterizado por inviernos lluviosos y templados y veranos secos y calurosos.

Es un hermoso escenario salpicado de pueblos con un gran peso histórico sobre sus espaldas. Entre los atractivos de esta comarca destacan la gran fiesta gastronómica "La Chanfaina" donde se puede disfrutar de lo mejor de la gastronomía extremeña. A lo largo de su territorio encontramos numerosos lugares y espacios naturales de interés cultural, como las cuevas de Fuentes de León y los yacimientos de los Castillejos que van desde el neolítico hasta la época romana o el Monasterio de Tentudía, mandado construir por el Maestre Pelay Pérez Correa a principios del siglo XIII (REDEXorg, 2021) & (REDEX, 2021).

Otro de los atractivos que se pueden encontrar en esta comarca es la celebración del evento "GastroStar". Se trata de una cena-degustación al aire libre, bajo "un manto de estrellas", en la que se fusionan la gastronomía de Tentudía y de Extremadura, en general, con la observación de su cielo, en un enclave único, el monasterio de Tentudía. Además, también se ofrecen actividades paralelas como talleres astronómicos para la observación e interpretación del cielo y música en directo mientras se disfruta de una magnifica cena (GastroStar-Tentudía, 2021).

Monesterio es la principal localidad de la comarca. En la época romana supuso la entrada en Extremadura desde el Sur y su origen se remonta en una fundación templaria. Entre su patrimonio destaca la iglesia parroquial de San Pedro Apóstol, obra gótico renacentista del siglo XVI y que actualmente ha sido restaurada. Monesterio cuenta con el Museo del Jamón, un centro dedicado a este producto tan emblemático de la localidad y la comunidad, "si paseas por el museo te adentrarás en la dehesa de la comarca". Además, si se visita la localidad a primero de septiembre, se puede disfrutar del *Día del Jamón* que cuenta con la declaración de Fiesta de interés Turístico de Extremadura (Extremadura-Turismo, 2021).

Alentejo Central

Reo Guadana

Ilustración 2. Representación Alqueva, Sierra Suroeste, Tentudía

Fuente: elaboración propia a partir Memoria turística de Extremadura por territorios. Año 2018. Documento (15/2018). Observatorio de Turismo de Extremadura.

Tabla 2. Principales recursos turísticos de las dos comarcas

		Puente medieval romano sobre el Río Ambroz
	Abadía	Palacio de Sotofermoso (Casa de Alba)
		Calzada Romana en calle principal
	Aldeanueva Del	Parroquia Santa María del Olmo (Siglo XV, Gótico).
	Camino	Alcornoque de la finca de la Cerca de la Fresneda
		(Más de 500 años).
	Baños de	Aguas Termales
	Montemayor	Iglesia de Santa María de la Asunción (Monumento
		Histórico Artístico)
Ö	Cabezabellosa	Árbol Singular Roble del Acarreadero
	Casas del Monte	Pico de la Fuente del Moro
	Cerezo	Castaño del Corbiche
	La Carranta	Mirador Natural de la Garganta
ä	La Garganta	Próximo a la Covatilla Pista de Esquí
"	La Granja	Piscina natural en el cauce del río Ambroz
VALLE DEL AMBROZ		Casa museo de Gabriel y Galán
	Guijo de Granadilla	Pantano de Gabriel y Galán
		Yacimiento Romano de Cáparra
		Barrio Judío declarado Conjunto Artístico
		Fiesta de los Conversos
	Hervás	Iglesia barroca la de San Juan Bautista
		Parroquia de Santa María
		museo Pérez Comendador- Leroux
	Jarilla	Iglesia de San Gregorio Magno
	Marchagaz	Ruinas del convento franciscano de San Marcos
	Marchagaz	Ruinas del convento franciscano de San Marcos

ì			4	
	1		1	١
ł				
)	
ı	H			
	7		1	
ì	ī	i	Ī	
ì	ī			
l	_	ļ		
1	6		1	١
	3	4		
	L	_		
ĺ	É	7	2	
	Į	-		
	Ş			
	7			
١				
1	L			

Mohedas de Granadilla	Iglesia de San Ildefonso
Oliva de Plasencia	Iglesia renacentista de San Blas
Oliva de Flasericia	Fiestas del Emigrante
Palomero	Evento la Pastorela
La Pesga	Iglesia de San Francisco Javier
	Puente Oculto por las Aguas del Rio Alagón
Santibáñez el Bajo	El principal atractivo es su amplio Valle.
Segura de Toro	Estatua Toro Celta de Piedra
	Restos del Castillo Templario
Zarza de Granadilla	Castillo de Granadilla
	Castillo de Miraflores
Alconchel	Arroyo de Friegamuñoz
	Fiestas de Carnaval
Almendral	Ermita de Nuestra Señora de Finibus Terrae
	Castillo de las 7 Torres
Barcarrota	Fiesta para homenajear al conquistador extremeño
	Hernando de Soto
Bienvenida	Parroquia de Nuestra Señora de los Ángeles,
	declarada Monumento Nacional
Bodonal de la Sierra	Alcornoque de los Galaperales (Árbol Singular del municipio).
Cabeza la Vaca	Plaza de Toros (Declarada Monumento Artístico Histórico)
Calera de León	Convento y claustro (Monumento de Interés Histórico Artístico Nacional).
Fregenal de la Sierra	Romería de la Virgen de los Remedios
	Casa Museo de Francisco de Zurbarán
Fuente de Cantos	Fiestas de las Chanfaina
	Romería de San Isidro
Fuentee de León	Cueva del Agua y Grutas (Monumento Natural de
Fuentes de León	Extremadura)
Higuera de Vargas	Castillo de Higuera de Vargas
Higuera la Real	Pinturas de Luis de Morales (El divino)
Jerez de los Caballeros	Sepultura de don Ildefonso Pacheco Portocarrero
Jerez de los Caballeros	en la iglesia de Santa María de la Encarnación
	Cúpula del Sagrario, decorada con pinturas del
Monesterio	maestro Eduardo Acosta
Wionesterio	Centro de interpretación de la Naturaleza.
	Fiesta del jamón de Monesterio
Oliva de la Frontera	Escenificación de la Pasión de Cristo en la ermita de
Sa as la montera	Nuestra Señora de Gracia
Olivenza	Antiguo palacio de los Duques de Cadaval
	Museo Etnográfico

Salval	eón	Centro de interpretación de la Dehesa Extremeña
Salvat	ierra de los	Feria Ibérica de la Alfarería del Barro
Barros	5	
Segura	a de León	Castillo de Segura de León
Valend	cia del	Dolmen funerario de la Piedra Pinchá
Momb	ouey	

Fuente: Elaboración propia a partir de (Redex, 2021).

5.2. Situación socio-demográfica

Atendiendo a los datos que ofrece el Atlas Socioeconómico de Extremadura (2019) y que se recogen en las tablas 3, 4 y 5, la comarca de Tentudía tiene 24.733 habitantes, y un nivel educativo del 66%. A su vez el Valle del Ambroz tiene 22.304 habitantes y un nivel en educación del 62,1%.

La comarca de Tentudía tiene una tasa de paro, casi 3 puntos por encima de Ambroz, (11,9% frente a 15,2%). El valle del Ambroz supera a la comarca de Tentudía en renta disponible familiar por habitante, aunque ambos valores están muy ajustados (9.588 frente a 10.433). Donde se evidencian más diferencias es en el PIB per cápita, pues el Valle del Ambroz destaca con 18.902€/hab. y Tentudía solamente cuenta con 11.161€/hab.

Tabla 3. Datos demográficos municipios de las comarcas del Valle del Ambroz (2019).

VALLE DEL AME	Delimitación Territorial Turística. (DIVA) ⁸	
Municipio	Población	
Abadía	331	(DIVA)
Ahigal	1.372	
Aldeanueva del Camino	735	(DIVA)
Baños de Montemayor	759	(DIVA)
Cabezabellosa	344	
Casas del Monte	820	(DIVA)
Cerezo	165	
La Garganta	378	(DIVA)
Gargantilla	389	(DIVA)
La Granja	328	

⁸ Asociación para el Desarrollo Integral del Valle del Ambroz

-

VALLE DEL AMBROZ		Delimitación Territorial Turística. (DIVA) ⁸
Guijo de Granadilla	530	
Hervás	3.976	(DIVA)
Jarilla	136	
Marchagaz	207	
Mohedas de Granadilla	836	
Oliva de Plasencia	303	
Palomero	406	
La Pesga	1.034	
Santa Cruz de Paniagua	323	
Santibáñez el Bajo	756	
Segura de Toro	183	(DIVA)
Villar de Plasencia	235	
Zarza de Granadilla	1.805	
	16.351	

Fuente: Elaboración propia a partir de Atlas Socioeconómico de Extremadura (2019) (IEEX) y del Observatorio de Turismo de Extremadura. Junta de Extremadura.

Tabla 4. Datos demográficos municipios de las comarcas de Tentudía (2019).

COMARCA DE TENTUDÍA		Delimitación Territorial Turística. CEDECO- TENTUDIA 910	
Municipio	Población		
Alconchel	1.680		
Almendral	1.232		
Barcarrota	3.510		
Bienvenida	2.087	CEDECO-TENTUDIA	
Bodonal de la Sierra	1.049	CEDECO-TENTUDIA	
Cabeza la Vaca	1.309	CEDECO-TENTUDIA	
Calera de León	960	CEDECO-TENTUDIA	
Cheles	1.176		
Fregenal de la Sierra	4.847		
Fuente de Cantos	4.721	CEDECO-TENTUDIA	
Fuentes de León	2.302	CEDECO-TENTUDIA	
Higuera de Vargas	1.955		
Higuera la Real	2.253		
Jerez de los Caballeros	9.303		

⁹ Centro de Desarrollo Comarcal Tentudía

utilizado los GAL.

¹⁰ A CEDECO Tentudía, pertenecen también Pallares y Santa María de la Nava, pero estas son pedanías de Montemolín. El INE, y en los datos del Padrón no aparecen ninguno de los dos municipios. En el Observatorio de Turismo, Tentudía pertenece al territorio Alqueva-Sierra Suroeste-Tentudía: se han

Monesterio	4.226	CEDECO-TENTUDIA
Montemolín	1.343	CEDECO-TENTUDIA
Nogales	652	
Oliva de la Frontera	5.137	
Olivenza	11.963	
Salvaleón	1.755	
Salvatierra de los Barros	1.645	
Segura de León	1.889	
Táliga	665	
Torre de Miguel Sesmero	1.250	
Valencia del Mombuey	744	
Valle de Matamoros	367	
Valle de Santa Ana	1.139	
Valverde de Leganés	4.159	
Valverde del Fresno	3.397	
Zahínos	2.803	
	81.518	

Fuente: Elaboración propia a partir de Atlas Socioeconómico de Extremadura (2019) (IEEX) y del Observatorio de Turismo de Extremadura. Junta de Extremadura.

Tabla 5. Caracterización socioeconómica según mancomunidades, 2019.

MANCOMUNIDAD	Población	Edad media	Renta familiar disponible por habitante (€/hab)	Tasa de paro registrado	PIB por habitante (€/hab)	Nivel educativo (%)
Campo Arañuelo	20.556	42,9	10.525	11,2	95.947	62,0
Centro	24.239	43,2	9.457	12,2	7.421	65,5
Guadiana	53.364	41,5	11.128	10,5	12.947	72,7
Lácara Sur	41.344	42,8	9.648	13,4	10.481	69,6
Lácara-Baldíos (Los)	15.216	46,1	8.930	14,9	10.657	56,4
Llerena	29.050	46,2	10.431	13,7	11.158	65,9
Olivenza	30.987	43,2	9.175	14,1	8.607	58,7
Riberos del Tajo	9.042	47,3	10.759	13,1	9.733	70,1
Río-Bodión	46.113	43,7	10.341	14,8	15.456	68,1
Rivera de Fresnedosa	22.595	46,4	10.154	13,6	10.679	69,8
Serena (La)	27.222	47,0	9.851	17,9	11.352	62,9
Serena (La)-Vegas Altas	44.645	43,6	10.591	12,0	13.997	68,3
Siberia I	19.201	48,6	10.136	13,3	14.140	59,5
Sierra de Gata	20.873	49,1	9.842	13,8	7.090	62,4
Sierra de Montánchez	17.267	49,4	10.844	12,2	8.363	66,1
Sierra de San Pedro	13.741	47,8	10.272	12,9	59.110	67,2
Sierra Suroeste	25.146	44,7	9.982	14,3	11.957	60,2

MANCOMUNIDAD	Población	Edad media	Renta familiar disponible por habitante (€/hab)	Tasa de paro registrado	PIB por habitante (€/hab)	Nivel educativo (%)
Tajo-Salor	25.858	47,6	10.457	13,8	91.731	69,4
Tentudía	24.733	45,2	9.588	15,3	11.161	66,0
Tierra de Barros	53.848	41,3	9.596	14,2	16.040	68,9
Tierra de Barros-Río Matachel	23.006	43,4	9.383	14,0	16.113	63,0
Trasierra-Tierras de Granadilla-Valle del Ambroz-Hurdes	22.304	50,5	10.433	11,9	18.902	62,1
Trujillo	17.244	48,1	10.713	13,4	10.968	69,8
Valle del Alagón	14.054	46,5	9.526	12,6	10.520	60,2
Valle del Jerte	10.786	47,9	9.213	5,5	11.410	68,1
Vera (La)	23.932	47,7	10.762	10,0	10.632	65,2
Villuercas-Ibores-Jara	12.769	51,7	10.543	11,4	13.326	60,5
Zona Centro	15.370	46,0	10.477	12,7	13.131	66,2
PROMEDIO	704.505	46,0	10.099	13,0	19.394	65,2

Fuente: elaboración propia a partir Atlas Socioeconómico de Extremadura Capítulo_VIII_2019. comunidades: Indicadores básicos. IEEX. Junta de Extremadura.

704.505 800.000 700.000 600.000 500.000 400.000 300.000 200.000 24.733 22.304 100.000 0 Tentudía Trasierra-Tierras de **PROMEDIO** Granadilla-Valle del **EXTREMADURA** Ambroz-Hurdes

Gráfico 1. Población¹¹ de Tentudía y Valle del Ambroz y Extremadura (2019).

Fuente: elaboración propia a partir Atlas Socioeconómico de Extremadura Capítulo_VIII_2019. Mancomunidades: Indicadores básicos. IEEX. Junta de Extremadura

-

¹¹ En el caso de Extremadura, la población se refiere a "Las Comarcas" que el IEEX agrupa. Se debe entender que no recoge la población de las principales ciudades de la región.

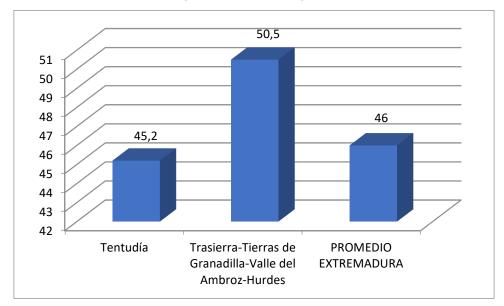


Gráfico 2. Edad media de Tentudía y Valle del Ambroz y Extremadura (2019).

Fuente: elaboración propia a partir Atlas Socioeconómico de Extremadura Capítulo_VIII_2019. Mancomunidades: Indicadores básicos. IEEX. Junta de Extremadura

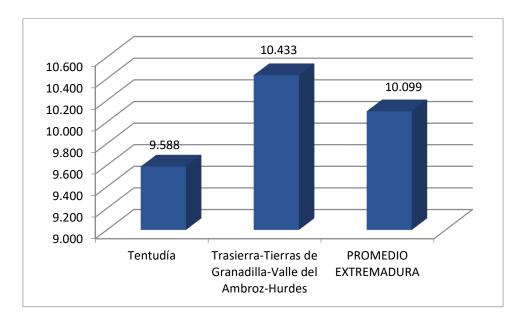


Gráfico 3. Renta Familiar Disponible de Tentudía y Valle del Ambroz y Extremadura (2019).

Fuente: elaboración propia a partir Atlas Socioeconómico de Extremadura Capítulo_VIII_2019. Mancomunidades: Indicadores básicos. IEEX. Junta de Extremadura

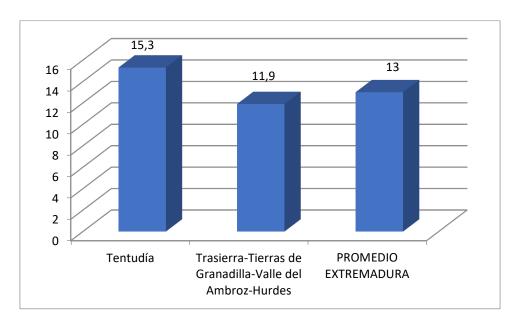


Gráfico 4. Tasa de paro de Tentudía y Valle del Ambroz y Extremadura (2019).

Fuente: elaboración propia a partir Atlas Socioeconómico de Extremadura Capítulo_VIII_2019. Mancomunidades: Indicadores básicos. IEEX. Junta de Extremadura

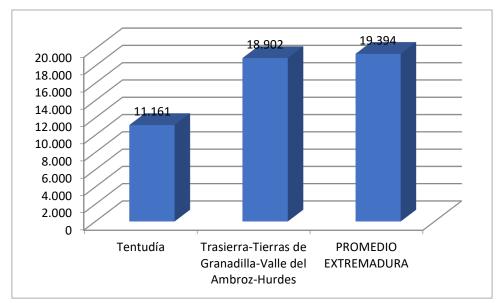


Gráfico 5. PIB/Hab de Tentudía y Valle del Ambroz y Extremadura (2019).

Fuente: elaboración propia a partir Atlas Socioeconómico de Extremadura Capítulo_VIII_2019. Mancomunidades: Indicadores básicos. IEEX. Junta de Extremadura

5.3. Planificación turística

En las dos comarcas se han llevado, o están llevado, a cabo planes de desarrollo del sector turístico apoyados por los Grupos de Acción Local. A continuación, se explican los más recientes.

5.3.1. Planes turísticos del Valle del Ambroz

En el caso del Valle del Ambroz, el Equipo Consultor en Medio Ambiente, Turismo y Desarrollo (ECOTONO) en 2014 realiza un diagnóstico de la situación del sector y propone estrategias de desarrollo local participativo, para el periodo 2014-2020 (ECOTONO, 2015).

Se proponen seis objetivos principales, uno de los cuales, el de "cooperación e innovación", es de carácter transversal.

- 1) Valle del Ambroz lugar ideal para vivir-mantener la población: En el diagnóstico del territorio se evidenció el problema demográfico, orientando el objetivo al desarrollo rural para mantener a la población. Se parte de unas buenas condiciones pues el Valle del Ambroz es un buen lugar para vivir por su entorno natural y amplia oferta de servicios.
- 2) Valle del Ambroz ubicación perfecta para los negocios-crear y mantener empleo: Es necesario crear ciertas condiciones básicas. Se presta especial atención a las mujeres y jóvenes. Está muy bien comunicado por autovía y dispone de dos polígonos industriales y un alto número de visitantes al año.
- 3) Valle del Ambroz lugar de referencia turística-consolidación y crecimiento del turismo: En el diagnostico se evidenció la vocación turística del territorio, el buen posicionamiento y competitividad del sector.
- 4) Valle del Ambroz productor de productos saludables de calidad-agricultura y ganadería viables: Factores claves del territorio la agricultura y ganadería y sector forestal. En los años de crisis ha servido de refugio para muchas personas

desempleadas. Esto ha supuesto una oportunidad y el retorno de muchas personas, repuntando la producción agropecuaria. También se quiere fomentar la agricultura sostenible, con acceso al mercado más directo y ciclos de consumo más cortos.

- 5) Valle del Ambroz territorio natural y con historia-sostenibilidad: Conserva la huella de todas las culturas que pisaron la península. Sus valiosos recursos pueden ayudar a reforzar el resto de objetivos puesto que hacen atractivo al valle del Ambroz, creando una imagen de marca. Su puesta en valor y hacer de ellos una gestión responsable son claves para asegurar su sostenibilidad.
- 6) Cooperación e innovación: Innovar y cooperar son un objetivo en si mismo, además de ser catalizadores del resto de objetivos. (DIVA, 2014).

Tomado como antecedente el trabajo de promoción turística indicado, en la actualidad se trabaja con la Diputación Provincial de Cáceres en el Plan de Sostenibilidad Turística de Ambroz-Cáparra (2021) dotado con un Presupuesto de 2.437.500€ y una ejecución a tres años vista. Se pretende sea un revulsivo para el mundo rural de la provincia de Cáceres, con el reto de convertir al destino en un referente del ecoturismo, la cultura y el bienestar.

Esta iniciativa se enmarca en la Conferencia Sectorial de Turismo, de ámbito nacional, en coordinación con los consejeros autonómicos del ramo, en la que se valoraron de las propuestas de 154 destinos del territorio nacional.

La idea central es que, tras el análisis de las propuestas y sus respectivos impactos positivos, 25 destinos turísticos tengan el respaldo de la administración para modernizar la oferta en destinos pioneros y activarla en comarcas de la España interior. El Proyecto presentado por Ambroz- Caparra, fue la segunda propuesta mejor valorada, seguida de la presentada por la Comunidad Balear. Las inversiones se canalizarán a través de la firma de convenios suscritos entre el Gobierno, la Comunidad Autónoma y las entidades locales beneficiarias, de tal manera que las tres partes participarán en la financiación de los proyectos a lo largo de tres años, desde enero de 2021 hasta diciembre de 2023.

En el caso de Ambroz, se trata de una propuesta conjunta que recoge los frutos de los respectivos estudios diagnósticos desarrollados por Diputación de Cáceres a lo largo de los dos últimos años. Así, Ambroz y Cáparra unidos, se beneficiarán de un Plan de Turismo que articula la oferta de ambas comarcas.

Con el ecoturismo, cultura y bienestar en el medio rural como principales premisas, pero incluyendo cuestiones como la economía circular, la potenciación del entorno natural de olivares, de senderos lumínicos, el aprovechamiento de las láminas de agua para la práctica deportiva, la movilidad ecológica o sostenible, la modernización tecnológica y puesta en valor del patrimonio y gastronomía local. El plan aspira a diversificar la oferta turística y a mejorar la calidad de la existente, evolucionando hacia el concepto ecoturismo, cultura y bienestar en el medio rural. Se trata de una oportunidad de refuerzo a las iniciativas ya desarrolladas por los respectivos territorios que debe preparar a los agentes y empresarios turísticos para afrontar el reto de un futuro lleno de incertidumbres.

Entre las actuaciones más innovadoras incluidas en el Plan, destacan la creación de senderos interpretativos del "olivo de la manzanilla cacereña" o senderos experienciales de "arte en la naturaleza", además se pretende la señalización interpretativa de la Vía Verde de la Plata o el acondicionamiento del área de descanso de la Ruta de la Plata en Cáparra. También se plantea la creación de una base náutica, cruceros fluviales sostenibles y acondicionamiento de embalses para zonas de baño. Además, se quiere impulsar la digitalización de las empresas y entidades del sector para convertir el destino Ambroz-Cáparra en un destino de turismo inteligente. 12 (TurismodeHervás, 2021).

¹² https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2020-16045

5.3.2. Plan Turístico de Tentudía

El "Plan Estratégico de Turismo de La Comarca de Tentudía" se presentó en la "Jornada sobre turismo de naturaleza" celebrada en las cuevas de Fuentes de León en junio de 2017. Es la base para el desarrollo de actividades de promoción de la mancomunidad, como un destino turístico de calidad (Grada, 2017) y Tentudía-Mancomunidad (2017).

El plan buscaba apoyos en los ayuntamientos, empresarios y administraciones implicadas en la formación y capacitación de profesionales, además de los propios habitantes de esta comarca. Algunas de las acciones previstas para su puesta en marcha más inmediata eran: la edición de una serie de vídeos promocionales, las iniciativas en formación y sensibilización, la creación de una marca propia, el uso intensivo y efectivo de las redes sociales, así como el aprovechamiento de los foros existentes para promocionar la "Marca Tentudía". La idea era generar un tipo de turismo que "permita repartir la demanda durante todo el año, no estacional, con lo que casa perfectamente con las intenciones del Plan Estratégico de Turismo de la Comarca de Tentudía", en referencia a las potencialidades turísticas de Las cuevas de las Fuentes, en Fuentes de León.

El nombre real de la Mancomunidad de Tentudía es: *Mancomunidad Turística y de Servicios de Tentudía* ¹³. Se trata de la mancomunidad más antigua de Extremadura y una de la más antigua de España y nació principalmente para el desarrollo del turismo. Más tarde se construyó una presa para el abastecimiento de la población y precisamente eso fue lo que unió a toda la comarca. En 2017 se diseñó el Plan Estratégico de Turismo que se ha comentado anteriormente. Actualmente todas las acciones se han cumplido, a excepción de la de "reactivar el turismo alrededor del pantano". En la actualidad se

¹³ Reunión con Don Jesús Aparicio López, responsable de Turismo de la Mancomunidad de Tentudía. Monesterio, 02 junio 2021.

planea construir un embarcadero en él, para fomentar actividades como kayak, pádelsurf... así como un buen acceso a él.

Están llevando a cabo acciones para posicionar Tentudía "en el mapa" y darse a conocer más allá del Monasterio. Para ello, en 2017, crearon un evento en el punto más alto de Tentudía: "GastroStar". Lo que se pretendía era dar al turista "lo mejor del cielo" de Tentudía con 0% de contaminación lumínica y lo mejor de la tierra, con los mejores productos extremeños. El desarrollo de esta actividad el pasado año 2020, fue adaptado a las condiciones de la pandemia y realizó una "Gastrocata-Virtual", enviando productos de la mejor calidad de Extremadura a un grupo de personas seleccionados, inscritos en la web. Al mismo tiempo que, en directo, se encontraba un astrologo en el monasterio de Tentudía, retrasmitiendo la situación del cielo y las estrellas a todas las personas que se encontraban al otro lado de la pantalla.

A partir de 2018, llevan a cabo otras estrategias de posicionamiento en el mercado turísticos que consiste en lanzar "mini paquetes turísticos", sorteándolos entre los usuarios que interactuaron en otras actividades, encuestas... También crearon 9 paquetes para grandes grupos que lanzarán este otoño (2021), dirigidos a grupos de alumnos universitarios, *bloggers* e *influencers* con el fin de que hagan una crítica constructiva del destino turístico de Tentudía.

Han conseguido subvenciones de la Junta de Extremadura, destinadas a la creación de planes turísticos. Van a desarrollar una campaña turística proyectada en todos los cines extremeños y andaluces, en base a "un pequeño video impactante" sobre la comarca entre los tráileres de las películas.

A su vez, buscan fomentar el "Turismo de Corazón" y hacer que personas que se fueron a otras ciudades a vivir, vuelvan a hacer turismo a su tierra y así frenar la pérdida demográfica. Además, han aprobado recientemente el lanzamiento de unas becas para alumnos universitarios en Extremadura (20 aproximadamente) para vincularles con la mancomunidad y que lleven a cabo un trabajo de concienciación, sensibilización y emprendimiento en la mancomunidad.

5.4. El sector turístico

En el contexto de la demanda de turismo en Extremadura, las comarcas de Ambroz y Tentudía, presentan posiciones muy relevantes. En la tabla 6 se recogen las "menciones" espontáneas que expresadas por los más de 6.000 turistas encuestados ese año en 2018, acerca de que localidades ha visitado o piensa visitar. Los datos desagregados mostraban que el Valle de Ambroz, Tierra de Granadilla están entre las 13 zonas que más veces se mencionan por los visitantes a la región.

Tabla 6. Localidades (y zonas) que ha visitado o piensa visitar. (Pregunta abierta) (2018)

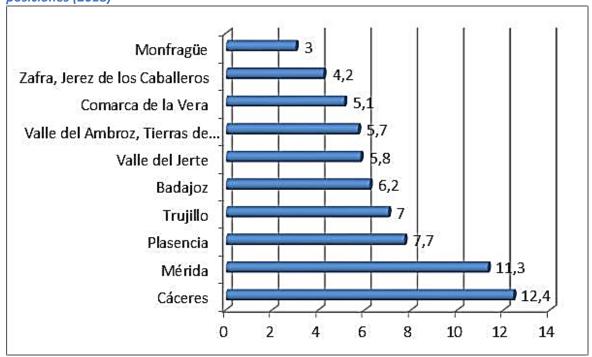
Localidad	Menciones	%
	(Nº de ocasiones	
	que se	
	menciona)	
1. Cáceres	1031	12,4
2. Mérida	935	11,3
3. Plasencia	639	7,7
4. Trujillo	576	7
5. Badajoz	516	6,2
6. Valle del Jerte	481	5,8
7. Comarca de la Vera	423	5,1
8. Zafra	275	3,3
9. Valle del Ambroz	264	3,2
10. Monfragüe	250	3
11. Sierra de Gata	176	2,1
12. Comarca de las Hurdes	170	2,1
13. Tierras de Granadilla	148	1,8
14. Guadalupe	126	1,5
15. Comarca de la Serena	104	1,3
16. Olivenza	100	1,2
17. Miajadas	97	1,2
18. Tierra de Barros	95	1,1
19. Geoparque Villuercas Ibores Jara	89	1,1
20. Alcántara	79	1
21. Jerez de los Caballeros	78	0,9

22. Tajo Internacional	76	0,9
23. Valle del Alagón	66	0,8
24. Alange	64	0,8
25. Hervás	59	0,7
26. Medellín	47	0,6
27. Comarca de la Siberia	45	0,5
28. Otros	1072	16
29. Total menciones	8081	100,6

Fuente: Memoria Turística de Extremadura por territorios. Perfil del turista que visita Extremadura año 2018. Mérida: Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura.

Se ha procedido a agrupar las menciones de la tabla anterior en un gráfico, comprobamos de manera más clara el peso que tienen estas comarcas en el imaginario de los turistas que visitan la región.

Gráfico 6. Peso de la demanda turística por territorios turísticos. Selección de las 10 primeras posiciones (2018)



Fuente: elaboración propia a partir de Memoria Turística de Extremadura por territorios. Perfil del turista que visita Extremadura año 2018. Mérida: Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura.

El peso que tiene el turismo en las comarcas lo evaluamos según en volumen de viajeros. Comprobamos que la tabla 7, Ambroz ocupa la 7º posición de Extremadura, con una media de 100.000 visitantes al año y Tentudía la 9º con 76.840 viajeros. Ambas

comarcas presentaban una disminución de turistas entre 2017 y 2018, más en el caso de Tentudía, que en el caso de Ambroz, en 2019, se recuperan, no así en el caso de Tentudía.

Tabla 7. 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 Memoria Turística de Extremadura por territorios. Perfil del turista que visita Extremadura año 2018. Mérida: Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura.

En cuanto al volumen de pernoctaciones (tabla 8), Ambroz ocupa la posición 6º con cerca de 300.000 anuales y Tentudía la posición 11º con en torno a 130.000. En el año de referencia, 2018, ambas comarcas perdían pernoctaciones, en torno a un 3% anual.

Tabla 8.Ranking territorial por volumen de pernoctaciones

CIUDADES Y TERRITORIOS TURÍSTICOS	Pernoctaciones			
	2017	2018	Variación	
1. Cáceres (municipio)	515.445	554.650	7,61%	
2. Mérida	387.507	424.159	9,46%	
3. Valle del Jerte, La Vera	370.085	368.348	-0,47%	
4. Badajoz (Municipio)	302.188	343.254	13,59%	
5. Tierra de Barros, Zafra	285.824	313.240	9,59%	
6. Valle del Ambroz, Tierras de	299.082	290.155	-2,98%	
7. Trujillo, Miajadas, Montánchez	154.548	188.038	21,67%	
8. Plasencia	185.368	174.633	-5,79%	
9. Sierra de Gata, Las Hurdes, Valle del Alagón	175.875	158.557	-9,85%	
10. Reserva de la Biosfera de Monfragüe	145.404	141.736	-2,52%	
11. Alqueva, Sierra Suroeste, Tentudía	133.541	129.784	-2,81%	
12. Vegas del Guadiana	111.636	122.292	9,55%	
13. La Siberia, La Serena, Campiña Sur	95.525	95.255	-0,28%	
14. Tajo Internacional, Sierra de San Pedro	96.875	74.854	-22,73%	
15. 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 Memoria Turística de Extremadura por territorios. Perfil del turista que visita Extremadura año 2018. Mérida: Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura.

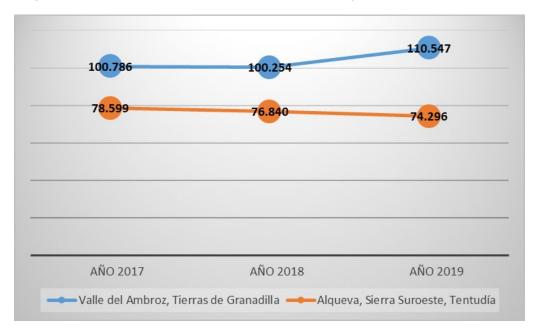


Gráfico 7. Evolución del número de turistas en Ambroz y Tentudía (2017-2019)

Fuente: elaboración propia a partir Memoria turística de Extremadura por territorios.

Observatorio de Turismo de Extremadura

El grafico 7 muestra como en el año 2018, se observa una reducción en el volumen de viajeros que visitan ambas comarcas, con respecto al año 2017. Si representamos la variación porcentual, descubrimos que en la Comarca del Valle del Ambroz hubo una disminución de 0.53% y en la comarca de Tentudía de 2.24%.

Si comparamos el dato de cada Comarca con el dato total de toda la Comunidad de Extremadura, encontramos una variación del 5.37% en el Valle del Ambroz con respecto a Extremadura y del 4.12% en la Comarca de Tentudía.

El gráfico 8, nuevamente muestra que en el año 2018 se observa un descenso en las pernoctaciones en ambas comarcas. La tasa de variación media de la Comarca del Valle del Ambroz presenta una reducción del 2.98% y la de la comarca de Tentudía una reducción del 2.81%.

299.082
290.155
284.398

133.541
129.784
126.171

2017
2018
2019
Valle del Ambroz, Tierras de Granadilla
Alqueva, Sierra Suroeste, Tentudía

Gráfico 8. Evolución del volumen de pernoctaciones en Tentudía y Ambroz (2017-2018-2019.

Fuente: elaboración propia a partir Memoria turística de Extremadura por territorios.

Observatorio de Turismo de Extremadura

En relación a la oferta, en 2018 Ambroz disponía de 21 establecimientos hoteleros y 125 extrahoteleros. A su vez la comarca de Tentudía disponía de 35 hoteleros y 88 extrahoteleros.

Tabla 9. Indicadores de la Oferta Por Comarca (2018)

	VALLE DEI	. AMBROZ	TENTUDÍA		
	Nº DE ESTABLECIMI ENTOS	PLAZAS OFERTADAS	Nº DE ESTABLECIMI ENTOS	PLAZAS OFERTADAS	
HOTELES	9	551	11	819	
HOSTALES	12	212	22	342	
PENSIONES	0	0	2	29	
TOTAL ALOJAMIENTO HOTELERO	21	763	35	1.190	
ALOJAM.RURAL	80	921	46	505	
APART. TURISTICO	13	3974	5	84	
ALBERGUE	7	251	2	160	
CAMPING	4	1.514	0	0	
TOTAL ALOJAMIENTO EXTRAHOTELERO	104	3.083	53	749	
TOTAL ALOJAMIENTOS	125	3.846	88	1.939	
RESTAURANTE	52	4.028	87	7.938	
CÁTERING	1	0	3	0	
SALON BANQUETE	6	1.630	12	4.678	
TOTAL RESTAURACIÓN	59	5.648	102	12.916	

Fuente: elaboración propia a partir Memoria turística de Extremadura por territorios. Año 2018. Documento (15/2018). Observatorio de Turismo de Extremadura

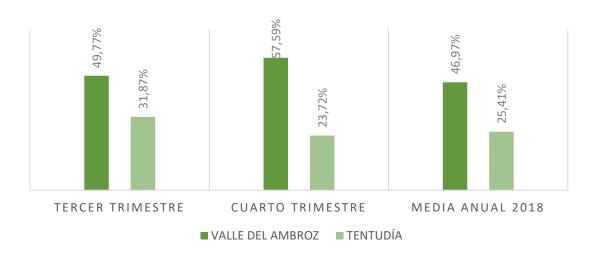


Gráfico 9. Grado de Ocupación por plazas de los establecimientos hoteleros (2018).

Fuente: elaboración propia a partir Memoria turística de Extremadura por territorios. Año 2018. Documento (15/2018). Observatorio de Turismo de Extremadura

Según el tipo de alojamiento de los turistas comprobamos que en 2018 en "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.

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.

Tabla 10. Distribución de Viajeros del año 2018

	VALI	E DEL AMBRO	EL AMBROZ TENTUDÍA				
	Viajeros				Viajeros		
	Españoles						
Establecim. Hoteleros	25.633	12.858	38.491	47.726	17.043	64.770	
Alojamiento Rural	37.810	0	37.810	9.544	1.073	10.618	
Apartam. Turístico	9.365	194	9.559	1.438	14	1.452	
Albergue	869	30	899	-	-	-	
Camping	12.356	1.140	13.496	0	0	0	
TOTAL	86.033	14.221	100.254	58.709	18.131	76.840	

Fuente: elaboración propia a partir Memoria turística de Extremadura por territorios. Año 2018. Documento (15/2018). Observatorio de Turismo de Extremadura

Tabla 11. Pernoctaciones y estancia media del año 2018

	VALLE DEI	. AMBROZ	TENTUDÍA		
	Pernoctacio nes			Estancia media en días	
Establecim. Hoteleros	129.566	3,37	106.679	1,65	
Alojamiento Rural	89.137	2,36	20.288	1,94	
Apartam. Turístico	26.328	2,75	2.817	1,94	
Albergue	1.691	1,88	-	-	
Camping	43.433	3,22	0	0	
TOTAL	290.155	2,89	129.784	1,69	

Fuente: elaboración propia a partir Memoria turística de Extremadura por territorios. Año 2018. Documento (15/2018). Observatorio de Turismo de Extremadura

En cuanto a la valoración del destino turístico en 2018, se comprueba que en general ambas zonas tienen margen de mejora (grafico 10), ya que ocupan las posiciones 9º en el caso del Ambroz y 12º en el caso de Tentudía, sobre 15 territorios turísticos. En la tabla 12 comprobamos que en el caso de Tentudía, y en menor medida también de Ambroz, lo peor valorado por los visitantes en el 2018 eran la "Señalización de acceso al territorio" y la "Infraestructuras turísticas".

Tabla 12. Valoración de los servicios turísticos según Territorio Escala: 1, muy mal; 5 muy bien. (N=6106) (2018)

	-	-		Servicio			
Territorio	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 establecimient os	Hospitalidad y simpatía de la población en general
ALQUEVA, SIERRA SUROESTE, TENTUDIA	3,87	3,81	4,09	4,08	4,42	4,3	4,66
BADAJOZ (municipio)	4,03	4	3,96	4,09	4,5	4,41	4,66
CÁCERES (municipio)	4,27	4,43	4,67	4,47	4,38	4,57	4,8
GEOPARQUE VILLUERCAS-IBORES-JARA	4,11	4,15	4,41	4,23	4,41	4,4	4,66
LA SIBERIA, LA SERENA, CAMPIÑA SUR	3,81	3,64	3,93	3,88	4,39	4,49	4,68
MÉRIDA (municipio)	4,5	4,45	4,57	4,47	4,58	4,56	4,76
PLASENCIA (municipio)	4,16	4,24	4,4	4,37	4,4	4,39	4,5
RESERVA DE LA BIOSFERA DE MONFRAGÜE	4,17	4,16	4,21	4,42	4,19	4,07	4,34
SIERRA DE GATA, LAS HURDES, VALLE DEL ALAGÓN	3,98	4	4,01	4,09	4,36	4,21	4,4
TAJO INTERNACIONAL, SIERRA DE SAN PEDRO	3,91	3,94	4,08	4,14	4,37	4,33	4,59
TIERRA DE BARROS, ZAFRA	4,05	4,08	4,24	4,12	4,52	4,35	4,51
TRUJILLO, MIAJADAS, MONTÁNCHEZ	4,18	4,17	4,23	4,13	4,32	4,59	4,65
VALLE DEL AMBROZ, TIERRAS DE GRANADILLA	4,12	4,17	4,3	4,36	4,46	4,37	4,51
VALLE DEL JERTE, LA VERA	4,25	4,22	4,33	4,17	4,41	4,49	4,65
VEGAS DEL GUADIANA	4,25	4,26	4,41	4,27	4,5	4,61	4,69
Total	4,16	4,2	4,36	4,27	4,43	4,45	4,66

Fuente: elaboración propia a partir de Memoria Turística de Extremadura por territorios. Perfil del turista que visita Extremadura año 2018. Mérida: Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura.

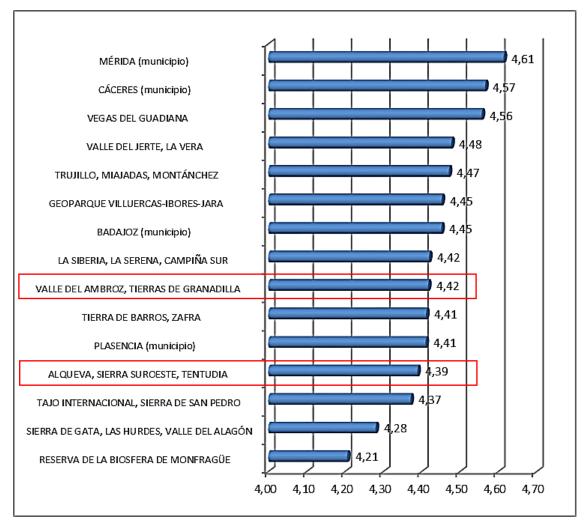


Gráfico 10. Valoración promedio de los recursos turísticos por territorios (N=6106) (2018)

Fuente: elaboración propia a partir de Memoria Turística de Extremadura por territorios. Perfil del turista que visita Extremadura año 2018. Mérida: Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura.

En cuanto a la relación calidad / precio, como en el caso de las anteriores valoraciones, los visitantes encuentra también que esta, aunque es adecuada, tiene margen de mejora, ya que ambos territorios turísticos ocupan las posiciones 12 y 13.

Tabla 13. Valoraciones medias sobre la CALIDAD/PRECIO de los servicios según Territorio. Escala: 1, muy mal; 5 muy bien. (N=6106) (2018)

Territorio Turístico	Relación calidad/precio
1. MÉRIDA (municipio)	4,43
2. VEGAS DEL GUADIANA	4,4
3. CÁCERES (municipio)	4,28
4. VALLE DEL JERTE, LA VERA	4,19
5. PROMEDIO GENERAL	4,19
6. LA SIBERIA, LA SERENA, CAMPIÑA SUR	4,19
7. TRUJILLO, MIAJADAS, MONTÁNCHEZ	4,17
8. TIERRA DE BARROS, ZAFRA	4,17
9. BADAJOZ (municipio)	4,12
10. PLASENCIA (municipio)	4,1
11. GEOPARQUE VILLUERCAS-IBORES-JARA	4,1
12. ALQUEVA, SIERRA SUROESTE, TENTUDIA	4,08
13. VALLE DEL AMBROZ, TIERRAS DE GRANADILLA	4,06
14. TAJO INTERNACIONAL, SIERRA DE SAN PEDRO	4,05
15. SIERRA DE GATA, LAS HURDES, VALLE DEL ALAGÓN	4,01
16. RESERVA DE LA BIOSFERA DE MONFRAGÜE	3,98

F Fuente: elaboración propia a partir de Memoria Turística de Extremadura por territorios. Perfil del turista que visita Extremadura año 2018. Mérida: Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura.

6. Análisis de la oferta.

6.1. Evolución de las empresas turísticas

La comparativa de los años 2018 y 2021, muestra un aumento de los establecimientos de restauración en ambas comarcas. Los alojamientos rurales y hoteleros son los que más se han visto afectados a causa de la pandemia, evidenciado un descenso de estos tanto en Tentudía como en el Valle del Ambroz. Los albergues y camping de la Comarca de Valle del Ambroz también han sufrido un descenso, pero en menor medida. En el Valle del Ambroz, los apartamentos turísticos han aumentado un 15.4%.

Lo primero que comprobamos es que se producen en ambas comarcas situaciones muy dispares: mientras en Ambroz las empresas se crecen un 21.4%; en Tentudía las empresas turísticas disminuyen un 0.5%, aunque es una reducción muy ligera, es conveniente hacerle mención.

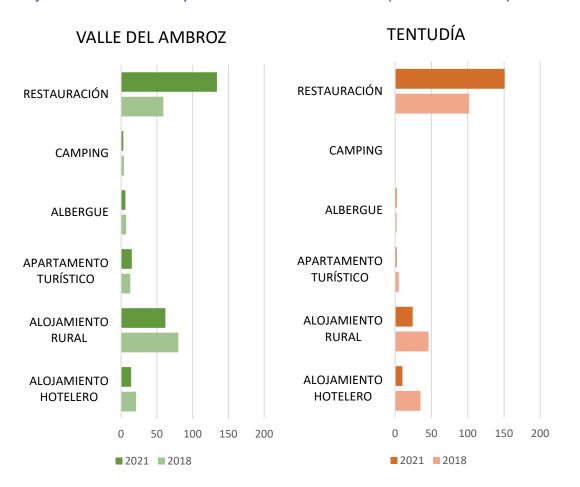
Por lo que se observa en la tabla 14, el principal exponente del crecimiento de empresas en el caso de Tentudía es el aumento de empresas de restauración, situación similar se da en la Comarca del Valle del Ambroz.

Tabla 14. Tasa de variación de la evolución de las empresas turísticas de las Comarcas (Periodo 2018-2021)

(1 C11040 2010 2021)	,	Valle del Am	broz	Со	udía	
	2018	2021	% de	2018	2021	% de
RESTAURACIÓN	59	134	55.9%	102	151	34.4%
CAMPING	4	3	-25%	0	0	-
ALBERGUE	7	6	-14.3%	2	2	-
APARTAMENTO TURÍSTICO	13	15	15.4%	5	2	-60%
ALOJAMIENTO RURAL	80	62	-29%	46	24	-47.8%
ALOJAMIENTO HOTELERO	21	14	-33.3%	35	10	-78.1%
TOTAL EMPRESAS	184	234	21.4%	190	189	-0.5%
TURÍSTICAS						

Fuente: Elaboración propia a partir de Registro de Empresas Turísticas de la Dirección General de Turismo (DGT) 2021 y 2018.

Gráfico 11. Evolución De Empresas Turísticas de las comarcas (Periodo 2018-2021).



Fuente: Elaboración propia a partir de Registro de Empresas Turísticas de la Dirección General de Turismo (DGT) 2021 y 2018.

6.2. La digitalización de las empresas turísticas de Ambroz y Tentudía

Dentro del estudio de la oferta turística, hemos incluido en este trabajo la implantación de las TIC. Para ello nos servimos de los datos ofrecidos por 17 empresas: 7 pertenecen al Valle del Ambroz y 10 a la de Tentudía.

3 2,625 2,316666667 2,5 2,0133333333 2 1,768 1,585 1,44625 1,5 1 0,5 0 Digitalización e Automatización y Sostenibilidad ecológica inteligencia digital eficiencia operativa ■ AMBROZ ■ TENTUDIA

Gráfico 12. Nivel de implantación de la digitalización por comarcas (1 muy bajo, 5 muy alto)

Fuente: Estudio sobre digitalización de las empresas turísticas. Observatorio de Turismo de Extremadura (2021)

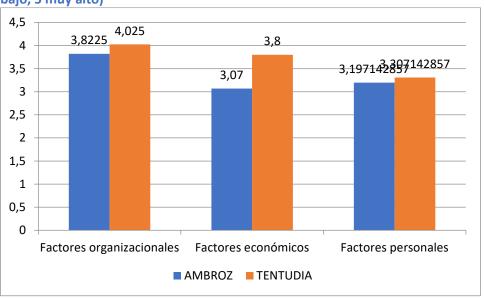


Gráfico 13. Factores que determinan la implantación de la digitalización por comarcas (1 muy bajo, 5 muy alto)

6.2.1. Digitalización e inteligencia digital

La implantación de la digitalización e inteligencia digital en estas empresas puede observarse en la tabla 15 en la que se ofrece un detalle de los aspectos que incluye esta categoría. El gráfico 12 ofrece una visión de conjunto.

En general, se puede decir que la implantación de la digitalización e inteligencia digital es baja en las empresas testadas de ambas comarcas, tan solo el "análisis de datos" para la toma de decisiones tiene puntuaciones elevadas¹⁴, 3,1 en ambos casos, sobre 5.

Tabla 15. Implantación de la Digitalización e inteligencia digital.

Digitalización e inteligencia digital	VALLE	DEL	COMAR	CA DE
	AMBR	OZ	TENT	JDÍA
Valoraciones (1 nada – 5 mucho)	Media	DT	Media	DT
1.En qué medida su empresa se apoya en el ANÁLISIS DE DATOS, que la empresa recoge, para tomar decisiones	3,14	0,7	3,10	1,4
2. En qué medida su empresa se apoya en el análisis de BIG DATA para la toma de decisiones	2,29	1,4	2,10	1,1
3. Implantación de soluciones de REVENUE MANAGEMENT (herramientas analíticas que predicen el comportamiento del consumidor)	1,14	0,4	1,70	0,8
4.Implantación de INTELIGENCIA ARTIFICIAL (Por ejemplo: Robot en la recepción, Alexa)	1,14	0,4	1,40	0,7
5.Implantación de EL INTERNET DE LAS COSAS	1,29	0,8	1,78	1,1
6.Implantación de BIOMETRÍA DE RECONOCMIENTO FACIAL	1,14	0,4	1,20	0,4
7. Implantación de COMUNICACIONES 5G	1,29	0,8	1,30	0,5
8. Implantación de la TECNOLOGÍA BLOCKCHAIN (Criptodivisas, Bitcoin, Ethereum)	1,14	0,4	1,10	0,3
9. Implantación de m-COMMERCE (reservas y pagos con app móviles)	1,57	1,0	2,40	1,4
10. Implantación de CIBERSEGURIDAD en su empresa	1,71	0,5	1,60	0,7

Fuente: Estudio sobre digitalización de las empresas turísticas. Observatorio de Turismo de Extremadura (2021)

47

¹⁴ Consideramos puntuaciones altas cuando la media, en las escala de 1 a 5 toma valores igual o superiores a 3 puntos.

1,6 **CIBERSEGURIDAD** 1,71 2,4 m-COMMERCE TECNOLOGÍA BLOCKCHAIN (Criptodivisas, Bitcoin, 1,1 Ethereum) 1,14 1,3 **COMUNICACIONES 5G** 1,29 1,2 BIOMETRÍA DE RECONOCMIENTO FACIAL 1,14 EL INTERNET DE LAS COSAS 1,29 1,4 INTELIGENCIA ARTIFICIAL **REVENUE MANAGEMENT BIG DATA** 3,1 **ANÁLISIS DE DATOS** 3,14 1,5 2 2,5 3,5 4,5 ■ COMARCA DE TENTUDÍA COMARCA VALLE DEL AMBROZ

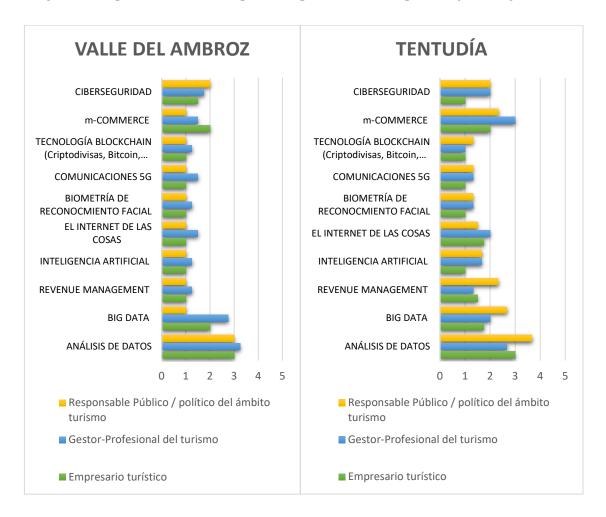
Gráfico 14. Puntuación media de Implantación de la Digitalización e inteligencia digital

Teniendo en cuenta el tipo de informante, las valoraciones, en general coinciden entre los empresarios encuestados y los gestores y responsables políticos con responsabilidad en turismo. El análisis de datos, es la actividad digital que más desarrollan estas empresas.

Tabla 16. Digitalización e inteligencia digital según el tipo de informante

VALLE DEL AMBROZ	Empresario turístico		Protesional del		Respon Públic político ámbito t	o / del
Valoraciones (1 nada – 5 mucho)	Media	DT	Media	DT	Media	DT
1.En qué medida su empresa se apoya en el ANÁLISIS DE DATOS, que la empresa recoge, para tomar decisiones	3,0	0,0	3,25	0,9	3,0	0,0
2. En qué medida su empresa se apoya en el análisis de BIG DATA para la toma de decisiones	2,0	1,4	2,75	1,5	1,0	0,0
3. Implantación de soluciones de REVENUE MANAGEMENT (herramientas analíticas que predicen el comportamiento del consumidor)	1,0	0,0	1,25	0,5	1,0	0,0
4.Implantación de INTELIGENCIA ARTIFICIAL (Por ejemplo: Robot en la recepción, Alexa)	1,0	0,0	1,25	0,5	1,0	0,0
5.Implantación de EL INTERNET DE LAS COSAS	1,0	0,0	1,50	1,0	1,0	0,0
6.Implantación de BIOMETRÍA DE RECONOCMIENTO FACIAL	1,0	0,0	1,25	0,5	1,0	0,0
7. Implantación de COMUNICACIONES 5G	1,0	0,0	1,50	1,0	1,0	0,0
8. Implantación de la TECNOLOGÍA BLOCKCHAIN (Criptodivisas, Bitcoin, Ethereum)	1,0	0,0	1,25	0,5	1,0	0,0
9. Implantación de m-COMMERCE (reservas y pagos con app móviles)	2,0	1,4	1,50	1,0	1,0	0,0
10. Implantación de CIBERSEGURIDAD en su empresa	1,50	0,7	1,75	0,5	2,0	0,0
COMARCA DE TENTUDÍA	Empre turist		Gestor- Profesional del turismo		Respon Públic político ámbito tr	o / o del
Valoraciones (1 nada – 5 mucho)	Media	DT	Media	DT	Media	DT
1.En qué medida su empresa se apoya en el ANÁLISIS DE DATOS, que la empresa recoge, para tomar decisiones	3,0	1,8	2,67	0,6	3,67	1,5
2. En qué medida su empresa se apoya en el análisis de BIG DATA para la toma de decisiones	1,75	1,5	2,00	1,0	2,67	0,6
3. Implantación de soluciones de REVENUE MANAGEMENT (herramientas analíticas que predicen el comportamiento del consumidor)	1,50	1,0	1,33	0,6	2,33	0,6
4.Implantación de INTELIGENCIA ARTIFICIAL (Por ejemplo: Robot en la recepción, Alexa)	1,00	0,0	1,67	0,6	1,67	1,2
5.Implantación de EL INTERNET DE LAS COSAS	1,75	1,5	2,00	1,0	1,50	0,7
6.Implantación de BIOMETRÍA DE RECONOCMIENTO FACIAL	1,00	0,0	1,33	0,6	1,33	0,6
7. Implantación de COMUNICACIONES 5G	1,00	0,0	1,33	0,6	1,33	0,6
8. Implantación de la TECNOLOGÍA BLOCKCHAIN (Criptodivisas, Bitcoin, Ethereum)	1,00	0,0	1,00	0,0	1,33	0,6
9. Implantación de m-COMMERCE (reservas y pagos con app móviles)	2,00	2,0	3,00	1,0	2,33	1,2
10. Implantación de CIBERSEGURIDAD en su empresa	1,00	0,0	2,00	1,0	2,00	0,0

Gráfico 15. Digitalización e inteligencia digital. Medias según el tipo de informante



6.2.2. Automatización y eficiencia operativa

Respecto de la automatización y eficiencia operativas de las empresas turísticas destaca en Ambroz:

- "Implantación de soportes digitales de administración, contabilidad, RRHH, compras...", con 3,71, sobre 5.
- "Indique el nivel de presencia de su empresa en REDES SOCIALES (Facebook, Instagram, Twitter...)" con 3,57, sobre 5.

En Tentudía, en cambio destaca:

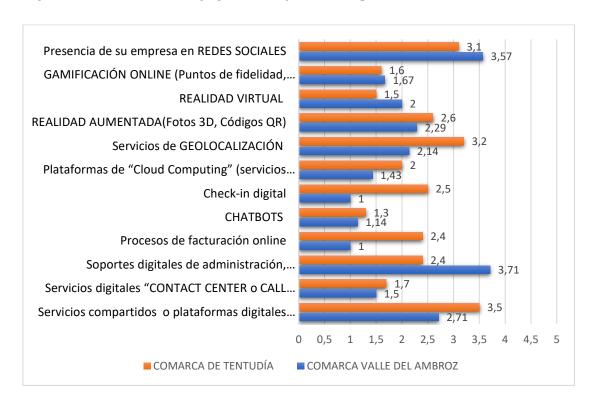
- "Implantación de servicios compartidos o plataformas digitales de comercialización hotelera (Por ejemplo: AVO, Expedia, Booking, TripAdvisor...)"
 (3,5).
- "Implantación de servicios de GEOLOCALIZACIÓN (Ejemplo: GoogleMaps)" (3,2)
- "Indique el nivel de presencia de su empresa en REDES SOCIALES (Facebook, Instagram, Twitter...)" (3,1).

Tabla 17. Automatización y eficiencia operativa según la zona

Automatización y eficiencia operativa	VALLE DEL AMBROZ		COMAR TENTU	
Valoraciones (1 nada – 5 mucho)	Media	DT	Media	DT
11. Implantación de servicios compartidos o plataformas digitales de comercialización hotelera (Por ejemplo: AVO, Expedia, Booking, TripAdvisor)	2,71	1,9	3,50	1,1
12. En qué medida su empresa recurre a servicios digitales "CONTACT CENTER o CALL CENTER"	1,50	0,5	1,70	0,8
13. Implantación de soportes digitales de administración, contabilidad, RRHH, compras	3,71	1,3	2,40	1,3
14. Implantación de sistemas de automatización y robotización de procesos de facturación online	1,00	0,0	2,40	1,4
15. En qué medida se utilizan CHATBOTS en su empresa	1,14	0,4	1,30	0,7
16. Implantación de Check-in digital	1,00	0,0	2,50	1,4
17. Implantación de plataformas basadas en "Cloud Computing" (servicios en la nube)	1,43	0,5	2,00	1,2
18. Implantación de servicios de GEOLOCALIZACIÓN (Ejemplo: GoogleMaps)	2,14	0,9	3,20	1,1
19. Implantación de sistemas de REALIDAD AUMENTADA para dar más visibilidad a las instalaciones (Fotos 3D, Códigos QR)	2,29	0,8	2,60	1,4

20. Implantación de sistemas de REALIDAD VIRTUAL para dar más visibilidad a las instalaciones	2,00	0,8	1,50	0,9
21. Implantación de sistemas de GAMIFICACIÓN ONLINE (Puntos de fidelidad, recompensas, insignias)	1,67	1,2	1,60	0,8
22. Indique el nivel de presencia de su empresa en REDES SOCIALES (Facebook, Instagram, Twitter)	3,57	0,5	3,10	1,1

Gráfico 16. Automatización y eficiencia operativa según la zona



Fuente: Estudio sobre digitalización de las empresas turísticas. Observatorio de Turismo de Extremadura (2021)

Teniendo en cuenta el tipo de informantes, los empresarios de Ambroz y Tentudía, destacan la implementación de:

- "Implantación de servicios compartidos o plataformas digitales de comercialización hotelera (Por ejemplo: AVO, Expedia, Booking, TripAdvisor...)",
 4,5 y 4 respectivamente.
- También ". Implantación de soportes digitales de administración, contabilidad,
 RRHH, compras..." y "Indique el nivel de presencia de su empresa en REDES
 SOCIALES (Facebook, Instagram, Twitter...)" (3,5 en el caso de Ambroz)

En el caso de Tentudía, además de las plataformas de comercialización, se destaca la implantación de:

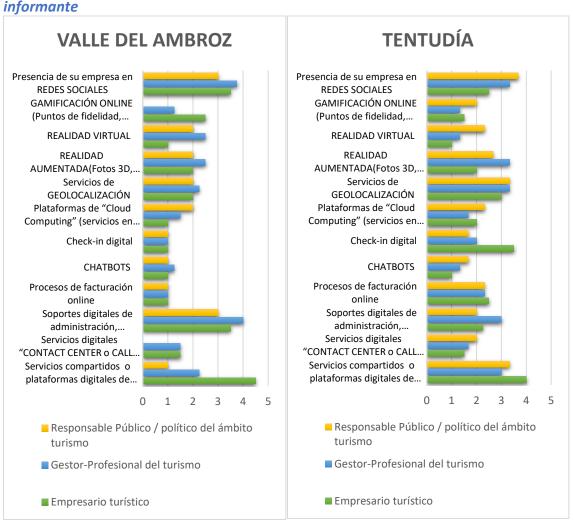
 "Implantación de Check-in digital" (3.5); y "Implantación de servicios de GEOLOCALIZACIÓN (Ejemplo: GoogleMaps)" (3,0)

Tabla 18. Automatización y eficiencia operativa según el tipo de informante

VALLE DEL AMBROZ	Empresario turístico		Protesional del		Responsable Público / político del ámbito turism	
Valoraciones (1 nada – 5 mucho)	Media	DT	Media	DT	Media	DT
11. Implantación de servicios compartidos o plataformas digitales de comercialización hotelera (Por ejemplo: AVO, Expedia, Booking, TripAdvisor)	4,50	0,7	2,25	1,9	1,00	0,0
12. En qué medida su empresa recurre a servicios digitales "CONTACT CENTER o CALL CENTER"	1,50	0,7	1,50	0,6		
13. Implantación de soportes digitales de administración, contabilidad, RRHH, compras	3,50	2,1	4,00	0,8	3,00	0,0
14. Implantación de sistemas de automatización y robotización de procesos de facturación online	1,00	0,0	1,00	0,0	1,00	0,0
15. En qué medida se utilizan CHATBOTS en su empresa	1,00	0,0	1,25	0,5	1,00	0,0
16. Implantación de Check-in digital	1,00	0,0	1,00	0,0	1,00	0,0
17. Implantación de plataformas basadas en "Cloud Computing" (servicios en la nube)	1,00	0,0	1,50	0,6	2,00	0,0
18. Implantación de servicios de GEOLOCALIZACIÓN (Ejemplo: GoogleMaps)	2,00	1,4	2,25	0,9	2,00	0,0
19. Implantación de sistemas de REALIDAD AUMENTADA para dar más visibilidad a las instalaciones (Fotos 3D, Códigos QR)	2,00	1,4	2,50	0,6	2,00	0,0
20. Implantación de sistemas de REALIDAD VIRTUAL para dar más visibilidad a las instalaciones	1,00	0,0	2,50	0,6	2,00	0,0
21. Implantación de sistemas de GAMIFICACIÓN ONLINE (Puntos de fidelidad, recompensas, insignias)	2,50	2,1	1,25	0,5		
22. Indique el nivel de presencia de su empresa en REDES SOCIALES (Facebook, Instagram, Twitter)	3,50	0,7	3,75	0,5	3,00	0,0
COMARCA DE TENTUDÍA	Empre turíst		Gest Profesio turis	nal del	Respon Públic político ámbito tr	co /
Valoraciones (1 nada – 5 mucho)	Media	DT	Media	DT	Media	DT
11. Implantación de servicios compartidos o plataformas digitales de comercialización hotelera (Por ejemplo: AVO, Expedia, Booking, TripAdvisor)	4,00	0,8	3,00	1,7	3,33	0,6
12. En qué medida su empresa recurre a servicios digitales "CONTACT CENTER o CALL CENTER"	1,50	1,0	1,67	0,6	2,00	1,0
13. Implantación de soportes digitales de administración, contabilidad, RRHH, compras	2,25	1,9	3,00	0,0	2,00	1,0
14. Implantación de sistemas de automatización y robotización de procesos de facturación online	2,50	1,9	2,33	1,2	2,33	1,2

15. En qué medida se utilizan CHATBOTS en su empresa	1,00	0,0	1,33	0,6	1,67	1,2
16. Implantación de Check-in digital	3,50	1,7	2,00	0,0	1,67	1,2
17. Implantación de plataformas basadas en "Cloud Computing" (servicios en la nube)	2,00	2,0	1,67	0,6	2,33	0,6
18. Implantación de servicios de GEOLOCALIZACIÓN (Ejemplo: GoogleMaps)	3,00	1,8	3,33	0,6	3,33	0,6
19. Implantación de sistemas de REALIDAD AUMENTADA para dar más visibilidad a las instalaciones (Fotos 3D, Códigos QR)	2,00	2,0	3,33	1,2	2,67	0,6
20. Implantación de sistemas de REALIDAD VIRTUAL para dar más visibilidad a las instalaciones	1,00	0,0	1,33	0,6	2,33	1,2
21. Implantación de sistemas de GAMIFICACIÓN ONLINE (Puntos de fidelidad, recompensas, insignias)	1,50	1,0	1,33	0,6	2,0	1,0
22. Indique el nivel de presencia de su empresa en REDES SOCIALES (Facebook, Instagram, Twitter)	2,50	1,3	3,33	0,6	3,67	1,2

Gráfico 17. Automatización y eficiencia operativa. Medias según el tipo de informante



6.2.3. Sostenibilidad ecológica

En relación a la sostenibilidad ecológica a través de la digitalización, por las respuestas dadas por los informantes, se constata que existe una clara diferencia entre ambas comarcas. En todos los ítems analizados, la copara ce Ambroz puntúa muy bajo, en ninguno de ellos llega a la mitad de la escala de valoración, que es 2,5. En cambio las personas que responden de Tentudía, informa de niveles de implantación por encima del 2,5 en todos los ítems. Destaca el caso del "nivel de compromiso tiene su empresa con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)", que en esta comarca es del 3,6.

La tabla 20 muestra como estas valoraciones tienen un elevado de coherencia interna, ya que si segmentamos las respuestas por tipos de informantes, existe coincidencia elevada entre las opiniones que dan los empresarios y los expertos.

Tabla 19. Sostenibilidad ecológica. Valoraciones medias según la zona

Sostenibilidad ecológica	VALLE	DEL	COMAR	CA DE
	AMBR	OZ	TENT	JDÍA
Valoraciones (1 nada – 5 mucho)	Media	DT	Media	DT
23. Implantación de sistemas de control y monitorización energética	1,14	0,4	2,60	1,2
24. Implantación de adaptación y gestión de consumos de agua	1,14	0,4	2,50	0,9
25. Implantación de iluminación inteligente	1,57	0,5	2,70	1,3
26. Implantación de climatización eficiente	1,57	0,5	2,50	1,0
27. Incorporación de energías renovables en el mix energético de alojamientos	1,29	0,5	2,20	1,2
28. Implantación de revestimientos, aislamientos y ventanas de alta eficiencia	1,86	0,7	2,80	1,1
29. Implantación de cargadores de vehículo eléctrico	1,00	0,0	2,10	1,3
30. Qué nivel de compromiso tiene su empresa con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)	2,00	0,6	3,60	0,6

Gráfico 18. Sostenibilidad ecológica. Valoraciones medias según la zona

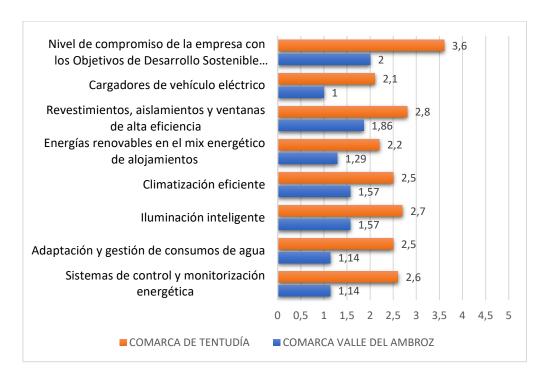
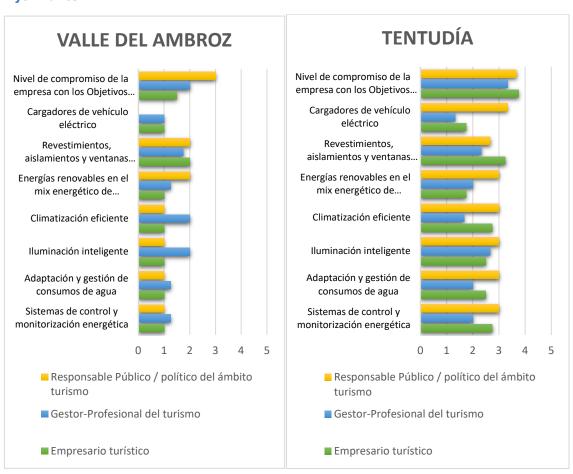


Tabla 20. Sostenibilidad ecológica. Valoraciones medias según el tipo de informante

VALLE DEL AMBROZ	Empresario turístico						Gest Profesio turis	nal del	Respon Públic político ámbito to	o / del
Valoraciones (1 nada – 5 mucho)	Media	DT	Media	DT	Media	DT				
23. Implantación de sistemas de control y monitorización energética	1,00	0,0	1,25	0,5	1,00	0,0				
24. Implantación de adaptación y gestión de consumos de agua	1,00	0,0	1,25	0,5	1,00	0,0				
25. Implantación de iluminación inteligente	1,00	0,0	2,00	0,0	1,00	0,0				
26. Implantación de climatización eficiente	1,00	0,0	2,00	0,0	1,00	0,0				
27. Incorporación de energías renovables en el mix energético de alojamientos	1,00	0,0	1,25	0,5	2,00	0,0				
28. Implantación de revestimientos, aislamientos y ventanas de alta eficiencia	2,00	1,4	1,75	0,5	2,00	0,0				
29. Implantación de cargadores de vehículo eléctrico	1,00	0,0	1,00	0,0						
30. Qué nivel de compromiso tiene su empresa con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)	1,50	0,7	2,00	0,0	3,00	0,0				
COMARCA DE TENTUDÍA	Empresario turistico Gestor- Profesional del turismo		nal del	Respon Públic político ámbito ti	o / o del					
Valoraciones (1 nada – 5 mucho)	Media	DT	Media	DT	Media	DT				

23. Implantación de sistemas de control y monitorización energética	2,75	1,5	2,00	1,0	3,00	1,0
24. Implantación de adaptación y gestión de consumos de agua	2,50	0,6	2,00	1,0	3,00	1,0
25. Implantación de iluminación inteligente	2,50	1,9	2,67	0,6	3,00	1,0
26. Implantación de climatización eficiente	2,75	0,5	1,67	1,2	3,00	1,0
27. Incorporación de energías renovables en el mix energético de alojamientos	1,75	1,5	2,00	1,0	3,00	1,0
28. Implantación de revestimientos, aislamientos y ventanas de alta eficiencia	3,25	1,7	2,33	0,6	2,67	0,6
29. Implantación de cargadores de vehículo eléctrico	1,75	1,5	1,33	0,6	3,33	0,6
30. Qué nivel de compromiso tiene su empresa con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)	3,75	0,5	3,33	0,6	3,67	0,6

Gráfico 19. Sostenibilidad ecológica. Valoraciones medias según el tipo de informante



6.2.4. Factores organizacionales

Los factores organizacionales asociados a la digitalización de las empresas turísticas tienen una elevada valoración entre los informantes de ambas comarcas; tal vez algo más en Tentudía. Hay que tener en cuenta que en este caso no se trata tanto de la implementación de las herramientas y utilidades propias de la digitalización, cuanto que se trata de emitir juicios de valor u opiniones sobre la conveniencia de esta digitalización.

Tabla 21. Factores organizacionales. Valoraciones medias según la zona

Factores organizacionales	VALLE AMBR		COMAR TENTI	
Valoraciones (1 nada – 5 mucho)	Media	DT	Media	DT
31. En qué medida considera que digitalizar su empresa ofrece VENTAJAS COMPETITIVAS	3,57	0,5	4,20	1,3
32. En qué medida considera que digitalizar su empresa MEJORA LA IMAGEN	3,86	0,4	4,10	1,3
33. En qué medida considera que digitalizar su empresa contribuye a MANTENER UNA BUENA CULTURA ORGANIZATIVA	4,00	0,0	3,90	1,3
34. En qué medida considera que digitalizar su empresa contribuye al DESARROLLO DE NUEVAS SOLUCIONES A PROBLEMAS ORGANIZATIVOS	3,86	0,4	3,90	1,3

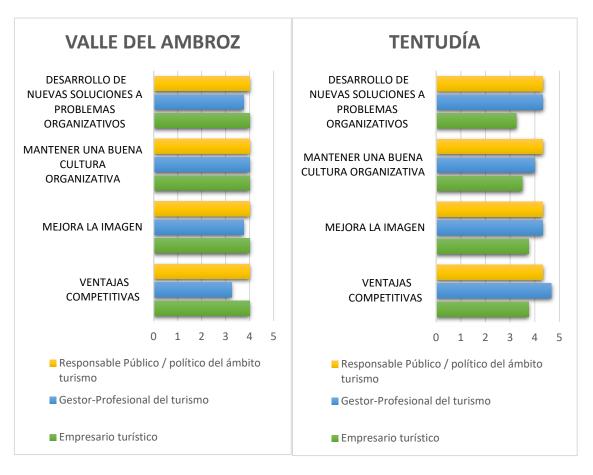
3,9 **DESARROLLO DE NUEVAS SOLUCIONES A** PROBLEMAS ORGANIZATIVOS 3,86 3,9 MANTENER UNA BUENA CULTURA **ORGANIZATIVA** 4,1 MEJORA LA IMAGEN 3,86 4,2 **VENTAJAS COMPETITIVAS** 0 1 3 4 5 COMARCA DE TENTUDÍA ■ COMARCA VALLE DEL AMBROZ

Gráfico 20. Factores organizacionales. Valoraciones medias según la zona

Tabla 22. Factores organizacionales. Valoraciones medias según el tipo de informante.

VALLE DEL AMBROZ	Empresario turístico		Gest Profesio turis	nal del	Respon Públic político ámbito to	o / del
Valoraciones (1 nada – 5 mucho)	Media	DT	Media	DT	Media	DT
31. En qué medida considera que digitalizar su empresa ofrece VENTAJAS COMPETITIVAS	4,00	0,0	3,25	0,5	4,00	0,0
32. En qué medida considera que digitalizar su empresa MEJORA LA IMAGEN	4,00	0,0	3,75	0,5	4,00	0,0
33. En qué medida considera que digitalizar su empresa contribuye a MANTENER UNA BUENA CULTURA ORGANIZATIVA	4,00	0,0	4,00	0,0	4,00	0,0
34. En qué medida considera que digitalizar su empresa contribuye al DESARROLLO DE NUEVAS SOLUCIONES A PROBLEMAS ORGANIZATIVOS	4,00	0,0	3,75	0,5	4,00	0,0
COMARCA DE TENTUDÍA		Empresario turistico Gestor- Profesional di turismo		nal del	Respon Públic político ámbito tr	co / o del
Valoraciones (1 nada – 5 mucho)	Media	DT	Media	DT	Media	DT
31. En qué medida considera que digitalizar su empresa ofrece VENTAJAS COMPETITIVAS	3,75	1,9	4,67	0,6	4,33	1,2
32. En qué medida considera que digitalizar su empresa MEJORA LA IMAGEN	3,75	1,9	4,33	0,6	4,33	1,2
33. En qué medida considera que digitalizar su empresa contribuye a MANTENER UNA BUENA CULTURA ORGANIZATIVA	3,50	1,7	4,00	1,0	4,33	1,2
34. En qué medida considera que digitalizar su empresa contribuye al DESARROLLO DE NUEVAS SOLUCIONES A PROBLEMAS ORGANIZATIVOS	3,25	1,7	4,33	0,6	4,33	1,2

Gráfico 21. Factores organizacionales. Valoraciones medias según el tipo de informante



6.2.5. Factores económicos

Los factores económicos evalúan el impacto de los costes en la implantación de la digitalización de las empresas turísticas. En ambas comarcas es elevada la consideración de estos costes económicos a la hora de implementar la digitalización, tanto en los que refiere al acceso como al mantenimiento de estas tecnologías.

Tabla 23. Factores económicos. Valoraciones medias según la zona

Factores económicos	VALLE	DEL	COMAR	CA DE	
	AMBR	OZ	TENTU	JDÍA	
Valoraciones (1 nada – 5 mucho)	Media	DT	Media	DT	
35. En qué medida el COSTE DE LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES le está limitando a acceder a la digitalización de su empresa	3,14	0,9	4,00	0,5	
36. En qué medida el MANTENIMIENTO DE SISTEMAS INFORMÁTICOS le está limitando a acceder a la digitalización de su empresa	3,00	1,4	3,60	0,7	

Fuente: Estudio sobre digitalización de las empresas turísticas. Observatorio de Turismo de Extremadura (2021)

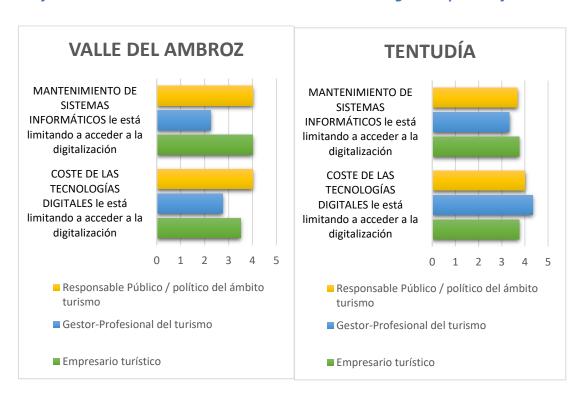
Gráfico 22. Factores económicos. Valoraciones medias según la zona



Tabla 24. Factores económicos. Valoraciones medias según el tipo de informante

VALLE DEL AMBROZ	Empresario turístico		turístico		turístico		turístico		Gestor- Profesional del turismo		Respon Públic político ámbito t	o del
Valoraciones (1 nada – 5 mucho)	Media	DT	Media	DT	Media	DT						
35. En qué medida el COSTE DE LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES le está limitando a acceder a la digitalización de su empresa	3,50	0,7	2,75	0,9	4,00	0,0						
36. En qué medida el MANTENIMIENTO DE SISTEMAS INFORMÁTICOS le está limitando a acceder a la digitalización de su empresa	4,00	1,4	2,25	1,3	4,00	0,0						
COMARCA DE TENTUDÍA	Empresario turístico		<u> </u>		Gest Profesic turis	nal del	Respon Públic político ámbito to	co / o del				
Valoraciones (1 nada – 5 mucho)	Media	DT	Media	DT	Media	DT						
35. En qué medida el COSTE DE LAS TECNOLOGÍAS DIGITALES le está limitando a acceder a la digitalización de su empresa	3,75	0,5	4,33	0,6	4,00	0,0						
36. En qué medida el MANTENIMIENTO DE SISTEMAS INFORMÁTICOS le está limitando a acceder a la digitalización de su empresa	3,75	0,5	3,33	1,2	3,67	0,6						

Gráfico 23. Factores económicos. Valoraciones medias según el tipo de informante



6.2.6. Factores personales

En general se considera que existe una alta disposición para aceptar la digitalización de las empresas por parte de directivos, personal, clientes. También se considera elevada la capacitación. Lo que se detecta es que las empresas no disponen de servicios de formación específicos, en especial en el Valle del Ambroz.

Tabla 25. Factores personales. Valoraciones medias según la zona

Factores personales	VALLE		COMAR TENTI	
	AIVIDR	102	TENTO	JUIA
Valoraciones (1 nada – 5 mucho)	Media	DT	Media	DT
37. Nivel de PREDISPOSICIÓN DE LA GERENCIA O DIRECCIÓN DELA EMPRESA para introducir la digitalización	3,86	0,7	3,67	1,4
38. Nivel de PREDISPOSICIÓN DE LOS EMPLEADOS para introducir la digitalización	3,71	0,8	3,78	1,4
39. CAPACIDAD DE INNOVACIÓN DIGITAL de gerentes y directivos	3,43	0,5	3,50	1,5
40. Nivel de CONOCIMIENTOS EN TIC de gerentes y directivos	3,57	0,5	3,20	1,3
41. ACTITUD DE LOS CLIENTES hacia servicios digitalizados	3,67	0,5	3,40	1,1
42. En qué medida su empresa dispone de un SERVICIO propio o contratado de FORMACIÓN ONLINE para su personal	1,43	0,5	2,40	1,5
43. Nivel de APOYO PÚBLICO (De la Admon.) a la digitalización de la empresa turística	2,71	0,5	3,20	1,5



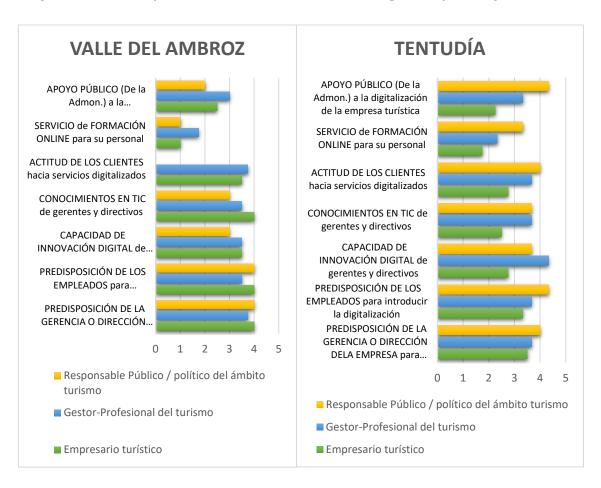


Tabla 26. Factores personales. Valoraciones medias según el tipo de informante

VALLE DEL AMBROZ	Empresario turístico						Gestor- Profesional del turismo		Respon Públic político ámbito to	o / del
Valoraciones (1 nada – 5 mucho)	Media	DT	Media	DT	Media	DT				
37. Nivel de PREDISPOSICIÓN DE LA GERENCIA O DIRECCIÓN DELA EMPRESA para introducir la digitalización	4,00	1,4	3,75	0,5	4,00	0,0				
38. Nivel de PREDISPOSICIÓN DE LOS EMPLEADOS para introducir la digitalización	4,00	1,4	3,50	0,6	4,00	0,0				
39. CAPACIDAD DE INNOVACIÓN DIGITAL de gerentes y directivos	3,50	0,7	3,50	0,6	3,00	0,0				
40. Nivel de CONOCIMIENTOS EN TIC de gerentes y directivos	4,00	0,0	3,50	0,6	3,00	0,0				
41. ACTITUD DE LOS CLIENTES hacia servicios digitalizados	3,50	0,7	3,75	0,0						
42. En qué medida su empresa dispone de un SERVICIO propio o contratado de FORMACIÓN ONLINE para su personal	1,00	0,0	1,75	0,0	1,0	0,0				
43. Nivel de APOYO PÚBLICO (De la Admon.) a la digitalización de la empresa turística	2,50	0,7	3,00	0,0	2,00	0,0				
COMARCA TENTUDÍA	turistico		Gest Profesio turis	nal del	Respon Públic político ámbito tr	o / o del				
Valoraciones (1 nada – 5 mucho)	Media	DT	Media	DT	Media	DT				

37. Nivel de PREDISPOSICIÓN DE LA GERENCIA O DIRECCIÓN DELA EMPRESA para introducir la digitalización	3,50	1,7	3,67	1,5	4,00	1,4
38. Nivel de PREDISPOSICIÓN DE LOS EMPLEADOS para introducir la digitalización	3,33	2,1	3,67	1,5	4,33	0,6
39. CAPACIDAD DE INNOVACIÓN DIGITAL de gerentes y directivos	2,75	2,1	4,33	0,6	3,67	1,2
40. Nivel de CONOCIMIENTOS EN TIC de gerentes y directivos	2,50	1,7	3,67	0,6	3,67	1,2
41. ACTITUD DE LOS CLIENTES hacia servicios digitalizados	2,75	1,3	3,67	0,6	4,00	1,0
42. En qué medida su empresa dispone de un SERVICIO propio o contratado de FORMACIÓN ONLINE para su personal	1,75	1,5	2,33	0,6	3,33	2,1
43. Nivel de APOYO PÚBLICO (De la Admon.) a la digitalización de la empresa turística	2,25	1,5	3,33	1,2	4,33	1,2

Gráfico 25. Factores personales. Valoraciones medias según el tipo de informante



6.2.7. Nivel de infraestructura digital

El nivel de infraestructura digital en general de las empresas turísticas es considerado alto (3 ptos sobre 5) en Ambroz, a pesar de que las opiniones sobre la implantación de estas otorgan a la comarca, en general son posiciones más bien bajas. En cambio la valoración de los informantes de Tentudía parece más acorde con la realidad de la implantación de la digitalización, estos señalan un nivel medio de infraestructura digital (2,6, sobre 5).

Tabla 27. Nivel de infraestructura digital. Valoraciones medias según la zona

	VALLE	DEL	COMAR	CA DE	
	AMBR	OZ	TENTUDÍA		
Valoraciones (1 nada – 5 mucho)	Media	DT	Media	DT	
44. Valore el nivel de la infraestructura digital de su organización / empresa turística	3,00	1,1	2,60	1,1	

Gráfico 26. Nivel de infraestructura digital. Valoraciones medias según la zona

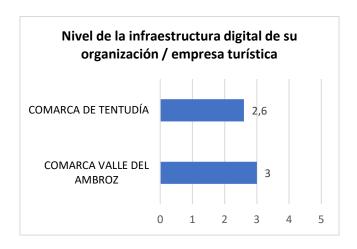


Tabla 28 . Nivel de infraestructura digital. Valoraciones medias según el tipo de informante

VALLE DEL AMBROZ	Empresario turístico		Gest Profesio turis	nal del	Respon Públic político ámbito to	o / del
Valoraciones (1 nada – 5 mucho)	Media	DT	Media	DT	Media	DT
44. Valore el nivel de la infraestructura digital de su organización / empresa turística	3,00	0,0	3,67	0,6	1,00	0,0
COMARCA DE TENTUDIA	Empre turís		Gestor- Profesional de turismo		Respon Públic político ámbito tr	o del
Valoraciones (1 nada – 5 mucho)	Media	DT	Media	DT	Media	DT
44. Valore el nivel de la infraestructura digital de su organización / empresa turística	2,25	1,5	2,67	0,6	3,00	1,0

Gráfico 27. Valoración media según el tipo de informante

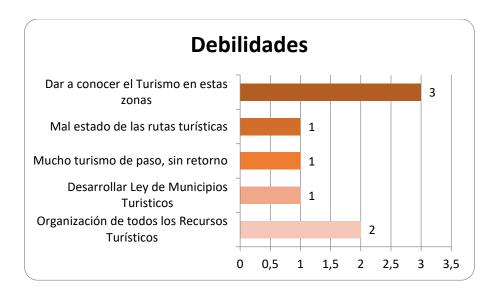


6.3. Debilidades y fortalezas del turismo en las comarcas

Con el objetivo de conocer de primera mano las características de la Comarca del Valle del Ambroz y de Tentudía, se elaboró un cuestionario dirigido a los alcaldes de cada localidad que forma parte de dichas comarcas. Ello permite conocer desde dentro, las debilidades y amenazas del sector turístico y también dar más visibilidad a las fortalezas y oportunidades de los mismos para ser más competitivos en el marco turístico. En el momento de redactar este informe provisional se habían obtenido 6 respuestas de otros tantos alcaldes de la zona.

6.3.1. DAFO Valle del Ambroz.

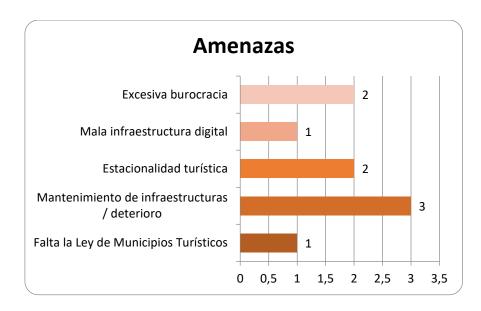
• En relación al Desarrollo Turístico de su localidad y comarca, ¿Qué considera usted que falta en ella? (Debilidades).



La primera pregunta que se les hizo a los alcaldes y representantes de cada localidad fue en relación a las debilidades que percibían sobre el sector turístico de su localidad. La respuesta más repetida fue la relacionada con que no se le daba la

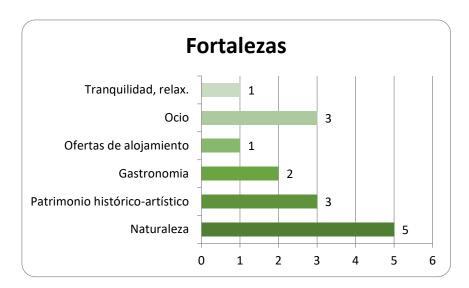
suficiente publicidad a la zona para dar a conocer la oferta turística de las mismas (38%). La siguiente respuesta más repetida fue la mala organización de todos los recursos turísticos, es decir, crear acciones coordinadas a la hora de explotar los recursos turísticos en toda la comarca de Valle del Ambroz (25%). Por ello la siguiente respuesta va relacionada, pues los encuestados creen que es necesario desarrollar una Ley de Municipios Turísticos (12%). Otra de las debilidades que aprecian los encuestados es el gran volumen de turismo de paso que no vuelve a visitar el municipio (12%). Por último, destacan el mal estado de las rutas turísticas (13%).

 A veces existen recursos turísticos que funcionan bien, pero es posible que estén amenazados por algo. ¿Qué amenazas detecta en su localidad y comarca que dificultan su desarrollo Turístico?



Seguidamente, también se les preguntó por las amenazas que ellos apreciaban en sus localidades y en la comarca en general. La respuesta con mayor número de menciones fue el mantenimiento de las infraestructuras pues se aprecia un deterioro de las mismas (34%). Muy de cerca le sigue la estacionalidad turística (22%) y la excesiva burocracia y actuaciones de otros organismos (22%). También han hecho referencia a la mala infraestructura digital (11%) pues muchos municipios carecen de fibra óptica, es por eso que también en esta pregunta, al igual que en la anterior, se hace referencia a la necesidad de una Ley de Municipios Turísticos (11%).

 Señale los principales puntos fuertes, en relación al turismo, de su localidad y su comarca, según su opinión.



La tercera pregunta que se les formuló fue acerca de las fortalezas que consideraban que tenía su localidad. La respuesta por excelencia fueron las excelentes condiciones naturales (33%) únicas de esta comarca. Y por supuesto su excelente patrimonio histórico-artístico (20%), acompañado de su gastronomía tradicional extremeña (13%). También destacan las numerosas ofertas de alojamiento de gran calidad (7%). Los encuestados destacan que la comarca de Valle del Ambroz es ideal para el turismo de ocio (20%), a la vez que para disfrutar de una experiencia tranquila y relajante (7%).

 En su comarca, ¿Cree usted que existen potencialidades sin explotar para implementar el desarrollo turístico? (oportunidades).

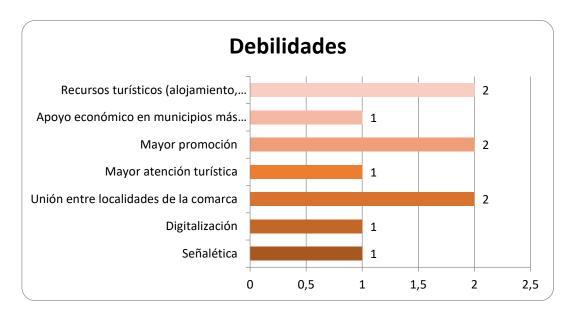


Por último, se les preguntó acerca de las oportunidades que ellos consideraban que tenía su localidad y que todavía no estaban lo suficientemente explotadas. Todos ellos coinciden en que aún pueden explotarse muchas zonas rurales y muchos recursos naturales, siempre desde el punto de vista de la sostenibilidad (40%), y se le da mucha importancia a la necesidad de implementar la práctica deportiva en estas zonas o turismo deportivo (30%). También se menciona el turismo ornitológico, posible en esta comarca (10%), así como el turismo de congresos (10%). Por último, se considera una buena oportunidad de fomentar el turismo en estas zonas el desarrollar acciones para implicar al turista en el medio rural (10%).

6.3.2. DAFO Comarca de Tentudía

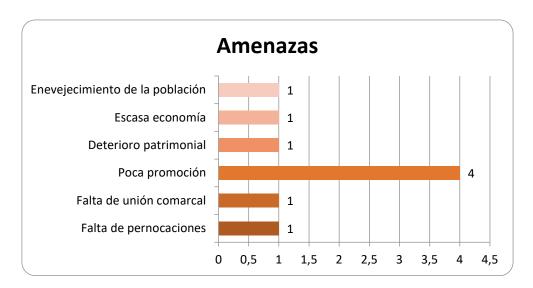
En base a la respuesta de 8 ayuntamientos de la Comarca, provisionalmente hemos construido el siguiente DAFO.

• En relación al Desarrollo Turístico de su localidad y comarca, ¿Qué considera usted que falta en ella? (Debilidades).



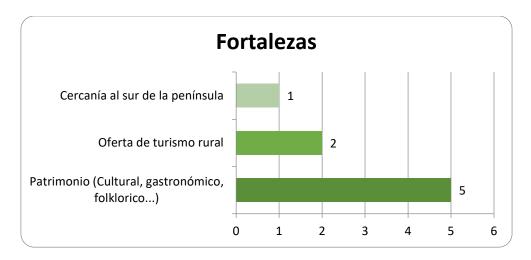
En relación a las debilidades percibidas en la comarca de Tentudía por los propios alcaldes y representantes de cada una, destacan con un 20% de las respuestas cada una la carencia de recursos turísticos de calidad, la falta de promoción de la comarca y la poca unión de los municipios que la componen.

 A veces existen recursos turísticos que funcionan bien, pero es posible que estén amenazados por algo. ¿Qué amenazas detecta en su localidad y comarca que dificultan su desarrollo Turístico?



Los alcaldes y representantes de la comarca de Tentudía están de acuerdo en que la principal amenaza para su territorio es la poca promoción del mismo (45% de las respuestas). Otras amenazas detectadas son la falta de pernoctación, siendo los turistas que visitan la comarca turistas de paso, la falta de unión comarcal, el deterioro del patrimonio, la economía pobre y el envejecimiento poblacional.

 Señale los principales puntos fuertes, en relación al turismo, de su localidad y su comarca, según su opinión.



Al preguntar por las fortalezas, en esta comarca destaca por encima de las demás (62%) su rico patrimonio, tanto cultural como gastronómico o folclórico.

También consideran un punto fuerte del territorio su buena oferta de turismo rural (25%). Por último, la cercanía con el su de la península, se considera también una fortaleza de la comarca de Tentudía.

 En su comarca, ¿Cree usted que existen potencialidades sin explotar para implementar el desarrollo turístico? (oportunidades).



En último lugar, son muchas las oportunidades que se aprecian en esta comarca. Entre ellas, encontramos la posibilidad de ofertar diferentes actividades en un mismo entorno, y viceversa, ofertar las mismas actividades en diferentes entornos. EL desarrollo de distintos tipos de turismo, como el ornitológico o deportivo se considera también una buena oportunidad turística. También se considera que se podría mejorar la oferta de alojamiento pues se dispone de recursos suficientes para hacerlo y supondría una oportunidad de desarrollo turístico, al igual que enfocar dichos recursos a la atracción de un turismo más joven.

Finalmente cabe la posibilidad de aproximarnos a la valoración de los recursosoferta turístico que los clientes hacen de estas comarcas a través de la red social Instagram y la plataforma de contratación TripAdvisor. Es una aproximación que debe completarse con las evaluaciones que realizan los turistas en las encuestas a pie de calle, que se presentan también en este informe (apartado 7.8)

Una de las fuentes más relevantes, en las que un número importante de viajeros confía a la hora de elegir su destino turístico son las redes sociales (RR.SS.) y sitios web de opiniones. Es por ello que aquí ofrecemos una recopilación de las mejores valoraciones de los usuarios de las localidades de ambas comarcas, de dos fuentes online: Instagram y TripAdvisor.

- **Instagram**: Se han buscado cuentas relacionadas con el turismo en cada localidad, ya fuesen oficiales (de la Oficina de Turismo) o creadas por usuarios particulares. También se han tenido en cuenta las cuentas oficiales de los ayuntamientos. En cuanto a los hashtags, se han tenido únicamente en cuenta aquellos con más de 100 publicaciones en el momento de la búsqueda, a 07/06/2021.
- **TripAdvisor:** Se ha hecho una búsqueda de cada destino turísticos y se ha tenido en cuenta la valoración que esta plataforma ofrece en cuanto a Actividades, Alojamiento y Restauración, en una escala de 1 a 5. Se ha hecho una media de la valoración de los 3 primeros recursos turísticos de cada categoría.

Haciendo una búsqueda en la red social Instagram, podemos ver cómo la comarca de Tentudía tiene mucha más presencia en redes sociales, pues solamente 8 de sus localidades (frente a 10 de la Valle del Ambroz) no cuentan con un perfil relacionado con el turismo o un hashtag. Además, como se puede ver en la tabla 16, varios de los municipios de la comarca de Tentudía cuentan con más de un perfil en la red social.

En cuanto a las valoraciones que los usuarios hacen del destino turístico en plataformas como TripAdvisor, en la comarca de Valle del Ambroz destacan los

municipios de Ahigal (4.53 puntos sobre 5) y Oliva de Plasencia (4.43 puntos sobre 5). En la comarca de Tentudía el municipio con mejor puntuación en esta plataforma es Alconchel (4,63 puntos sobre 5) posicionándose como el mejor puntuado de ambas comarcas.

Tabla 29. Posicionamiento en medios online de cada localidad.

	Localidad	Cuenta en Instagram (@ o #)	Valoración TripAdvisor	Valoración TOTAL del destino
	Abadía	#turismoabadia	ACT: 4/5 ALOJ: 3.6/5 REST: 4/5	3.86
	Ahigal	-	ACT: 4.8/5 ALOJ: 4.3/5 REST: 4.5/5	4.53
	Aldeanueva del Camino	-	ACT: 4.2/5 ALOJ: 3.6/5 REST: 3.8/5	3.86
	Baños de Montemayor	@banos_de_montemayor @banosdemontemayorvillate rmal	ACT: 4/5 ALOJ: 3.8/5 REST: 4.2/5	4
	Cabezabellosa	-	ACT: 4.3/5 ALOJ: 4.6/5 REST: 3.5/5	4.13
	Casas del Monte	@casas_del_monte_ #casasdelmonteturismo	ACT: 4.5/5 ALOJ: 4/5 REST: 4.5/5	4.16
	Cerezo	-		-
	La Garganta	@la_garganta_	ACT: 4/5 ALOJ: 4.5/5 REST: 3.8/5	4.1
	Gargantilla	-		-
	La Granja	@turismolagranja	ACT: 4.5/5 ALOJ: 4/5 REST: 4.3/5	4.26
	Guijo de Granadilla	@guijodegranadilla @extremadurapuraydura #guijodegranadilla	ACT: 4.2/5 ALOJ: 4.3/5 REST: 4.5/5	4.33
	Hervás	@turismodehervas #turismohervas	ACT: 4.3/5 ALOJ: 4/5 REST: 4.7/5	4.33
VALLE DEL AMBROZ	Jarilla	-	ACT: 4.3/5 ALOJ: 4.3/5 REST: 4.3/5	4.3
	Marchagaz	-	ACT: 4.6/5 ALOJ: 3.5/5 REST: 4.2/5	4.1
E DEI	Mohedas de Granadilla	-		-
VALL	Oliva de Plasencia	#olivadeplasencia	ACT: 4.6/5 ALOJ: 4.5/5 REST: 4.2/5	4.43

	Localidad	Cuenta en Instagram (@ o #)	Valoración TripAdvisor	Valoración TOTAL del destino
	Palomero	-	ACT: 4.6/5 ALOJ: 3.5/5 REST: 4	4.03
	La Pesga	@lapesganet #lapesga		-
	Santa Cruz de Paniagua	@cruzdepaniagua #santacruzdepaniagua		-
	Santibáñez el Bajo	@sant_el_bajo #santibañezelbajo	ACT: 5/5 ALOJ: 3.6/5 REST: 4.3/5	4.3
	Segura de Toro	@segura_de_toro #seguradetoro	ACT: 4.1/5 ALOJ: 3.8/5 REST: 3.8/5	3.9
	Villar de Plasencia	@piscina.villar.de.plasencia #villardeplasencia	ACT: 4.3/5 ALOJ: 4.6/5 REST: 3.5/5	4.13
	Zarza de Granadilla	@zarzadegranadilla #zarzadegranadilla	ACT: 4.5/5 ALOJ: 4/5 REST: 4.6/5	4.36
	Alconchel	@alconchel_badajoz #alconchel	ACT: 4.6/5 ALOJ: 4.8/5 REST: 4.5/5	4.63
	Almendral	@turismoalmendral	ACT: 4.5/5 ALOJ: 4/5 REST: 4.5/5	4.33
	Barcarrota	@ayuntamientodebarcarrota @barcarrotamipueblo @todo_sobre_barcarrota #barcarrotagastronomica #bascarrota	ACT: 4.5/5 ALOJ: 3.8/5 REST: 4.3/5	4.2
	Bienvenida	-		-
	Bodonal de la Sierra	@ayuntamientobodonaldelasi erra #bodonaldelasierra		-
	Cabeza la Vaca	@ayuntamiento_cabeza_la_v aca #cabezalavaca	ACT: 4/5 ALOJ: 4/5 REST: 4.1/5	4.03
	Calera de León	@calera_de_leon_turismo #caleradeleon	ACT: 4/5 ALOJ: 4.2/5 REST: 4.5/5	4.23
	Cheles	-	ACT: 4.3/5 ALOJ: 4.8/5 REST: 4.3/5	4.46
rubíA	Fregenal de la Sierra	@turismofregenal #fregenaldelasierra	ACT: 4.3/5 ALOJ: 3.6/5 REST: 4.3/5	4.06
DE TEN	Fuente de Cantos	@fuentedecantosayto @cantosfuentede #fuentedecantos	ACT: 4.3/5 ALOJ: 3.8/5 REST: 4.5/5	4.2
COMARCA DE TENTUDÍA	Fuentes de León	@ayuntamientofuentesdeleo n @oficina_turismo_fuentesdel eon #fuentesdeleon	ACT: 4.8/5 ALOJ: 4.3/5 REST: 4.3/5	4.46

Higuera de Vargas	Localidad	Cuenta en Instagram (@ o #)	Valoración TripAdvisor	Valoración TOTAL del destino
#higueralareal	Higuera de Vargas	@vargasdehiguera	ACT: 4.5/5 ALOJ: 3.6/5	
Caballeros	Higuera la Real		ALOJ: 3.5/5	4.13
#monesterio #monesterio_badajoz #cell		@jerez_de_los_caballeros @turismojerezdeloscaballeros	ALOJ: 3.8/5	4.3
ALOJ: 4.1/5 REST: 4.1/5	Monesterio	#monesterio_badajoz #monesteriociudadgastronom	ALOJ: 4/5	4.4
Oliva de la Frontera #olivadelafrontera #Olivadelafrontera #Olivadelafrontera #Olivadelafrontera #Olivadelafrontera #Olivadelafrontera #Olivadelafrontera #Olivadelafrontera #Olivadelafrontera #Olivenza #Oli	Montemolín	-	ALOJ: 4.1/5	4.26
Frontera		_		-
#olivenza		_	ALOJ: 3.6/5	4.06
Salvatierra de los Barros Barros Barros Barros ACT: 4.3/5 ALOJ: 4/5 REST: 4.3/5 Segura de León @turismo_segura_de_leon @ayuntamientoseguradeleon #seguradeleon #seguradeleon #seguradeleon #seguradeleon ACT: 4.6/5 ALOJ: 4.3/5 REST: 4.1/5 Táliga @ayuntamientodetaliga ACT: 4.6/5 ALOJ: 4.1/5 REST: 4.1/5 Torre de Miguel Sesmero Valencia del Mombuey Valle de Matamoros Valle de Santa Ana Valverde de Leganés #valverdedeleganes ACT: 4.6/5 ACT: 4.6/5 REST: 4.5/5 4.26 ACT: 4.1/5 ACT: 4.1/5 ACT: 4.1/5 ACT: 4.5/5 4.23 ACT: 4.6/5 ACT: 4.6	Olivenza	-	ALOJ: 4.6/5	4.36
Barros		-		
@ayuntamientoseguradeleon #seguradeleonALOJ: 4.3/5 REST: 4.1/5Táliga@ayuntamientodetaligaACT: 4.6/5 ALOJ: 4.1/5 REST: 4.1/5Torre de Miguel Sesmero#torredemiguelsesmero Sesmero-Valencia del Mombuey-ACT: 4.1/5 ALOJ: 4.8/5 REST: 4.5/54.46Valle de MatamorosValle de Santa AnaValverde de Leganés@ayuntamiento.valverde 		#salvatierradelosbarros	ALOJ: 4/5	4.2
ALOJ: 4.1/5 REST: 4.1/5 Torre de Miguel #torredemiguelsesmero Sesmero Valencia del - ACT: 4.1/5 4.46 Mombuey ALOJ: 4.8/5 REST: 4.5/5 Valle de	Segura de León	@ayuntamientoseguradeleon	ALOJ: 4.3/5	4.33
Sesmero Valencia del	Táliga	@ayuntamientodetaliga	ALOJ: 4.1/5	4.26
Mombuey ALOJ: 4.8/5 REST: 4.5/5 Valle de Matamoros Valle de Santa Ana Valverde de Leganés ALOJ: 4.8/5 REST: 4.5/5 - ACT: 4.6/5 ALOJ: 4.1/5		#torredemiguelsesmero		-
Matamoros Valle de Santa Ana Valverde de @ayuntamiento.valverde ACT: 4.6/5 4.23 Leganés #valverdedeleganes ALOJ: 4.1/5		-	ALOJ: 4.8/5	4.46
Ana Valverde de @ayuntamiento.valverde ACT: 4.6/5 4.23 Leganés #valverdedeleganes ALOJ: 4.1/5		-		-
Leganés #valverdedeleganes ALOJ: 4.1/5	Ana	-		-
		·	ALOJ: 4.1/5	4.23
Valverde del @valverdidufresnu ACT: 4.8/5 4.3 Fresno #valverdedelfresno ALOJ: 4/5 REST: 4.1/5		_	ALOJ: 4/5	4.3
Zahínos - ACT: 4.5/5 4.06 ALOJ: 3.6/5 REST: 4.1/5	Zahínos	-	ALOJ: 3.6/5	4.06

Fuente: Elaboración propia a partir de búsquedas en Instagram y TripAdvisor.

7. Análisis de la demanda

7.1. Ficha técnica del sondeo

	AMBROZ	TENTUDÍA			
Encuestas a turistas	370	460			
2018					
Encuestas a turistas	800	800			
2021 previstas					
Encuestas a turistas	800	800			
validadas 2021 (N)					
Universo poblacional	110.547 ¹⁶	74.296 ¹⁷			
(número de turistas que					
visitan la comarca en 2019) ¹⁵					
Margen de error (p=q=50%)	±3,5%	±3,4%			
Nivel de Confianza	95%	95%			
Tipo de muestreo	Aleatorio proporcional por c	uota de edad y sexo			
Método de encuesta	Personal, a pie de calle.				
Fechas de trabajo de	Abril a junio y de agosto a octubre de 2021				
campo					
Tipo de análisis	Descriptivo. Comparativo entre ambas comarcas y				
	muestra general de encuest	as.			
Tipo de ununsis	Descriptivo. Comparativo entre ambas comarcas y muestra general de encuestas.				

Fuente: Observatorio de Turismo de Extremadura.
 Referidos a las comarcas de Valle del Ambroz, Tierras de Granadilla.
 Referidos a las comarcas de Alqueva, Sierra Suroeste, Tentudía

7.2. La motivación para visitar las Comarcas de Ambroz y Tentudía

Las motivaciones para visitar la comarca de **Tentudía**, giran principalmente en torno al patrimonio artístico y natural (59,9%), y los motivos que tienen como eje principal los espacios naturales (26%). Podemos desglosar las categorías que incluyen estas dimensiones motivacionales, y los componentes que agrupan más respuestas de los entrevistados son:

- 1. Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región, 2. Visitar Espacios Naturales y Senderismo (29,9%).
- 2. Visitar Espacios Naturales y Senderismo (17,8%).
- 3. Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región (15%).

Las motivaciones para la visita la comarca de **caso de Ambroz** se centra también en los ejes del "el patrimonio histórico artísticos y natural de la comarca (61,1%), y en el eje "Otras motivaciones para la visita" (17,9%), en el que la categoría "Visita a familiares y amigos" cobra relevancia (15,3%). Los segmentos motivacionales más destacados, son:

- 1. Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región (29,1%)
- 2. Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región, 2. Visitar Espacios Naturales y Senderismo (20,9%).
- 3. Visita a familiares y amigos (15,3%)
- 4. Visitar Espacios Naturales y Senderismo (10%)

Tabla 30. Principales motivos para visitar las comarcas de Ambroz y Tentudía

Motivos para visitar las	TERRITORIO		Total	
comarcas de Ambroz y Tentudía	COMARCA DE TENTUDÍA (N=800)	VALLE DEL AMBROZ (N=800)		AGRUPAMIENTO
Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región	15,0%	29,1%	21,7%	Motivos que tienen como eje el patrimonio histórico artísticos y
Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región, 2. Visitar Espacios Naturales y Senderismo	29,9%	20,9%	25,6%	natural de la comarca: TENTUDÍA=59,5%; AMBROZ= 61,1%
Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región, 2. Visitar Espacios Naturales y Senderismo, 4. Actividades Deportivas	,6%	2,0%	1,3%	
Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región, 2. Visitar Espacios Naturales y Senderismo, 4. Actividades Deportivas, 6. Observación de aves, 7. Degustación gastronómica	,4%		,2%	
Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región, 2. Visitar Espacios Naturales y Senderismo, 4. Actividades Deportivas, 7.		,1%	,1%	

Degustación gastronómica, 8. Visita a familiares y amigos				
Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región, 2. Visitar Espacios Naturales y Senderismo, 6. Observación de aves	,5%		,3%	
Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región, 2. Visitar Espacios Naturales y Senderismo, 7. Degustación gastronómica	3,9%	1,4%	2,7%	
Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región, 2. Visitar Espacios Naturales y Senderismo, 7. Degustación gastronómica, 8. Visita a familiares y amigos	,3%	,1%	,2%	
Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región, 2. Visitar Espacios Naturales y	3,1%	2,7%	2,9%	
Senderismo, 8. Visita a familiares y amigos 1. Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región, 2. Visitar Espacios Naturales y Senderismo, Asistencia a evento deportivo	,1%		,1%	
Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región, 2. Visitar Espacios Naturales y Senderismo, ruta en moto	,1%		,1%	
Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región, 2. Visitar Espacios Naturales y Senderismo, Ruta en moto	,4%		,2%	
Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región, 3. Asistencia a Festivales/Eventos, 6. Observación de aves, 7. Degustación gastronómica	,1%		,1%	
Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región, 4. Actividades Deportivas	,1%	,4%	,3%	
Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región, 5. Asistir a fiestas locales	,1%		,1%	
Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región, 5. Asistir a fiestas locales, 8. Visita a familiares y amigos	,1%		,1%	
Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región, 6. Observación de aves, 8. Visita a familiares y amigos	,1%		,1%	
Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región, 7. Degustación gastronómica	1,9%	2,3%	2,1%	
Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región, 7. Degustación gastronómica, 8. Visita a familiares y amigos	,1%		,1%	
Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región, 8. Visita a familiares y amigos	2,1%	1,8%	2,0%	
Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región, 9. Motivos de trabajo/Negocios		,3%	,1%	
Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región, Camino de santiago	,1%		,1%	
Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región, Camino de Santiago	,1%		,1%	
1. Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región, Ruta en moto	,3%	40.00/	,1%	
Visitar Espacios Naturales y Senderismo Visitar Espacios Naturales y Senderismo,	17,8% 4,6%	10,0% 2,6%	14,0% 3,7%	Motivos que tienen como eje central la visita a los espacios naturales. TENTUDÍA=26%;
Actividades Deportivas Visitar Espacios Naturales y Senderismo,		,3%	,1%	AMBROZ=17,7%
4. Actividades Deportivas, 7. Degustación gastronómica	404			
Visitar Espacios Naturales y Senderismo, Actividades Deportivas, 8. Visita a familiares y amigos	,1%	,1%	,1%	
 Visitar Espacios Naturales y Senderismo, Actividades Deportivas, Asistencia a evento deportivo 	,1%		,1%	
Visitar Espacios Naturales y Senderismo, Observación de aves	1,1%		,6%	
Visitar Espacios Naturales y Senderismo, Observación de aves, 7. Degustación gastronómica	,1%		,1%	
Visitar Espacios Naturales y Senderismo, Degustación gastronómica	,5%	2,6%	1,5%	

Visitar Espacios Naturales y Senderismo, Degustación gastronómica, 8. Visita a familiares y amigos	,1%	,1%	,1%	
Visitar Espacios Naturales y Senderismo, Nisita a familiares y amigos	,5%	2,0%	1,2%	
Visitar Espacios Naturales y Senderismo, ruta en moto	,4%		,2%	
Visitar Espacios Naturales y Senderismo, Ruta en moto	,6%		,3%	
4. Actividades Deportivas	1,6%	2,7%	2,2%	Motivos que tienen como eje el deporta y las actividades festivas.
Actividades Deportivas, 7. Degustación gastronómica		,4%	,2%	TENTUDIA= 3,9%; AMBROZ= 3,3%
4. Actividades Deportivas, 8. Visita a familiares y amigos		,1%	,1%	
Actividades Deportivas, Asistencia a evento deportivamente	,1%		,1%	
Actividades Deportivas, asistencia a evento deportivo	,1%		,1%	
Actividades Deportivas, Asistencia a evento deportivo	,1%		,1%	
Actividades Deportivas, Asistencia eventos deportivos	,1%		,1%	
4. Actividades Deportivas, Evento deportivo	,1%		,1%	
5. Asistir a fiestas locales	,4%		,2%	
5. Asistir a fiestas locales, 8. Visita a familiares y amigos	1,3%		,7%	
7. Degustación gastronómica	,5%	1,4%	,9%	Otras motivaciones para la visita. TENTUDÍA=10,6%; AMBROZ=
8. Visita a familiares y amigos	7,1%	15,3%	11,0%	17,9%
9. Motivos de trabajo/Negocios	,8%	1,2%	1,0%	
Motivos de trabajo/Negocios, Voluntariado	,1%		,1%	
Asistencia a evento deportivo	1,0%		,5%	
Camino de Santiago	,1%		,1%	
Ruta en moto	1,0%		,5%	
	100,0%	100,0%	100,0%	

En la siguiente tabla podemos comprobar que en torno al 85% de los encuestados de ambas comarcas, tiene como destino específico las comarcas en cuestión que estamos testando.

Tabla 31. ¿Viene a esta comarca como destino del viaje, o de paso?

	Ambroz	Tentudía
	(n=800)	(n=800)
1. Como destino del viaje	88,1%	85,0%
2. Como paso a otras comunidades o localidades fuera de Extremadura	11,0%	14,7%
No contesta	,9%	,3%
	100,0%	100,0%

7.3. La organización del viaje

La organización del viaje a estas comarcas se realiza principalmente en pareja (37,3%), seguido de los viajes en familia (31.2%).

- En el caso de Tentudía, la pareja y la familia, son los agrupamientos más típicos
- En el caso de Ambroz, destacan los viajes en pareja (39,3%).

En cuanto al medio utilizados para desplazarse a las dos comarcas, lo principal es solo en automóvil (73,8%). Comienza a cobrar relevancia la "caravana o autocaravana" (9,8%).

- En el caso de Tentudía, en cambio hay mayor dispersión de los modos de desplazarse. El vehículo particular es mayoritario (65,1%), pero también es importante las Caravana o autocaravana (14,1%). La combinación de automóvil y caminando también s relevante (7,9%).
- En el caso del Valle del Ambroz, existe una concentración en torno al vehículo particular (83,2%).

Tabla 32. La organización del viaje al Valle del Ambroz /comarca Tentudía

	Ambroz (n=800)	Tentudía (n=800)
No contesta	,6%	,3%
1. En familia	30,4%	32,2%
2. De manera individual	4,1%	3,1%
3. En pareja	35,5%	39,3%
4. En grupo	29,4%	25,1%
	100,0%	100,0%

Tabla 33. Medio de transporte que ha utilizado

	TERRI	Total	
	COMARCA DE TENTUDÍA (N=800)	VALLE DEL AMBROZ (N=800)	(N=1.600)
1. Automóvil	65,1%	83,2%	73,8%
1. Automóvil, 4. Avión		,5%	,3%
1. Automóvil, 5. Bicicleta	2,5%	,4%	1,5%
1. Automóvil, 6. A pie (caminando)	7,9%	,3%	4,2%
1. Automóvil, Bicicleta	,6%		,3%
1. Automóvil, Buggy	,3%		,1%
1. Automóvil, ida y vuelta	,1%		,1%
2. Autobús	,9%	1,8%	1,3%
5. Bicicleta	1,4%	3,1%	2,2%
6. A pie (caminando)	1,9%		1,0%
Caravana o autocaravana	14,1%	5,2%	9,8%
motocicleta	,3%		,1%
Motocicleta	4,9%	4,9%	4,9%
No contesta	,1%	,5%	,3%
	100,0%	100,0%	100,0%

7.4. Alojamiento y pernoctaciones.

El tipo de alojamiento que más se utiliza por parte de los encuestados es el alojamiento rural (18,7%) y la vivienda familiar o de amigos (12,2%).

- En el caso de Tentudía el alojamiento rural tiene una fuerte presencia (23,4%). También el hotel (14,3%). Destaca el caso de las caravanas (14,1%).
- En el caso de Ambroz, la casa propia o de un familiar en Ambroz suma 14, 3%. Y el alojamiento rural el 13,5%

El elevado porcentaje de "no contesta" (28,4%) debe incluirse a los excursionistas de un día y personas que prefieren no informa de su alojamiento.

En cuanto al régimen de alojamiento, es fundamentalmente el "solo alojamiento".

Tabla 34. Tipo de alojamiento

	TERRI	Total	
	COMARCA DE TENTUDÍA (N=800)	VALLE DEL AMBROZ (N=800)	· (N=1.600)
1. Pensión	,3%	,5%	,4%
2. Hostal	1,5%	1,1%	1,3%
3. Hotel	14,3%	9,4%	11,9%
4. Alojamiento rural	23,4%	13,5%	18,7%
5. Apartamento turístico/albergue	1,5%	7,9%	4,6%
6. Camping		8,6%	4,1%
7. Vivienda propia	10,8%	7,2%	9,1%
8. Vivienda de un familiar o amigo	10,3%	14,3%	12,2%
9. Vivienda/apartamento alquilado	,9%	3,1%	2,0%
Caravana o autocaravana	14,1%	,1%	7,4%
No contesta	23,1%	34,1%	28,4%
	100,0%	100,0%	100,0%

El régimen de alojamiento es fundamentalmente "solo alojamiento" (34%), siguiendo una tónica similar en ambas comarcas.

Tabla 35. Régimen de alojamiento

	TERRI	Total (N=1.600)		
	COMARCA DE TENTUDÍA (N=800)	DE AMBROZ TENTUDÍA (N=800)		
1. Sólo alojamiento	36,6%	31,1%	34,0%	
2. Alojamiento y desayuno (A/D)	8,9%	8,7%	8,8%	
3. Media pensión	,5%	1,1%	,8%	
4. Pensión Completa (P.C.)	,1%	1,1%	,6%	
No contesta	53,9%	58,0%	55,8%	
	100,0%	100,0%	100,0%	

El número de pernoctaciones que expresan los encuestados, es fundamentalmente dos (37,7%). En ambas comarcas oscila mayoritariamente entre uno y dos días, siendo en el caso de Ambroz, del 47,9% y en el caso de Tentudía, del 79,1%.

De manera que el promedio de noches en Ambroz es de es más elevado: 3,6 de promedio; y en Tentudía de 2,2.

Tabla 36. Pernoctaciones.

Numero de noches	TERRI	TORIO	Total
declaradas	COMARCA DE TENTUDÍA (N=800)	VALLE DEL AMBROZ (N=800)	(N=1.600)
1	37,8%	14,6%	27,5%
2	41,3%	33,3%	37,7%
3	10,1%	18,3%	13,7%
4	2,9%	10,9%	6,5%
5	3,4%	9,4%	6,1%
6	,8%	4,1%	2,3%
7	2,1%	2,5%	2,3%
Más de 8 noches	1%	7,0%	3,9%
	100,0%	100,0%	100,0%

Tabla 37. Promedio de noches

COMARCA DE TENTUDÍA	N	Válido	613
TENTUDIA		Perdidos	187
	Media	2,22	
	Desviación estándar		2,240
VALLE DEL AMBROZ	N	Válido	487
		Perdidos	246
	Media		3,64
	Desviación estándar		3,615

7.5. Información sobre el destino

En ambas comarcas, la información sobre el destino se realiza principalmente a través de internet (57,9%). En el caso de Ambroz, por este medio se informa el 51% de los encuestados y en el caso de Tentudía, el 63,8%.

La recomendación de amigos y familiares es muy importante en ambas comarcas (38,3%), como medio exclusivo de información en Ambroz lo es para el 45% de los encuestados. Pero en Tentudía también tiene importancia la recomendación de amigos y familiares, junto con internet, es el medio de información combinado para el 31,8% de los encuestados.

Tabla 38. Medio ha recibido información sobre Ambroz y Tentudía

	COMARCA DE TENTUDÍA	VALLE DEL AMBROZ	Ambas comarcas	ARUPAMIENTOS
No contesta	,9%	2,3%	1,6%	
1. Campaña de publicidad en medio de comunicación, 2. A través de Internet	1,1%		,6%	Campañas de promoción: 9%
1. Campaña de publicidad en medio de comunicación, 2. A través de Internet, 4. A través de familiares o amigos	,4%		,2%	
Campaña de publicidad en medio de comunicación, 2. A través de Internet, 5. Ferias de Turismo	,3%		,1%	
2. A través de Internet	36,4%	50,1%	42,9%	Internet y otros
2. A través de Internet, 4. A través de familiares o amigos	20,8%	1,4%	11,5%	medios: 57,9%
2. A través de Internet, 4. A través de familiares o amigos, 5. Ferias de Turismo	1,4%		,7%	
2. A través de Internet, 4. A través de familiares o amigos, 6. A través de una Oficina de Turismo	,8%		,4%	
2. A través de Internet, 5. Ferias de Turismo	2,3%		1,2%	
2. A través de Internet, 6. A través de una Oficina de Turismo	1,1%	,1%	,7%	
2. A través de Internet, redes sociales	,4%		,2%	
2. A través de Internet, Redes sociales	,6%		,3%	
2. A través de Internet, Revistas de información	,1%		,1%	

	COMARCA DE TENTUDÍA	VALLE DEL AMBROZ	Ambas comarcas	ARUPAMIENTOS
3. A través de una Agencia de Viajes	,3%	,4%	,3%	Agencias de
3. A través de una Agencia de Viajes, 4. A través de familiares o amigos	,1%		,1%	viaje=0,4%
4. A través de familiares o amigos	30,4%	45,3%	37,5%	Familiares, conocidos: 38,3%
4. A través de familiares o amigos, 5. Ferias de Turismo		,1%	,1%	conocidos. 38,376
4. A través de familiares o amigos, 6. A través de una Oficina de Turismo	,5%		,3%	
4. A través de familiares o amigos, conocer el destino turístico	,1%		,1%	
4. A través de familiares o amigos, Conocer el destino turístico de viajes anteriores	,1%		,1%	
4. A través de familiares o amigos, Conocer el destino turístico por visita anterior	,1%		,1%	
4. A través de familiares o amigos, organizada por una Asociación	,1%		,1%	
4. A través de familiares o amigos, Visita anterior	,4%		,2%	
Tros				9%
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

7.6. La vinculación al territorio

Un 67,7% de los encuestados no tienen vínculos con el territorio. En el caso de Tentudía, es un 68.3 % y en el Ambroz un 67%. Esto es, en torno al 30% de los turistas de estas comarcas tienen algún tipo de vinculación con el territorio que visitan.

Tabla 39. Vinculación al territorio

	TERRI	Total	
	COMARCA DE TENTUDÍA (N=800)	VALLE DEL AMBROZ (N=800)	(N=1.600)
1. Ninguna relación	68,3%	67,1%	67,7%
1. Ninguna relación, 2. Familiares y amigos		,3%	,1%
1. Ninguna relación, 4. Tiene aquí su centro de trabajo		,1%	,1%
2. Familiares y amigos	20,6%	23,5%	22,0%
2. Familiares y amigos, 3. Posee una casa	8,4%	4,0%	6,3%
3. Posee una casa	1,6%	4,6%	3,1%
4. Tiene aquí su centro de trabajo	,1%	,3%	,2%
No sabe/No contesta	1,0%	,1%	,6%
	100,0%	100,0%	100,0%

7.7. Actividades que realiza en el territorio

En la siguiente tabla realizamos una selección de las actividades que realizan los encuestados. La tabla completa puede consultarse en el anexo.

En conjunto la actividad "Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Degustación gastronómica" con 23,7% es la principal que se realiza, seguida de "Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo" (19,8%)

- En el caso de Tentudía, destaca "Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Degustación gastronómica", con el 31,4%.
- En el caso de Ambroz, destaca "Visitar espacios culturales y patrimonio históricoartístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo" con el 20,7%.

Tabla 40. Actividades ha realizado o piensa en su estancia en esta comarca (síntesis)

	TERRIT	ORIO	Total
	COMARCA DE TENTUDÍA (N=800)	VALLE DEL AMBROZ (N=800)	(N=1.600)
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico- artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Degustación gastronómica	31,4%	15,4%	23,7%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico- artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo	18,9%	20,7%	19,8%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico- artístico de la región	2,9%	13,5%	8,0%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico- artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Degustación gastronómica, Visita a familiares y amigos	8,8%	5,0%	7,0%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico- artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Visita a familiares y amigos	4,0%	7,1%	5,5%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico- artístico de la región, Degustación gastronómica	1,9%	7,4%	4,5%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico- artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Actividades deportivas	4,0%	3,3%	3,7%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico- artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Actividades deportivas, Degustación gastronómica	3,9%	3,0%	3,5%
Visitar espacios naturales y senderismo, Degustación gastronómica	1,5%	3,4%	2,4%

Visitar espacios naturales y senderismo, Actividades deportivas	1,9%	2,7%	2,3%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico- artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Degustación gastronómica, Visita a familiares y amigos, Compras	2,6%	1,0%	1,8%
Visitar espacios naturales y senderismo	1,6%	1,5%	1,6%
Visitar espacios naturales y senderismo, Visita a familiares y amigos	,3%	3,0%	1,6%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico- artístico de la región, Visita a familiares y amigos	1,0%	2,0%	1,5%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico- artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Degustación gastronómica, Compras	1,4%	1,1%	1,2%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico- artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Observación de aves	2,1%		1,1%
Visitar espacios naturales y senderismo, Actividades deportivas, Degustación gastronómica	,6%	1,4%	1,0%

Tabla 41. Localidades que ha visitado o piensa visitar durante su estancia (síntesis)

Localidades que ha visitado	Ambroz	Tentudía
Alqueva, Sierra Suroeste, Comarca de Tentudía		8,40%
Alqueva, Sierra Suroeste, Comarca de Tentudía, Campiña Sur,		3,70%
Zafra, Llerena		
Comarca de Tentudía		60,30%
Comarca de Tentudía, Campiña Sur		2,00%
Comarca de Tentudía, Campiña Sur, Tierra de Barros, Zafra,		2,00%
Llerena		
Comarca de Tentudía, Campiña Sur, Zafra, Llerena		1,70%
Comarca de Tentudía, Tierra de Barros		0,70%
Comarca de Tentudía, Tierra de Barros, Zafra, Llerena		0,50%
Comarca de Tentudía, Zafra, Llerena		6,40%
Geoparque Villuercas-Ibores-Jara, Comarca de Tentudía, Reserva		0,50%
de la Biosfera de Monfragüe, Valle del Jerte		
Geoparque Villuercas-Ibores-Jara, Trujillo, Miajadas, Comarca de		0,50%
Tentudía		
Las Hurdes, Valle del Ambroz	1,20%	
Las Hurdes, Valle del Ambroz, Tierras de Granadilla	0,80%	
Las Hurdes, Valle del Ambroz, Tierras de Granadilla, Valle del Jerte	0,40%	
Las Hurdes, Valle del Ambroz, Valle del Jerte	1,60%	

7.8. Valoración y precio de los recursos turísticos

Desviación

estándar

En cuanto a la valoración de los aspectos tangibles de la experiencia turística comprobamos que las puntuaciones son elevadas en las dos comarcas, por encima de los 4 puntos. No obstante, en los aspectos de "Señalización de acceso al territorio", "Infraestructuras turísticas" y "Conservación del patrimonio histórico artístico", obtiene mejor calificación entre los encuestados de Ambroz. En cambio, el "Entorno natural y su señalización" y la "Gastronomía local", es mejor valorada entre los visitantes de Tentudía.

Tabla 42. Valoración de los recursos turísticos tangibles de las comarcas de Ambroz y Tentudía. Puntuaciones medias (1, muy mal; 5, muy bien)

,504

TERRITORIO)		[Señalización de acceso al territorio]	[Infraestructuras turísticas]	[Conservación del patrimonio histórico artístico]	[Entorno natural y su señalización]	[Gastronomía local]
COMARCA	N	Válido	799	800	799	796	799
DE TENTUDÍA		Perdidos	1	0	1	4	1
	Media	a	4,05	4,12	4,26	4,83	4,83
	Desv están	iación ıdar	,822	,701	,693	,432	,383
VALLE	N	Válido	733	733	732	731	727
DEL AMBROZ		Perdidos	0	0	1	2	6
	Media	а	4 21	4 29	4 51	4 67	4 55

,534

,586

,518

,522



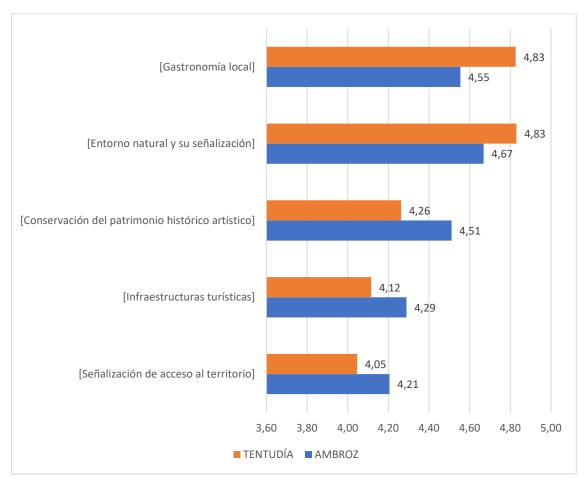


Tabla 43. Distribución porcentual de las valoraciones de los aspectos tangibles de la experiencia turística

Señalización de acceso al territorio (1, muy mal; 5, muy bien)

TERRITORIO	Frecuencia	Porcentaje		
COMARCA DE TENTUDÍA	Válido	1	8	1,0
		2	26	3,3
		3	126	15,8
		4	400	50,0
		5	239	29,9
		Total	799	99,9
	Perdidos	Sistema	1	,1
	Total		800	100,0
VALLE DEL AMBROZ	Válido	2	1	,1
		3	30	4,1
		4	519	70,8
		5	183	25,0
		Total	733	100,0

Infraestructuras turísticas (1, muy mal; 5, muy bien)

TERRITORIO	Frecuencia	Porcentaje		
COMARCA DE TENTUDÍA	Válido	1	4	,5
		2	8	1,0
		3	107	13,4
		4	453	56,6
		5	228	28,5
		Total	800	100,0
VALLE DEL AMBROZ	Válido	3	29	4,0
		4	463	63,2
		5	241	32,9
		Total	733	100,0

Conservación del patrimonio histórico artístico (1, muy mal; 5, muy bien)

TERRITORIO	TERRITORIO					
COMARCA DE	Válido	2	6	,8		
TENTUDÍA		3	96	12,0		
		4	379	47,4		
		5	318	39,8		
		Total	799	99,9		
	Perdidos	Sistema	1	,1		
	Total		800	100,0		
VALLE DEL AMBROZ	Válido	2	1	,1		
		3	31	4,2		
		4	293	40,0		
		5	407	55,5		
		Total	732	99,9		
	Perdidos	Sistema	1	,1		
	Total		733	100,0		

Entorno natural y su señalización(1, muy mal; 5, muy bien)

TERRITORIO	Frecuencia	Porcentaje		
COMARCA DE	Válido	2	4	,5
TENTUDÍA		3	6	,8
		4	111	13,9
		5	675	84,4
		Total	796	99,5
	Perdidos	Sistema	4	,5
	Total		800	100,0
VALLE DEL AMBROZ	Válido	2	1	,1
		3	14	1,9
		4	211	28,8
		5	505	68,9
		Total	731	99,7
	Perdidos	Sistema	2	,3
	Total		733	100,0

Gastronomía local (1, muy mal; 5, muy bien)

TERRITORIO			Frecuencia	Porcentaje
COMARCA DE	Válido	3	1	,1
TENTUDÍA		4	137	17,1
		5	661	82,6
		Total	799	99,9
	Perdidos	Sistema	1	,1
	Total		800	100,0
VALLE DEL AMBROZ	Válido	3	9	1,2
		4	306	41,7
		5	412	56,2
		Total	727	99,2
	Perdidos	Sistema	6	,8
	Total		733	100,0

En cuanto a los recursos turísticos intangibles (profesionalidad y hospitalidad), ambas comarcas tienen puntaciones superiores a 4, pero destaca en cuanto a su valoración por parte de los visitantes, aquellos encuestados en Tentudía.

Tabla 44. Valoración de los recursos turísticos intangibles de las comarcas de Ambroz y Tentudía. Puntuaciones medias (1, muy mal; 5, muy bien)

Territorio Turísti	ico	13. Profesionalidad del personal de los establecimientos	13. Hospitalidad y simpatía de la población en general
Ambroz	N	731	731
	Media	4,28	4,36
Tentudía	N	797	797
	Media	4,46	4,72

Gráfico 29. Valoración servicios turísticos intangibles (Valoraciones medias)

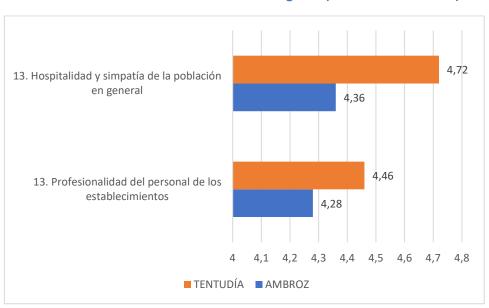


Tabla 45. Distribución porcentual de las valoraciones de los aspectos intangibles de la experiencia turística.

Profesionalidad del personal de los establecimientos (1, muy mal; 5, muy bien)

Troicesofianded der personal de les establecimientes (1, may mar, 5, may blen)						
TERRITORIO			Frecuencia	Porcentaje		
COMARCA DE TENTUDÍA	Válido	2	1	,1		
		3	21	2,6		
		4	383	47,9		
		5	392	49,0		
		Total	797	99,6		
	Perdidos	Sistema	3	,4		
	Total		800	100,0		
VALLE DEL AMBROZ	Válido	2	1	,1		
		3	40	5,5		
		4	441	60,2		
		5	249	34,0		
		Total	731	99,7		
	Perdidos	Sistema	2	,3		
	Total		733	100,0		

Hospitalidad y simpatía de la población en general (1, muy mal; 5, muy bien)

TERRITORIO	Frecuencia	Porcentaje		
COMARCA DE TENTUDÍA	Válido	3	2	,3
		4	222	27,8
		5	573	71,6
		Total	797	99,6
	Perdidos	Sistema	3	,4
	Total		800	100,0
VALLE DEL AMBROZ	Válido	2	1	,1
		3	46	6,3
		4	370	50,5
		5	314	42,8
		Total	731	99,7
	Perdidos	Sistema	2	,3
	Total		733	100,0

La relación calidad/precio es considerada como "buena" por ±85% de los encuestados en ambas comarcas. El gasto medio declarado, con una elevada dispersión, es más elevado en Ambroz: 61,13 € al día por persona; en tanto que en Tentudía es de 40,89 € al día.

Tabla 46. Relación/calidad precio de los servicios turísticos de esta comarca

TERRITORIO			Frecuencia	Porcentaje
COMARCA DE Váli TENTUDÍA	Válido	Existe un BUENA RELACIÓN, la calidad de los servicios turísticos se corresponde con el precio de los mismos.	689	86,1
		Es CARO en general, ya que la calidad de los servicios turísticos es baja y el precio es elevado	5	,6
		 Es BARATO, ya que la calidad de los servicios turísticos es elevada y el precio es bajo 	51	6,4
		4. No sabe/No contesta	55	6,9
		Total	800	100,0
VALLE DEL Válido AMBROZ		Existe un BUENA RELACIÓN, la calidad de los servicios turísticos se corresponde con el precio de los mismos.	621	84,7
		Es CARO en general, ya que la calidad de los servicios turísticos es baja y el precio es elevado	1	,1
		3. Es BARATO, ya que la calidad de los servicios turísticos es elevada y el precio es bajo	98	13,4
		4. No sabe/No contesta	13	1,8
		Total	733	100,0

Tabla 47. Gasto medio declarado

Estadísticos						
¿Qué gasto medio por persona y día viene teniendo en su viaje a esta localidad/comarca?						
COMARCA DE TENTUDÍA N Válido 796						
OOMAKOA DE TENTODIA	IN .	Perdidos	4			
Media 40,89 €						
	Desviación estándar 15,909€					
VALLE DEL AMBROZ	N	Válido	731			
		Perdidos	2			
	61,13€					
	Desviación están	dar	34,843€			

7.9. Variables de clasificación de las personas encuestadas

Las variables de clasificación, son las características sociodemográficas de las personas que se han entrevistado.

País donde vive el encuestado

	TERRI	Total	
	COMARCA DE TENTUDÍA (N=800)	VALLE DEL AMBROZ (N=800)	(N=1.600)
Alemania	0,80%	0,30%	0,50%
Andorra	0,30%		0,10%
Argentina	0,10%		0,10%
Bélgica	0,80%		0,40%
Chile	0,30%		0,10%
Dinamarca		0,30%	0,10%
España	94,90%	95,80%	95,30%
Francia	0,60%	1,80%	1,20%
Holanda	0,30%		0,10%
Inglaterra		0,50%	0,30%
Italia	0,10%	0,50%	0,30%
Ns/Nc		0,10%	0,10%
Países Bajos	0,30%		0,10%
Portugal	1,50%	0,70%	1,10%
Suecia	0,30%		0,10%
	100,00%	100,00%	100,00%

Comunidad Autónoma de residencia (si es de España)

	TERRI	TORIO	Total
	COMARCA DE TENTUDÍA (N=800)	VALLE DEL AMBROZ (N=800)	(N=1.600)
Extranjero	5,1%	4,4%	4,8%
Andalucía,	34,3%	6,3%	20,9%
Asturias.	,3%	1,0%	,6%
Canarias,	,3%		,1%
Cantabria,		1,8%	,8%
Castilla y León,	,4%	14,2%	7,0%
Castilla-La Mancha,	,5%	2,5%	1,4%
Cataluña,	2,0%	1,1%	1,6%
Comunidad Valenciana	,3%	1,1%	,7%
Extremadura,	47,3%	38,9%	43,2%
Galicia,		1,4%	,7%
Madrid	9,5%	20,9%	14,9%
Navarra		,3%	,1%
País Vasco	,3%	6,4%	3,2%
	100,0%	100,0%	100,0%

Sexo.

	Total			
	COMARCA DE VALLE DEL TENTUDÍA AMBROZ (N=800) (N=800)		(N=1.600)	
Hombre	52,3%	53,1%	52,6%	
Mujer	47,1%	46,5%	46,8%	
No contesta	,6%	,4%	,5%	
	100,0%	100,0%	100,0%	

Edad

COMARCA DE TENTUDÍA	N	Válido	799
		Perdidos	1
	Media		45,95
	Desviación estándar		13,515
VALLE DEL		Válido	733
AMBROZ		Perdidos	0
	Media		41,89
	Desviación estándar		13,515

8. Comportamiento turístico y pandemia COVID-19

La elección del destino en función de la imagen de seguridad del destino turístico, en un contexto de pandemia, ha sido muy importante en el caso de los visitantes de Tentudía (mucho+bastante= 58,2%). En cambio, en el caso de los visitantes de Ambroz, este hecho parece tener menos influencia en la elección del destino (mucho+bastante=24,5%).

En conjunto, para las dos comarcas la importancia de la imagen como destino seguro ha sido relevantes para el 42,2% de los encuestados.

Tabla 48. Percepción como lugar seguro en Pandemia

	TERR	Total	
	COMARCA DE TENTUDÍA (N=800)	VALLE DEL AMBROZ (N=800)	(N=1.600)
		,1%	,1%
1. Nada	5,8%	7,0%	6,3%
2. Algo	21,1%	48,0%	34,0%
3. Indiferente (no leer)	14,9%	20,3%	17,5%
4. Bastante	34,6%	19,2%	27,3%
5. Mucho	23,6%	5,3%	14,9%
	100,0%	100,0%	100,0%

El estudio del cambio del perfil de los visitantes a una y otra comarca antes y en pandemia del COVID-19, los hemos realizado utilizando las encuestas que se realizaron en la primera oleada, entre abril y junio de 2021. Estas se comparan con los datos de las encuestas disponibles de esas comarcas referidas a 2018.

Para el estudio de estos cambios se han seleccionado una serie de indicadores. En el caso del Valle del Ambroz:

 La motivación turística: aun siendo la "Visitar el patrimonio histórico-artístico" el principal reclamo, este ha perdido casi veinte puntos porcentuales como motivo de atracción en tiempos de pandemia (≤).

- 2. La organización del viaje: se mantiene la prevalencia del viaje en pareja. Así como el así del automóvil, en términos parecidos a antes de la pandemia (±).
- 3. El alojamiento: en el momento de hacer las encuestas, en pleno confinamiento perimetral, se observan cambios importantes: disminuye el uso del hotel, también el régimen de ocupación, que pasa a solo alojamiento; y baja el número de noches que se pernocta (≤).
- 4. El medio de información: se incrementa la información través de internet (≥).
- 5. La vinculación con el territorio: hay más visitantes sin vínculos con el territorio(≥).
- 6. La valoración de los recursos turísticos tangibles e intangibles: en general se mantienen en posiciones elevada o incluso se incrementa su valoración (±).
- 7. Gasto: se reduce el gasto por turista (≤).
- 8. Mercado: se mantiene la afluencia de turistas nacionales (±).

Tabla 49. AMBROZ, la demanda turística antes y en de la pandemia COVID-19

Dime	ensión	Principales variables	Antes (2018)	Ahora (2021) (1º ola Abril-Mayo)
1. M o	otivación (≤)	Principal motivo para la visita	1. Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región: 62,2%	1. Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región 40,80%
		Valle del Ambroz como destino	79,5%	92,9%
	ganización del je (±)	Principal forma de organizar el viaje.	Pareja: 41,4%	Pareja: 46,2%
		Principal medio de transporte	Automóvil: 92,4%	Automóvil: 87,5%
3. Alo	Alojamiento (≤)	Principal tipo de alojamiento	Hotel: 25,4%	No contesta: 45,9%
		Principal régimen de alojamiento	1. A/D: 34,6%	Sólo alojamiento: 24,3 %
		Promedio de pernoctaciones	4,7 noches	2,91 noches
	edio de ormación (≥)	Principal medio de información sobre la C. del Ambroz	A través de internet: 42,2%	A través de internet: 48,6%
5. Vin	culación (≥)	Vinculación con la C. del Ambroz	Ninguna relación: 66,8%	Ninguna relación: 75,7%
6. Val	oración (±).	Puntuación media de la señalización	4,1	4,22
		Puntuación media infraestructuras turísticas	4,1	4,27

Dimensión	Principales variables	Antes (2018)	Ahora (2021) (1ª ola Abril-Mayo)
	Entorno natural y señalización	4,3	4,42
	Gastronomía local	4,46	4,58
	Profesionalidad	4,37	4,29
	Hospitalidad	4,5	4,33
7. G asto (≤)	Relación calidad precio	Buena+Muy Buena: 75,9%	BUENA RELACIÓN: 79,6%
	Gasto medio declarado	62,3 € persona/día	55,8 € persona/día
8. Mercado (±).	País de origen (Principal)	España: 98,1%	España: 97,3%
	CC.AA. de origen		Extremadura: 51%

En el caso de la comarca del Tentudía, observamos los siguientes cambios en el perfil turístico de los visitantes, antes y durante la pandemia:

- La motivación turística: existe un cambio significativo en cuanto al reclamo para la visita a la comarca de Tentudía: si antes de la pandemia era fundamentalmente por Visitar el patrimonio histórico-artístico el principal reclamo (70,7%); ahora se han diversificado bastante los reclamos para venir a la comarca: 1. Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región, 2. Visitar Espacios Naturales y Senderismo (27,30%) y Visitar Espacios Naturales y Senderismo (26,6%) (≥).
- 2. La organización del viaje: también observamos un cambio significativo, ya que antes de la pandemia el viaje se organizaba en familia principalmente, y ahora se realiza en pareja (≥). Además es significativo que también se diversifican los medios de transporte de acceso a la comarca, perdiendo relevancia el vehículo particular, que pasa a ser utilizado en exclusiva por tan solo el 60% (≤).
- 3. El alojamiento: en el momento de hacer las encuestas, en el periodo de "estado de alarma con cierre perimetral", se observan cambios importantes: disminuye sustancialmente el uso del hotel y ganan los alojamientos rurales. El régimen de ocupación, que pasa a solo alojamiento; y baja significativamente el número de noches que se pernocta (≤).
- El medio de información: se reduce significativamente la información través de internet (≤).

- 5. La vinculación con el territorio: hay más visitantes sin vínculos con el territorio(≥).
- 6. La valoración de los recursos turísticos tangibles e intangibles: se incrementa de forma sustancial la valoración de todos los aspectos de la comarca (≥).
- 7. Gasto: se reduce sustancialmente el gasto por turista (≤).
- 8. Mercado: se incrementa sustancialmente la afluencia de turistas nacionales (≥).

Tabla 50. Tentudía, la demanda turística antes y en pandemia COVID-19

	Dimensión	Principales variables	Antes (2018)	Ahora (2021)
	Jrensien	Trinoiperes fariables	7.11.000 (2020)	(1º ola Abril-Mayo)
a.	Motivación (≥)	Principal motivo para la visita	1. Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región (70.7%)	1. Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región, 2. Visitar Espacios Naturales y Senderismo (27,30%) 2. Visitar Espacios Naturales y Senderismo (26,6%)
		El Valle del Ambroz como destino	75,9%	92.2%
b.	Organización del viaje (≥);(≤)	Principal forma de organizar el viaje.	En Familia:39%	En Pareja: 36,2%
		Principal medio de transporte	Automóvil: 85,4%	Automóvil: 59,1,5%
c.	Alojamiento (≤)	Principal tipo de alojamiento	Hotel: 40%	Alojamiento rural: 21,7%
		Principal régimen de alojamiento	A/D: 43,9%	Sólo alojamiento: 39,2 %
		Promedio de pernoctaciones	4,1 noches	1,82 noches
d.	Medio de información (≤)	Principal medio de información sobre la C. del Ambroz	A través de Internet: 48%	A través de Internet: 39,7%
e.	Vinculación (≥)	Vinculación con la C. de Tentudía	Ninguna relación: 56,3%	Ninguna relación: 69,2%
f.	Valoración (≥)	Puntuación media de la señalización	3,87	4,04
		Puntuación media infraestructuras turísticas	3,81	4,19
		Entorno natural y señalización	4,09	4,83
		Gastronomía local	4,42	4,80
		Profesionalidad	4,30	4,52
		Hospitalidad	4,66	4,75
g.	Gasto (≤)	Relación calidad precio	Buena+Muy Buena: 73,9%	Buena Relación: 91,1%
		Gasto medio declarado	66 € persona/día	40,4€ persona/día
h.	Mercado (≥)	País de origen (Principal)	España: 72%	España: 95,1%
		CC.AA. de origen		Extremadura: 61,8%

9. Caracterización de la demanda de turismo rural

Las variables que muestran una tendencia a diferenciar la demanda de turismo rural frente a la urbana se basan en un conjunto de encuestas a turistas segmentando aquellas encuestas realizadas en entornos rurales (Comarcas del Ambroz y Tentudía) y entornos urbanos (Cáceres y Mérida). En este caso, se analizan los comportamiento turísticos en el periodo de abril-junio 2021, en el que las restricciones de movilidad y otros efectos de la lucha contra la pandemia impactaban de forma directa¹⁸.

El turismo rural puede ser caracterizado en comparación con el turismo urbano, a partir de aspectos tales como la motivación del viaje, la forma de organizarlo, el tipo de alojamiento seleccionado, el medio de información utilizado sobre el destino, la vinculación que tiene el visitante con el destino, la valoración del destino, el gasto y el mercado turístico del que procede (tabla 51).

- a. La motivación del viaje: el turista rural, muestra una mayor dispersión en cuanto a sus motivaciones, la mayor parte, están impulsados por varios motivos para el viaje, y no uno, principalmente, como es el caso del turista urbano. En el caso de nuestros encuestados rurales "Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región" (26,6%), junto con "Visitar el patrimonio histórico-artístico + Visitar Espacios Naturales y Senderismo" (23,1%).
- b. La forma de organizar los viajes también presenta algunas diferencias: prima de forma muy destacada, en el turista rural, la organización del viaje en pareja (64%). Las visitas a los destinos rurales de la región son en vehículo particular (68%), pero es también mucho más variado el tipo de desplazamientos, por ejemplo empieza a destacar la bicicleta, las motos, y la caravana o autocaravana; en cambio, en las visitas a destinos urbanos, el vehículo es el medio de desplazamiento para el 88,2% de los encuestados.

¹⁸ Si se quieres ver las diferencias en el comportamiento turístico entre visitantes rurales y urbanos, tomando en consideración todas las encuestas realizadas a lo largo de 2021 (3.200), puede consultarse el informe sobre "Turismo Urbano: Cáceres y Mérida" (2021).

- c. El tipo de alojamiento del turista rural, al menos en el momento en el que se realizaron estas encuestas (primer semestre de 2021), es esencialmente la vivienda propia o familiar y el alojamiento rural. El régimen de alojamiento es "solo alojamiento". Y el número de noches en el destino rural, en estas circunstancias tan específicas¹⁹, es similar al urbano, es de 2,16 noches.
- d. El medio de información utilizado sobre el destino rural, es similar al urbano, si bien ganan peso los medios virtuales (internet) (43,1%) y, pero también los que podemos calificar de "boca-oreja": familiares y amigos: 35,2%.
- e. En relación con la vinculación que tiene el visitante con el destino, hemos comprobado que es superior en el destino rural el porcentaje de visitantes sin vínculos con el destino (71,7%), mientras en los destinos urbanos el 59% declara no tener ningún vínculo, algo que, en condiciones "normales", seria infrecuente.
- f. En cuanto a la valoración que se hace de diferentes aspectos del destino (infraestructura, señalética, conservación de los espacios naturales y patrimoniales, calidad de las relaciones humanas), en todos los sometidos a análisis se observa que la valoración de los destinos rurales es peor que los urbanos. En Extremadura, los encuestados en las ciudades presentan niveles elevados de satisfacción, que es superior a los destinos rurales, todo ellos están por encima de 4,7 puntos, en una escala del 1 al 5. Los destinos rurales tienen aquí un amplio margen de mejora.
- g. El gasto: la relación calidad precio es más baja que en los destinos rurales.

 También es muy significativo que el gasto medio declarado es casi el doble en los destinos urbanos, que en los rurales.
- h. El mercado turístico del que procede, en estas circunstancias tan especiales, es esencialmente nacional, con un peso importante de los mercados de Andalucía

¹⁹ En referencia al contexto socio-económico provocado por la pandemia del COVID-19.

y Madrid. Finalmente, la edad media de los visitantes rurales es sensiblemente mayor, (46,39 años de media) en los destinos rurales, que en los visitantes urbanos: 41,3 años de media.

Tabla 51. Variables de identificación del turismo rural. Año 2021, primer semestre.

Dimensión MÉRIDA	Principales variables	TURISMO RURAL (Visitantes de C. Ambroz y Tentudía) (n=661)	TURISMO URBANO (Visitantes Cáceres y Mérida) (n=764)
Motivación	Principal motivo para la visita	 Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región: 26,6%. Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región, 2. Visitar Espacios Naturales y Senderismo: 23,1% 	1. Visitar el patrimonio histórico-artístico de la región (42%)
	El territorio (rural/urbano) como destino	92,9%	89%
Organización del viaje	Principal forma de organizar el viaje.	En pareja: 64% En grupo: 30% En familia: 24%	En pareja: 40% En grupo: 25% En Familia: 25%
	Principal medio de transporte	Automóvil: 68,5% ²⁰	Automóvil: 88,2%
Alojamiento	Principal tipo de alojamiento	 a. Vivienda familiar o propia: 19,7% b. Alojamiento rural: 18% c. Hotel: 12% 	a. Hotel: 31%b. Vivienda familiaro propia: 19,7%
	Principal régimen de alojamiento	Solo alojamiento: 33,5%	Sólo alojamiento: 25,4%
	Promedio de pernoctaciones	Media: 2,16 noches DT: 2,83	Media: 2,57 noches DT: 3.32
Medio de información	Principal medio de información sobre este territorio	a. A través de internet:43,1%b. Familiares y amigos: 35,2%	a. A través de internet:33,6%b. Familiares y amigos: 24,7%
Vinculación	Vinculación con este territorio	Ninguna relación:71,7%	Ninguna relación:59%
Valoración: 1, muy mal; 5 muy bien.	12. VALORACIÓN Señalización de acceso al territorio	4,11	4,55

²⁰ La caravana o auto-caravana, no se incluye en esta opción, se cuenta a parte.

Dimensión MÉRIDA	Principales variables	TURISMO RURAL (Visitantes de C. Ambroz y Tentudía) (n=661)	TURISMO URBANO (Visitantes Cáceres y Mérida) (n=764)
	12.VALORACIÓN Infraestructuras turísticas	4,22	4,71
	12. Qué VALORACIÓN Conservación del patrimonio histórico artístico	4,29	4,87
	12. VALORACIÓN Entorno natural y su señalización	4,73	4,7
	12. VALORACIÓN Gastronomía local	4,72	4,78
	13. VALORACIÓN Profesionalidad del personal de los establecimientos	4,43	4,72
	13. VALORACIÓN Hospitalidad y simpatía de la población en general	4,59	4,85
Gasto	Relación calidad precio	Buena: 86,7%	Buena: 74,50
	Gasto medio declarado	Media: 46,39 € persona/día	Media: 78,29€ persona/día
		DT: 26,4	DT: 60,5
Mercado	País de origen (Principal)	España: 95,9%	España: 95,5%
	CC.AA. de residencia	Extremadura: 57,6 Andalucía: 17,4 Madrid: 13	Extremadura: 41,2 Madrid: 16 Andalucía: 9,2
	Edad media	46,39	41,33

Fuente: encuesta a turistas a pie de calle realizadas en el primer semestre de 2021.

10. Conclusión

El estudio del comportamiento de los turistas que visitan los entornos rurales, parece diferenciarse, en algunas variables significativas de los turistas que prefieren visitar otros territorios. A falta de un estudio más específico de la correlación que pueda existir entre estos factores, alguna de estas variables muestra una tendencia a diferenciar la demanda de turismo rural frente al turismo urbano. Aunque los resultados ofrecidos aquí no dejan de estar condicionados por los efectos socioeconómicos derivados, tanto a la oferta como a la demanda turística, de la pandemia del COVI-19.

El turismo rural puede ser especificado a partir de una serie de características. En la motivación viajera, el turista rural, muestra una mayor dispersión en cuanto a sus motivaciones. La mayor parte de ellos, manejan varios motivos para el viaje y no uno principalmente como sería el turista urbano. La forma de organizar los viajes, prima de manera muy destacada en el turista rural, la organización en pareja. Las visitas a los destinos rurales de la región son en vehículo particular, pero es también mucho más variado que en las visitas a destinos urbanos, por ejemplo, se detecta el auge de las caravana y autocaravana, los viajes en bicicleta y andando, también una combinación de diferentes medios. El tipo de alojamiento del turista rural, al menos en la actual coyuntura, es esencialmente la vivienda propia o familiar y el alojamiento rural. El régimen es solo alojamiento. Y el número de noches en el destino rural, en estas circunstancias tan específicas es similar al urbano. El medio de información utilizado sobre el destino rural, es similar al urbano, si bien gana peso los medios virtuales (internet) y la información ofrecida por familiares y amigos. La vinculación que tiene el visitante con el destino es superior en el destino rural. La valoración del destino, en todos los aspectos más baja que las valoraciones que reciben los destinos urbanos de Extremadura. La relación calidad-precio, es también más baja en los destinos rurales. También es muy significativo que el gasto medio declarado sea casi el doble en los destinos urbanos, que en los rurales.

Anexos

Actividades ha realizado o piensa en su estancia en esta comarca (Completo)

		1	
	TERRITORIO		
	COMARCA DE TENTUDÍA	VALLE DEL AMBROZ	Total
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Degustación gastronómica	31,4%	15,4%	23,7%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo	18,9%	20,7%	19,8%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región	2,9%	13,5%	8,0%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Degustación gastronómica, Visita a familiares y amigos	8,8%	5,0%	7,0%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Visita a familiares y amigos	4,0%	7,1%	5,5%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Degustación gastronómica	1,9%	7,4%	4,5%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Actividades deportivas	4,0%	3,3%	3,7%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Actividades deportivas, Degustación gastronómica	3,9%	3,0%	3,5%
Visitar espacios naturales y senderismo, Degustación gastronómica	1,5%	3,4%	2,4%
Visitar espacios naturales y senderismo, Actividades deportivas	1,9%	2,7%	2,3%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Degustación gastronómica, Visita a familiares y amigos, Compras	2,6%	1,0%	1,8%
Visitar espacios naturales y senderismo	1,6%	1,5%	1,6%
Visitar espacios naturales y senderismo, Visita a familiares y amigos	,3%	3,0%	1,6%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visita a familiares y amigos	1,0%	2,0%	1,5%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Degustación gastronómica, Compras	1,4%	1,1%	1,2%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Observación de aves	2,1%		1,1%
Visitar espacios naturales y senderismo, Actividades deportivas, Degustación gastronómica	,6%	1,4%	1,0%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Observación de aves, Degustación gastronómica	1,8%		0,9%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Visita a familiares y amigos, Compras	1,4%		0,7%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Actividades deportivas, Degustación gastronómica, Visita a familiares y amigos	0,4%	1,0%	0,7%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Degustación gastronómica, Visita a familiares y amigos	0,5%	0,7%	0,6%

Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Actividades deportivas, Visita a familiares y amigos	0,4%	0,8%	0,6%
Visitar espacios naturales y senderismo, Degustación gastronómica, Visita a familiares y amigos	0,4%	0,7%	0,5%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Asistir a fiestas locales, Degustación gastronómica, Visita a familiares y amigos	0,9%		0,5%
Visita a familiares y amigos		0,8%	0,4%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Actividades deportivas, Degustación gastronómica, Visita a familiares y amigos, Compras		0,7%	0,3%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Compras	0,4%	0,3%	0,3%
Actividades deportivas, Degustación gastronómica		0,5%	0,3%
Degustación gastronómica	0.30/		
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la	0,3%	0,3%	0,3%
región, Degustación gastronómica, Compras		0,5%	0,3%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Actividades deportivas, Observación de aves, Degustación gastronómica	0,5%		0,3%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Asistir a fiestas locales, Visita a familiares y amigos	0,5%		0,3%
Visitar espacios naturales y senderismo, Actividades deportivas, Visita a familiares y amigos	0,3%	0,3%	0,3%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Actividades deportivas, Degustación gastronómica		0,4%	0,2%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Degustación gastronómica, Visita a familiares y amigos, Compras		0,4%	0,2%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Actividades deportivas, Observación de aves	0,4%		0,2%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Asistir a fiestas locales, Degustación gastronómica, Visita a familiares y amigos, Compras	0,4%		0,2%
Degustación gastronómica, Compras	0,3%		0,1%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Actividades deportivas		0,3%	0,1%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Actividades deportivas, Compras	0,3%		0,1%
Visitar espacios naturales y senderismo, Degustación gastronómica, Otros motivos (explicar)	0,3%		0,1%
Actividades deportivas	0,1%		0,1%
Actividades deportivas, Degustación gastronómica, Otros motivos (explicar)	0,1%		0,1%
Asistir a fiestas locales, Degustación gastronómica, Visita a familiares y amigos	0,1%		0,1%
Degustación gastronómica, Otros motivos (explicar)	0,1%		0,1%
No sabe/No contesta	0,1%		0,1%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Asistencia a festivales/eventos, Degustación gastronómica	0,1%		0,1%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Asistencia a festivales/eventos, Visita a familiares y amigos		0,1%	0,1%

Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Compras		0,1%	0,1%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Actividades deportivas, Degustación gastronómica, Otros motivos (explicar)	0,1%		0,1%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Asistencia a festivales/eventos, Actividades deportivas, Degustación gastronómica, Compras		0,1%	0,1%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Asistencia a festivales/eventos, Actividades deportivas, Degustación gastronómica, Visita a familiares y amigos, Compras		0,1%	0,1%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Asistencia a festivales/eventos, Degustación gastronómica	0,1%		0,1%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Asistencia a festivales/eventos, Visita a familiares y amigos	0,1%		0,1%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Asistir a fiestas locales	0,1%		0,1%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Asistir a fiestas locales, Degustación gastronómica	0,1%		0,1%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Degustación gastronómica, Otros motivos (explicar)	0,1%		0,1%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Observación de aves, Degustación gastronómica, Compras	0,1%		0,1%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Observación de aves, Visita a familiares y amigos, Compras		0,1%	0,1%
Visitar espacios culturales y patrimonio histórico-artístico de la región, Visitar espacios naturales y senderismo, Visita a familiares y amigos, Otros motivos (explicar)	0,1%		0,1%
Visitar espacios naturales y senderismo, Actividades deportivas, Degustación gastronómica, Otros motivos (explicar)	0,1%		0,1%
Visitar espacios naturales y senderismo, Actividades deportivas, Otros motivos (explicar)	0,1%		0,1%
Visitar espacios naturales y senderismo, Asistencia a festivales/eventos, Asistir a fiestas locales, Degustación gastronómica, Visita a familiares y amigos	0,1%		0,1%
Visitar espacios naturales y senderismo, Degustación gastronómica, Visita a familiares y amigos, Compras		0,1%	0,1%
Visitar espacios naturales y senderismo, Observación de aves	0,1%		0,1%
Visitar espacios naturales y senderismo, Otros motivos (explicar)	0,1%		0,1%
_	100,0%	100,0%	100,0%

Localidades que ha visitado o piensa visitar durante su estancia

LOCALIDADES QUE HA VISITADO	AMBROZ	TENTUDÍA
NO CONTESTA		0,20%
ALQUEVA, SIERRA SUROESTE, COMARCA DE TENTUDÍA		8,40%
ALQUEVA, SIERRA SUROESTE, COMARCA DE TENTUDÍA, CAMPIÑA		1,50%
SUR		

ALQUEVA, SIERRA SUROESTE, COMARCA DE TENTUDÍA, CAMPIÑA		3,70%
SUR, ZAFRA, LLERENA		
ALQUEVA, SIERRA SUROESTE, COMARCA DE TENTUDÍA, TIERRA DE BARROS, ZAFRA, LLERENA		0,50%
ALQUEVA, SIERRA SUROESTE, COMARCA DE TENTUDÍA, ZAFRA, LLERENA		1,50%
BADAJOZ (MUNICIPIO)		
BADAJOZ (MUNICIPIO), COMARCA DE TENTUDÍA, TIERRA DE BARROS, ZAFRA, LLERENA		0,50%
CÁCERES (MUNICIPIO), BADAJOZ (MUNICIPIO), MÉRIDA, COMARCA DE TENTUDÍA		1,00%
CÁCERES (MUNICIPIO), BADAJOZ (MUNICIPIO), PLASENCIA, VALLE DEL ALAGÓN	0,40%	
CÁCERES (MUNICIPIO), MÉRIDA, GEOPARQUE VILLUERCAS- IBORES-JARA, COMARCA DE TENTUDÍA, RESERVA DE LA BIOSFERA DE MONFRAGÜE		0,20%
CÁCERES (MUNICIPIO), MÉRIDA, GEOPARQUE VILLUERCAS- IBORES-JARA, TAJO INTERNACIONAL, SIERRA DE SAN PEDRO, COMARCA DE TENTUDÍA, RESERVA DE LA BIOSFERA DE MONFRAGÜE, ZAFRA, LLERENA		0,20%
CÁCERES (MUNICIPIO), MÉRIDA, GEOPARQUE VILLUERCAS- IBORES-JARA, TRUJILLO, MIAJADAS, COMARCA DE TENTUDÍA, ZAFRA, LLERENA		0,20%
CÁCERES (MUNICIPIO), MÉRIDA, PLASENCIA, COMARCA DE TENTUDÍA, VALLE DEL AMBROZ, TIERRA DE BARROS, ZAFRA, LLERENA		0,50%
CÁCERES (MUNICIPIO), MÉRIDA, PLASENCIA, RESERVA DE LA BIOSFERA DE MONFRAGÜE, SIERRA DE GATA, LAS HURDES, VALLE DEL AMBROZ, VALLE DEL JERTE, LA VERA	0,40%	
CÁCERES (MUNICIPIO), PLASENCIA, VALLE DEL AMBROZ	0,80%	
CÁCERES (MUNICIPIO), PLASENCIA, VALLE DEL AMBROZ, VALLE DEL JERTE	0,80%	
CÁCERES (MUNICIPIO), RESERVA DE LA BIOSFERA DE MONFRAGÜE		
CÁCERES (MUNICIPIO), SIERRA DE GATA, LAS HURDES, VALLE DEL AMBROZ, VALLE DEL JERTE, LA VERA	0,40%	
CÁCERES (MUNICIPIO), SIERRA DE GATA, LAS HURDES, VALLE DEL JERTE	0,40%	
CAMPIÑA SUR		0,20%
COMARCA DE TENTUDÍA		60,30%
COMARCA DE TENTUDÍA, CAMPIÑA SUR		2,00%
COMARCA DE TENTUDÍA, CAMPIÑA SUR, TIERRA DE BARROS, ZAFRA, LLERENA		2,00%
COMARCA DE TENTUDÍA, CAMPIÑA SUR, ZAFRA, LLERENA		1,70%
COMARCA DE TENTUDÍA, TIERRA DE BARROS		0,70%
COMARCA DE TENTUDÍA, TIERRA DE BARROS, ZAFRA, LLERENA		0,50%
COMARCA DE TENTUDÍA, ZAFRA, LLERENA		6,40%
GEOPARQUE VILLUERCAS-IBORES-JARA, COMARCA DE TENTUDÍA, RESERVA DE LA BIOSFERA DE MONFRAGÜE, VALLE DEL JERTE		0,50%

GEOPARQUE VILLUERCAS-IBORES-JARA, TRUJILLO, MIAJADAS,		0,50%
COMARCA DE TENTUDÍA		
LAS HURDES, VALLE DEL AMBROZ	1,20%	
LAS HURDES, VALLE DEL AMBROZ, TIERRAS DE GRANADILLA	0,80%	
LAS HURDES, VALLE DEL AMBROZ, TIERRAS DE GRANADILLA,	0,40%	
VALLE DEL JERTE		
LAS HURDES, VALLE DEL AMBROZ, VALLE DEL JERTE	1,60%	

Bibliografía

- (OMT), O. M. (14 de 05 de 2021). *Concepto de Turismo Rural*. Obtenido de https://www.unwto.org/es/turismo-rural
- (Turespaña), I. d. (13 de 05 de 2021). *Plan integral de Turismo Rural 2014*. Obtenido de http://goo.gl/JCF0k2
- Bardón-Fernández, E. (1990). Consideraciones sobre el turismo rural en Expaña y medidas de desarrollo. *Estudios turísticos*, número 108, pp.61-82.
- Blanco-Herranz, F. J. (1996). Fundamentos de la política comunitaria y española en materia de turismo rural. *Estudios turísticos*, número 131, pp. 25-49.
- Blanco-Portillo, R. &.-D. (1994). El turismo como motor del desarrollo rural: Análisis de los proyectos de turismo subvencionados por Leader I. *Revista de Estudios Agrosociales*, Vol. 49, Número 169, pp. 119-147.
- BOE. (12 de 12 de 2020). *Plan de sostenibilidad turística Valle del Ambroz*. Obtenido de https://www.boe.es/diario boe/txt.php?id=BOE-A-2020-16045
- Cànoves Valiente, G. H. (2005). Turismo rural en España: paisajes y usuarios, nuevos usos y nuevas visiones. . *Cuadernos de turismo.*, 1-47.
- Dinamiza-Asesores. (24 de 5 de 2021). *Aprobado el Plan de Sostenibilidad Turística Ambroz-Cáparra*. Obtenido de Dinamiza Asesores: https://dinamizaasesores.es/planificacion-turistica/plan-de-sostenibilidad-turistica-de-ambroz-caparra-diputacion-de-caceres/
- DIVA, A. p. (2014). Estrategia de Desarrollo Local Participativo en el Valle Del Ambroz, 2014-2020. Obtenido de https://redex.org/ficheros/archivos/2018_07/diva-resumenedlp.pdf
- ECOTONO. (2015). Análisis del sector turístico en el Valle del Ambroz y su potencial como motor de desarrollo. Asociación para el Desarrollo Integral del Valle del Ambroz.
- ExtremaduraTurismo. (26 de 05 de 2021). *Hervás, legado Sefardita*. Obtenido de https://www.turismoextremadura.com/es/explora/Hervas/
- Extremadura-Turismo. (26 de 05 de 2021). *Monesterio, historia con sabor ibérico*. Obtenido de https://www.turismoextremadura.com/es/explora/Monesterio/
- Fuentes-García, R. (1995). Estructura de la oferta y de la demanda de turismo rural. *Actas del Congreso de Turismo Rural y Turismo Activo* (págs. 29-43). Ávila: Junta de Castilla y León.
- Galiano, E. (1991). El turismo rural en España. Estudios turísticos, número 110, pp.39-46.
- GastroStar-Tentudía. (4 de 06 de 2021). *III Muestra GastroStar*. Obtenido de https://gastrostartentudia.com/home-page-ii/
- Gilbert, D. C. (1992). Perspectivas de desarrollo del turismo rural. *Revista Valenciana D'estudis Autonomics*, número 12, pp. 167-193.

- Grada, A. (20 de 05 de 2017). La Mancomunidad de Tentudía presenta su Plan estratégico de Turismo. Obtenido de https://www.grada.es/web/plan-estrategico-turismo-mancomunidad-tentudia/
- Mediano-Serrano, L. (2004). *La gestión de marketing en el turismo rural.* Madrid: Pearson Prentice Hall.
- Molina, M. A. (2002). Análisis del concepto de turismo rural e implicaciones de marketing. Boletín Económico de ICE, 27-41.
- Moral, M. F.-A.-F. (2019). Análisis del turismo rural y de la sostenibilidad de los alojamientos rurales. *Revista Espacios*, vol. 40, pág.1.
- Polo-Peña, A. I. (2010). La orientación al mercado en el sector del turismo rural: Efectos en los resultados de la actividad empresarial y el valor percibido por el mercado. Universidad de Granada, España: Tesis Doctoral.
- REDEX. (26 de 05 de 2021). *Comarcas de Extremadura*. Obtenido de https://redex.org/turismo/es/comarcas
- REDEXorg. (26 de 05 de 2021). *Comarca de Tentudia: El territorio rural extremeño*. Obtenido de https://redex.org/ficheros/archivos/2016_03/cedeco-tentudia.pdf
- Sanagustín-Fons, M. V.-C. (2018). Social Perception of Rural Tourism Impact: A Case Study. Sustainability, numero 10, vol.339. pp. 1-25.
- Sánchez-Oro Sánchez, M., Nieto Masot, A., Fernandez Portillo, A., García García, Y., & Cárdenas Alonso, G. (2019). *Memoria Turística de Extremadura por territorios. Perfíl del turista que visita Extremadura año 2018.* Mérida: Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura.
- Solsona-Monzones, J. (2006). EL turismo rural en Europa. *Aportes y Transferencia*, número 10, vol. 2, pp.25-35.
- Tentudía-Mancomunidad. (06 de 2017). *Plan Estratégico de Turismo: Mancomunidad de Tentudía*. Obtenido de https://www.turismoextremadura.com/viajar/shared/documentacion/descargas/Cong resoTurismoInterior2017/Focus/03-Mancomunidad.pdf
- Traverso-Cortés, J. (1996). Comunicación interpretativas: variable clave en el marketing-mix de las empresas de turismo rural. *Estudios Turísticos*, número 130, pp. 37-50.
- TURISMO, S. G. (1992). Plan Marco de Competitividad del Turismo Español. Plan Futures (1992-1995).
- TurismodeHervás. (24 de 05 de 2021). *Plan de sostenibilidad turísticas Ambroz-Cáparra*.

 Obtenido de Turismo de Extremadura:

 https://www.turismodehervas.com/index.php?option=com_content&view=article&id=551:2020-10-07-11-01-00&catid=:newsflash
- TurismoExtremadura. (2020). *Otoño mágico en el Valle del Ambroz*. Obtenido de https://www.turismoextremadura.com/es/explora/Otono-Magico-00005/
- Turismo-Hervás. (26 de 05 de 2021). EL PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CAPARRA OBTIENE EL RESPALDO DEL MINISTERIO DE TURISMO. Obtenido de

- https://www.turismodehervas.com/index.php?option=com_content&view=article&id =551:2020-10-07-11-01-00&catid=:newsflash
- TurismoNortedeExtremadura. (2021). *Turismo Norte de Extremadura*. Obtenido de https://www.turismonorteextremadura.es/comarcas/valle-del-ambroz
- Turismo-NortedeExtremadura. (26 de 05 de 2021). *Valle del Ambroz*. Obtenido de https://www.turismonorteextremadura.es/comarcas/valle-del-ambroz
- Valdés-Peláez, L. (1996). El turismo rural en España. En A. &. Pedreño-Muñoz, *Introducción a la economía del turismo en España* (págs. 365-401). Madrid: Civitas.
- Varisco, C. A. (2016). Turismo Rural: Porpuesta metodológica para un enfoque sistémico. *Revista de turismo y pateimonio cultural (PASOS)*, vol. 14, número 1, pp.153-167.
- Wilson, S. F. (2001). Factors for success in rural tourism development. *Journal of travel research*, vol. 40, número 1, pp. 132-138.

Índices de tablas y gráficos

Ilustración 1. Mapa de Valle del Ambroz y Tierras de Granadilla	18
Ilustración 2. Representación Alqueva, Sierra Suroeste, Tentudía	20
Gráfico 1. Población de Tentudía y Valle del Ambroz y Extremadura (2019)	25
Gráfico 2. Edad media de Tentudía y Valle del Ambroz y Extremadura (2019)	26
Gráfico 3. Renta Familiar Disponible de Tentudía y Valle del Ambroz y Extremadura (2019)	<i>9).</i> 26
Gráfico 4. Tasa de paro de Tentudía y Valle del Ambroz y Extremadura (2019)	27
Gráfico 5. PIB/Hab de Tentudía y Valle del Ambroz y Extremadura (2019)	27
Gráfico 6. Peso de la demanda turística por territorios turísticos. Selección de las 10 prim	eras
posiciones (2018)	34
Gráfico 7. Evolución del número de turistas en Ambroz y Tentudía (2017-2019)	37
Gráfico 8. Evolución del volumen de pernoctaciones en Tentudía y Ambroz (2017-2018-20)19. 38
Gráfico 9. Grado de Ocupación por plazas de los establecimientos hoteleros (2018)	39
Gráfico 10. Valoración promedio de los recursos turísticos por territorios (N=6106) (2018)) 42
Gráfico 11. Evolución De Empresas Turísticas de las comarcas (Periodo 2018-2021)	45
Gráfico 12. Nivel de implantación de la digitalización por comarcas (1 muy bajo, 5 muy al	lto).46
Gráfico 13. Factores que determinan la implantación de la digitalización por comarcas (1	muy
bajo, 5 muy alto)	46
Gráfico 14. Puntuación media de Implantación de la Digitalización e inteligencia digital	48
Gráfico 15. Digitalización e inteligencia digital. Medias según el tipo de informante	50
Gráfico 16. Automatización y eficiencia operativa según la zona	52
Gráfico 17. Automatización y eficiencia operativa. Medias según el tipo de informante	54
Gráfico 18. Sostenibilidad ecológica. Valoraciones medias según la zona	56
Gráfico 19. Sostenibilidad ecológica. Valoraciones medias según el tipo de informante	57
Gráfico 20. Factores organizacionales. Valoraciones medias según la zona	59
Gráfico 21. Factores organizacionales. Valoraciones medias según el tipo de informante	60
Gráfico 22. Factores económicos. Valoraciones medias según la zona	61
Gráfico 23. Factores económicos. Valoraciones medias según el tipo de informante	62
Gráfico 24. Factores personales. Valoraciones medias según la zona	64
Gráfico 25. Factores personales. Valoraciones medias según el tipo de informante	65
Gráfico 26. Nivel de infraestructura digital. Valoraciones medias según la zona	66
Gráfico 27. Valoración media según el tipo de informante	67
Gráfico 28. Valoración servicios turísticos tangibles (puntuaciones medias)	93
Gráfico 29. Valoración servicios turísticos intangibles (Valoraciones medias)	96
Tabla 1. Definición de "Turismo Rural" a lo largo de la literatura	
Tabla 2. Principales recursos turísticos de las dos comarcas	
Tabla 3. Datos demográficos municipios de las comarcas del Valle del Ambroz (2019)	
Tabla 4. Datos demográficos municipios de las comarcas de Tentudía (2019)	
Tabla 5. Caracterización socioeconómica según mancomunidades, 2019	
Tabla 6. Localidades (y zonas) que ha visitado o piensa visitar. (Pregunta abierta) (2018)	
Tabla 7. Ranking territorial por volumen de viajeros	
Tabla 8.Ranking territorial por volumen de pernoctaciones	
Tabla 9. Indicadores de la Oferta Por Comarca (2018)	38

Tabla 10. Distribución de Viajeros del año 2018	40
Tabla 11. Pernoctaciones y estancia media del año 2018	40
Tabla 12. Valoración de los servicios turísticos según Territorio Escala: 1, muy mal; 5 muy	bien.
(N=6106) (2018)	41
Tabla 13. Valoraciones medias sobre la CALIDAD/PRECIO de los servicios según Territorio.	
Escala: 1, muy mal; 5 muy bien. (N=6106) (2018)	43
Tabla 14. Tasa de variación de la evolución de las empresas turísticas de las Comarcas (Pe	
2018-2021)	
Tabla 15. Implantación de la Digitalización e inteligencia digital	47
Tabla 16. Digitalización e inteligencia digital según el tipo de informante	49
Tabla 17. Automatización y eficiencia operativa según la zona	
Tabla 18. Automatización y eficiencia operativa según el tipo de informante	
Tabla 19. Sostenibilidad ecológica. Valoraciones medias según la zona	
Tabla 20. Sostenibilidad ecológica. Valoraciones medias según el tipo de informante	
Tabla 21. Factores organizacionales. Valoraciones medias según la zona	
Tabla 22. Factores organizacionales. Valoraciones medias según el tipo de informante	
Tabla 23. Factores económicos. Valoraciones medias según la zona	
Tabla 24. Factores económicos. Valoraciones medias según el tipo de informante	
Tabla 25. Factores personales. Valoraciones medias según la zona	
Tabla 26. Factores personales. Valoraciones medias según el tipo de informante	
Tabla 27. Nivel de infraestructura digital. Valoraciones medias según la zona	
Tabla 28 . Nivel de infraestructura digital. Valoraciones medias según el tipo de informan	
Tabla 29. Posicionamiento en medios online de cada localidad	
Tabla 30. Principales motivos para visitar las comarcas de Ambroz y Tentudía	
Tabla 31. ¿Viene a esta comarca como destino del viaje, o de paso?	
Tabla 32. La organización del viaje al Valle del Ambroz /comarca Tentudía	
Tabla 33. Medio de transporte que ha utilizado	
Tabla 34. Tipo de alojamiento	
Tabla 35. Régimen de alojamiento	
Tabla 36. Pernoctaciones.	
Tabla 37. Promedio de noches	86
Tabla 38. Medio ha recibido información sobre Ambroz y Tentudía	87
Tabla 39. Vinculación al territorio	
Tabla 40. Actividades ha realizado o piensa en su estancia en esta comarca (síntesis)	
Tabla 41. Localidades que ha visitado o piensa visitar durante su estancia (síntesis)	
Tabla 42. Valoración de los recursos turísticos tangibles de las comarcas de Ambroz y Ten	
Puntuaciones medias (1, muy mal; 5, muy bien)	
Tabla 43. Distribución porcentual de las valoraciones de los aspectos tangibles de la	
experiencia turística	94
Tabla 44. Valoración de los recursos turísticos intangibles de las comarcas de Ambroz y	
Tentudía. Puntuaciones medias (1, muy mal; 5, muy bien)	96
Tabla 45. Distribución porcentual de las valoraciones de los aspectos intangibles de la	
experiencia turística	97
Tabla 46. Relación/calidad precio de los servicios turísticos de esta comarca	
Tabla 47. Gasto medio declarado	
Tabla 48. Percepción como lugar seguro en Pandemia	
Tabla 49. AMBROZ, la demanda turística antes y en de la pandemia COVID-19	
Tabla 50. Tentudía, la demanda turística antes y en pandemia COVID-19	