



Extremadura

# IV PLAN CONCERTADO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE EXTREMADURA 2019

Última actualización 24/05/2019

Aprobado por unanimidad por la Mesa de Promoción Turística de Extremadura con fecha 21 de marzo de 2019

MESA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA · CONSEJO DE TURISMO DE EXTREMADURA · JUNTA DE EXTREMADURA

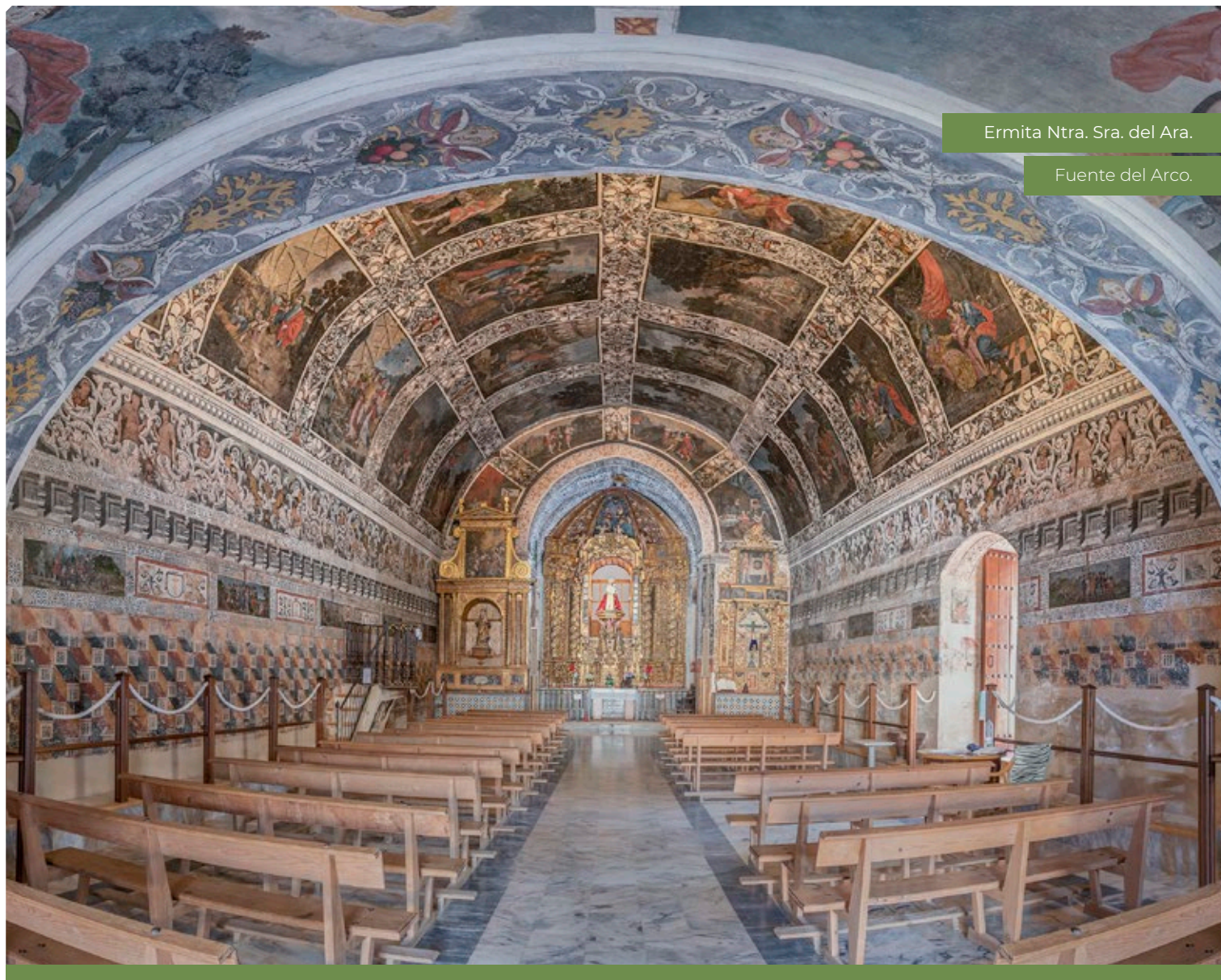
**Edita:**

Dirección General de Turismo  
Consejería de Economía e Infraestructuras  
Junta de Extremadura

Avenida de las Comunidades s/n.  
06800 · Mérida (Badajoz) (España)  
Tel. +34 924 332 461

E-Mail: [mesapromocionturismo@juntaex.es](mailto:mesapromocionturismo@juntaex.es)

Imagen de portada: "*Cormodrilo*", del autor José Luis Barriga Rubio  
Premio especial "*Fotógrafo extremeño*"  
XIV Concurso de Fotografía de Naturaleza | FIO 2019



Ermita Ntra. Sra. del Ara.

Fuente del Arco.



# PRESENTACIÓN

El turismo de interior debe vender **autenticidad** en un modelo económico turístico que sea vivible, equitativo y viable, que debe adoptar una forma circular en cuyo centro se inscribe el **desarrollo sostenible**, desplegándose así en sus tres dimensiones: ambiental, social y económica.

La promoción de destinos turísticos persigue generar la ensoñación a través de una comunicación en forma de relato que es la que atrae al turista. Los destinos de interior deben sufrir también una transformación digital, al igual que lo hemos hecho las personas en redes sociales como *Twitter*, *Instagram* o *Facebook*, entre otras. En la promoción turística digital surge la necesidad de trabajar el marketing de contenidos ante la necesidad de adaptar los contenidos a cada red social. Se trata de nuevas herramientas para un mismo concepto de comunicar. Debe estudiarse cómo interactúan los viajeros para entender cómo funcionan las redes sociales en los procesos de inspiración, de compra y cómo se comparte la experiencia, el viaje.

Las campañas turísticas de destino deben apostar por una **marca estable en el tiempo**, bajo la que se aglutinen los productos turísticos prioritarios, adaptados a mercados y segmentos de la demanda. Las campañas deben diseñarse con un **relato inspirador**, con contenidos de calidad y contando con un equipo propio de grandes conocedores de destino. Es preferible contar con pocos recursos de calidad que muchos recursos desfasados que no estén alineados con las tendencias actuales. La marca debe ser única y omnicanal, de **360° dentro de lo digital**.

**La innovación debe inocularse en el ADN de las organizaciones**, este es un aspecto trascendental en el sector turístico. Cuando se habla de innovación, inevitablemente

se tiende a pensar en multinacionales, pero realmente la tecnología tiene una gran **capacidad democratizadora**, sí se tienen las herramientas para adaptarse a las necesidades de los clientes. Es muy importante la tecnología móvil, esta puede suponer una oportunidad para empresas más pequeñas y destinos de interior que no supieron encontrar su propia fórmula. Es una herramienta de competitividad que contribuye a la accesibilidad turística y a la sostenibilidad. Automatizar labores más sencillas y emplear ese tiempo a otras funciones de relación con el cliente.

Para generar ventajas competitivas es necesario plantearse el **proceso de generación de valor**: generando estados emocionales positivos y experiencias memorables. Para ello, debe generarse una transición **desde el commodity al mundo emocional**: proyectando en la mente de los clientes un mundo de colores, imágenes, espacios de influencia, palabras descriptivas, vídeos, texturas, aromas, olores, paisajes, emociones y sentimientos. Su mundo a través del relato percibido y la experiencia vivida.

La promoción turística quizá sea ámbito de actuación más relevante de la política turística y, por este motivo, son necesarias iniciativas como los planes concertados de promoción turística, que contribuyen a impulsar el sector turístico como sector económico que **aporta al PIB regional**, a través de la atracción de turismo de calidad y con capacidad de crecimiento en mercados internacionales, **generando empleo y mitigando la despoblación**.

Todo ello para proyectar **EXTREMADURA: un destino para VISITAR, VIVIR (turismo residencial) e INVERTIR**.



Plaza Mayor.

Trujillo.

# ÍNDICE

|                                                                                                                                    |                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| <b>1. Fundamentos jurídicos de la Promoción Turística</b>                                                                          | <b>pág. 8</b>  |
| Ley 2/2011, de 31 de enero, de desarrollo y modernización del turismo en Extremadura, modificada por la Ley 6/2018, de 12 de julio |                |
| <b>2. Plan Turístico de Extremadura 2017-2020</b>                                                                                  | <b>pág. 10</b> |
| Misión, Visión y Valores                                                                                                           | pág. 10        |
| Acciones                                                                                                                           | pág. 12        |
| Apuesta por la sostenibilidad turística                                                                                            | pág. 14        |
| <b>3. Turismo de Extremadura: Principales magnitudes</b>                                                                           | <b>pág. 16</b> |
| Oferta                                                                                                                             | pág. 16        |
| Demanda: Viajeros y pernoctaciones                                                                                                 | pág. 18        |
| Gasto turístico                                                                                                                    | pág. 20        |
| Empleo turístico                                                                                                                   | pág. 23        |
| <b>4. Principales mercados emisores de turismo de Extremadura 2017</b>                                                             | <b>pág. 24</b> |
| Mercados nacionales                                                                                                                | pág. 24        |
| Mercados internacionales                                                                                                           | pág. 25        |
| <b>5. Turismo en las principales ciudades de Extremadura</b>                                                                       | <b>pág. 30</b> |
| Cáceres                                                                                                                            | pág. 32        |
| Mérida                                                                                                                             | pág. 34        |
| Badajoz                                                                                                                            | pág. 36        |
| Plasencia                                                                                                                          | pág. 38        |
| <b>6. Promoción en los territorios turísticos de Extremadura</b>                                                                   | <b>pág. 40</b> |

|                                                                         |                |
|-------------------------------------------------------------------------|----------------|
| <b>7. Segmentos turísticos de relevancia y potencial en Extremadura</b> | <b>pág. 42</b> |
| <b>8. Productos turísticos prioritarios 2019</b>                        | <b>pág. 44</b> |
| <b>9. IV Plan Concertado de Promoción Turística 2019</b>                | <b>pág. 46</b> |
| Objetivos                                                               | pág. 46        |
| Características                                                         | pág. 47        |
| Metodología                                                             | pág. 48        |
| Acciones de promoción                                                   | pág. 50        |
| El Plan en cifras                                                       | pág. 51        |
| Campaña destacada                                                       | pág. 52        |
| Enero                                                                   | pág. 54        |
| Febrero                                                                 | pág. 56        |
| Marzo                                                                   | pág. 58        |
| Abril                                                                   | pág. 60        |
| Mayo                                                                    | pág. 62        |
| Junio                                                                   | pág. 64        |
| Julio/Agosto                                                            | pág. 66        |
| Septiembre                                                              | pág. 68        |
| Octubre                                                                 | pág. 70        |
| Noviembre                                                               | pág. 72        |
| Diciembre                                                               | pág. 74        |
| Todo el año                                                             | pág. 76        |

# 1. FUNDAMENTOS JURÍDICOS DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA

## Ley 2/2011, de 31 de enero, de desarrollo y modernización del turismo en Extremadura, modificada por la Ley 6 /2018, de 12 de julio

La Ley 2/2011, de 31 de enero, de desarrollo y modernización del turismo en Extremadura, modificada por la Ley 6 /2018, de 12 de julio, en su Capítulo III, dispone que se entiende por promoción turística:

*“el conjunto de actividades y medios a través de los cuales la Consejería competente en materia de turismo favorece la demanda de servicios turísticos y promueve campañas para difundir y potenciar a Extremadura como destino turístico de calidad”.*

El art. 26 dispone los **objetivos de la promoción turística**:

*“El desarrollo y la ejecución de los planes para la promoción y apoyo a la comercialización de los productos turísticos extremeños en los mercados exteriores, mediante la utilización conjunta de los distintos instrumentos y medios de promoción turística y, especialmente, a través del aprovechamiento de las redes y tecnologías de la información y las comunicaciones”.*

Las actuaciones promocionales se desglosan en el art. 27 de la Ley son las siguientes:

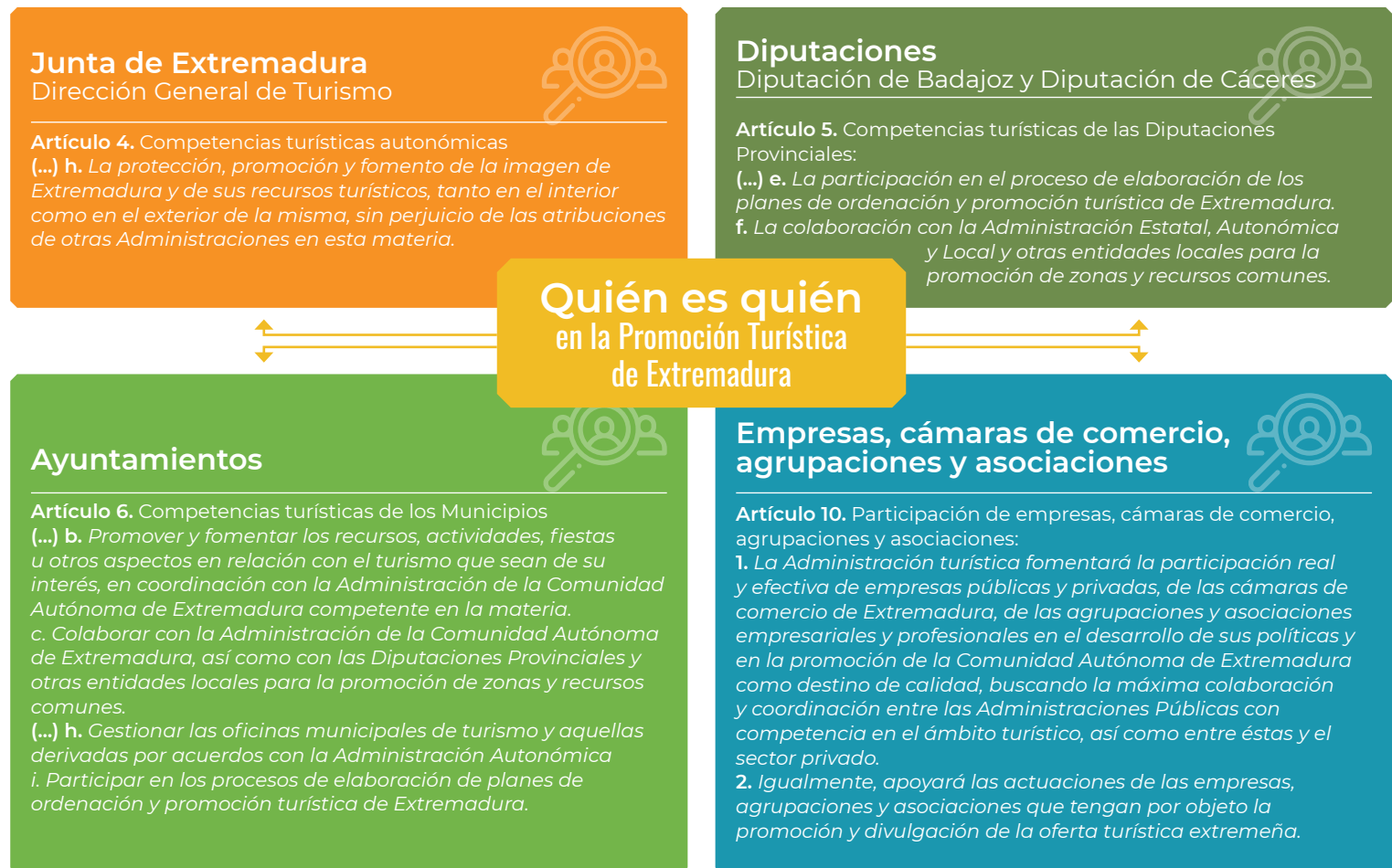


Fuente: Ley 2/2011 modificada por la Ley 6 /2018.



Para llevar a cabo estas funciones, la Ley regula la denominada **Administración turística** que aúna las administraciones públicas, autonómicas y locales en materia turística, a las que se les otorgan concretas competencias, en consonancia con las políticas de desarrollo rural de la Junta de Extremadura.

En materia local, la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases de Régimen Local también establece indicaciones en materia turística. Así, se dispone de un marco jurídico que establece “*quién es quién*” en materia de promoción turística:



Fuente: Ley 2/2011 modificada por la Ley 6/2018 y Ley 7/1985.

## 2. PLAN TURÍSTICO DE EXTREMADURA 2017-2020

### Misión, Visión y Valores

El Plan Turístico de Extremadura 2017-2020 es un instrumento de planificación que surge como resultado de la **suma de los actores y partes interesadas en el turismo de Extremadura** con una clara intención de sumar esfuerzos para mejorar la calidad, para impulsar la diferenciación y la innovación de nuestros productos y servicios turísticos.

El Plan Turístico de Extremadura 2017-2020 fundamenta su misión en la siguiente **propuesta de valor**:



*Desarrollar y mejorar la planificación, gestión y promoción de los destinos turísticos extremeños, promoviendo la innovación, la calidad, la sostenibilidad y la competitividad de productos turísticos de alto valor añadido, desde un enfoque relacional de transversalidad, corresponsabilidad y confianza mutua.*

Esta propuesta de valor concreta las potencialidades turísticas de la región en la siguiente **visión**:



Extremadura es un destino **referente de calma y serenidad** con recursos culturales, naturales y gastronómicos que se impulsan apelando a valores de autenticidad y sostenibilidad.



Esta gran variedad de recursos, unida a la hospitalidad del pueblo extremeño, permite ofrecer experiencias únicas en prácticamente todos los segmentos turísticos. Por ello, Extremadura se posiciona como un **destino de experiencias**.



Extremadura apoya al **desarrollo empresarial** turístico como factor decisivo para la creación de productos turísticos innovadores y de calidad que aporten crecimiento económico y empleo a la región.



Extremadura apuesta por un sistema de gobernanza turística que aúne **esfuerzos de los diferentes actores del sector, tanto públicos como privados**, bajo los principios de cooperación y corresponsabilidad.

Fuente: Plan Turístico de Extremadura 2017-2020 (2016).



Mirador de la Memoria.

El Torno.

Todo ello, de acuerdo con unos **valores** que deben inspirar sus acciones y métodos para el logro de las metas contenidas en el Plan:



### SOSTENIBILIDAD

ambiental, social y económica-empleo.



### COOPERACIÓN

colaboración en tres niveles, de empresas con empresas, entre administraciones públicas y en proyectos público-privados.



### CORRESPONSABILIDAD

compromiso efectivo.



### TRANSVERSALIDAD

trabajo intersectorial.



### PARTICIPACIÓN

valor de lo colectivo.



### INNOVACIÓN

calidad y mejora, apertura al cambio y la formación.



### ACCESIBILIDAD

desaparición de barreras.

*Fuente: Plan Turístico de Extremadura 2017-2020 (2016).*

## Acciones

El Plan Turístico de Extremadura 2017-2020 presenta **28 acciones y 82 medidas**. Se detallan a continuación las acciones por ámbito de actuación:

### GOBERNANZA

*Medidas y actuaciones de ordenación, programación u otras de carácter general que inciden en destinos y productos, participadas y consensuadas con los distintos actores implicados.*

1. Impulso a la planificación y gestión turística
2. Modernización de oficinas de turismo y otras infraestructuras turísticas de apoyo
3. Consolidación del Plan Concertado de Promoción Turística

### COMPETITIVIDAD

*Medidas y actuaciones para mejorar la posición en el mercado respecto a productos y destinos competidores.*

4. Ordenación de los recursos turísticos
5. Impulso de nuevas iniciativas turísticas
6. Adaptación a la demanda
7. Especialización en el sector turístico, partiendo de la detección de necesidades previas

### INNOVACIÓN

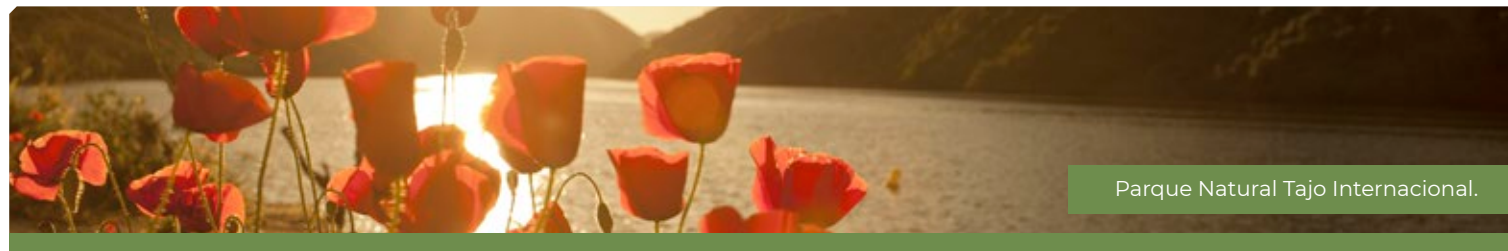
*Medidas y actuaciones para incluir novedades y desarrollos en los procesos y productos.*

8. Optimización de la Plataforma online de Turismo de Extremadura
9. Impulso de aplicaciones móviles
10. Impulso a las redes sociales
11. Impulso de las TICS en las empresas turísticas extremeñas
12. Generación y transferencia de inteligencia turística

### COMERCIALIZACIÓN

*Medidas y actuaciones que apoyen y estimulen la venta de productos turísticos.*

13. Paquetización de productos y servicios turísticos
14. Identificación y mejora de los canales de comercialización
15. Mejora de la comercialización
16. Fidelización e incentivos





## PROMOCIÓN

*Medidas y actuaciones para la difusión y comunicación de productos y destinos.*

- 17. Impulso de la marca de Turismo de Extremadura
- 18. Promoción en mercados prioritarios y exteriores
- 19. Plan de marketing nacional e internacional
- 20. Prescripción del destino Extremadura
- 21. Promoción del turismo interno

## COOPERACIÓN

*Medidas y actuaciones de coordinación entre agentes con competencias en turismo y/o en áreas afines y complementarias.*

- 22. Cooperación para la puesta en valor turístico de los recursos en el territorio
- 23. Coordinación público-privada de transferencia de conocimiento, información y buenas prácticas

## CALIDAD

*Medidas y actuaciones para la mejora de la prestación de servicio y la mejora organizativa de los establecimientos turísticos, incluyendo la responsabilidad social corporativa.*

- 24. Promoción de la participación ciudadana en la mejora y embellecimiento estético del entorno turístico y en la puesta en valor de la arquitectura popular
- 25. Fomento de la calidad de la oferta turística

## SOSTENIBILIDAD

*Medidas y actuaciones que garanticen la explotación turística del entorno sin comprometer sus características y necesidades futuras.*

- 26. Concienciación de los valores sostenibles en el turismo
- 27. Extremadura “auténtica y slow”
- 28. Identificación y reconocimiento de recursos turísticos sostenibles

*Fuente: Plan Turístico de Extremadura 2017-2020 (2016).*



## Apuesta por la sostenibilidad turística

El Gobierno de España, a través de la Secretaría de Estado de Turismo, ha trabajado la Estrategia de Turismo Sostenible 2030: una agenda nacional que pretende impulsar los tres pilares de la sostenibilidad: socioeconómica, medioambiental y territorial.

Para abordar esta agenda la estrategia proyecta una visión de cómo será el mundo en 2030:

### ¿CÓMO SERÁ EL MUNDO EN 2030?



1. **Crecimiento de la población mundial** hasta alcanzar los 8.600 millones de personas en 2030.



4. Las **ciudades** continuarán siendo **foco de atracción** de personas en todo el mundo, que crecerán hasta competir en relevancia con los Estados.



2. **Cambios en las estructuras demográficas**, con especial atención a la existencia de una gran clase media más joven, donde la mujer cobra especial relevancia. En consecuencia, los mercados serán más diversos: en edad, en procedencia, en preferencias, etc.



5. La **tecnología** será **clave** en 2030: un mundo más automatizado donde la conectividad, la velocidad, la innovación y la calidad serán factores de éxito para proyectar bienes y servicios de mayor valor añadido, más flexibles y personalizados.



3. **Cambios en las estructuras de poder económico y geopolítico** se habrá trasladado previsiblemente a oriente con población más joven, en contraposición a la previsión de una población más envejecida en occidente.



6. El **cambio climático** sigue constituyendo la gran preocupación mundial: las actividades humanas son devoradoras de recursos naturales y estos procesos deterioran hábitats y ecosistemas a causa de los cambios en el clima que provocan.

Fuente: Directrices Generales de la Estrategia de Turismo Sostenible 2030. Gobierno de España, (2019).

## Estrategia de Turismo Sostenible 2030

### Misión:

Contribuir desde el turismo a construir una sociedad mejor, más próspera, igualitaria e inclusiva, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de Naciones Unidas.



Puede consultar el documento *“El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible”* en el enlace siguiente:  
<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417766>

### Principios:

1. Crecimiento socioeconómico
2. Preservación de los valores naturales y culturales
3. Beneficio social
4. Participación y gobernanza
5. Adaptación permanente
6. Liderazgo

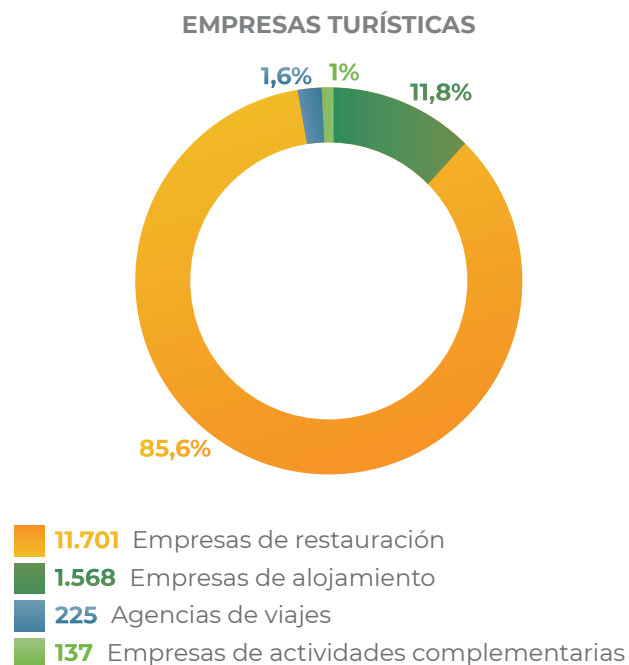
### Ejes de actuación:



### 3. TURISMO DE EXTREMADURA: PRINCIPALES MAGNITUDES

#### Oferta

Según datos del Registro de Empresas y Actividades Turísticas de la Dirección General de Turismo en diciembre de 2018, se contabilizaban **13.631 empresas turísticas**, 318 empresas más que las registradas en el ejercicio anterior.



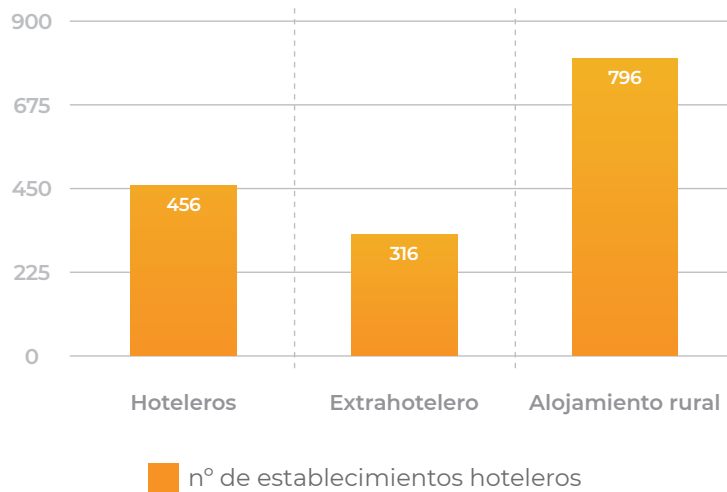
Fuente: Registro de Empresas y Actividades Turísticas.  
Dirección General de Turismo. Junta de Extremadura (Diciembre 2018).



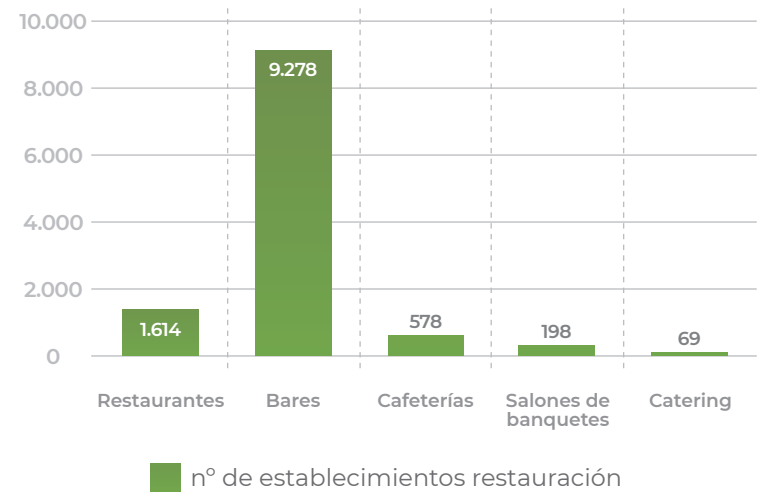
El número de establecimientos de **alojamiento** en Extremadura, en diciembre de 2018, ascendía a 1.568 establecimientos que cuentan con un total de 42.781 plazas, de los cuales 456 son establecimientos hoteleros con capacidad de 19.549 plazas, 316 son establecimientos extrahoteleros con 9.580 plazas y 796 se corresponde con alojamientos rurales con 13.652 plazas.

La región contabiliza 11.701 establecimientos de **restauración** que cuentan con 233.087 plazas (sin contar bares), de los cuales aproximadamente el 80% son bares, el 14% son restaurantes y el 6% restante se corresponde con cafeterías, salones de banquetes y catering.

#### OFERTA TURÍSTICA: ALOJAMIENTO



#### OFERTA TURÍSTICA: RESTAURACIÓN



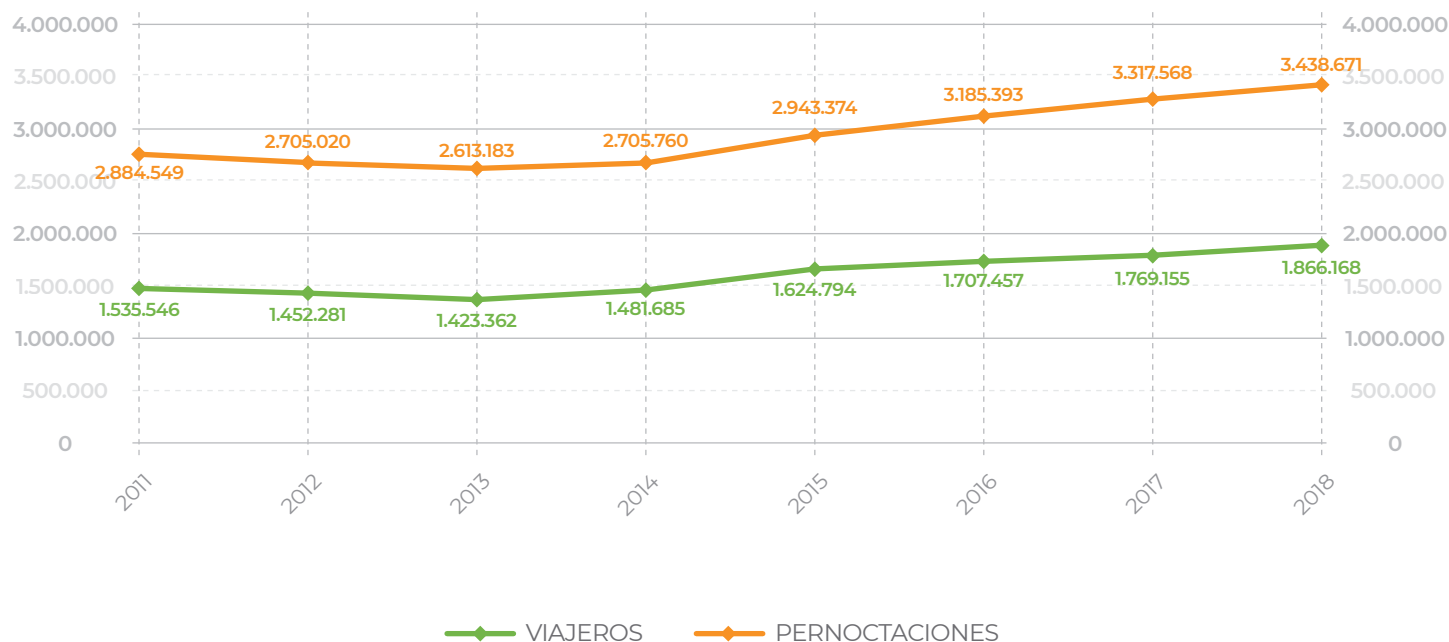
Fuente: Registro de Empresas y Actividades Turísticas. Dirección General de Turismo. Junta de Extremadura (Diciembre 2018).



## Demanda

El número total de viajeros totales alcanzó en 2018 la cifra de 1.866.168 turistas, obteniendo un incremento del +5,48% sobre el año anterior. Respecto a las pernoctaciones en 2018 se sigue creciendo por encima de los 3 millones de plazas ocupadas, alcanzadas por primera vez en 2016. En 2018, con 3.438.671 plazas ocupadas totales, supone un aumento del +7,95% frente a la cifra alcanzada en 2017 de 3.317.568 pernoctaciones, es decir, 253.278 plazas ocupadas más.

### VIAJEROS Y PERNOCTACIONES TOTALES



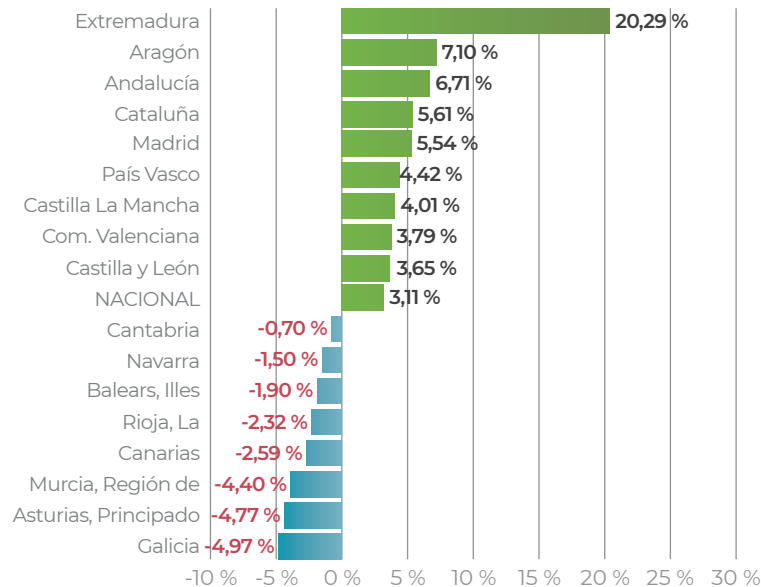
Fuente: INE. Datos definitivos 2011-2017 y provisionales 2018 y elaboración propia.

Con referencia al **turismo internacional**, éste alcanza un volumen de 314.992 turistas alojados en hoteles, esto es un incremento del +11,17% respecto al año anterior y 31.640 turistas más. Por otra parte, las pernoctaciones reflejan datos también muy positivos, alcanzando las 507.905 pernoctaciones, lo que supone lograr un aumento del

+14,03% sobre el número de pernoctaciones del año anterior.

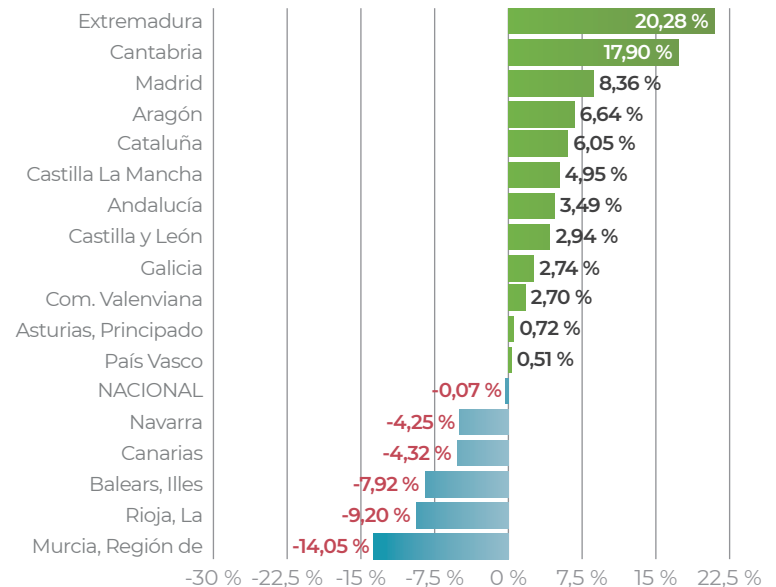
Desde diciembre de 2018, **Extremadura lidera el crecimiento internacional** en términos porcentuales, ocupando la primera posición por comunidades autónomas en el primer trimestre de 2019, tanto en viajeros como en pernoctaciones.

### Ranking por comunidades Evolución % VIAJEROS INTERNACIONALES hoteleros 1º trimestre 2019/18



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE 2018 definitivos, provisional 2019.

### Ranking por comunidades Evolución % PERNOCTACIONES INTERNACIONALES hoteleros 1º trimestre 2019/18



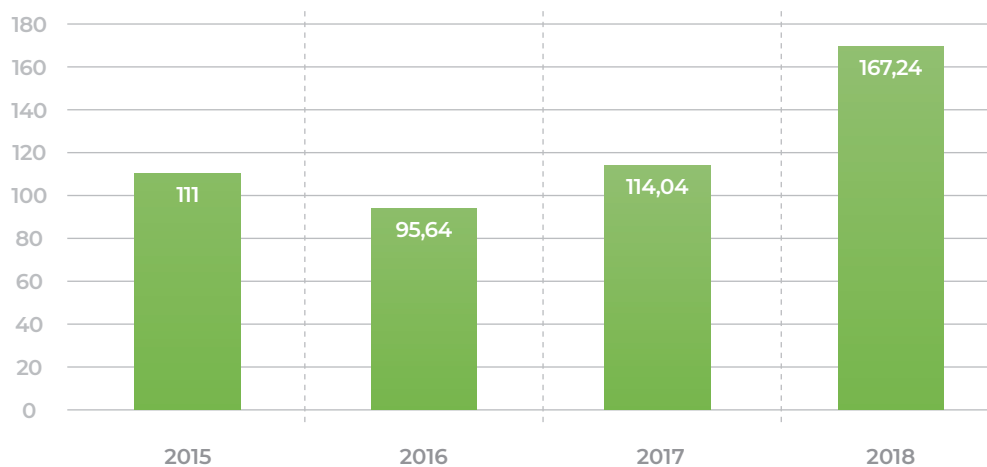
Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE 2018 definitivos, provisional 2019.

## Gasto turístico

Considerando los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) a través de la Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR), el **gasto turístico total del turismo internacional**, en millones de euros, ha ido evolucionando positivamente en todas las comunidades autónomas. En el plano nacional, desde el 2015 al 2018 ha aumentado en 22.598,45 millones de euros, pasando de un total de 67.258 en 2015 a los 89.856,45 millones de euros en 2018.

En la comunidad autónoma de Extremadura, en el mismo periodo antes referido, el gasto turístico internacional aumentó 56,24 millones de euros, de 111 millones de euros en 2015 a 167,24 millones de euros en 2018.

**EVOLUCIÓN DEL GASTO TURÍSTICO INTERNACIONAL EN EXTREMADURA**  
(en millones de euros)



*Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE definitivos 2015- 2017 y provisionales 2018.*

En cuanto al **gasto medio diario por persona**, tanto el Total Nacional como en Extremadura observan un crecimiento tendencial positivo desde 2016.

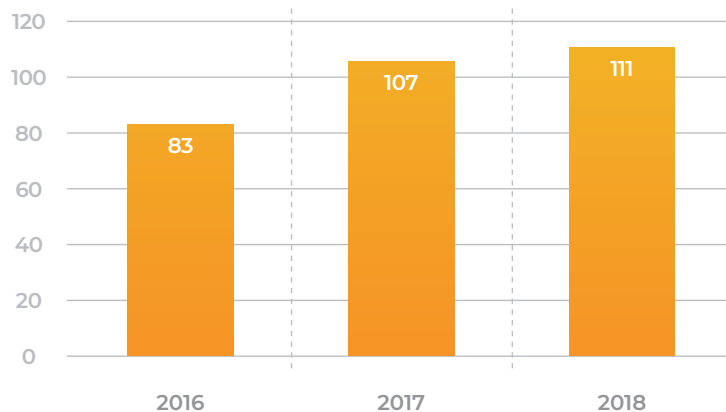
En el Total Nacional, el gasto medio diario por persona en este periodo de tiempo aumentó una media de 16 €, pasando de los 130 € a los 146 € del 2018, mientras que, en Extremadura, el

incremento fue mayor pasando de los 83 € del año 2016 a los 111 € del 2018, lo que significa un aumento de 28 € de media del gasto medio diario por persona.

En cuanto al **gasto medio por persona**, se observa un ligero aumento en Extremadura en este periodo, pasando de los 452 € del año 2016, a los 455 € en 2018, tras un retroceso en 2017.

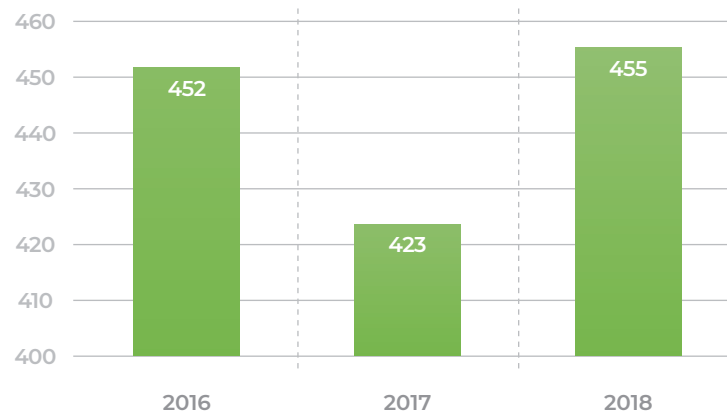
#### GASTO MEDIO DIARIO POR PERSONA EN EXTREMADURA

(en euros)



#### GASTO MEDIO POR PERSONA EN EXTREMADURA

(en euros)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE definitivos 2015- 2017 y provisionales 2018.

Respecto al volumen de gasto total nacional de los **turistas internacionales según la vía de acceso**, éste se produce mayoritariamente por avión, seguido del acceso por carretera con un total para el mismo año de 7.557,34 millones de euros y del transporte en tren. En última posición se encuentra el barco con una cifra de 2.174,35 millones de euros.





Rutas Gastronómicas de Extremadura.

EXTREMADURA  
**Gourmet**



## Empleo turístico

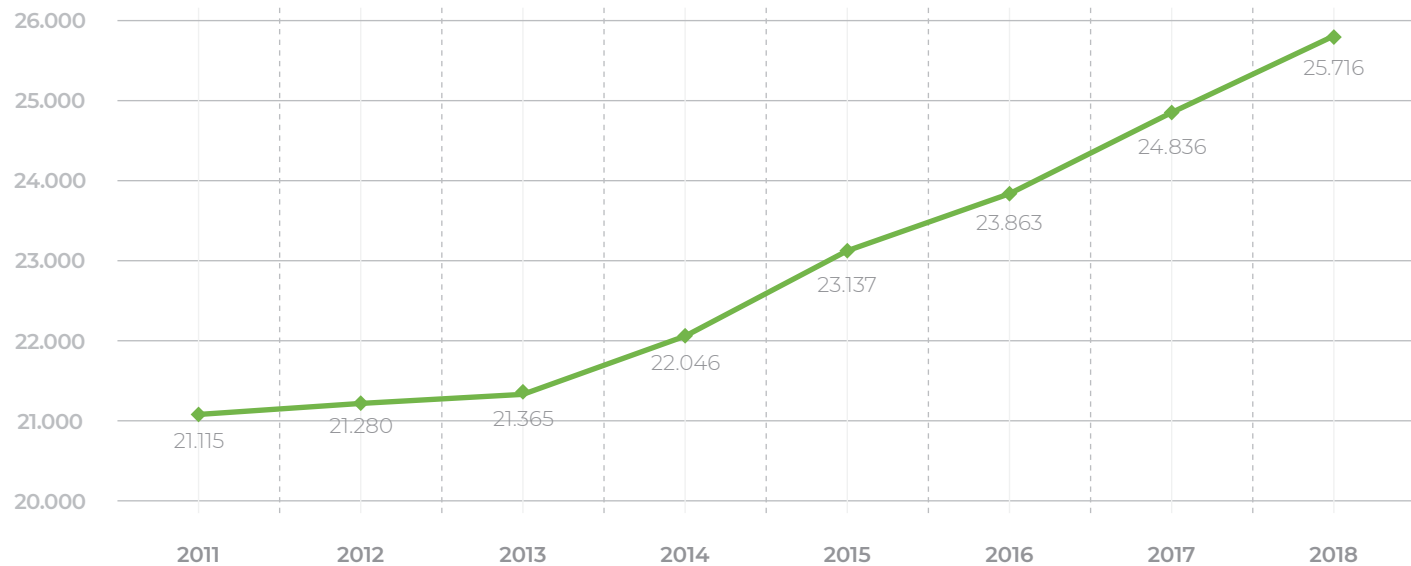
En el primer trimestre de 2019, el sector del turismo ha generado 36.902 empleos directos e indirectos en Extremadura, según la Encuesta de Población Activa.

Respecto a los datos proporcionados por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social, y considerando los CNAE directamente vinculados al sector turístico, el número de afiliados en la Seguridad Social asciende en 2018 a 25.726 personas. Se alcanzan prácticamente 880 afiliados más que en 2017 o 3.700 afiliados más que en media anual de 2014.

En términos porcentuales, significa un incremento con respecto al año anterior del +3,54%.

### NIVEL DE TRABAJADORES AFILIADOS EN EL SECTOR TURÍSTICO 2011-2018:

Servicios de Alojamiento, Servicios de Comida y bebida, Agencias de viaje y Operadores. CNAE (55, 56, 791, 799)



Fuente: Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Datos definitivos 2011-2017 y provisionales 2018 y elaboración propia.

## 4. PRINCIPALES MERCADOS EMISORES DE TURISMO DE EXTREMADURA 2017

### Mercados nacionales

Los **mercados prioritarios** son aquellos que superan los 100.000 turistas alojados a lo largo del año en el conjunto de los establecimientos turísticos de la región: Madrid, Extremadura, Andalucía y Castilla y León. Estos mercados aglutinaron el 69,56% del total nacional con 1.032.767 turistas alojados o viajeros en 2017.

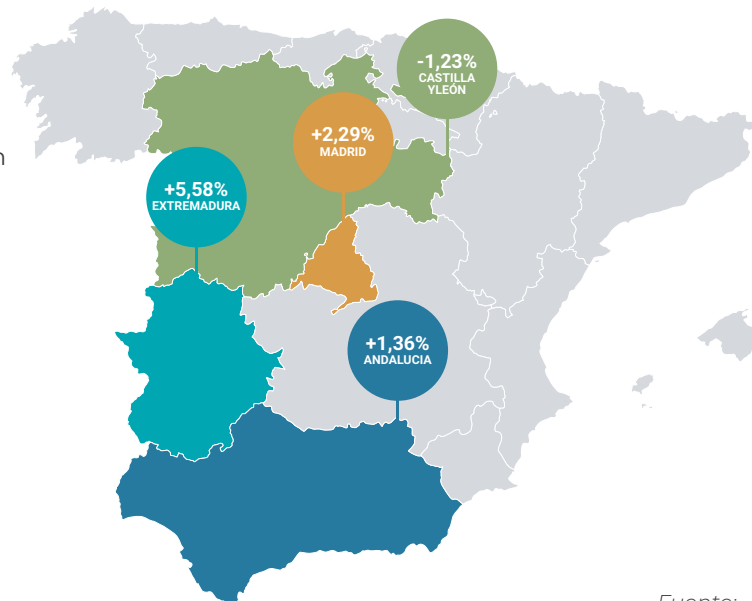
Si en 2016 el segundo mercado en importancia por volumen de viajeros era Andalucía, en 2017 lo es la propia Extremadura, que alcanza la segunda posición del ranking con 360.182 turistas nacionales alojados, seguido de Andalucía con 278.893 viajeros. Madrid sigue siendo el primer mercado emisor con 352.123 turistas alojados nacionales. El cuarto mercado es Castilla y León, con 100.379 viajeros alojados.

En el mapa se puede observar la variación porcentual en 2018 respecto a 2017.

Los mercados emisores que se sitúan entre 50.000 y 100.000 viajeros, pertenecen la categoría de **mercados de alto interés**. En 2017 los mercados son País Vasco, Castilla La Mancha, Cataluña y la Comunidad Valenciana. Todos ellos suponen el 17,90% del total nacional con 265.959 turistas alojados.

| MERCADOS EMISORES    | TURISTAS ALOJADOS EXTRANJEROS 2017 | TURISTAS ALOJADOS EXTRANJEROS 2016 | % VARIACIÓN 17/16 |
|----------------------|------------------------------------|------------------------------------|-------------------|
| País Vasco           | 78.378                             | 78.422                             | -0,06%            |
| Castilla La Mancha   | 72.987                             | 72.303                             | 0,95%             |
| Cataluña             | 64.102                             | 66.765                             | -3,99%            |
| Comunidad Valenciana | 50.492                             | 52.884                             | -4,52%            |
| Resto Mercados Nac.  | 187.000                            | 187.560                            | -0,30%            |
| Total                | 1.485.803                          | 1.456.746                          | 1,99%             |

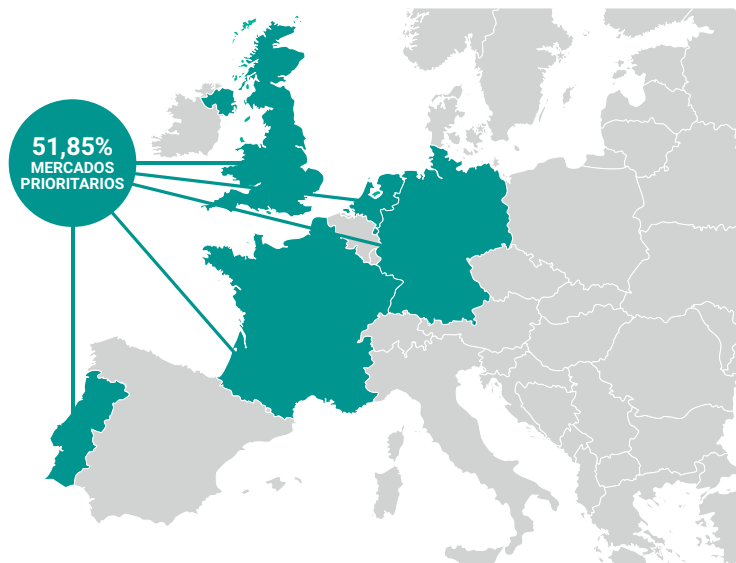
Fuente: Elaboración propia a partir de datos INE 2017 definitivos



Fuente:  
Estudio Principales  
Mercado Emisores para Extremadura (2018).  
Observatorio de Turismo de Extremadura.

## Mercados internacionales

Los **mercados prioritarios** representan el 51,85% del total de turistas extranjeros alojados en 2017 en el conjunto de establecimientos hoteleros, campings, apartamentos turísticos y alojamiento rural, con un volumen de 146.923 viajeros alojados en 2017. Pertenecen a esta categoría Portugal, Francia, Reino Unido, Alemania y Países Bajos.



Fuente: Estudio Principales Mercado Emisores para Extremadura (2018). Observatorio de Turismo de Extremadura.

Los **mercados de alto interés** son mercados que, sin alcanzar las cifras de viajeros del grupo de los mercados prioritarios se consideran muy importantes para el destino Extremadura. En 2017 representan con 25.918 turistas alojados, el 6,76%. A esta categoría pertenecen los mercados emisores de Italia, Estados Unidos y Bélgica.

| EXTREMADURA  |                                                                                     | Nº TURISTAS<br>EXTRANJEROS<br>2017 | Nº TURISTAS<br>EXTRANJEROS<br>2016 | %VARIACIÓN<br>ANUAL 17/16 |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|---------------------------|
| Portugal     |  | 46.433                             | 41.100                             | 12,98%                    |
| Francia      |  | 39.765                             | 41.003                             | -3,02%                    |
| Reino Unido  |  | 22.891                             | 24.208                             | -5,44%                    |
| Alemania     |  | 20.993                             | 20.010                             | 4,91%                     |
| Países Bajos |  | 16.841                             | 18.469                             | -8,81%                    |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos INE 2016 y 2017 definitivos.

| EXTREMADURA     |                                                                                       | Nº TURISTAS<br>EXTRANJEROS<br>2017 | Nº TURISTAS<br>EXTRANJEROS<br>2016 | %VARIACIÓN<br>ANUAL 17/16 |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|---------------------------|
| Italia          |  | 10.279                             | 9.238                              | 11,27%                    |
| Bélgica         |  | 8.051                              | 7.374                              | 9,18%                     |
| Estados Unidos  |  | 7.588                              | 8.317                              | -8,77%                    |
| Resto de países |                                                                                       | 109.584                            | 80.430                             | 36,25%                    |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos INE 2016 y 2017 definitivos.

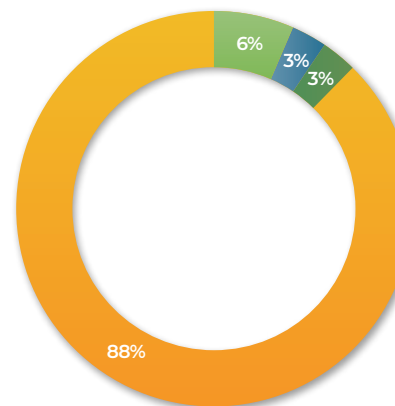
 **Portugal**

El turista portugués alojado en 2017 en los distintos establecimientos de alojamientos turísticos de Extremadura presenta una distribución media mensual a lo largo del año en torno al 8% de su volumen total. Si bien, se observan descensos en los meses de enero y noviembre y aumentos durante los meses de abril y agosto, concentrando este último el 14% de su volumen total.

Atendiendo a la tipología del establecimiento destaca de manera prioritaria el alojamiento hotelero, que concentró, en 2017, el 88% del alojamiento total procedente de este mercado emisor seguido del alojamiento rural con el 6%.

■ Hoteleros ■ Campings ■ Aloj. rural ■ Ap. turísticos

**Distribución porcentual de los estratos de alojamiento mercado portugués (2017)**

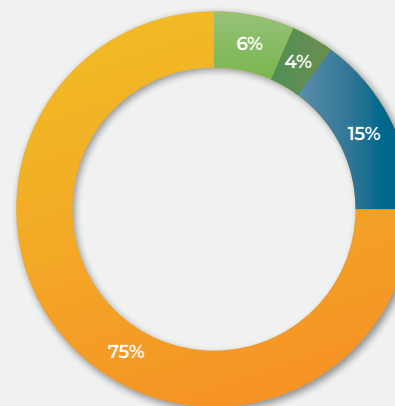
 **Francia**

El turista francés alojado en Extremadura durante 2017 presenta una cierta irregularidad a lo largo de los meses del año, con valores que fluctúan en torno al 3%, al inicio y final de año, hasta cifras muy superiores registradas en los meses de julio y agosto, del 16 y 21% respectivamente..

Por tipología del establecimiento mayormente demandado por el turista francés en 2017 es el hotelero, con el 75%.

■ Hoteleros ■ Campings ■ Aloj. rural ■ Ap. turísticos

**Distribución porcentual de los estratos de alojamiento mercado francés (2017)**





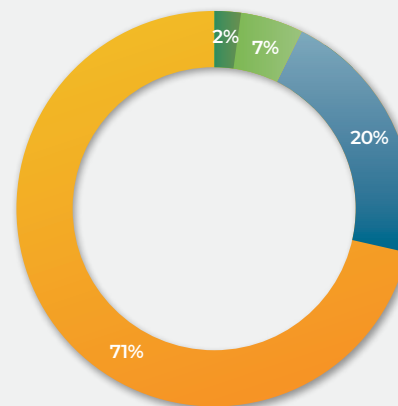
## Reino Unido

La distribución del turista inglés alojado en los diferentes establecimientos turísticos de Extremadura en 2017, presenta una importante concentración en dos franjas del año: una entre abril y junio, concentrando el 33% y otra entre agosto y octubre con el 37%.

A lo largo del año 2017, el turista inglés concentra su alojamiento en el segmento hotelero en un 71%.

■ Hoteleros
 ■ Campings
 ■ Aloj. rural
 ■ Ap. turísticos

Distribución porcentual de los estratos de alojamiento mercado de Reino Unido (2017)



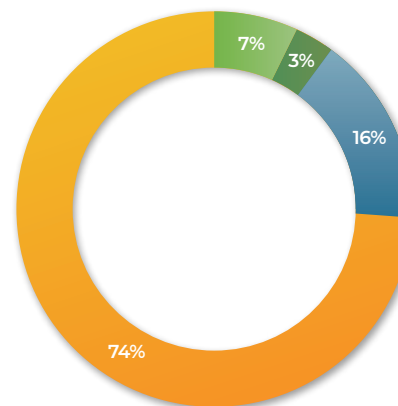
## Alemania

El turista alemán mantiene una concentración durante el periodo comprendido entre los meses de marzo y abril, con cerca del 31% de su volumen total de turistas alojados, seguido del 26% de su volumen, en el periodo de septiembre y octubre.

En 2017, el turista alemán presenta en Extremadura una mayor concentración por alojamiento hotelero, representando este segmento el 74% sobre el conjunto del alojamiento del turismo alemán.

■ Hoteleros
 ■ Campings
 ■ Aloj. rural
 ■ Ap. turísticos

Distribución porcentual de los estratos de alojamiento mercado alemán (2017)





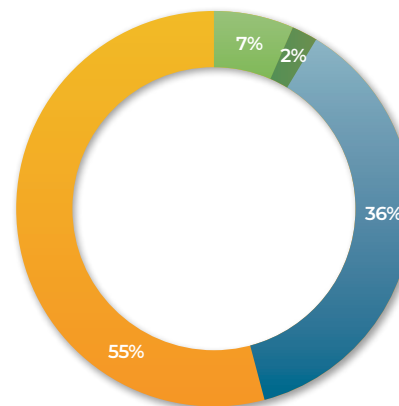
## Países Bajos

El turista holandés concentra los mayores volúmenes de su alojamiento turístico en Extremadura en dos periodos del año: abril, mayo y junio, con el 43% de su volumen de alojamiento total y, el periodo comprendido entre mediados de agosto hasta finales de octubre, periodo que representa algo más del 34%.

El turista holandés se aloja preferentemente en el segmento hotelero, un 55%. Sin embargo, el alojamiento en campings supone el segundo en importancia, con el 36% del total, siendo el primer mercado emisor por volumen de viajeros en esta tipología de alojamiento.

 Hoteleros  Campings  Aloj. rural  Ap. turísticos

Distribución porcentual de los estratos de alojamiento mercado de los Países Bajos (2017)



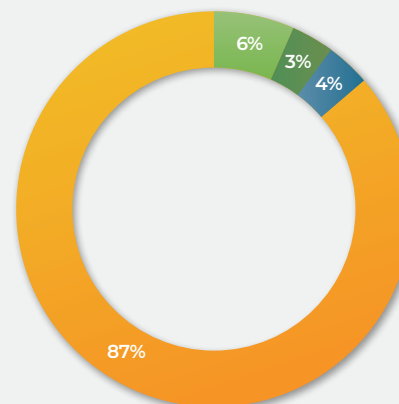
## Italia

El turista italiano presenta dos picos importantes a lo largo del año, el mes de agosto, el cuál concentra un volumen cercano al 18% del conjunto de los turistas y el mes de mayo con cerca del 14% del alojamiento total del turista italiano.

El turista italiano utiliza predominante el segmento hotelero, supone el 87% del alojamiento total.

 Hoteleros  Campings  Aloj. rural  Ap. turísticos

Distribución porcentual de los estratos de alojamiento mercado italiano (2017)



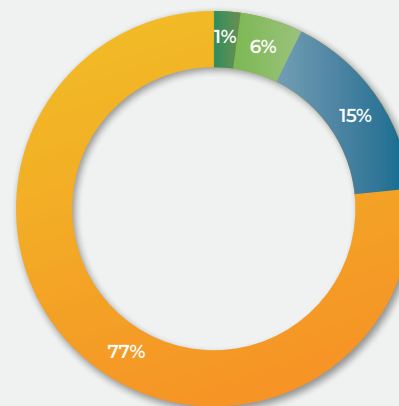
## Bélgica

El turista belga concentra su estancia en los meses estivales, representando cerca del 45%. Cabe destacar también los meses de abril y mayo, periodo que viene alcanzando volúmenes próximos al 23% del alojamiento del turista belga en la región.

El turista belga alojado en Extremadura en 2017 prefiere el segmento hotelero, donde se concentra el 77% de los alojamientos, seguido del camping, estrato de alojamiento que absorbe el 16%.

 Hoteleros  Campings  Aloj. rural  Ap. turísticos

Distribución porcentual de los estratos de alojamiento mercado belga (2017)



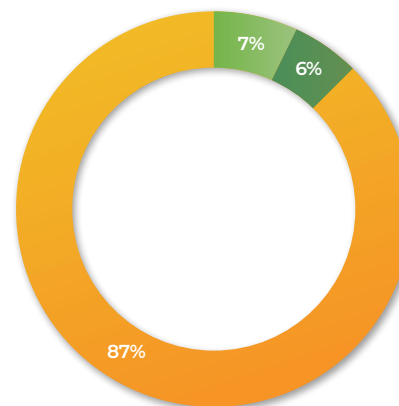
## Estados Unidos

Los meses de mayo y junio concentra alrededor del 28% de los viajeros estadounidenses que deciden alojarse en Extremadura a lo largo del año. Por importancia le sigue el periodo comprendido entre los meses de septiembre y octubre, con cerca del 22%.

Por tipología de alojamiento el segmento hotelero es sin duda el más demandado por el turista estadounidense, con el 87% del total. Muy distante, le sigue la tipología del alojamiento rural, con el 7%.

 Hoteleros  Aloj. rural  Ap. turísticos

Distribución porcentual de los estratos de alojamiento mercado de Estados Unidos (2017)



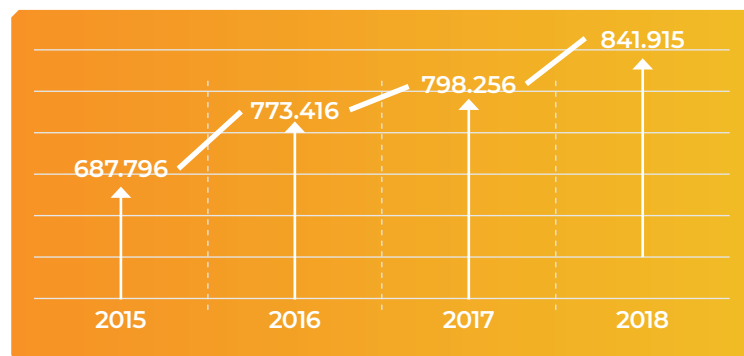
## 5. TURISMO EN LAS PRINCIPALES CIUDADES DE EXTREMADURA

La importancia del volumen de viajeros que concentran las cuatro ciudades estudiadas dentro del conjunto de la totalidad de Extremadura es clave al analizar la distribución de la demanda de turistas alojados en los establecimientos turísticos de la región. Así, sólo en referencia al segmento hotelero, el **58,14% de la totalidad de turistas** que en 2018 se

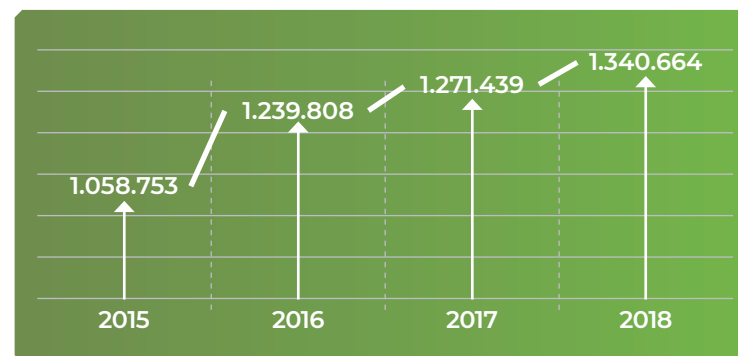
alojaron en algún establecimiento del segmento hotelero, lo hicieron en establecimientos ubicados en alguna de estas cuatro ciudades: **Cáceres, Mérida, Badajoz o Plasencia**. La Encuesta de Ocupación Hotelera reporta datos positivos en 2018, afianzando así una línea de crecimiento positiva, tanto en número de viajeros como de pernoctaciones:

### Viajeros y pernoctaciones en establecimientos hoteleros de ciudades 2015-2018

#### VIAJEROS



#### PERNOCTACIONES



Fuente: Proyecto Ciudades de Extremadura. EOH, INE. Datos definitivos 2015 y 2016 y provisionales 2017.

La ciudad de Cáceres es quien absorbe el mayor volumen de turistas alojados, seguido de Mérida, Badajoz y finalmente Plasencia. Por volumen de pernoctaciones, es igualmente Cáceres el punto turístico, quien ocupa el primer lugar, seguido de Mérida. Por grandes colectivos de turistas la

mayor proporción de turistas internacionales se aloja en Badajoz, seguido de Mérida. Por el contrario, la ciudad de Plasencia es la que ha alojado en términos proporcionales, sobre su volumen total, un mayor número de turistas en el segmento hotelero de procedencia nacional.



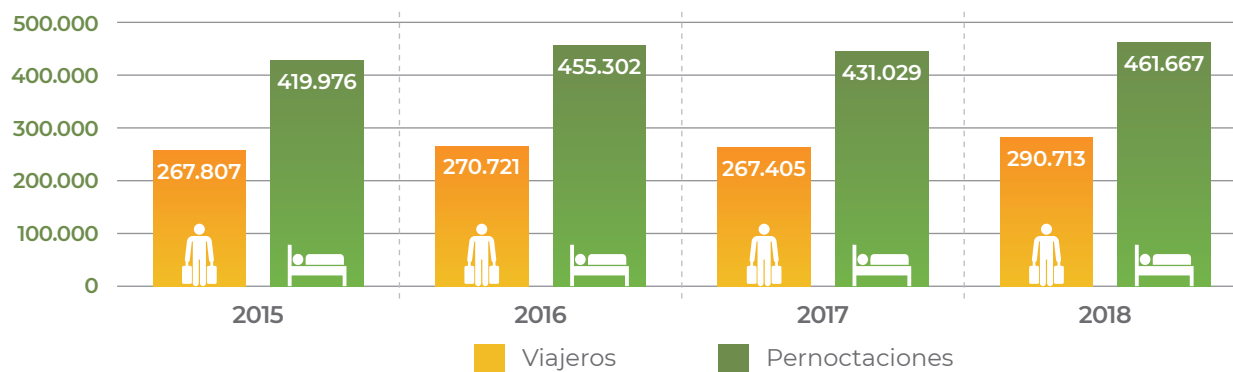
Conjunto Monumental.

Cáceres.

Autor: Hans Avontuur

## Cáceres

### EVOLUCIÓN DE VIAJEROS Y PERNOCTACIONES

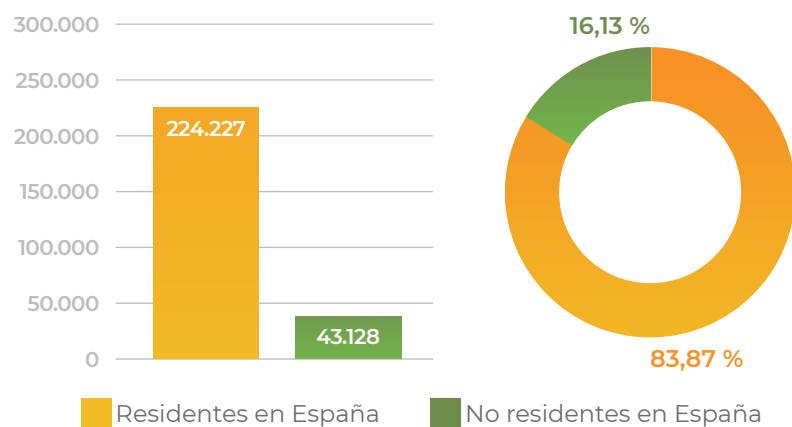


**8,72**
  
 % Variación
   
 18/17

**7,11**
  
 % Variación
   
 18/17

Fuente: Proyecto Ciudades de Extremadura. EOH, INE. Datos definitivos 2015, 2016 y 2017 y provisionales 2018.

### TIPOLOGÍA DEL TURISTA ALOJADO EN CÁCERES (2017)



### PRINCIPAL MERCADO EMISOR INTERNACIONAL (2017)



En la ciudad de Cáceres, el mercado principal en el 2017, es el **mercado francés** con un porcentaje del 24,67%





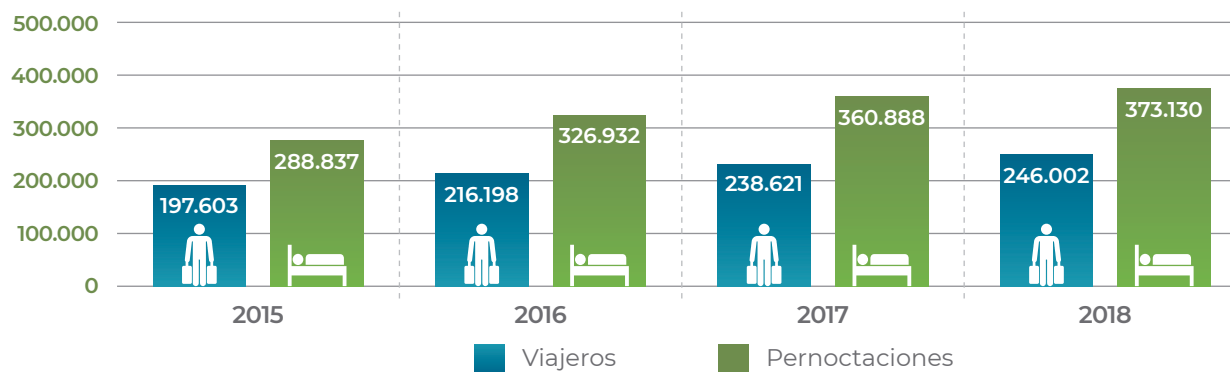
Conjunto Monumental.

Cáceres.



## Mérida

### EVOLUCIÓN DE VIAJEROS Y PERNOCTACIONES

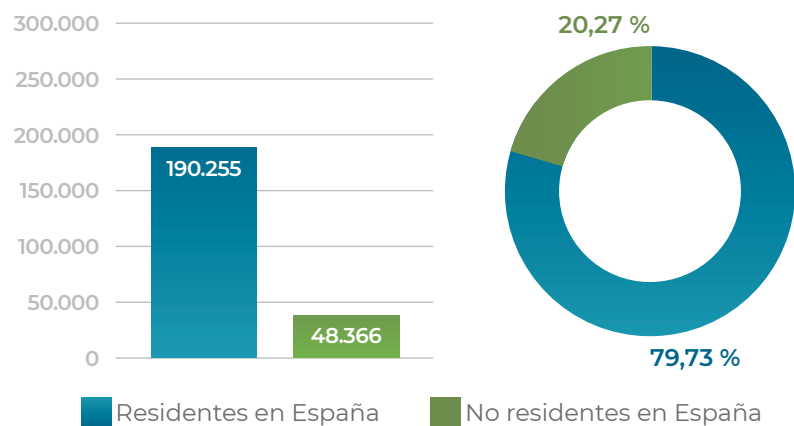


↑  
**3,09**  
% Variación  
18/17

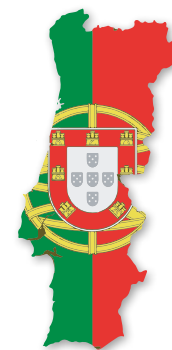
↑  
**3,39**  
% Variación  
18/17

Fuente: Proyecto Ciudades de Extremadura. EOH, INE. Datos definitivos 2015, 2016 y 2017 y provisionales 2018.

### TIPOLOGÍA DEL TURISTA ALOJADO EN MÉRIDA (2017)



### PRINCIPAL MERCADO EMISOR INTERNACIONAL (2017)



En la ciudad de Mérida, el mercado más prioritario en el 2017, es el **mercado portugués** con un porcentaje del 25,95%.



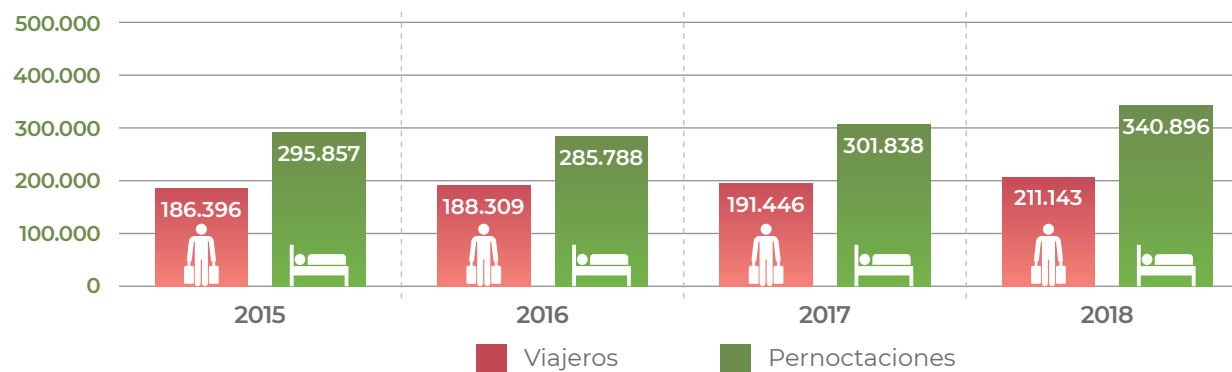
Anfiteatro romano.

Mérida.

*Autor: Hans Avontuur*

## Badajoz

### EVOLUCIÓN DE VIAJEROS Y PERNOCTACIONES

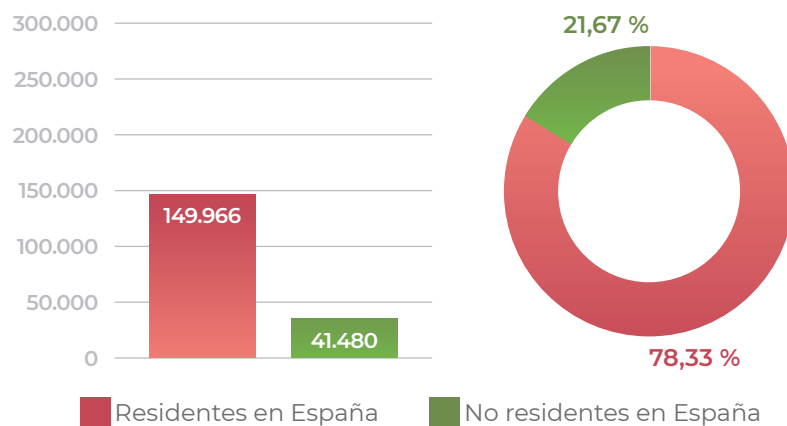


↑  
**10,29**  
% Variación  
18/17

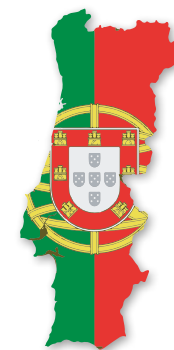
↑  
**12,94**  
% Variación  
18/17

Fuente: Proyecto Ciudades de Extremadura. EOH, INE. Datos definitivos 2015, 2016 y 2017 y provisionales 2018.

### TIPOLOGÍA DEL TURISTA ALOJADO EN BADAJOZ (2017)



### PRINCIPAL MERCADO EMISOR INTERNACIONAL (2017)



En la ciudad de Badajoz, el principal mercado en el 2017, es el **mercado portugués** con un porcentaje del 62,72%.



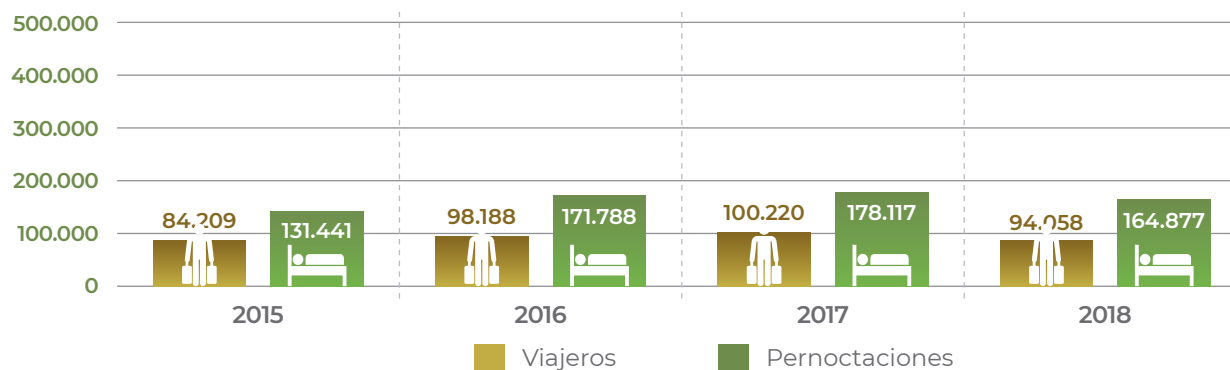
Alcazaba.

Badajoz.



## Plasencia

### EVOLUCIÓN DE VIAJEROS Y PERNOCTACIONES

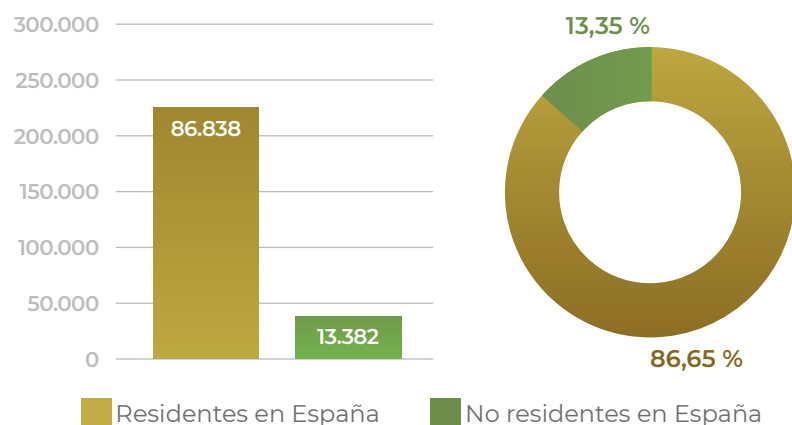


↓  
**-6,15**  
% Variación  
18/17

↓  
**-7,43**  
% Variación  
18/17

Fuente: Proyecto Ciudades de Extremadura. EOH, INE. Datos definitivos 2015, 2016 y 2017 y provisionales 2018.

### TIPOLOGÍA DEL TURISTA ALOJADO EN PLASENCIA (2017)



### PRINCIPAL MERCADO EMISOR INTERNACIONAL (2017)



En la ciudad de Plasencia, el mercado mayoritario en el 2017, es el **mercado francés** con un porcentaje del 23,66%.





Plaza de San Nicolás.

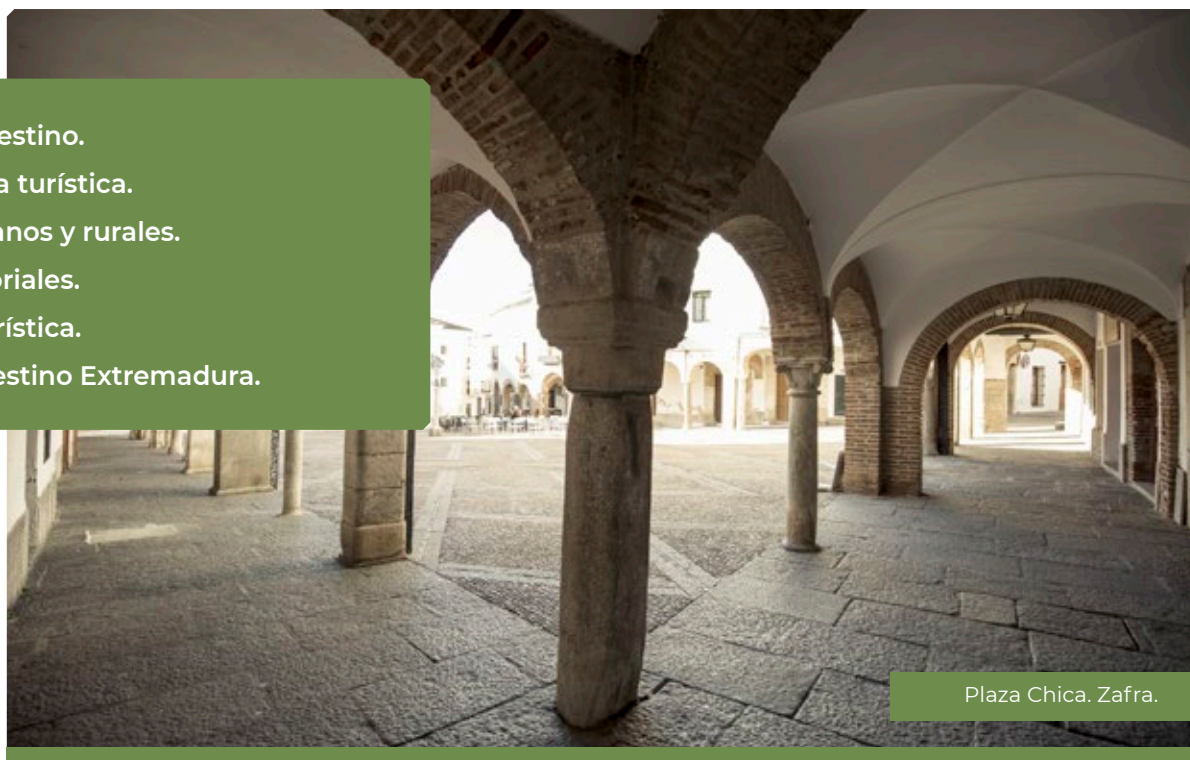
Plasencia.

## 6. PROMOCIÓN EN LOS TERRITORIOS TURÍSTICOS DE EXTREMADURA

El despliegue de las políticas turísticas hacia el territorio es un aspecto trascendental. El Plan Turístico de Extremadura 2017-2020 así lo entiende y prevé el **Análisis de productos y destinos** existentes en cada segmento para su concreción en un **Mapa territorial de productos y tipologías turísticas** para crear itinerarios globales y experienciales a medida.

Para llevar a cabo estas actuaciones, resulta fundamental asumir una estructura eficiente en el territorio que facilite la interlocución y la participación, con la finalidad de estimular el desarrollo territorial desde la generación de empleo y mitigando la despoblación de los territorios. Tras la evaluación positiva de los distintos planes de promoción territorial, se han analizado los territorios turísticos desde las siguientes variables:

1. Accesibilidad al destino.
2. Demanda y oferta turística.
3. Mix destinos urbanos y rurales.
4. Dinámicas territoriales.
5. Sostenibilidad turística.
6. Promoción del destino Extremadura.



Plaza Chica. Zafra.

En consecuencia, y siguiendo el esquema de puntos turísticos que proyecta el INE y, desde un punto de ordenación del territorio, diseño de productos turísticos diferenciados y de promoción turística en el marco de Extremadura, se podrían visualizar **4 grandes territorios turísticos**:



### Plasencia y norte de Extremadura.

Integra todo el norte de Extremadura hasta Plasencia y el entorno de la Reserva de la Biosfera de Monfragüe. Se extiende orientativamente en los territorios de Gata-Hurdes, La Vera-Jerte, Ambroz-Cáparra, Valle del Alagón y Reserva de la Biosfera de Monfragüe.



### Mérida, Badajoz y entorno.

Este territorio comprendería las subzonas turísticas de Tierra de Barros, Vegas del Guadiana, La Siberia y La Serena. También incluye a las ciudades de Badajoz y Mérida.



### Cáceres y entorno.

Esta zona englobaría la franja desde la Reserva de la Biosfera Tajo Internacional, hasta el Geoparque Mundial Villuercas-Ibores Jara. Incluiría las ciudades de Cáceres y Trujillo.



### Zafra - Sur de Extremadura.

Circunscribe las áreas de influencia de Zafra, Olivenza y Jerez de los Caballeros, así como los territorios de Tentudía y Sur de Extremadura.

No obstante, la delimitación territorial de las zonas turísticas es flexible, y podrán articularse sub zonas en base a productos y rutas turísticas que por proximidad, singularidad u oportunidad sean de utilidad al viajero. Y por supuesto, iniciativas turísticas entre los territorios de las zonas turísticas.



# 7. SEGMENTOS TURÍSTICOS DE RELEVANCIA Y POTENCIAL EN EXTREMADURA

Desde el punto de vista de la oferta podemos destacar los segmentos y nichos turísticos siguientes sobre los que se asientan los productos turísticos de Extremadura:



Fuente: Plan Turístico de Extremadura (2017-2020), Hostelur (diversas noticias) y elaboración propia.

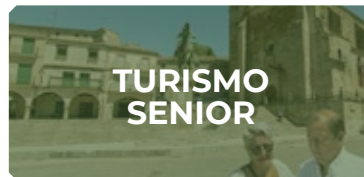
Desde el punto de vista de la demanda, se identifican los siguientes segmentos turísticos:



En colaboración con *Turespaña*, la acción promocional se dirige a la captación de dos segmentos específicos de consumidores de alta rentabilidad: los **viajeros cosmopolitas de los mercados europeos** de proximidad y los **turistas de mercados lejanos**, ambos con una contrastada capacidad de generar un elevado nivel de ingresos por turismo en destino, y trabaja, a partir de la explotación y síntesis de smart data relevantes desde la perspectiva turística, en la generación y difusión de **conocimiento turístico digital**, sobre la base de la cual diseñar y optimizar estrategias de marketing y comercialización.



Los niños son el eje central del turismo familiar, donde la decisión la condiciona más el **producto** que el destino. Se trata de un segmento que ofrece una amplia gama de productos y servicios de tipo **intergeneracional** y es compatible con el desarrollo de distintos productos en los diferentes segmentos.



El envejecimiento de la población europea y, especialmente la española, unido al aumento de la **calidad de salud** de las personas mayores de 65 años, ofrece grandes oportunidades para este perfil de turista que viaja habitualmente en pareja o en grupo.



La comunidad LGBTi (lesbianas, gays, bisexuales y transexuales) mueve más del 10% de los viajeros que se desplazan por el mundo y es responsable de más del 15% del gasto turístico total. España supone una combinación perfecta de unos altos niveles de **tolerancia y normalización**.



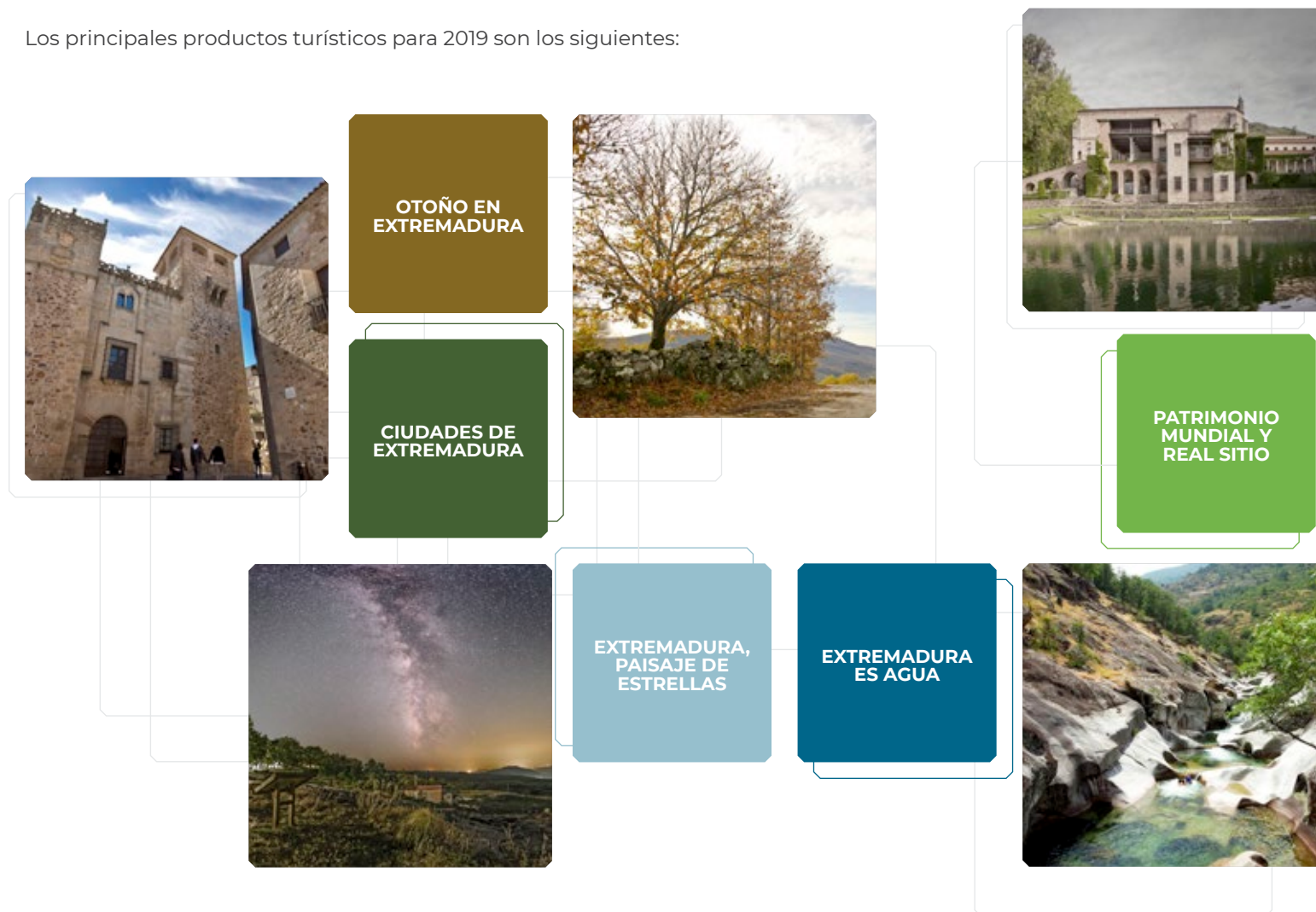
La denominada “*Generación Y*” antepone el **precio** como principal motivo de decisión a la hora de hacer reservas de alojamiento, que formalizan a través de **Internet**, considerando comentarios y referencias de terceros. Priman el descubrimiento de nuevos lugares, disfrutar de experiencias culturales y culinarias.

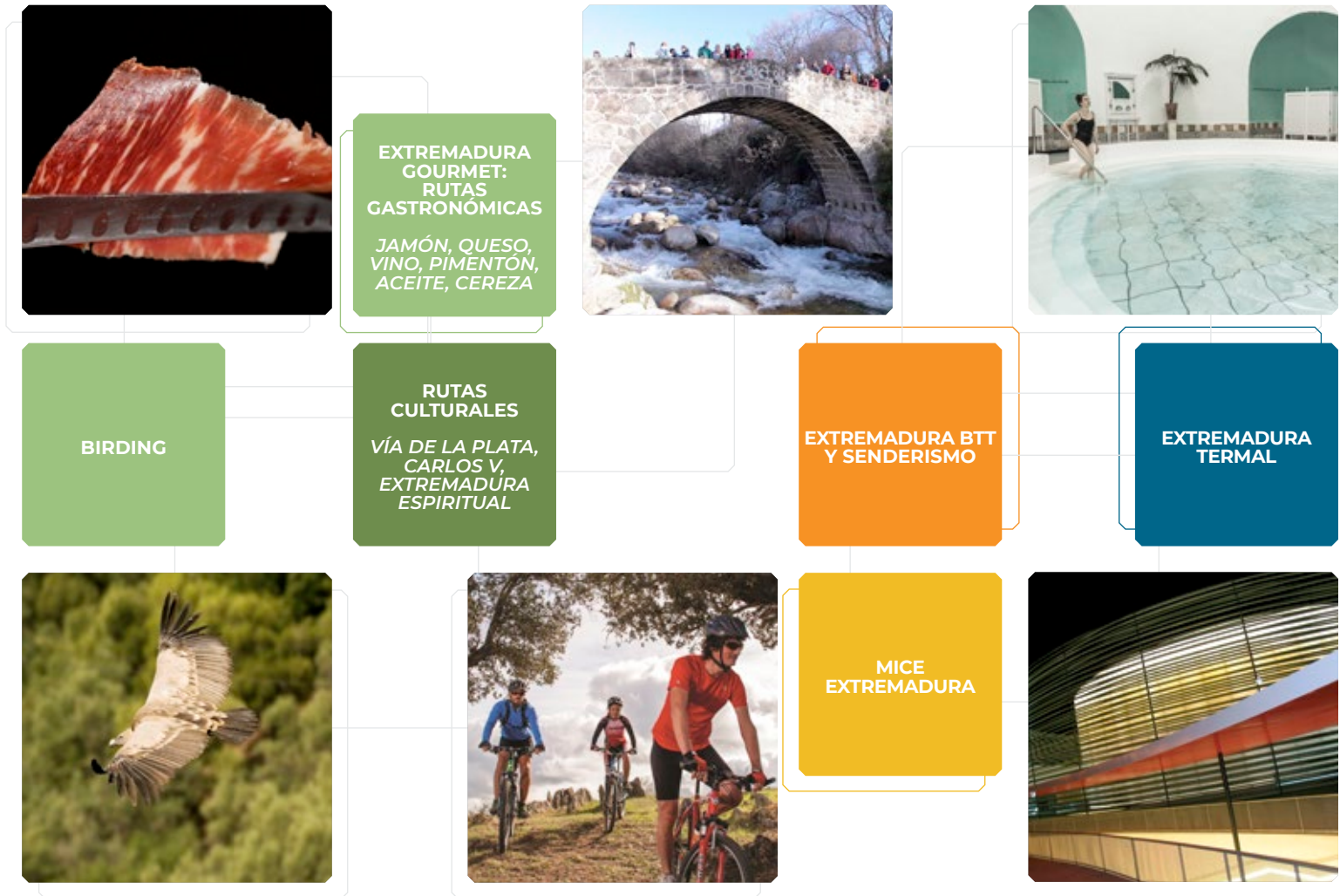
Fuente: Plan Turístico de Extremadura (2017-2020), Hostelur (diversas noticias) y elaboración propia.



## 8. PRODUCTOS TURÍSTICOS PRIORITARIOS 2019

Los principales productos turísticos para 2019 son los siguientes:





## 9. IV PLAN CONCERTADO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA 2019

### Entidades participantes

|                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <br>Extremadura<br>JUNTA DE EXTREMADURA                                         | <br>DIPUTACIÓN<br>DE BADAJOZ                                  |
| <br>DIPUTACIÓN DE CÁCERES                                                       | <br>Ayuntamiento de Badajoz                                   |
| <br>AYUNTAMIENTO<br>cáceres                                                     | <br>Ayuntamiento<br>de Mérida                                 |
| <br>Ayuntamiento de Casar de Cáceres                                            | <br>AYUNTAMIENTO DE CORIA                                     |
| <br>Ayuntamiento de Orellana La Vieja                                         | <br>red<br>Red Extremesa de<br>Desarrollo Rural             |
| <br>ADICOM<br>Asociación para el Desarrollo Integral de la Comarca Alentejana | <br>ADEME                                                   |
| <br>CEDER<br>EXTREMADURA                                                      | <br>D.I.U.R.<br>Desarrollo Integral<br>del Valle del Ródano |

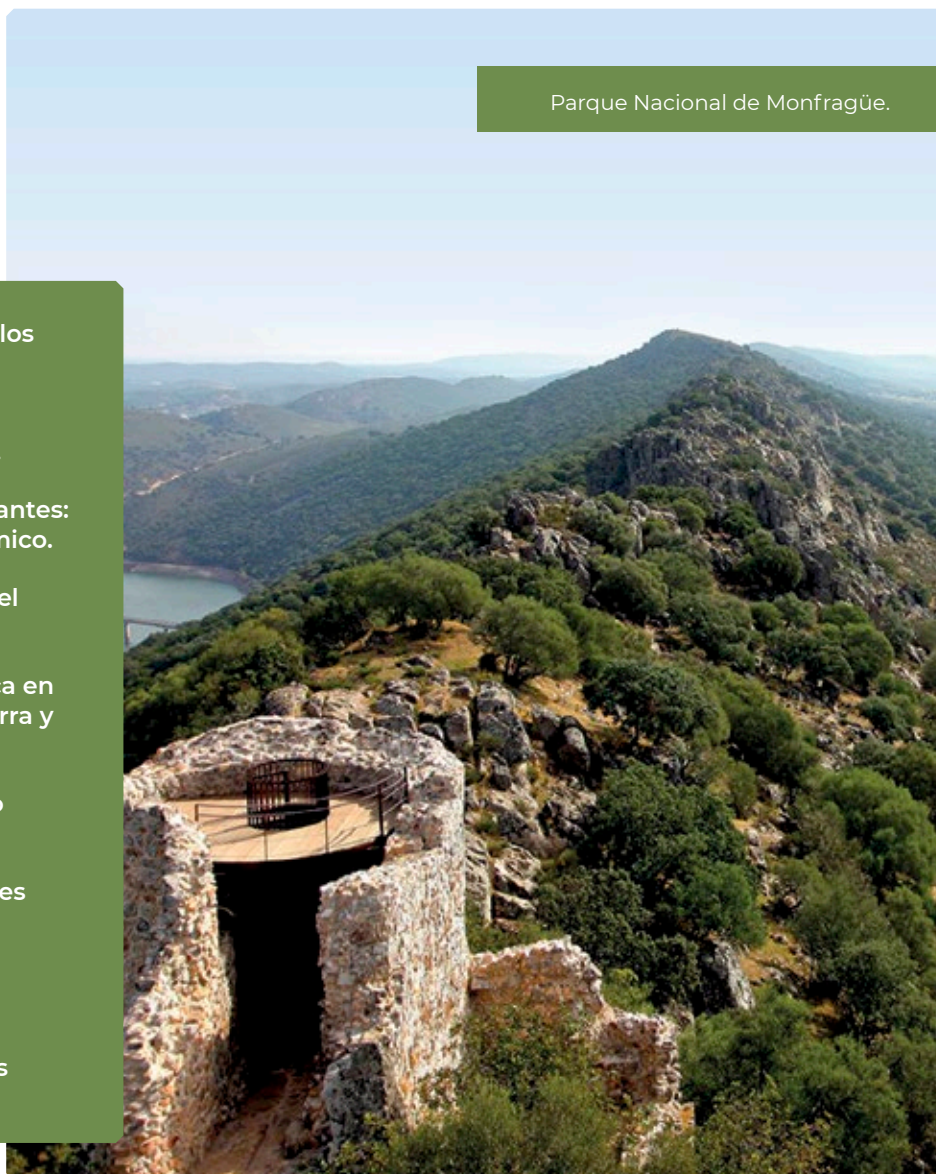
### Objetivos

- 1. Afianzar el **Destino Extremadura** en el mercado nacional e internacional.
- 2. Optimizar los recursos de las Administraciones y las asociaciones empresariales.
- 3. Racionalizar las actividades de promoción.
- 4. Consolidar una **línea de trabajo** entre el sector público y el privado.
- 5. Constituir una herramienta de comunicación para todas las **partes interesadas en el turismo** de Extremadura.
- 6. Impulsar la **participación del sector profesional turístico** para la mejora de la comercialización de sus servicios y productos, promoviendo así nuevas oportunidades y alianzas.
- 7. Contribuir a la **creación de valor para el sector turístico**, apostando por acciones orientadas a la captación de segmentos específicos de alta rentabilidad: turistas cosmopolitas europeos y los turistas de mercados lejanos.

## Características del IV Plan Concertado de Promoción Turística 2019

- Apuesta por Fam Trips y Press Trips en los mercados internacionales prioritarios.
- Impulso de acciones y presencias en mercados internacionales de alto interés.
- Presencia en las ferias nacionales relevantes: especial atención al segmento gastronómico.
- Articulación de planes de medios para el impulso del turismo interno y nacional.
- Diseño de planes de promoción turística en los territorios La Vera-Jerte, Ambroz-Cáparra y Sur de Extremadura.
- Promoción del Birding como segmento estratégico del turismo de Extremadura.
- Incremento de las acciones on line: redes sociales, vídeos, apps...
- Impulso de acciones de promoción y dinamización de rutas turísticas.
- Acciones de promoción de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad.

Parque Nacional de Monfragüe.





## Metodología

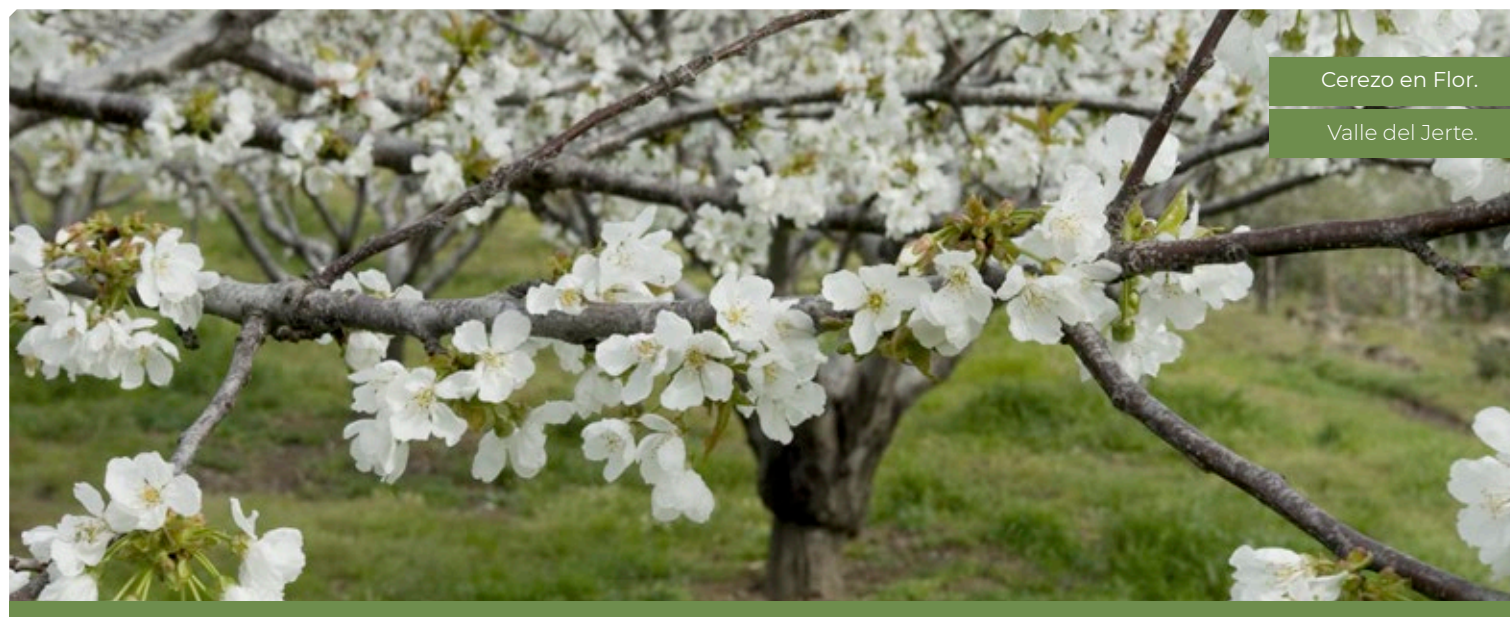
El Plan Turístico de Extremadura 2017-2020 establece para el ámbito de actuación de Gobernanza, la acción ***“Consolidación del Plan Concertado de Promoción Turística”***. Concretamente, se dispone una única medida ***“Redacción de procedimientos operativos para la gestión del Plan Concertado de Promoción Turística”***.

El Plan Concertado de Promoción Turística de Extremadura ha demostrado ser una útil herramienta de coordinación para la denominada Administración turística de Extremadura, pero también de información para el sector profesional turístico y para el resto de partes interesadas en el turismo. Complementariamente, la Agenda de Eventos de Extremadura, recogerá la estructura de Festivales, Fiestas y Eventos de interés turístico de la región, que proporcionará a turistas y visitantes información actualizada a través de la web de Turismo de Extremadura:

<http://www.turismoextremadura.com/es/recursos-turisticos/evento/index.html>.

En los ejercicios anteriores se han ido implementando distintos instrumentos para el diseño, el seguimiento y la evaluación del Plan Concertado de Promoción Turística.

Estos instrumentos han ido evolucionando con la intención de facilitar el ejercicio de diseño a través de fichas normalizadas, que también tengan una utilidad para la propia planificación de las organizaciones.







### Paso 1. Diseño

En el mes de noviembre de cada ejercicio y mediante una ficha normalizada, se procede a la cumplimentación de los campos siguientes: Tipo de Acción, Denominación, Fecha Inicio-Fin, Localidad, País y Mercado. Una vez cumplimentada se remite vía correo electrónico a la dirección específica: [mesapromocionturismo@juntaex.es](mailto:mesapromocionturismo@juntaex.es).

### Paso 2. Consolidación

Las acciones de promoción recibidas por las organizaciones se someten a una depuración de las mismas, así como a la consolidación de las acciones llevadas a cabo por más de una organización.

### Paso 3. Aprobación y publicación

En los días previos a la sesión de la Mesa de Promoción Turística en el seno del Consejo de Turismo de Extremadura, las organizaciones reciben una versión borrador del calendario de acciones de promoción turística para su revisión. La aprobación del Plan Concertado de Promoción Turística figurará en el orden del día de la sesión. Una vez aprobado, se publicará en la web de Turismo de Extremadura, en el área profesional de la misma: Infoturismo, <http://turismoextremadura.com/es/Infoturismo.html>.

### Paso 4. Seguimiento y actualización

Las acciones de promoción turística cuyas fechas concretas no están indicadas se señalarán en el Plan con un asterisco (\*). En cualquier momento, vía correo electrónico o por teléfono, las organizaciones podrán actualizarse esas informaciones. Dado que es un documento vivo, su publicación se realizará de manera digital, facilitando así su actualización continua. Cuando se proceda a una nueva publicación, se notificará a las organizaciones vía correo electrónico.

Hacia la mitad del ejercicio (junio-julio) se procederá a la actualización del Plan Concertado de Promoción Turística, requiriendo la revisión de las acciones aprobadas y, en su caso, la introducción de nuevas acciones no planificadas inicialmente.

### Paso 5. Evaluación

En el mes de diciembre de cada ejercicio, se procede al envío de una ficha normalizada en la que se consigne la siguiente información respecto a las acciones de promoción turística: Mercado, Nota Prensa, Medios Genéricos, Medios Específicos y Enlaces. Una vez cumplimentada se remite vía correo electrónico a la dirección específica: [mesapromocionturismo@juntaex.es](mailto:mesapromocionturismo@juntaex.es).

*Fuente: elaboración propia (2018).*

## Acciones de promoción turística

Las acciones del Plan se clasifican en **nueve categorías**: ferias nacionales; ferias internacionales; viajes de familiarización; viajes de prensa; acciones en medios de comunicación; acciones online; asistencia, participación u organización de jornadas; edición de material turístico; y otros.

### ■ FERIAS

Eventos de carácter público y periódico que tienen como finalidad primordial la exposición, muestra y difusión de la oferta de bienes y servicios del sector turístico, para contribuir a su conocimiento y comercialización.

### ■ PRESS TRIPS

Viajes de medios de comunicación para dar a conocer productos o destinos turísticos.

### ■ ACCIONES EN MEDIOS

Acciones de publicidad de determinados productos o destinos turísticos en medios de comunicación.

### ■ JORNADAS

Eventos de carácter informativo, divulgativo o de adquisición de conocimiento en el sector turístico.

### ■ PLANES DE MEDIOS

Cuando se realizan varias acciones de promoción turística respecto de un evento, o integra Planes de comunicación.

### ■ ACCIONES ONLINE

Acciones de comunicación, publicidad o apoyo a la comercialización de determinados productos o destinos en plataformas digitales.

### ■ FAM TRIPS

Viajes de familiarización enfocados a profesionales del turismo para dar a conocer productos o destinos turísticos para el impulso a la comercialización.

### ■ EDICIÓN DE MATERIAL

Creación de materiales promocionales de productos o destinos turísticos.

### ■ OTROS

Otras acciones de promoción a través de otros instrumentos no especificados anteriormente.

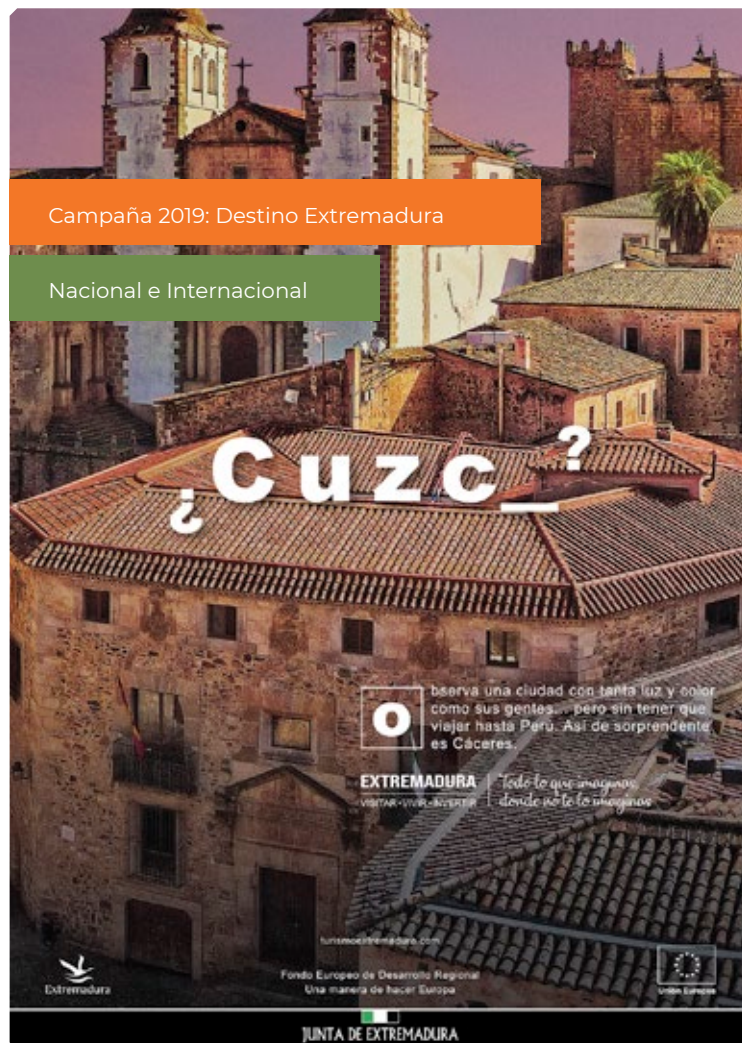
## EL PLAN EN CIFRAS

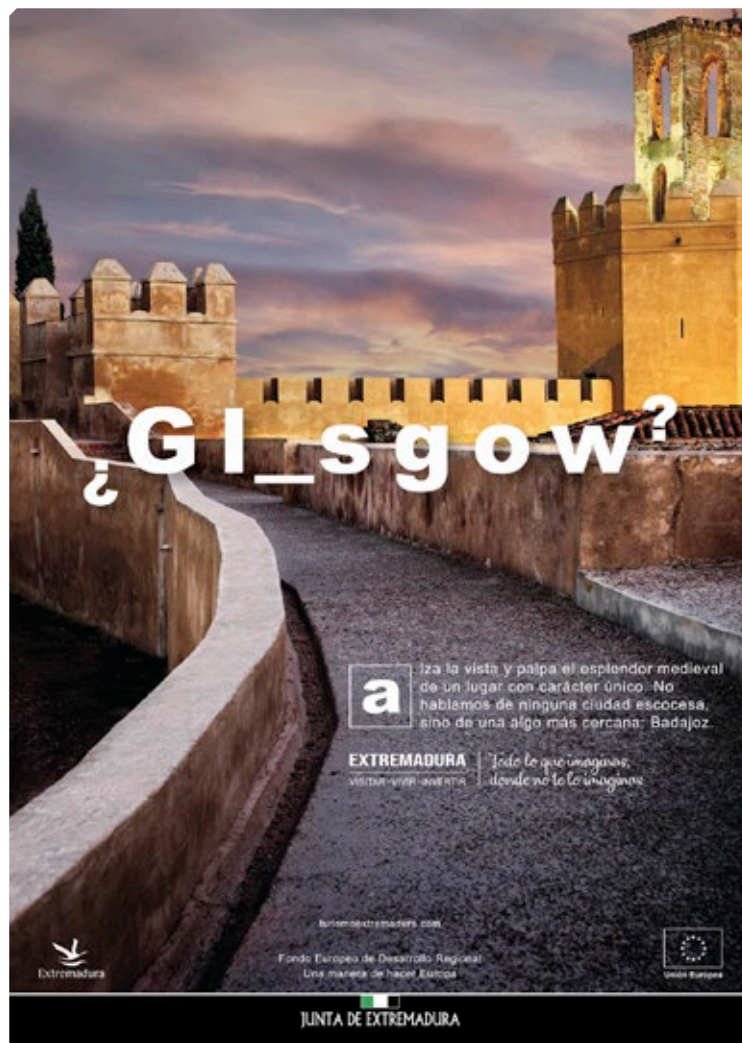
# 226 ACCIONES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA





## CAMPAÑA DESTACADA







# ENERO

## FERIAS

### **FITUR 23/01 - 27/01 MADRID**

Junta de Extremadura, Diputación de Badajoz,  
Diputación de Cáceres, Ayuntamiento de Badajoz,  
Ayuntamiento de Cáceres, Ayuntamiento de Mérida



### **FITUR LGTBI 23/01 - 27/01 MADRID**

Junta de Extremadura

### **FITUR MICE 22/01 - 24/01 MADRID**

Junta de Extremadura

### **VAKANTIEBEURS 10/02 - 13/02 UTRECH**

Ayuntamiento de Cáceres

### **MADRID FUSIÓN 28/01 - 30/01 MADRID**

Diputación de Badajoz, Diputación de Cáceres

## ACCIONES ONLINE

### **PROMOCIÓN BIRDING EN RRSS**

Adicomt



## ACCIONES EN MEDIOS

No hay acciones programadas.



## FAM TRIPS

No hay acciones programadas.



## PRESS TRIPS

No hay acciones programadas.



## 9 ACCIONES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

### PLANES DE MEDIOS

**PLAN DE MEDIOS FITUR 23/01 - 27/01**

Junta de Extremadura, Diputación de Badajoz



### JORNADAS

**FORO DE ECOTURISMO 31/01 - 19/02 VITORIA- GASTEIZ**

Junta de Extremadura



### EDICIÓN DE MATERIAL

**EXTREMADURA MICE**

**MAPA TURÍSTICO**

**FIESTAS DE INTERÉS TURÍSTICO**

Junta de Extremadura



### OTROS

No hay acciones programadas.



Guía "Fiestas de interés turístico".

# FEBRERO

## FERIAS

**REISEN HAMBURG 06/02 - 10/02 HAMBURGO**  
Ayuntamiento de Cáceres, Ayuntamiento de Mérida



**SALON DES VACANCES 07/02 - 10/02 BRUSELAS**  
Junta de Extremadura, Ayuntamiento de Cáceres, Ayuntamiento de Mérida

**F.RE.E 19/02 - 23/02 MUNICH**  
Junta de Extremadura

**FIO 22/02 - 24/02 PN MONFRAGÜE**  
Junta de Extremadura, Diputación de Badajoz, Diputación de Cáceres, REDEX, Aprodervi, Adicomt, Ademe

**NAVARTUR 22/02 - 24/02 PAMPLONA**  
Diputación de Cáceres

**SALÓN HOSTELERÍA Y GASTRONOMÍA**  
**04/02 - 06/02 MÁLAGA**  
Diputación de Cáceres

## FAM TRIPS

**FIO 2019 INTERNACIONAL 22/02 - 24/02 REINO UNIDO, HOLANDA, FRANCIA, FINLANDIA E ITALIA**  
Junta de Extremadura



**FAM TRIP HERENCIA JUDÍA 25/02 - 27/02 PORTUGAL**  
Junta de Extremadura

## PRESS TRIPS

**FIO 2019 INTERNACIONAL 22/02 - 24/02 REINO UNIDO, HOLANDA, FRANCIA, FINLANDIA E ITALIA**  
Junta de Extremadura



## ACCIONES EN MEDIOS

No hay acciones programadas.



## ACCIONES ONLINE

**ECUEXTRE BADAJOZ**  
Ayuntamiento de Badajoz



# 15 ACCIONES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

## PLANES DE MEDIOS

### FIO 2019

Ayuntamiento de Badajoz



ObservaFIO 2019.

## JORNADAS

### ARTEFIO Y OBSERVAFIO

15/02 - 17/02 PLASENCIA Y TRUJILLO

Junta de Extremadura



### CONGRESO NACIONAL OPC ESPAÑA

21/02 - 22/02 SAN SEBASTIÁN

Junta de Extremadura

### CONGRESO TURISMO GASTRONÓMICO

21/02 - 22/02 PAMPLONA

Junta de Extremadura

### PRESENTACIÓN - CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD MOSCÚ

Ayuntamiento de Mérida

## EDICIÓN DE MATERIAL

### EXTREMADURA TURISMO VIVENCIAL

Junta de Extremadura



## OTROS

No hay acciones programadas.





# MARZO

## FERIAS

**FIETS EN WANDELBEURS 01/03 - 03/03 UTRECHT**  
Junta de Extremadura



**ITB 06/03 - 10/03 BERLÍN**  
Junta de Extremadura, Diputación de Cáceres,  
Ayuntamiento de Cáceres, Ayuntamiento de Mérida

**BOLSA TURISMO LISBOA (BTL) 13/03 - 17/03 LISBOA**  
Junta de Extremadura, Diputación de Badajoz,  
Ayuntamiento de Badajoz

**SALON MONDIAL DU TOURISME 14/03 - 17/03 PARÍS**  
Ayuntamiento de Cáceres, Ayuntamiento de Mérida

**FÓRUM GASTRONÓMICO**  
10/03 - 12/03 A CORUÑA  
Diputación de Cáceres

**MIS 20/03 MADRID**  
Junta de Extremadura

**B-TRAVEL 22/03 - 24/03 BARCELONA**  
Junta de Extremadura, Diputación de Badajoz,  
Diputación de Cáceres

**FERIA DE LAS COMARCAS CÁCERES**  
Diputación de Cáceres

**FERIA DEL TORO 07/03 - 10/03 OLIVENZA**  
Diputación de Badajoz

## PRESS TRIPS

**PRESS TRIP SKY ATLANTIC 16/03 - 19/03 ITALIA**  
Junta de Extremadura



## FAM TRIPS

**FAM TRIP VALESA CULTURAL TOURS**  
06/03 EE.UU.  
Junta de Extremadura



**FAM TRIP TURISMO JUDIO**  
10/03 - 12/03 PORTUGAL  
Junta de Extremadura

**FAM TRIP ACFEA TOUR CONSULTANTS**  
17/03 - 21/03 REINO UNIDO  
Junta de Extremadura

**FAM TRIP MARTIN RANDALL TOURS**  
11/03 - 15/03 REINO UNIDO  
Junta de Extremadura

## PLANES DE MEDIOS

**PROMOCIÓN SERIE CARLOS V**  
**(ITINERARIO CULTURAL EUROPEO)**  
Diputación de Cáceres



# 28 ACCIONES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

## ACCIONES ONLINE

### **CARNAVAL MARATÓN POPULAR Y MEDIA MARATÓN**

Ayuntamiento de Badajoz



### **PROMOCIÓN ASTROTURISMO**

Junta de Extremadura

## EDICIÓN DE MATERIAL

### **CARNAVAL MARATÓN POPULAR MEDIA MARATÓN**

Ayuntamiento de Badajoz



## JORNADAS

### **ALQUEVA: JORNADAS DE ACCESIBILIDAD TURÍSTICA**

12/03 - 13/03 OLIVENZA

Junta de Extremadura



### **GASTROEXPERIENCIAS EXTREMADURA**

26/03 - 27/03 MÉRIDA

Junta de Extremadura

### **JORNADAS TRANSFRONTERIZAS DEL GURUMELO**

29/03 - 31/03 VILLANUEVA DEL FRESNO

Diputación de Badajoz

### **PRESENTACIÓN - CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD MIAMI**

Ayuntamiento de Mérida

## ACCIONES EN MEDIOS

### **CAMPAÑA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA**

#### **FERIA DEL TORO DE OLIVENZA**

Diputación de Badajoz



### **LOS COLORES DE EXTREMADURA (REVISTA COSMOPOLITA) ALEMANIA**

Junta de Extremadura

## OTROS

### **EUROACE FESTIVAL TERRAS SEM SOMBRA**

09/03 - 24/03 VALENCIA DE ALCÁNTARA - OLIVENZA

Junta de Extremadura



### **CEREZO EN FLOR 29/03 VALLE DEL JERTE**

Junta de Extremadura

### **OPEN DE PESCA DE ESPAÑA**

22/03 - 23/03 VALDECABALLEROS

CEDER La Siberia

### **COPA DE EUROPA DE PARACYCLING**

30/03 CASAR DE CÁCERES

Ayuntamiento de Casar de Cáceres

# ABRIL

## FERIAS

### II DOÑANA BIRDFAIR

26/04 - 28/04 DEHESA DE ABAJO - SEVILLA

Junta de Extremadura



## ACCIONES EN MEDIOS

### ELIJO BADAJOZ POR SUS MONUMENTOS LA CIUDAD TEJIDA

Ayuntamiento de Badajoz



Cerezo en Flor.

## ACCIONES ONLINE

### PROMOCIÓN EVENTOS CULTURALES

Junta de Extremadura



### PROMOCIÓN DESTINO EXTREMADURA ESTADOS UNIDOS

Junta de Extremadura

## PRESS TRIPS

### PRESS TRIP "DISCOVER EXTREMADURA, A HIDDEN GEM INLAND SPAIN"

09/04 - 13/04 REPÚBLICA DE IRLANDA

Junta de Extremadura



### GUÍA EXTREMADURA REINO UNIDO

Junta de Extremadura

## FAM TRIPS

No hay acciones programadas.



# 10 ACCIONES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

## PLANES DE MEDIOS

### SEMANA SANTA

Ayuntamiento de Badajoz



## JORNADAS

### CAMPEONATO DE COCINEROS DE EXTREMADURA

01/04 MÉRIDA

Junta de Extremadura



### ENCUENTRO ENOGASTRONÓMICO VEGAS BAJAS

21/04 PUEBLA DE LA CALZADA

Diputación de Badajoz

## EDICIÓN DE MATERIAL

### SEMANA SANTA BADAJOZ Y MÉRIDA

Ayuntamiento de Badajoz, Ayuntamiento de Mérida



## OTROS

No hay acciones programadas.



Semana Santa de Mérida.



# MAYO

## FERIAS

**FERIA IBÉRICA TURISMO** 02/05 - 05/05 GUARDA  
Diputación de Badajoz, Ayuntamiento de Badajoz



**EUROACE: ITB SHANGHAI** 15/05 - 17/05 SHANGHAI  
Junta de Extremadura

**FERIA DEL QUESO** 01/05 - 05/05 TRUJILLO  
Diputación de Cáceres, Diputación de Badajoz

**EXPOVACACIONES** 10/05 - 12/05 BILBAO  
Junta de Extremadura, Diputación de Cáceres

**FERIA GANADERA Y AGROTURÍSTICA LA SIBERIA**  
05/05 - 08/05 HERRERA DEL DUQUE  
Diputación de Badajoz

**FERIA EN HONOR AL GANADERO**  
12/05 - 15/05 ALBURQUERQUE  
Diputación de Badajoz

**FEMUAL Y FERIA GANADERA**  
20/05 - 22/05 ALCONCHEL  
Diputación de Badajoz

**SALÓN DEL JAMÓN**  
20/05 - 22/05 JEREZ DE LOS CABALLEROS  
Diputación de Badajoz

## PRESS TRIPS

**PRESS TRIP FT TURISMO ACTIVO CON  
TUOPERADORES A EXTREMADURA**  
02/05 - 05/05 ALEMANIA  
Junta de Extremadura



**BLOG TRIP "LES DRONERS"**  
06/05 - 09/05 FRANCIA  
Junta de Extremadura

**PRESS TRIP BIRDING THE GUARDIAN**  
08/05 - 13/05 REINO UNIDO  
Junta de Extremadura

**PRESS TRIP WANDEL MAGAZINE**  
13/05 - 18/05 HOLANDA  
Junta de Extremadura

**BLOG TRIP: JUEGO DE TRONOS  
EN EXTREMADURA** 23/05 - 26/05 ALEMANIA  
Junta de Extremadura

## FAM TRIPS

**FAM TRIP MICE** 06/05 - 09/05 ALEMANIA  
Junta de Extremadura



## 20 ACCIONES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

### PLANES DE MEDIOS

#### ECUEXTRE

Ayuntamiento de Badajoz



### EDICIÓN DE MATERIAL

No hay acciones programadas.



### ACCIONES ONLINE

#### FERIA IBÉRICA TURISMO

Ayuntamiento de Badajoz



### ACCIONES EN MEDIOS

No hay acciones programadas.



### JORNADAS

#### ENCUENTRO CEAV 09/05 MADRID

Junta de Extremadura



#### FIMI FESTIVAL INTERNACIONAL DE LA MÁSCARA IBÉRICA WORKSHOP RB INTERNACIONAL TAJO/TEJO

16/05 - 19/05 LISBOA  
Diputación de Cáceres

#### MEET EXTREMADURA PARÍS 21/05 PARÍS

Junta de Extremadura

### OTROS

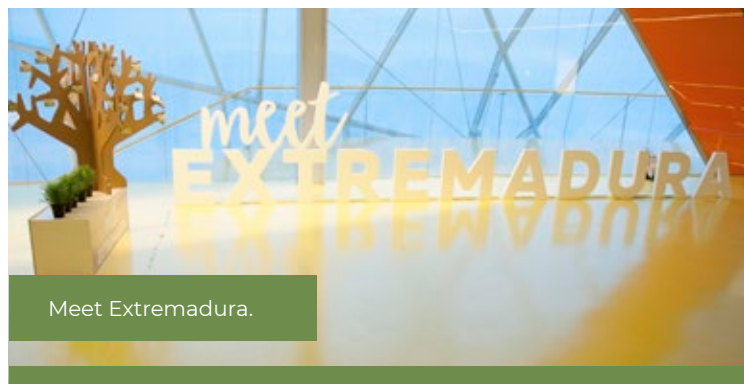
#### FESTIVAL DE LAS AVES 17/05 - 19/05 CÁCERES

Junta de Extremadura



#### COETUR 2019: DESTINO IBÉRICO: TURISMO RURAL SIN FRONTERAS

29/05 - 30/05 SABRUGAL  
Junta de Extremadura



# JUNIO

## FERIAS

**MADBIRD** 08/06 - 10/06 MADRID

Junta de Extremadura, Diputación de Badajoz



**TUREXPO** 06/06 - 09/06 SILLEDA - PONTEVEDRA

Junta de Extremadura

**FEREXNAT** 03/06 - 05/06 LLERENA

Diputación de Badajoz

**ECUEXTRE** 09/06 - 12/06 BADAJOZ

Ayuntamiento de Badajoz



MadBird 2018.

## PRESS TRIPS

No hay acciones programadas.



## ACCIONES ONLINE

**NEWSLETTER CIUDADES COSMOPOLITAS ITALIA**

Junta de Extremadura



**SEMANA DE EXTREMADURA EN FACEBOOK**

24/06 - 30/06 BÉLGICA

Junta de Extremadura

**PROMOCIÓN TURISMO RESIDENCIAL  
E INVERSIÓN TURÍSTICA**

Junta de Extremadura

## ACCIONES EN MEDIOS

No hay acciones programadas.



## FAM TRIPS

No hay acciones programadas.



# 14 ACCIONES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

## JORNADAS

**CARNAVAL DE BADAJOZ PARA FIESTA DE INTERÉS TURÍSTICO INTERNACIONAL LONDRES**

Ayuntamiento de Badajoz



**DÍA DE ESPAÑA. JORNADA PARA PROFESIONALES DEL SECTOR CON MOTIVO DEL DÍA DE ESPAÑA**

21/06 - 22/06 UTRECHT

Junta de Extremadura

**SABOREA BADAJOZ TEXAS/ LONDRES**

Ayuntamiento de Badajoz

**TURISMO CULTURAL ERASMUS ROOTS**

REDEX

## PLANES DE MEDIOS

No hay acciones programadas.



## EDICIÓN DE MATERIAL

No hay acciones programadas.



## OTROS

**GEODISEA**

15/06 - 30/06 GEOPARQUE VILLUERCAS IBORES JARA  
Junta de Extremadura



**VÍA DE LA PLATA: LA RUTA EN BICI**

12/06 - 16/06 VÍA DE LA PLATA  
Junta de Extremadura

**DESCENSO KAYAK GARCÍA DE SOLA**

15/06 VALDECABALLEROS  
CEDER La Siberia





# JULIO / AGOSTO

## FERIAS

### THE LONDON WILDLIFE FESTIVAL

09/08 - 11/08 LONDRES

Junta de Extremadura



### BIRDFAIR 16/08 - 18/08 RUTLAND

Junta de Extremadura

## PRESS TRIPS

No hay acciones programadas.



## ACCIONES ONLINE

### UN VERANO MONUMENTAL. LA CIUDAD ENCENDIDA

Ayuntamiento de Badajoz



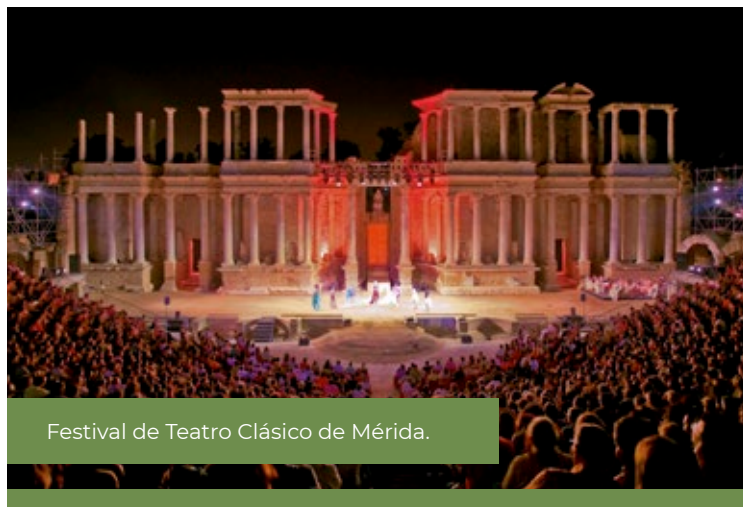
### TRIVIAL FESTIVAL TEATRO CLÁSICO DE MÉRIDA

AGOSTO PORTUGAL

Junta de Extremadura

## ACCIONES EN MEDIOS

No hay acciones programadas.



Festival de Teatro Clásico de Mérida.

## FAM TRIPS

No hay acciones programadas.



## JORNADAS

No hay acciones programadas.



# 12 ACCIONES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

## PLANES DE MEDIOS

### EXTREMADURA ES AGUA

Junta de Extremadura



### CAMPAÑA PROMOCIONAL OFERTA TURÍSTICA DE AGUA DE LA PROVINCIA DE BADAJOZ

Diputación de Badajoz

## EDICIÓN DE MATERIAL

### LA CIUDAD ENCENDIDA

Ayuntamiento de Badajoz



## OTROS

### FIESTA DE LA TENCA TAJO-SALOR

Diputación de Cáceres



### FUTURVISION ORELLANA LA VIEJA

Ayuntamiento de Orellana la Vieja

### FESTIVAL INTERNACIONAL DE LA GUITARRA CORIA

Ayuntamiento de Coria

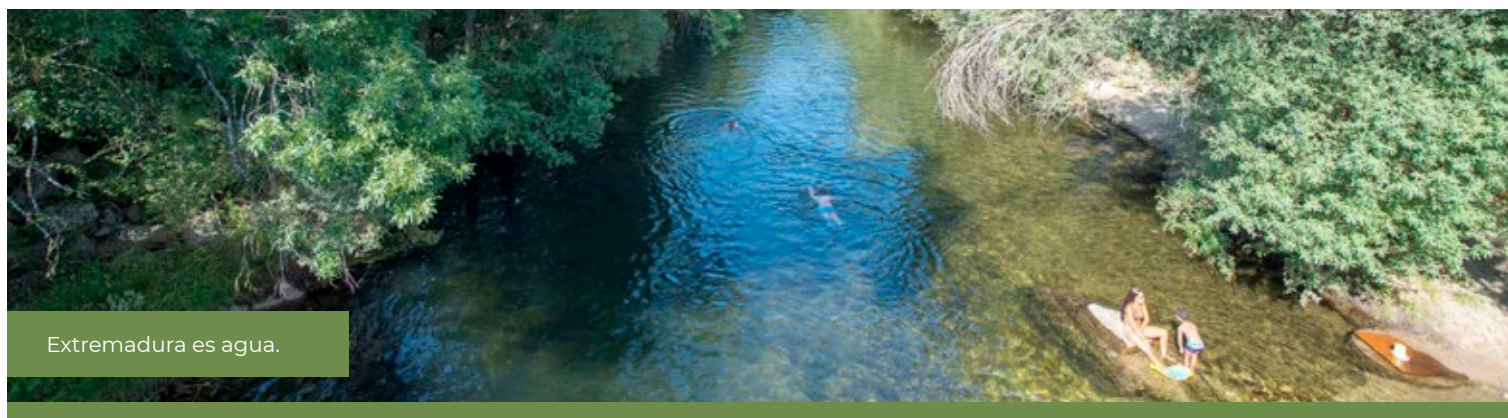
### DESCENSO RÍO ALAGÓN CORIA

Ayuntamiento de Coria

### OBSERVACIÓN ASTRONÓMICA GARCÍA SOLA

VALDECABALLEROS

CEDER La Siberia



Extremadura es agua.

# SEPTIEMBRE

## FERIAS

**ASIAN BIRDFAIR 27/09 - 30/09 KUCHING - MALASIA**

Junta de Extremadura



**EXPOTURAL 13/09 - 15/09 MADRID**

Junta de Extremadura

**DELTA BIRDING FESTIVAL 20/09 - 22/09 TARRAGONA**

Junta de Extremadura

**TERMATALIA 19/09 - 20/09 OURENSE**

Junta de Extremadura

**NATURCYL**

**27/09 - 29/09 CERVERA DE PISUERGA - PALENCIA**

Junta de Extremadura

**CITUR HELECHOSA DE LOS MONTES**

Diputación de Badajoz

**FERIA RAYANA IDANHA-A-NOVA**

Diputación de Cáceres

## PLANES DE MEDIOS

**CAMPAÑA OTOÑO EN EXTREMADURA**

Junta de Extremadura



**FECIEX**

Junta de Extremadura

## PRESS TRIPS

**TAEJO INTERNACIONAL:  
BLOGTRIP ESPECIALIZADO EN TURISMO FAMILIAR**

Junta de Extremadura



**PRESS TRIP GRUPAL ITALIA**

Junta de Extremadura

**PRESS TRIP SABORES DE EXTREMADURA BRASIL**

Junta de Extremadura

**BLOG TRIP RUTA DEL QUESO  
NACIONAL / INTERNACIONAL**

Junta de Extremadura

## JORNADAS

**INNOTUR SEMINARIO DE INNOVACIÓN TURÍSTICA  
DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES**

PROVINCIA DE CÁCERES

Diputación de Cáceres



**PRESENTACIÓN - CIUDADES PATRIMONIO  
DE LA HUMANIDAD NUEVA YORK**

Ayuntamiento de Mérida

**SPAIN 360 WORKSHOP CHICAGO**

Junta de Extremadura

**DÍA DE ESPAÑA EN LUXEMBURGO LUXEMBURGO**

Junta de Extremadura

## 21 ACCIONES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

### FAM TRIPS

#### **TURISMO ARQUEOLÓGICO FAM TRIP**

MERCADO NACIONAL

Junta de Extremadura



#### **VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN MICE NACIONAL**

Junta de Extremadura

#### **CULTURA Y NATURALEZA EN ANDALUCÍA Y EXTREMADURA REPÚBLICA POPULAR CHINA**

Junta de Extremadura

### ACCIONES ONLINE

#### **ALMOSSASSA NOCHE EN BLANCO**

Ayuntamiento de Badajoz



### EDICIÓN DE MATERIAL

#### **ALMOSSASSA NOCHE EN BLANCO**

Ayuntamiento de Badajoz



### ACCIONES EN MEDIOS

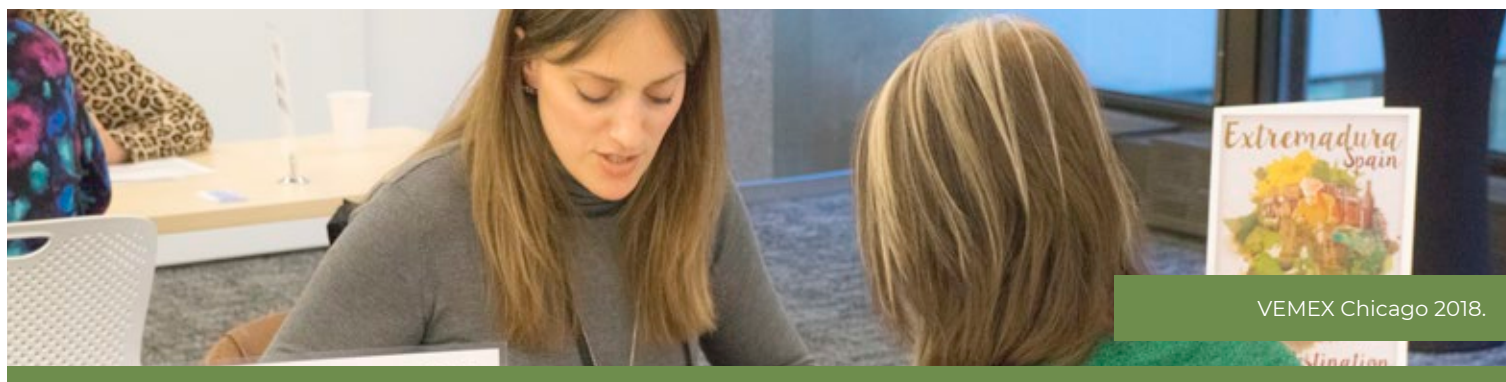
No hay acciones programadas.



### OTROS

#### **NON STOP MADRID-LISBOA**

Junta de Extremadura



# OCTUBRE

## FERIAS

**ITB ASIA 16/10 - 18/10 SINGAPUR**  
Ayuntamiento de Mérida



**JATA 24/10 - 27/10 OSAKA**  
Ayuntamiento de Mérida

**IFTM TOP RESA 01/10-04/10 PARÍS**  
Junta de Extremadura

**SAN SEBASTIÁN GASTRONÓMIKA**  
06/10 - 09/10 SAN SEBASTIÁN  
Junta de Extremadura

**SALÓN DEL CARAVANING**  
12/10 - 20/10 BARCELONA  
Junta de Extremadura

**FERIA AGROALIMENTARIA VEGAS BAJAS**  
21/10 - 23/10 MONTIJO  
Diputación de Badajoz

**MUESTRA DE DESARROLLO RURAL Y DEHESA**  
28/10 - 30/10 SALVALEÓN  
Diputación de Badajoz

**FERIA EUROPEA DEL QUESO**  
11/10 - 13/10 CASAR DE CÁCERES  
Ayuntamiento del Casar de Cáceres

## PRESS TRIPS

**PRESS TRIP: "LA CULTURA DEL BUEN COMER: NATURALEZA, HISTORIA Y PRODUCTOS GOURMET"**  
17/10 - 20/10 ALEMANIA  
Junta de Extremadura



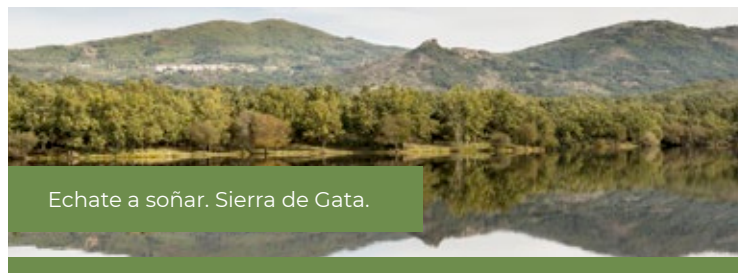
**PRESS TRIP EXTREMADURA EE.UU.**  
Junta de Extremadura

**PRESS TRIP ESPAÑA JUDÍA LOS ÁNGELES EE.UU.**  
Junta de Extremadura

**PRESS TRIP MEET-IN NACIONAL**  
Junta de Extremadura

**PRESS TRIP RUTA CONQUISTADORES Y JAMÓN**  
HOLANDA  
Junta de Extremadura

**PRESS TRIP RUTA DEL JAMÓN TV SIC**  
10/05 - 12/05 PORTUGAL  
Junta de Extremadura



Echate a soñar. Sierra de Gata.



# 24 ACCIONES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

## FAM TRIPS

**FAM TRIP TERRA ESPAÑA 24/10 - 27/10 FRANCIA**  
Junta de Extremadura



**FAM TRIP TURISMO ARQUEOLÓGICO NACIONAL**  
Junta de Extremadura

## JORNADAS

**EUROACE ROADSHOW 27/06 - 03/07 EE.UU.**  
Junta de Extremadura



**JORNADAS IBEROAMÉRICA IBEROAMÉRICA**  
Ayuntamiento de Cáceres

**JORNADAS SUDESTE ASIÁTICO SUDESTE ASIÁTICO**  
Ayuntamiento de Cáceres

**MEET EXTREMADURA**  
02/10 BARCELONA 17/10 SEVILLA 24/10 BILBAO  
Junta de Extremadura

**PRESENTACIÓN - CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD MÉXICO**  
Ayuntamiento de Mérida

**TAEJO INTERNACIONAL: FORO DE PROFESIONALES DE LA GASTRONOMÍA Y EL TURISMO**  
PARQUE TAEJO INTERNACIONAL  
Junta de Extremadura

## ACCIONES EN MEDIOS

No hay acciones programadas.



## PLANES DE MEDIOS

No hay acciones programadas.



## ACCIONES ONLINE

**CAMPAÑA EN REDES SOCIALES HOLANDA**  
Junta de Extremadura



## EDICIÓN DE MATERIAL

No hay acciones programadas.



## OTROS

**ÉCHATE A SOÑAR SIERRA DE GATA**  
Junta de Extremadura



# NOVIEMBRE

## FERIAS

**WORLD TRAVEL MARKET 04/11 - 06/11 REINO UNIDO**

Junta de Extremadura, Ayuntamiento de Mérida



**PHOTO MONTIER 14/11 - 17/11 FRANCIA**

Junta de Extremadura

**CHINA INTERNATIONAL TRAVEL MART CITM**

16/11 - 18/11 SHANGHAI

Ayuntamiento de Mérida, Ayuntamiento de Cáceres

**IBTM 27/11 - 29/11 BARCELONA**

Junta de Extremadura

**DÍA NACIONAL DE SOVON 30/11 HOLANDA**

Junta de Extremadura

**INTUR 21/11 - 24/11 VALLADOLID**

Junta de Extremadura, Diputación de Badajoz,  
Diputación de Cáceres

## PRESS TRIPS

**PRESS TRIP CULTURA Y GASTRONOMÍA EE.UU.**

Junta de Extremadura



**PRESS TRIP GRUPAL PRENSA FRANCESA FRANCIA**

Junta de Extremadura

## FAM TRIPS

**TAEJO INTERNACIONAL: FAMTRIP ESPECIALIZADO EN  
TURISMO DE NATURALEZA**

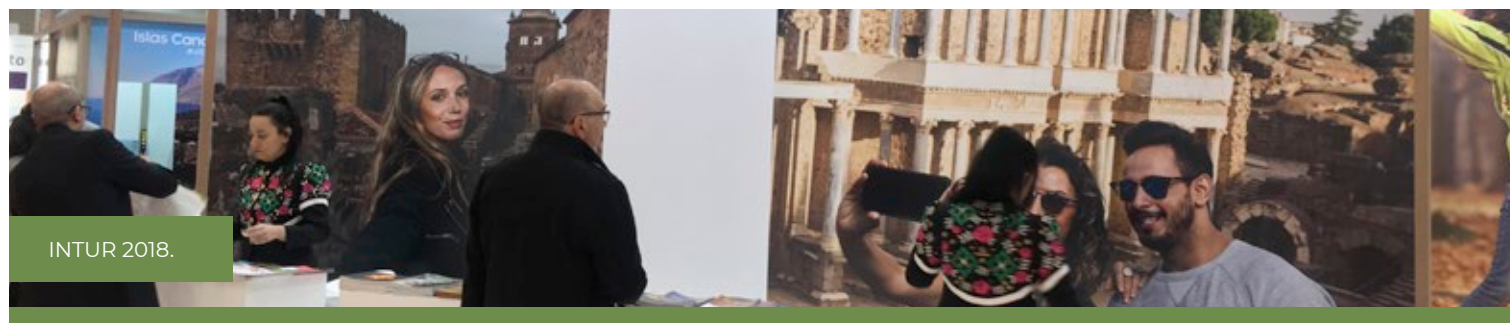
Junta de Extremadura



## PLANES DE MEDIOS

**FEHISPOR 21/11 - 24/11 BADAJOZ**

Ayuntamiento de Badajoz



INTUR 2018.

# 17 ACCIONES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

## ACCIONES ONLINE

No hay acciones programadas.



## EDICIÓN DE MATERIAL

No hay acciones programadas.



## ACCIONES EN MEDIOS

No hay acciones programadas.



## OTROS

**SENIOR Y SALUDABLE PROVINCIA DE CÁCERES**  
Diputación de Cáceres



**TENTACIÓN-ES DE CÁCERES PROVINCIA DE CÁCERES**  
Diputación de Cáceres

## JORNADAS

**JORNADAS JAPÓN Y COREA**  
Ayuntamiento de Cáceres

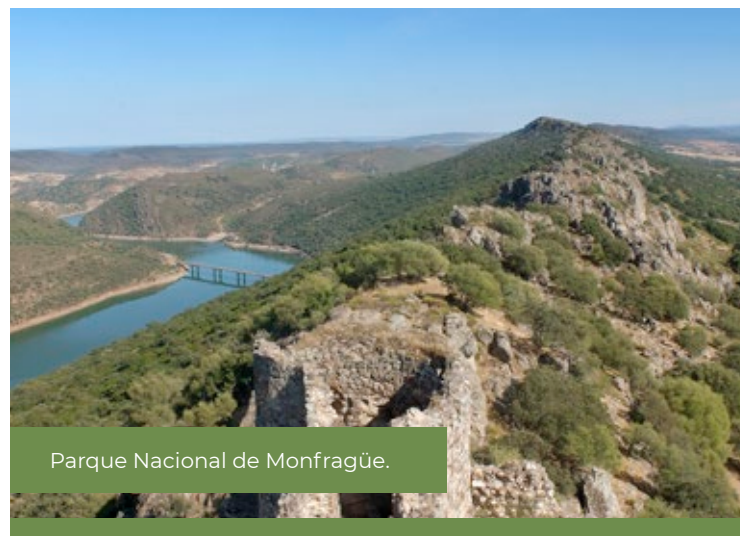


**MES DE LAS RESERVAS DE LA BIOSFERA  
MONFRAGÜE Y TAJO INTERNACIONAL**  
PROVINCIA DE CÁCERES  
Diputación de Cáceres

**TIPICALLY SPAIN 3 PRESENTACIONES AGENTES**  
REINO UNIDO  
Junta de Extremadura

**CORIA SABOR MICOLÓGICO CORIA**  
Ayuntamiento de Coria

**ENCUENTRO CEAV VALLADOLID 21/11**  
Junta de Extremadura



Parque Nacional de Monfragüe.

# DICIEMBRE

## FERIAS

**EXPOBARROS VILLAFRANCA DE LOS BARROS**  
Diputación de Badajoz



**FERIA GASTRONÓMICA DE LA SIBERIA LA SIBERIA**  
CEDER La Siberia

## PRESS TRIPS

**VIAJE X PREMIO DE PRENSA HOLANDA**  
Junta de Extremadura



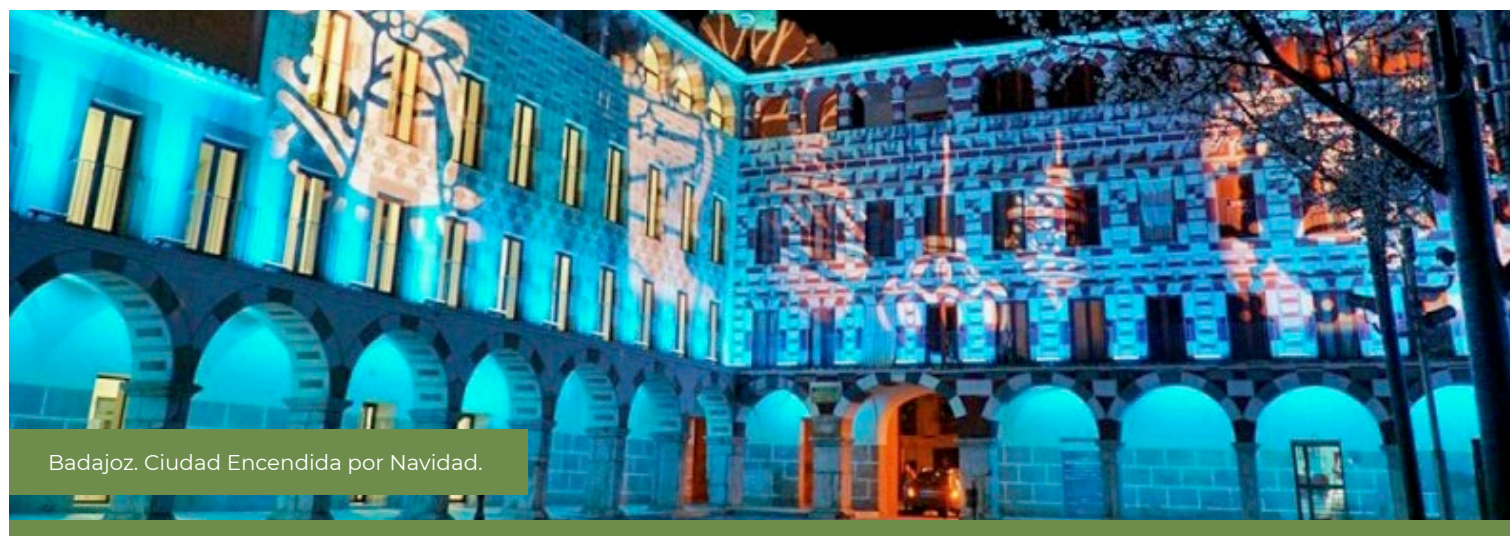
## ACCIONES ONLINE

**LA CIUDAD ENCENDIDA POR NAVIDAD**  
Diputación de Badajoz



## FAM TRIPS

No hay acciones programadas.



Badajoz. Ciudad Encendida por Navidad.

## 7 ACCIONES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

### JORNADAS

No hay acciones programadas.



### EDICIÓN DE MATERIAL

**LA CIUDAD ENCENDIDA POR NAVIDAD**  
Ayuntamiento de Badajoz



### PLANES DE MEDIOS

No hay acciones programadas.



### ACCIONES EN MEDIOS

No hay acciones programadas.



### OTROS

**FESTIVAL DE LAS GRULLAS** NAVALVILLAR DE PELA  
Junta de Extremadura



**CATA-CONCURSO AOVE PROVINCIA DE BADAJOZ,**  
**COSECHA TEMPRANA BADAJOZ**  
Diputación de Badajoz





# TODO EL AÑO

## ACCIONES ONLINE

**CO-MARKETING SUNVIL REINO UNIDO**  
**CAMPAÑA EN RRSS DE CIUDADES DE INTERIOR FRANCIA**  
**CAMPAÑA DE MARKETING ONLINE CON OUI SNCF**

FRANCIA  
 Junta de Extremadura

**PROMOCIÓN EN MEDIOS SOCIALES**  
 Diputación de Cáceres

**SABOREA BADAJOZ**  
**BADAJOZ CIUDAD DE CONGRESOS**  
 Ayuntamiento de Badajoz



## JORNADAS

**JORNADAS TÉCNICAS MERCADOS EXTRANJEROS**  
 Diputación de Cáceres

**WORKSHOP - CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD IBEROAMÉRICA**  
 Ayuntamiento de Mérida

**JAPÓN - COREA - SUDESTE ASIÁTICO**  
 Ayuntamiento de Mérida

**UNIVERSIDAD DEL QUESO, CURSOS DE VERANO**  
 Ayuntamiento de Casar de Cáceres

**PRESENTACION OTOÑO MÁGICO**  
 Diva



## PLANES DE MEDIOS

**CAMPAÑA DESTINO EXTREMADURA NACIONAL E INTERNACIONAL**  
 Junta de Extremadura

**CAMPAÑA PROMOCIONAL OTOÑO MADRID-LISBOA-SEVILLA**  
 Diputación de Badajoz

**PROMOCIÓN ESPACIOS UNESCO**  
**PROMOCIÓN PAISAJES LITERARIOS**  
**PROMOCIÓN RUTA DE LA PLATA**  
**PROMOCIÓN RUTA RIBERA DEL GUADIANA**  
**PROMOCIÓN DE PRODUCTOS DE NATURALEZA**  
**PROMOCIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL**  
**PROMOCIÓN DE GASTRONOMÍA**  
 Diputación de Cáceres

**CAMPAÑA PRIMAVERA 2019 - OTOÑO 2019**  
 Adicomt



## ACCIONES EN MEDIOS

**ARTÍCULO DE PRENSA**  
 Adicomt

**EXTREMADURA RURAL**  
 REDEX

**PUBLICIDAD MICE EN VARIOS MEDIOS**  
 Junta de Extremadura



# 46 ACCIONES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

## PRESS TRIPS

### BLOG TRIPS

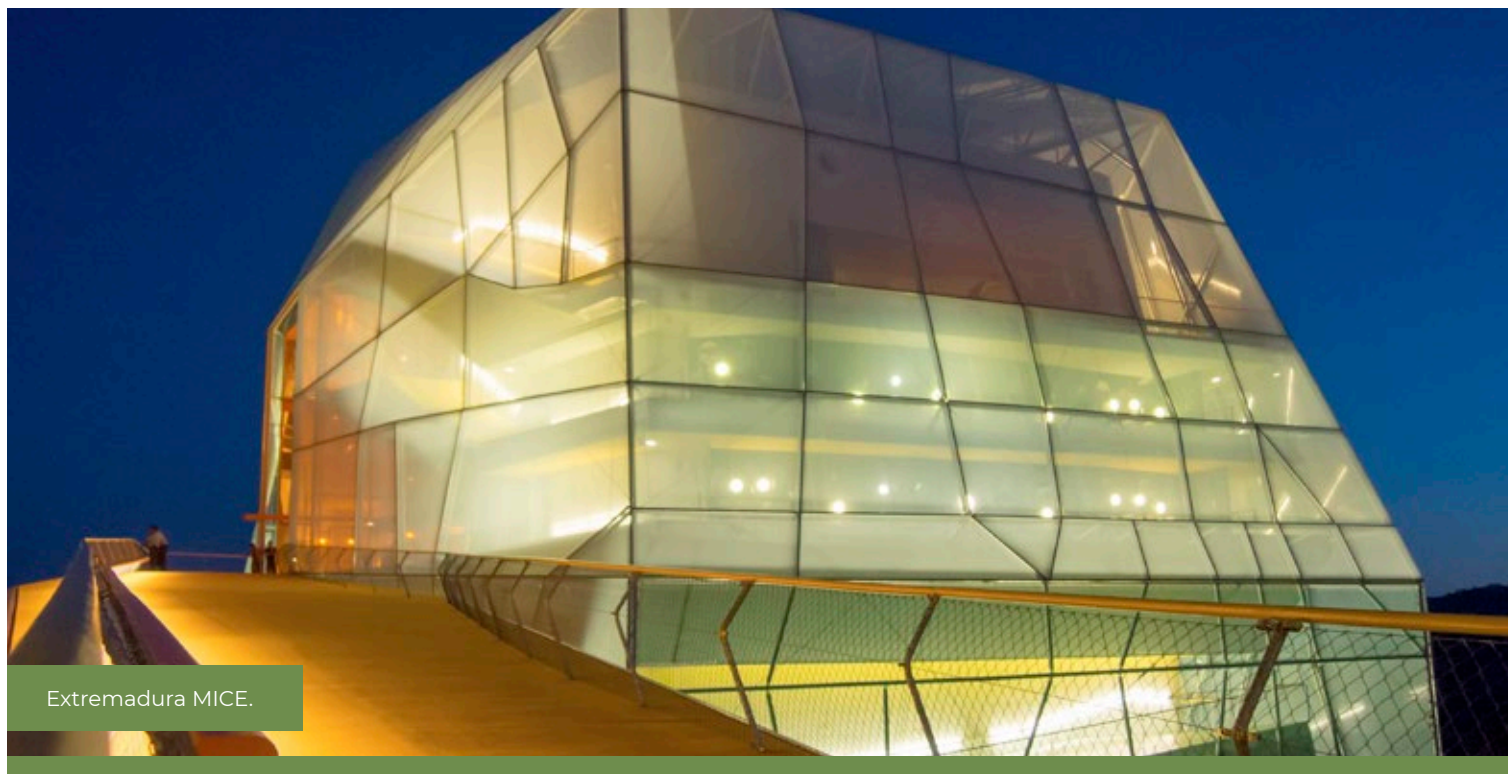
Diputación de Cáceres, Diputación de Badajoz



## FAM TRIPS

**FAM TRIP - CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD** FRANKFURT, BERLÍN, LONDRES, MILÁN, ROMA, LOS ÁNGELES

Ayuntamiento de Cáceres, Ayuntamiento de Mérida



Extremadura MICE.

# TODO EL AÑO



Ruta Cicloturista Eurovelo 1.

## EDICIÓN DE MATERIAL

**TAEJO INTERNACIONAL**  
**VÍA DE LA PLATA: PASAPORTE Y MAPAS**  
**LIFE ZEP A URBAN**  
**ATLANTICONBIKE**  
**GUÍAS TURISMO ESPIRITUAL**  
**CROSSBILL GUIDE EXTREMADURA**  
 Junta de Extremadura



**CAMPAÑA ELIJO BADAJOZ POR SU TURISMO ACTIVO**  
 Ayuntamiento de Badajoz

**GUÍA ELEMENTAL DE LA BIODIVERSIDAD DE MONFRAGÜE Y SU ENTORNO**  
 Ademe

**GUÍA MIC RUTA DE LA PLATA CON AGENDA EVENTOS 2019**  
**PRODUCCIÓN DE MAPAS EN ESPAÑOL E INGLÉS 2019**  
**DE LA RUTA DE LA PLATA EMÉRITA LVDICA**  
**GASTROMAPA DE MÉRIDA**  
**SEMANA SANTA DE MÉRIDA**  
**MÉRIDA DIVERSA**  
 Ayuntamiento de Mérida

**RE-EDICIÓN GUÍA PROMOCIONAL DEL BIRDING EN LA COMARCA Y FOLLETO DE RUTAS INTERPRETATIVAS**  
 Adicomt



# 46 ACCIONES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA



# TODO EL AÑO



Club Birding in Extremadura.

## OTROS

**CLUB BIRDING**  
**RUTA DEL QUESO**  
**RUTA DEL IBÉRICO DEHESA DE EXTREMADURA**  
**RUTA DEL ACEITE DE EXTREMADURA**  
**EXTREMADURA MICE**  
**VÍA DE LA PLATA: CLUB DE PRODUCTO MOTORBIKE FRIENDLY**  
**PLANES TURÍSTICOS TERRITORIALES: LA VERA, VALLE DEL JERTE, VALLE DEL AMBROZ, TIERRAS DE GRANADILLA-CÁPARRA, LA SIBERIA Y TENTUDÍA**  
 Junta de Extremadura



**TURISMO FAMILIAR**  
**APLICACIONES TURÍSTICAS MUNICIPIOS DE LA PROVINCIA DE BADAJOZ**  
**VIDEOS PROMOCIONALES FIESTAS DE INTERÉS TURÍSTICO DE LA PROVINCIA**  
**PROGRAMA DE TURISMO TERMAL**  
**PREMIOS PROVINCIALES DE TURISMO**  
**PROMOCIÓN RUTA DEL VINO RIBERA DEL GUADIANA**  
**OTOÑO EN TENTUDÍA**  
**TURISMO SOBRE RUEDAS**  
 Diputación de Badajoz

**PRODUCCIÓN VÍDEO MOTERO DE LA RUTA DE LA PLATA**  
**PRODUCCIÓN VIDEO PROMOCIONAL EMÉRITA LVDICA**  
 Ayuntamiento de Mérida

**EXTREMADURA RURAL**  
**PASEOS RURALES POR EXTREMADURA**  
 REDEX



## 46 ACCIONES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA





---

Para más información:

**Dirección General de Turismo**  
**Consejería de Economía e Infraestructuras**

Avenida de las Comunidades, s/n  
06800 · Mérida (Badajoz)  
Telf. +34 924 332 354  
[mesapromocionturismo@juntaex.es](mailto:mesapromocionturismo@juntaex.es)



Extremadura

**JUNTA DE EXTREMADURA**

Consejería de Economía e Infraestructuras

Dirección General de Turismo

