



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

Edita

Dirección General de Turismo Consejería de Cultura, Turismo y Deportes Junta de Extremadura

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

E-Mail: mesapromocionturismo@juntaex.es

Imagen de portada: *"Jardín secreto"*, del autor **José Miguel Palao Quilez** Fotografía Ganadora Absoluta Fotografía Ganadora Categoría Aves en su entorno XVII Concurso Fotográfico | FIO 2022



PRESENTACIÓN

En mayo del año pasado el Consejo de la Unión publicaba una serie de recomendaciones a la Comisión Europea en el documento *Turismo en Europa en la próxima década*. Esta institución comunitaria considera el turismo como uno de los ecosistemas industriales en los que se necesitan más medidas para contribuir a la calidad de vida y al desarrollo, la mejora y la promoción de los productos y servicios turísticos teniendo en cuenta las tres dimensiones de la sostenibilidad: económica, social y medioambiental.

La pandemia sanitaria sufrida ha refrendado este argumento, unido a la capacidad de resiliencia de la ciudadanía, empresas y destinos. En este sentido, desde el primer día del confinamiento empezamos a trabajar sobre la idea de volver a viajar y sabíamos que debíamos inspirar la visita a Extremadura, apelando a las emociones del momento, proyectando una visión de destino hospitalario, sostenible, seguro y auténtico.

El video de *Extremadura te espera*, elaborado en pleno confinamiento, a través de la imaginación de un niño que soñaba con volver a viajar, y solo se le ocurría un lugar: EXTREMADURA. Un vídeo con más de 200.000 reproducciones.

Seguíamos pensando en transmitir una imagen distinta del destino, siguiendo en la línea de las emociones. Y entonces, se obró algo mágico, la productora GLOW y el cantante ROBE, abanderados extremeños allá donde vayan, pensaron en que en tiempos adversos también suceden historias que trascienden la realidad de los momentos difíciles que se viven y que dan lugar a la esperanza. Momentos para la esperanza, para la vida y para el amor. La historia que presentamos a través de un cortometraje, narra un amor

romántico que se une con el amor por una tierra, por Extremadura. Con cerca de 500.000 reproducciones, este cortometraje 100% extremeño, ha obtenido 7 premios en festivales internacionales de cine y turismo.

Sabíamos que, en este contexto de incertidumbre, la Promoción era un factor trascendental, para hacer llegar la información del destino Extremadura a los distintos segmentos de demanda turística y a los mercados emisores de turismo prioritarios y de alto interés para la región.

Según la Ley de desarrollo y modernización del turismo de Extremadura, la Promoción turística es "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".

La promoción es el punto de partida para desarrollar la venta (comercialización) del destino. No se puede consumir lo que no se conoce, a través de la promoción damos a conocer los recursos, productos y servicios turísticos al mayor número de personas que estén en posibilidades de adquirirlos, utilizando las tipologías de acciones más certeras, para hacer llegar la información eficaz a los segmentos prioritarios de demanda.

Uno de los objetivos fundamentales de la promoción turística, y así se recoge en la nueva planificación turística, es el incremento de la notoriedad de la Marca Extremadura mediante una propuesta de valor de Extremadura como destino turístico que, yendo más allá de la descripción de productos y servicios disponibles para el visitante, decline una promesa de marca aspiracional, así como los atributos en los que ésta se desarrolla. Una vez calibrada esta propuesta

de valor frente a otras propuestas competidoras, será la base para la definición y despliegue de un plan de marketing, tanto online como offline, orientado hacia la atracción de mercados de origen prioritarios y la promoción de productos turísticos, oferta turística y segmentos de demanda.

Y en este sentido, y después de dos años de pandemia donde hubo un reposicionamiento de prioridades para apuntalar a las empresas y autónomos del sector turístico regional, hoy presentamos el *V Plan Concertado de Promoción Turística de Extremadura*. Se trata de un acuerdo del Consejo Regional de Turismo de Extremadura, y desde esta Dirección General he cursado una comunicación a las administraciones turísticas: diputaciones, ayuntamientos y cámaras de comercio, agrupaciones y asociaciones turísticas para redoblar y coordinar esfuerzos en el aumento de los

flujos turísticos y de los principales nichos de mercados que favorezcan la facturación de las empresas. Resulta fundamental trabajar coordinadamente en la promoción turística para establecer sinergias entre las distintas organizaciones, todo ello, con el único objetivo de generar un efecto de atracción hacia el turismo en Extremadura, tanto por los futuros visitantes de los mercados de origen clave como de los residentes.

Existe un gran trabajo por parte del ecosistema profesional turístico de la región que, en sus competencias y capacidades ha conseguido la reactivación de la actividad turística. Enhorabuena a todos que, tras dos años difíciles, estamos recibiendo la recompensa una actitud resiliente y del trabajo bien hecho.



ÍNDICE

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	pág.	8
2. Plan Turístico de Extremadura 2021-2023	pág. 10	0
Propósito, Misión, Visión y Valores	pág. 10	
Líneas y objetivos estratégicos	pág. 1	
Apuesta por la sostenibilidad turística	pág. 1	
3. Turismo de Extremadura: Principales magnitudes	pág. 1	6
Oferta	pág. 1	
Demanda: Viajeros y pernoctaciones	pág. 1	8
Gasto turístico	pág. 20	
Empleo turístico	pág. 2	
4. Principales mercados emisores de turismo de Extremadura 2019	pág. 2	8.
Mercados nacionales	pág. 2	
Mercados internacionales	pág. 2	
5. Turismo en las principales ciudades de Extremadura	pág. 3	8
Cáceres	pág. 40	
Mérida	pág. 4	
Badajoz	pág. 4	
Plasencia	pág 4	

6. Turismo en los territorios turísticos de Extremadura	pág. 48
Viajeros	pág. 48
Pernoctaciones	pág. 49
Estancia Media	pág. 50
7. Segmentos y productos turísticos prioritarios	pág. 56
8. V Plan Concertado de Promoción Turística	pág. 60
Enero	pág. 68
Febrero	pág. 70
Marzo	pág. 72
Abril	pág. 74
Mayo	pág. 76
Junio	pág. 78
Julio/Agosto	pág. 80
Septiembre	pág. 82
Octubre	pág. 84
Noviembre	pág. 86
Diciembre	pág. 88
Todo el año	pág. 90

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 qué 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:

Junta de Extremadura

Dirección General de Turismo

Artículo 4. Competencias turísticas autonómicas (...) h. La protección, promoción y fomento de la imagen de Extremadura y de sus recursos turísticos, tanto en el interior como en el exterior de la misma, sin perjuicio de las atribuciones de otras Administraciones en esta materia.

Diputaciones

Diputación de Badajoz y Diputación de Cáceres

Artículo 5. Competencias turísticas de las Diputaciones Provinciales:

(...) e. La participación en el proceso de elaboración de los planes de ordenación y promoción turística de Extremadura. f. La colaboración con la Administración Estatal, Autonómica

y Local y otras entidades locales para la promoción de zonas y recursos comunes.



en la Promoción Turística de Extremadura



Artículo 6. Competencias turísticas de los Municipios (...) b. Promover y fomentar los recursos, actividades, fiestas u otros aspectos en relación con el turismo que sean de su interés, en coordinación con la Administración de la Comunidad Autónoma de Extremadura competente en la materia.

- c. Colaborar con la Administración de la Comunidad Autónoma de Extremadura, así como con las Diputaciones Provinciales y otras entidades locales para la promoción de zonas y recursos comunes
- (...) h. Gestionar las oficinas municipales de turismo y aquellas derivadas por acuerdos con la Administración Autonómica i. Participar en los procesos de elaboración de planes de ordenación y promoción turística de Extremadura.

Empresas, cámaras de comercio, agrupaciones y asociaciones

Artículo 10. Participación de empresas, cámaras de comercio, agrupaciones y asociaciones:

- 1. La Administración turística fomentará la participación real y efectiva de empresas públicas y privadas, de las cámaras de comercio de Extremadura, de las agrupaciones y asociaciones empresariales y profesionales en el desarrollo de sus políticas y en la promoción de la Comunidad Autónoma de Extremadura como destino de calidad, buscando la máxima colaboración y coordinación entre las Administraciones Públicas con competencia en el ámbito turístico, así como entre éstas y el sector privado.
- Igualmente, apoyará las actuaciones de las empresas, agrupaciones y asociaciones que tengan por objeto la promoción y divulgación de la oferta turística extremeña.



2. II PLAN TURÍSTICO DE EXTREMADURA Y ESTRATEGIA DE TURISMO SOSTENIBLE DE EXTREMADURA 2030

El 11 de enero de 2022 se aprobó la Estrategia de Turismo Sostenible de Extremadura 2030 y Il Plan Turístico de Extremadura por parte de la Administración Autonómica y de las organizaciones empresariales y sindicales con mayor representatividad en la Comunidad Autónoma de Extremadura. Todo ello en el marco de la Agenda para la Reactivación Social y Económica de Extremadura y de la Declaración para la Concertación Social de Extremadura, rubricados el 13 de julio de 2020 y el 17 de febrero de 2020, respectivamente.

El II Plan Turístico de Extremadura fundamenta su misión en la siguiente **propuesta de valor**:

Propósito, misión, visión y valores

El propósito del II Plan Turístico de Extremadura se formula con la intención de convertir el turismo en motor de cambio y generador de riqueza económica y social. En otras palabras, busca servir de revulsivo para transformar el actual statu quo de la industria turística aumentando, aún más, su aporte de valor económico y social.

Convertir el turismo en motor de cambio, generador de crecimiento económico y de empleo de calidad, equitativo y respetuoso con el medio ambiente y en lucha contra la despoblación.

La misión del II Plan Turístico de Extremadura describe cómo desarrollar el anterior propósito, es decir, centra y programa

las acciones clave para el progreso del turismo en la región haciendo que la propuesta de valor turística aporte más valor e innovación frente a otras alternativas.

Focalizar y concretar los retos que consoliden nuestra propuesta como competitiva, diferencial, especializada y basada en la excelencia.

La visión del destino para este ciclo resume aquello que se considera como éxito, es decir, aquello que se quiere consequir:

Impulsar el potencial de Extremadura como destino turístico sostenible e inteligente de interior de referencia, para ser identificado como un lugar que inspire la visita, sugerente para los operadores y enriquecedor para las poblaciones locales.

De esta visión se declinan algunos aspectos clave:

- "Impulsar el potencial...", es decir, poniendo en valor los recursos turísticos de la Comunidad y generando nuevos.
- "...destino turístico de referencia...", es decir, siendo conocido, reconocido y posicionado de manera específica y singular.



- "...lugar que inspire la visita...", es decir, ilusionante para que quienes aún no nos conocen y generador de recuerdos memorables para las personas que sí lo han hecho.
- "..." sugerente para los operadores...", es decir, atractivo para la inversión y la generación de actividad económica para los agentes privados del sector.
- "... y enriquecedor para las poblaciones locales", es decir, generador de convivencia y sostenibilidad donde el turismo es apreciado por los residentes como un valor añadido que hace de Extremadura un mejor lugar donde vivir.

Por último, los valores del destino representan las señas de identidad con las que Extremadura quiere ser reconocida y distinguida turísticamente. En este sentido, se caracteriza por ser un lugar...



Auténtico, que cumple lo que promete, un destino cercano, amable y hospitalario.



Sorprendente, generador de experiencias mejorables en quienes nos visitan.



Inteligente, siendo innovador, inclusivo y digital.



Sostenible, comprometiéndose con el futuro ambiental, económico y social de la comunidad.



Comprometido, aportando todos los agentes turísticos y aprovechando las sinergias transversales para materializar oportunidades.

Factores críticos de éxito

Para la selección de las estrategias de una manera lógica se han identificado primero aquellos aspectos que son especialmente relevantes para el logro de la visión, concretando la situación actual y potencial, interna y externa, respecto a éstos y, a partir de este análisis, se han determinado las líneas estratégicas y los correspondientes objetivos estratégicos en que se desarrollan.

El II Plan Turístico de Extremadura debe concentrarse en impulsar unos pocos temas clave en los que concentrar los esfuerzos y recursos.

Los 8 Factores Críticos de Éxito del turismo de Extremadura para el horizonte 2025 son los siguientes:

FACTOR CRÍTICO DE ÉXITO 1

Alineación de intereses y esfuerzos entre agentes (privado-privado; público-privado; publico-público)

Para hacer más deben aunarse fuerzas, en un marco de confianza, donde los distintos agentes del ecosistema turístico, independientemente de sus características, aporten y reciban. La colaboración, la integración de planes y acciones, así como considerar el progreso del turismo desde una perspectiva transversal es un elemento fundamental para alcanzar mayores cotas de eficacia y eficiencia en las acciones

FACTOR CRÍTICO DE ÉXITO 3

Aplicación de la digitalización e innovación como algo imprescindible

Hoy en día, y cada vez más, la digitalización y la innovación en la relación con los turistas, personas de las organizaciones y sociedad en general cobran mayores cotas de importancia. Difícilmente un destino será diferencial si no logramos introducir y consolidar estas herramientas en la cadena de valor del turista y, siempre, desde una perspectiva de lograr resultados.

FACTOR CRÍTICO DE ÉXITO 2

Generación de cambio cultural a través del conocimiento (datos) y el compromiso hacia la acción

Los datos, la información y el conocimiento son inputs básicos para la toma de decisiones y, por tanto, deben ser un elemento habitual en la gestión de las organizaciones relacionadas con el sector. Esta gestión debe ir orientada a la acción, al cambio, aprovechando las oportunidades descubiertas a través de la información y centrándose en el logro de resultados.

FACTOR CRÍTICO DE ÉXITO 4

Evolución de los valores de marca del destino y su percepción interior y exterior

Extremadura cuenta con unos recursos de enorme valor e interés turístico que, para poder ser desarrollados, es fundamental lograr que la marca Turismo en Extremadura sea conocida tanto dentro de la región como en el resto de España y, también, en el ámbito internacional. La marca del Turismo en Extremadura deberá estar ligada, sin duda, a los valores que tenemos como destino y ser consistente prometiendo aquello que podemos cumplir.

FACTOR CRÍTICO DE ÉXITO 5

Generación de recomendación por parte de los visitantes

El destino Extremadura debe ir más allá de la satisfacción en la visita, generando en la misma unas experiencias memorables que induzcan a los visitantes a recomendar Extremadura como destino imprescindible para ser visitado.

FACTOR CRÍTICO DE ÉXITO 7

Acceso a recursos para estimular el cambio hacia la excelencia: profesionalización y especialización

Los cambios a acometer requieren recursos económicos y apoyo para lograr que éstos se realicen y, sobre todo, se consoliden dentro de los agentes del ecosistema turístico. Es fundamental articular un mecanismo de apoyo al cambio, bajo el enfoque de la mejora de la profesionalización y la especialización y desde una óptica de corresponsabilidad.

FACTOR CRÍTICO DE ÉXITO 6

Mejora de la gobernanza de las organizaciones públicas y privadas del sector

Para provocar el progreso en el turismo de Extremadura es fundamental conseguir que los agentes privados y públicos realicen una evolución cultural sobre la manera de gestionar sus organizaciones. El entorno ha cambiado y se encuentra en continua evolución y, en consecuencia, es indispensable que las organizaciones quieran, puedan y sepan desarrollar un proceso de cambio de sus métodos de gestión.

FACTOR CRÍTICO DE ÉXITO 8

Creación de un modelo turístico sostenible

El progreso y desarrollo del turismo siempre debe considerarse bajo la orientación de ser generador de riqueza económica, social y medioambiental, no de manera puntual sino continua y sostenible en el tiempo. El turismo, así como los recursos turísticos de la región, nunca deben ser considerados desde una visión de explotación, pensando sólo en el corto plazo, sino considerando una visión responsable a largo plazo.



Acciones, líneas y objetivos estratégicos

Se han concretado las estrategias en 3 niveles integrados y anidados entre sí:



, las cuales tienen
vocación de continuidad
durante todo el ciclo
estratégico y se concentran
en alcanzar grandes
resultados estrechamente
relacionados e inductores
del logro de la visión del
destino.







, los cuales son la unidad de medida para la acción de las estrategias. A través de programas, planes y acciones, las estrategias se materializan y se consiguen los resultados. En base a las conclusiones extraídas del análisis de las fases precedentes, son **5 las líneas estratégicas** que confluyen para el cumplimiento del propósito, misión, visión y valores enunciados.

TRANSFORMAR EL DESTINO EXTREMADURA Y AFIANZAR SU FUTURO

Más riqueza económica y social Más posibilidades en los resultados Más vinculación y recomendación

Más convivencia y futuro

Más oferta competitiva y diferencial

Aumentar el número de visitantes y su rendimiento

Mejorar el nivel de gestión de los agentes del sector

Fortalecer el atractivo del destino

Realizar la actividad con mayor responsabilidad Poner en valor los activos y recursos

1

Desarrollar la venta del destino 2

Generar un entorno innovador e inteligente 3

Crear experiencias positivas en los Grupos de Interés 4

Avanzar en el Desarrollo Sostenible

5

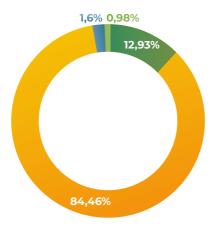
Mejorar la oferta turística

3. TURISMO DE EXTREMADURA: PRINCIPALES MAGNITUDES

Oferta

Según los datos del Registro de Empresas y Actividades Turísticas de la Dirección General de Turismo en diciembre del 2019, se contabilizaron un total de 13.853 empresas turísticas, 141 empresas más que las registradas en el ejercicio anterior.

EMPRESAS TURÍSTICAS



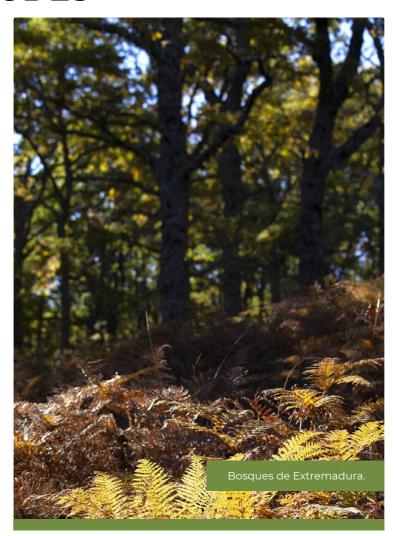
11.701 Empresas de restauración

1.792 Empresas de alojamiento

223 Agencias de viajes

137 Empresas de actividades complementarias

Fuente: Registro de Empresas y Actividades Turísticas. Dirección General de Turismo. Junta de Extremadura (Diciembre 2019).



El número de establecimientos de **alojamiento** en Extremadura, en diciembre de 2019, ascendía a 1.792 establecimientos que cuentan con un total de 44.206 plazas, de los cuales 442 son establecimientos hoteleros con capacidad de 18.648 plazas. Por otro lado, 485 son establecimientos extrahoteleros, con un total de 15.422 plazas y 865 son alojamientos rurales, con capacidad de 10.136 plazas.

La región contabiliza un total de 2.517 establecimientos de restauración que cuentan con un total de 238.273 plazas (sin contar bares). El número de establecimientos de bares asciende a 9.184, que junto al resto suman un total de 11.701, de los cuales el 78,48% son bares, el 14% son restaurantes, mientras que el resto, el 7%, son cafeterías, cátering y salones de banquetes.

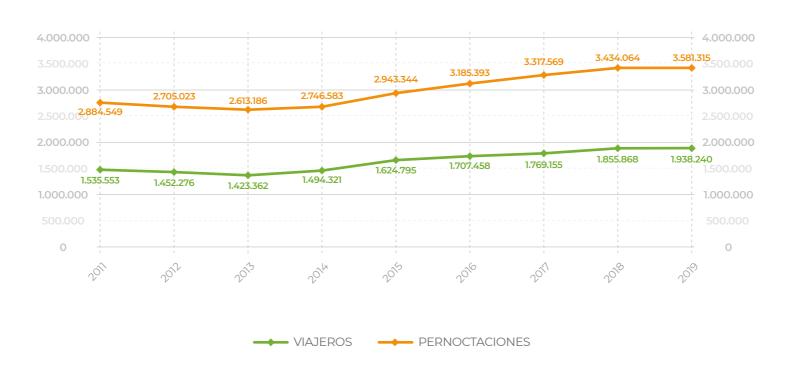
OFERTA TURÍSTICA: ALOJAMIENTO OFERTA TURÍSTICA: RESTAURACIÓN 900 9.184 8.000 675 6.000 450 4.000 225 2.000 587 216 68 Hoteleros Extrahotelero Alojamiento rural Restaurantes Bares Cafeterías Salones de Catering banquetes nº de establecimientos hoteleros nº de establecimientos restauración

Fuente: Registro de Empresas y Actividades Turísticas. Dirección General de Turismo. Junta de Extremadura (Diciembre 2019).

Viajeros y Pernoctaciones totales

Los viajeros totales alcanzaron en el año 2019 la cifra de 1.938.240 turistas, obteniendo un incremento del +4,44% sobre el año anterior, esto supone un incremento de 82.372 viajeros más. Con respecto a las pernoctaciones, siguen creciendo llegando a las 3.581.315 plazas ocupadas en el 2019, obteniéndose así un incremento del +4,29% sobre el año 2018, lo que supone un incremento de 147.251 pernoctaciones más que en el año anterior.

VIAJEROS Y PERNOCTACIONES TOTALES



Fuente: INE. Datos definitivos 2011-2019 y elaboración propia.

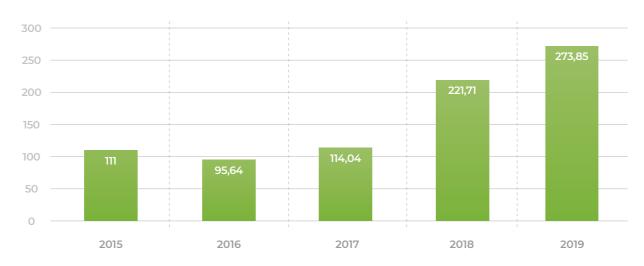
Gasto turístico

Teniendo en cuenta los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) a través de la Encuesta de Gasto Turístico (EGATUR), el **gasto turístico total del turismo internacional**, medido en millones de euros, ha evolucionado de una forma muy positiva. En nuestra región, el gasto turístico ha aumentado considerablemente pasando de los 111 millones de euros del 2015 a los 273.85 millones de euros en el 2019.

En el año 2019 se obtiene un aumento del +23,52% con respecto al año 2018, lo que supone un aumento en valores absolutos de 52.14 millones de euros.

En el plano nacional, se ha aumentado un total de 24.653,97 millones de euros, pasando de 67.258,00 del 2015 a los 91.911,97 millones de euros del 2019.

EVOLUCIÓN DEL GASTO TURÍSTICO INTERNACIONAL EN EXTREMADURA 2016-2019 (en millones de euros)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE) a través de EGATUR. Elaboración propia con datos definitivos 2016-2019.

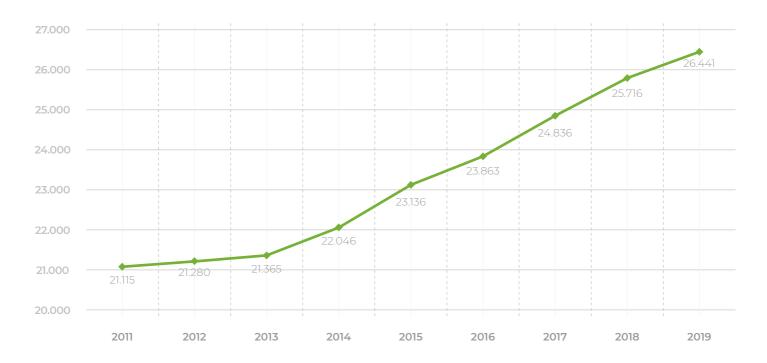


Empleo turístico

Teniendo en cuenta los datos que nos proporciona el Ministerio de Empleo y Seguridad Social, el número de afiliados en el sector turístico, asciende a 26.441 personas en el año 2019.

Se incrementa en 725 afiliados más a la Seguridad Social que en el 2018, lo que supone en términos porcentuales un incremento del +2.82%.

NIVEL DE TRABAJADORES AFILIADOS EN EL SECTOR TURÍSTICO 2011-2018: Servicios de Alojamiento, Servicios de Comida y bebida, Agencias de viajes y Operadores. CNAE (55, 56, 791, 799)



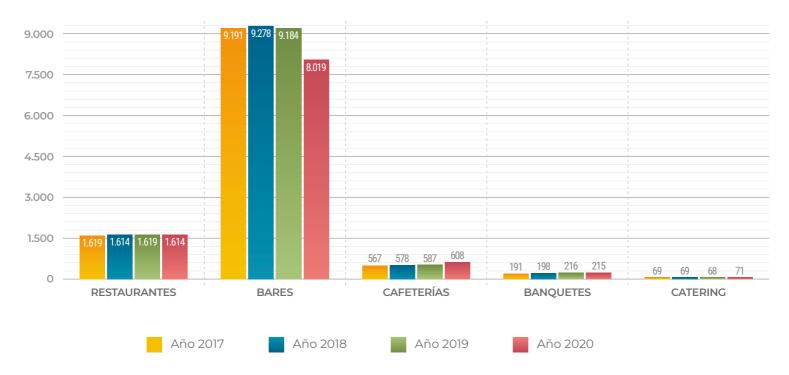
Fuente: Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Datos definitivos 2011-2019. Elaboración propia.

3.1. MAGNITUDES TURÍSTICAS EN EL PERIODO COVID 2020-2021

Oferta

Según los datos del Registro de Empresas y Actividades Turísticas de la Dirección General de Turismo en diciembre del 2021, se contabilizaron un total de 12.524 empresas turísticas, 258 empresas menos que las registradas en el ejercicio anterior.

ALOJAMIENTOS Y OFERTA TURÍSTICA. RESTAURACIÓN



Según la tipología de empresas, las que ofertan un mayor número de plazas son las dedicadas a la restauración, que aglutina el 83,97% en 2021, seguido de alojamiento ofrecen un total de 16,02% de las plazas totales.

En cuanto a la clasificación cuantificada del número de empresas, aquellas de actividades complementarias aglutinan un total de 137 establecimientos, seguido de las agencias de viajes con 208. Las empresas de restauración se sitúan en tercer lugar con 10.215, mientras que las dedicadas al alojamiento son un total de 1.968.

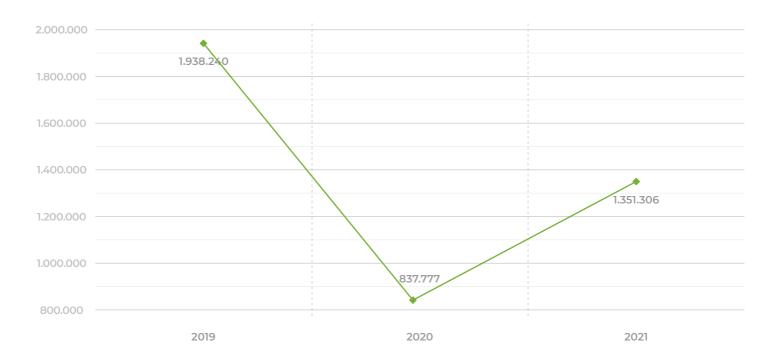


Viajeros

En el año 2019, año prepandemia, un total de 1.938.240 viajeros visitaron Extremadura. Esta cifra se redujo en un 56,78% en el año 2020 al alcanzarse un total de 837.777 viajeros.

Durante el ultimo año, 2021, se observa una tendencia creciente símbolo de la recuperación del sector, alcanzándose 1.351.306 viajeros, lo que supuso un crecimiento de 61,30% y un aumento en términos absolutos de 513.529 viajeros más.

EVOLUCIÓN DE LOS VIAJEROS 2019 - 2020 - 2021

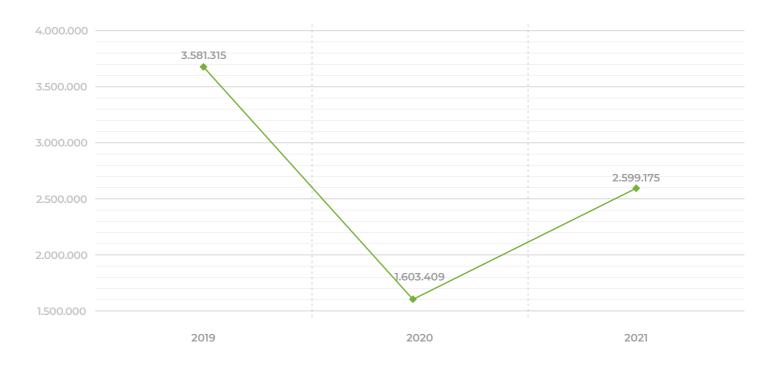


Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de INE. 2019, 2020, 2021.

Pernoctaciones

La variable de las pernoctaciones mantienen la misma dinámica que la variable viajeros. En el año 2019, en Extremadura se dieron un total de 3.581.315 pernoctaciones. En el 2020, año de pandemia, se dieron un total de 1.603.409 pernoctaciones, viéndose afectado por un decrecimiento del 55,23%. En el año 2021, fruto de la mejor situación y notable recuperación, se dio un total de 2.599.175 pernoctaciones, con un crecimiento de 62,10%, lo que en términos absolutos son 995.766 pernoctaciones más que el año anterior.

EVOLUCIÓN DE LAS PERNOCTACIONES 2019 - 2020 - 2021



Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de INE. 2019, 2020, 2021.

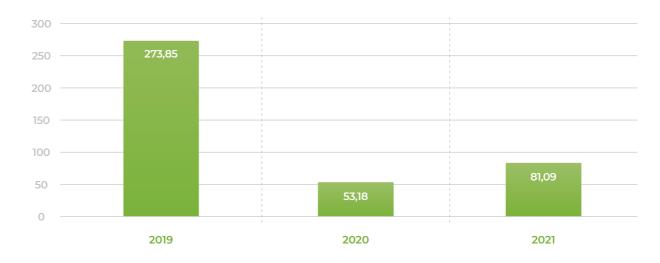
Gasto Turístico

El gastos turístico en Extremadura durante el año 2019 fue bastante positivo. Según el informe de EGATUR, la media anual en este año fue de 273,85 millones de euros.

El año 2020 mantuvo cifras de gasto muy por de bajo del año anterior como consecuencia de la crisis sanitaria surgida en marzo de este mismo año. El gasto en este momento asciende hasta 53,18 millones.

En cambio en el año 2021 y como símbolo de recuperación esta variable comienza a mejorar, alcanzándola cifra de 81,09 millones de euros. A pesar de no haber alcanzado los niveles de gasto pre pandémico, es importante a tener en cuenta que durante este tiempo se mantuvieron numerosas medidas restrictivas sobre la movilidad tanto nacional como internacional, lo cual ha frenado este crecimiento haciendo del mismo un crecimiento sostenido.

EVOLUCIÓN DEL GASTO TURÍSTICO DE MEDIA ANUAL 2019-2020-2021 (en millones de euros)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de EGATUR. 2019, 2020, 2021.

Empleo turístico

El empleo en el sector turístico también se ha visto afectados. Como se observa en el gráfico siguiente, en el año 2019, año pre pandemia, se produjeron un total de 26.441 personas afiliadas a este sector, tanto como autónomos, como contratados por cuenta ajena.

En el año 2020, se da un descenso del -10,23%. El promedio del numero de afiliados totales ha sido de 23.735, tanto autónomos como contratados por cuenta ajena.

Símbolo de la flexibilidad de las restricciones de movilidad dadas en el año 2021, el empleo tiene un ascenso del 0,92% alcanzando la media de 23.953 afiliados.

NIVEL DE TRABAJADORES AFILIADOS EN EL SECTOR TURÍSTICO 2019-2020-2021: Servicios de Alojamiento, Servicios de Comida y bebida, Agencias de viajes y Operadores. CNAE (55, 56, 791, 799)

26.000
25.000
24.000
23.735
23.953
22.000
2019
2020
2021

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de Tourespaña. 2019, 2020, 2021.

4. PRINCIPALES MERCADOS EMISORES DE TURISMO DE EXTREMADURA 2019

Mercados nacionales

Los **mercados nacionales 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, Andalucía, Extremadura, y Castilla y León. Estos mercados aglutinaron el 69,46% del total nacional con 1.104.568 turistas alojados o viajeros en 2019.

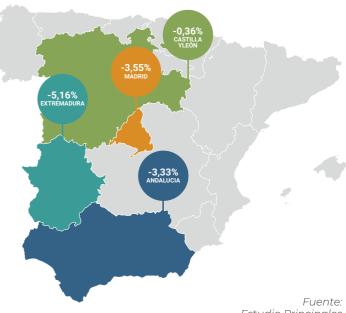
Si en 2018 el segundo mercado en importancia por volumen de viajeros fue Andalucía, en 2019 sigue manteniéndose en la segunda posición del ranking con 305.099 turistas nacionales alojados. Mientras que Extremadura se mantiene en la tercera posición con un crecimiento del 5,44%, pasando de 280.947 viajeros en 2018, a 296.225 viajeros en 2019. El cuarto mercado es Castilla y León, con 102.927 viajeros alojados.

En el mapa se observa la variación porcentual en 2019 respecto a 2018.

Los mercados emisores que se sitúan en entre 50.000 y 100.000 viajeros, pertenecen a la categoría de mercados nacionales de alto interés. En 2019 los mercados son País Vasco, Castilla-La Mancha, Cataluña y la Comunidad Valenciana. Todos ellos suponen el 21% del total nacional con 334.060 turistas alojados.

MERCADOS NACIONALES PRIORITARIOS	TURISTAS ALOJADOS NACIONALES 2019	TURISTAS ALOJADOS NACIONALES 2018	% VARIACIÓN 2019/2018
Madrid	400.317	386.102	3,55%
Andalucía	305.099	294.941	3,33%
Extremadura	296.225	280.947	5,16%
Castilla y León	102.927	102.556	0,36%
Total Mercados Prioritarios	1.104.568	1.064.546	3,62%
Total Mercado Nacional	1.590.221	1.542.733	2,99%

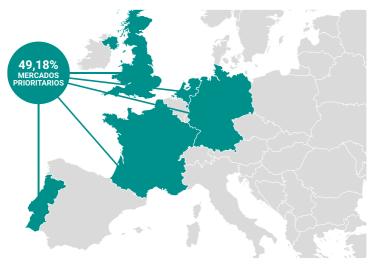




Estudio Principales Mercados Emisores para Extremadura (2019). Observatorio de Turismo de Extremadura.

Mercados internacionales

Los mercados internacionales prioritarios representan el 49,18% del total de turistas extranjeros alojados en 2019 en el conjunto de establecimiento hoteleros, campings, apartamentos turísticos y alojamiento rural, con un volumen de 170.690 viajeros alojados en este mismo año. 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 internacionales 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 2019 el conjunto de los mercados de alto interés aglutinó un total de 31.975 turistas, lo que suponen el 9,21% del conjunto de los mercados internacionales. A esta categoría pertenecen los mercados emisores de Italia, Estados Unidos y Bélgica.

MERCADO INTERNAC. I PRIORITARIO	N° TURISTAS EXTRANJEROS 2019	N° TURISTAS EXTRANJEROS 2018	%VARIACIÓN ANUAL 19/18
Portugal 📵	65.437	54.564	19,93%
Francia 🛑	41.136	44.727	-8,03%
Reino Unido	25.394	25.911	-2,00%
Alemania 🛑	21.225	21.373	-0,69%
Países Bajos	17.498	19.399	-9,80%
Total mercados prioritarios	170.690	165.974	2,84%
Total mercado internacional	347.002	315.383	10,03%

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

MERCADO INTERNAC. DE ALTO INTERÉS	N° TURISTAS EXTRANJEROS 2019	N° TURISTAS EXTRANJEROS 2018	%VARIACIÓN ANUAL 19/18
Italia	11.053	11.231	-1,59%
Estados Unidos	10.936	10.277	6,42%
Bélgica	9.986	9.216	8,35%
Total mercados prioritarios	31.975	30.724	4,07%
Total mercado internacional	347.002	315.383	10,03%

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



Portugal

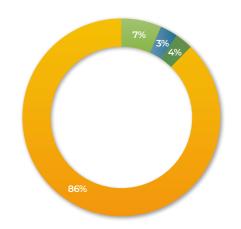
El turista portugués alojado en 2019 en los distintos establecimientos de alojamientos turísticos de Extremadura presenta una distribución media mensual a lo largo del año en torno al 8,33% de su volumen total. Si bien, se observan descensos en los meses de enero v noviembre v aumentos durante los meses de abril y agosto, concentrando esta última el 16.08% de su volumen total.

Atendiendo a la tipología del establecimiento, destaca de manera prioritaria el alojamiento hotelero que concentró en 2019, el 85,65% del total de los alojamientos procedentes de este mercado emisor seguido del alojamiento rural con el 7,49%

Campings Aloj. rural Hoteleros

Ap. turísticos

Distribución porcentual de los estratos de alojamiento mercado portugués (2019)





Francia

El turista francés alojado en Extremadura durante 2019 presenta una cierta irregularidad a lo largo de los meses del año, con valores que fluctúa en torno al 3,5, al inicio y final del año, hasta cifras muy superiores registradas en los meses de mayo y agosto, del 13,30% y del 18,55%.

Por tipología de establecimiento mayormente demandado por el turista francés en 2019 es el hotelero con el 76,66%.

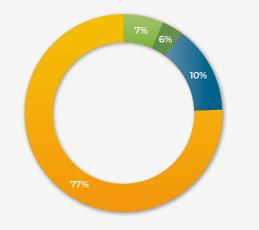
Hoteleros

Campings

Aloj. rural

Ap. turísticos

Distribución porcentual de los estratos de alojamiento mercado francés (2019)





Reino Unido

La distribución del turista inglés alojado en los diferentes establecimientos turísticos de Extremadura en 2019, presenta un crecimiento de la demanda desde abril a mayo alcanzando el 12,51%, y en septiembre cuando alcanza el punto máximo, de 14.59%.

A lo largo del año 2019, el turista ingles concentra su alojamiento en el segmento hotelero en un 71,12%.

Campings

Aloj. rural





Hoteleros

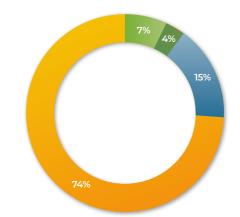
Alemania

El turista alemán mantiene una concentración durante el periodo comprendido entre los meses de marzo y mayo que alcanza el 17,14% de su volumen total de turistas alojados, seguido del 12,46% que alcanza en septiembre.

En el 2019, el turista alemán presenta en Extremadura una mayor concentración por alojamiento hoteleros, representando este segmento el 74,41% sobre el conjunto de alojamientos del turismo alemán.



Distribución porcentual de los estratos de alojamiento mercado alemán (2019)



Ap. turísticos



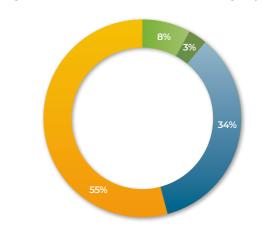
Países Bajos

El turista holandés concentra los mayores volúmenes de su alojamiento turístico en Extremadura en tres periodos del año: Mayo, julio y septiembre, con una aglutinación de viajeros de 12,42%, 13,61% y 13,70% respectivamente.

El turista holandés se aloja preferentemente en el segmento hotelero, un 54,86%. Sin embargo el segmento camping supone el segundo alojamiento con mayor demanda con un 33,72%.

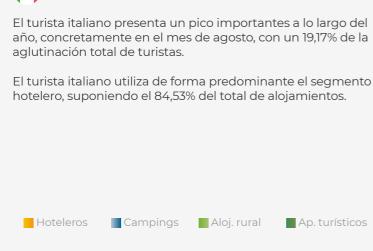


Distribución porcentual de los estratos de alojamiento mercado de los Países Bajos (2019)

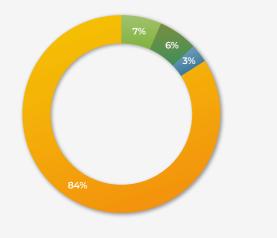




Italia



Distribución porcentual de los estratos de alojamiento mercado italiano (2019)





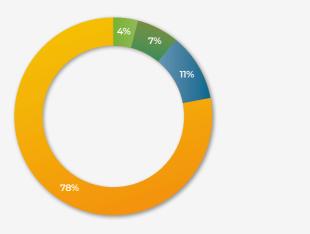
Bélgica

Es a partir del mes de marzo cuando comienza una recuperación constante alcanzado el máximo valor en el mes de agosto un 22% de los turista procedentes de Bélgica.

El turista belga alojado en Extremadura en 2019 demanda principalmente los hoteles como alojamiento, aglutinando en los mismos el 77.90%.



Distribución porcentual de los estratos de alojamiento mercado belga (2019)





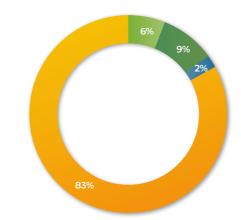
Estados Unidos

Durante el mes de mayo se produce el mayor crecimiento del año en cuanto al porcentaje de turistas alojados en la región, en este mes se alcanza un 15,26%. Durante los meses siguiente muestra una tendencia situada en el intervalo de 10,99 a 8,58% durante los meses de mayo a octubre.

Según el tipo de alojamiento, es el segmento hotelero el más demandado, con un 81,70% del total.



Distribución porcentual de los estratos de alojamiento mercado de Estados Unidos (2019)



Ap. turísticos

4.2. PRINCIPALES MERCADOS EMISORES DE TURISMO DE EXTREMADURA 2019 Y 2020

Demanda de los mercados nacionales prioritarios

Los principales mercados prioritarios de carácter nacional durante el año 2019 fueron las Comunidades Autónomas de Madrid, Extremadura, Andalucía y Castilla y León.

En el año 2020 se mantuvieron la demanda de estas mismas comunidades autónomas, aunque en este momento, y debido a la pandemia se dio un decrecimiento considerable que redujo esta demanda en torno al 50% para las comunidades autónomas.

MERCADOS EMISORES	TURISTAS ALOJADOS NACIONALES 2020	TURISTAS ALOJADOS NACIONALES 2019	VARIACIÓN 2020/2019
Madrid	183.261	400.317	-54,22%
Extremadura	176.859	296.225	-40,30%
Andalucía	141.772	305.099	-53,53%
Castilla y León	46.187	102.927	-55,13%
Castilla - La Mancha	35.384	75.553	-53,17%
Mercados Prioritarios	583.463	1.180.121	-50,55%
Mercado Nacional	750.801	1.590.221	-52,79%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del INE, 2019 Y 2020.

Demanda de los mercados nacionales de alto interés

Los mercados de alto interés de carácter nacional son aquellas comunidades autónomas que han demandado algún tipo de turismos en Extremadura. En este caso, estas comunidades son Castilla-La Mancha, País Vasco, Galicia, Cataluña y Comunidad Valenciana.

Como se puede observar en la tabla, estas comunidades mantienen la misma dinámica que las consideradas como mercados prioritarios, al mantener un decrecimiento poco más elevado del 50%.

Este decrecimiento se debe a las limitaciones de movilidad establecidas en España como consecuencia de la crisis sanitaria.

MERCADOS EMISORES	TURISTAS ALOJADOS NACIONALES 2020	TURISTAS ALOJADOS NACIONALES 2019	VARIACIÓN 2020/2019
País Vasco	35.344	77.387	-54,33%
Galicia	22.737	53.118	-57,20%
Cataluña	22.224	69.479	-68,01%
Comunitat Valenciana	21.426	58.523	-63,39%
Mercados de Alto Interés	101.731	258.507	-60,64%
Mercado Nacional	750.801	1.590.221	-52,79%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del INE, 2019 Y 2020.

Demanda del mercado internacional prioritario

En cuanto a la demanda procedente de los países internacionales, destacan como mercados prioritarios Portugal, Francia, Reino Unido, Alemania y Países Bajos. Todos ellos se han visto afectados por la crisis sanitaria, provocando que en el año 2020 se produjera un descenso elevado, situándose entre -66,96% y el -70,83%.

A pesar de este descenso, Portugal se mantienen como el principal mercado prioritario demandante del turismo Extremeño.

El conjunto de estos países suman un total de 48.724 turistas. Un 55,42% del total de turistas internacionales que visitaron la región en el año 2020.



MERCADOS EMISORES	TURISTAS ALOJADOS INTERNACIONALES 2020	TURISTAS ALOJADOS INTERNACIONALES 2019	VARIACIÓN 2020/2019
Portugal	19.751	65.437	-69,82%
Francia	12.000	41.136	-70,83%
Reino Unido	8.390	25.394	-66,96%
Alemania	4.446	21.225	-79,05%
Países Bajos	4.137	17.498	-76,36%
Mercados Prioritarios Total Alojamientos	48.724	174.690	-72,11%
Mercado Nacional Total Alojamientos	87.908	348.021	-74,74%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del INE, 2019 Y 2020.

Demanda del mercado internacional de alto interés

Por otro lado, la demanda procedente de los mercados de alto interés de procedencia internacional está marcada por Italia, Estados Unidos y Bélgica. Todos ellos suman una demanda de 8.652, lo que supone 9,84% del total de la demanda internacional.

Respecto al año 2019, estos países han tenido descensos que oscilan desde -67,65% de los Países Bajos hasta un -76,88% de Belgica.

Mercado internacional de alto interés



MERCADOS EMISORES	TURISTAS ALOJADOS INTERNACIONALES 2020	TURISTAS ALOJADOS INTERNACIONALES 2019	VARIACIÓN 2020/2019
Italia	3.576	11.053	-67,65%
Estados Unidos	2.767	10.936	-74,70%
Bélgica	2.309	9.986	-76,88%
Mercados de Alto Interés Total Alojamientos	17.235	70.698	-75,62%
Mercado Nacional Total Alojamientos	87.908	348.021	-74,74%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del INE, 2019 Y 2020.

5. TURISMO EN LAS PRINCIPALES CIUDADES DE EXTREMADURA

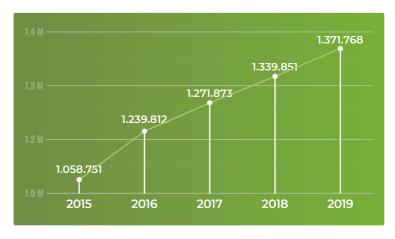
Es importante estudiar el volumen de las cuatro ciudades dentro del conjunto del total de Extremadura, para así analizar la distribución de la demanda de los turistas alojados en los distintos establecimientos turísticos de la región. Tomando como referencia el segmento hotelero, el **58,03**% del total de los turistas que nos visitaron en el 2019, se alojaron en algún establecimiento del segmento hotelero de alguna de estas cuatro ciudades: **Cáceres, Mérida, Badajoz o Plasencia**.

Viajeros y pernoctaciones en establecimientos hoteleros de ciudades 2015-2019

VIAJEROS

0.9 M 853.634 0.8 M 797.691 0.7 M 687.795 0.6 M 2015 2016 2017 2018 2019

PERNOCTACIONES



Fuente: Datos definitivos INE 2015-2019. Y elaboración propia.

La ciudad de Cáceres es la que mayor número de turistas alojados alcanza con 283.485 viajeros, seguida de Mérida con 265.633 viajeros, Badajoz alcanza los 212.359 viajeros y Plasencia 92.155.

Ocurre lo mismo con las pernoctaciones, que el puesto número uno lo ocupa Cáceres con un total de 469.077 plazas ocupadas, después Mérida con 404.047, seguida de Badajoz con 336.359 pernoctaciones y finalmente Plasencia con 162.284 pernoctaciones.



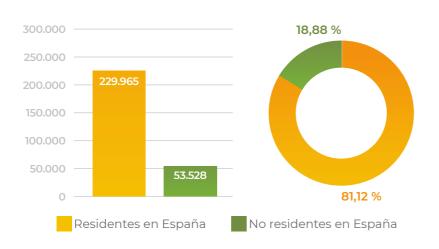
CÁCERES

EVOLUCIÓN DE VIAJEROS Y PERNOCTACIONES



Fuente: Datos definitivos INE 2015-2019. Y elaboración propia.

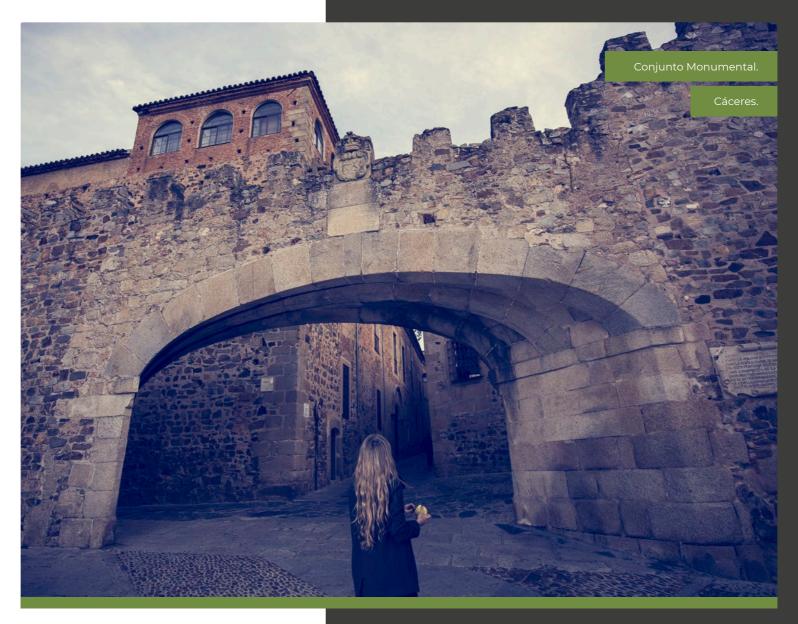
TIPOLOGÍA DEL TURISTA ALOJADO EN CÁCERES (2019)



PRINCIPAL MERCADO EMISOR INTERNACIONAL (2019)

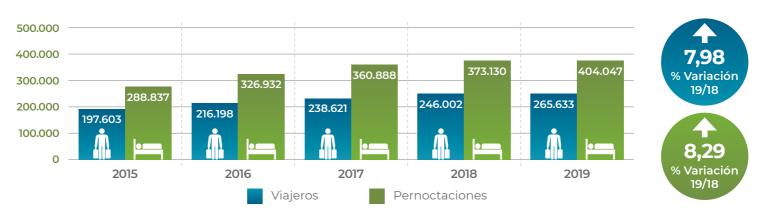


En la ciudad de Cáceres, el principal mercado en el 2019 es el **mercado portugués** con un 28,85%.



MÉRIDA

EVOLUCIÓN DE VIAJEROS Y PERNOCTACIONES



Fuente: Datos definitivos INE 2015-2019. Y elaboración propia.

TIPOLOGÍA DEL TURISTA ALOJADO EN MÉRIDA (2019)

21,27 % 250.000 200.000 209.129 150.000 50.000 Residentes en España No residentes en España

PRINCIPAL MERCADO EMISOR INTERNACIONAL (2019)

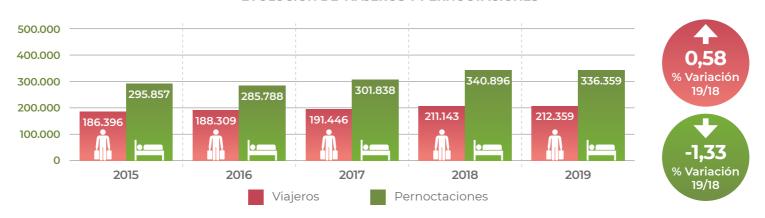


En la ciudad de Mérida, el principal mercado en el 2019, es el **mercado portugués** con un 28,58%.



BADAJOZ

EVOLUCIÓN DE VIAJEROS Y PERNOCTACIONES



Fuente: Datos definitivos INE 2015-2019. Y elaboración propia.

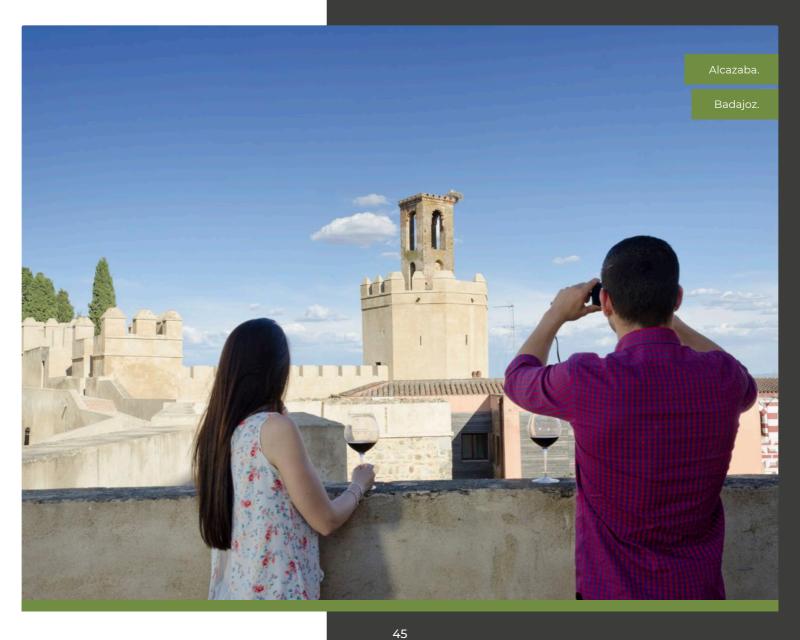
TIPOLOGÍA DEL TURISTA ALOJADO EN BADAJOZ (2019)

300.000 29,65 % 250.000 200.000 150.000 149.392 50.000 62.966 70,35 % Residentes en España No residentes en España

PRINCIPAL MERCADO EMISOR INTERNACIONAL (2019)

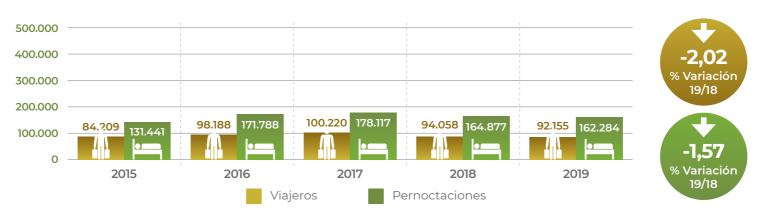


En Badajoz, el mercado prioritario en el año 2019, es el mercado portugués con un 68,05%.



PLASENCIA

EVOLUCIÓN DE VIAJEROS Y PERNOCTACIONES



Fuente: Datos definitivos INE 2015-2019. Y elaboración propia.

TIPOLOGÍA DEL TURISTA ALOJADO EN PLASENCIA (2019)

PRINCIPAL MERCADO EMISOR INTERNACIONAL (2019)

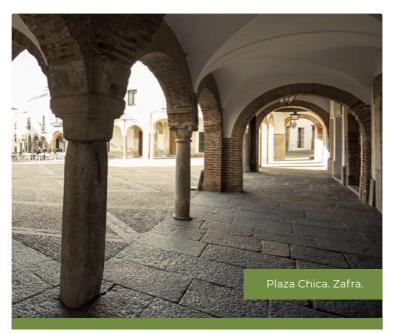


En la ciudad de Plasencia, el mercado mayoritario en el año 2019 fue el **mercado francés** con un 26,41%.



6. TURISMO EN LOS TERRITORIOS TURÍSTICOS DE EXTREMADURA

Según la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT), un destino turístico es un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar. Es una agrupación (en una misma ubicación) de productos y servicios, y de actividades y experiencias, en la cadena de valor del turismo, y una unidad básica de análisis del sector. Un destino incorpora a distintos agentes y puede extender redes hasta formar destinos de mayor magnitud. Es, además, inmaterial, con una imagen y una identidad que pueden influir en su competitividad en el mercado.



La Estrategia de sostenibilidad turística en destinos añade el concepto de sostenibilidad. Un destino turístico sostenible sitúa como eje vertebrador la sostenibilidad en la medida que la integra en su forma de gestionar y de realizar un seguimiento constante de las incidencias del turismo en la triple dimensión medioambiental, socioeconómica y territorial, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias. Debe contribuir a un desarrollo armonioso en todo el territorio, de manera que fortalezca la cohesión territorial. Así mismo, reporta un alto grado de satisfacción a los turistas y contribuye a que el turismo represente para ellos una experiencia significativa, haciéndolos más conscientes de la problemática de la sostenibilidad y fomentando en ellos unas prácticas turísticas acordes a ésta.

En consecuencia, para poder diseñar estrategias turísticas sostenible 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.

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.





等



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.

ZONAS TURÍSTICAS DE EXTREMADURA: VIAJEROS Y PERNOCTACIONES

Las zonas turísticas de Extremadura están definidas por Plasencia y Norte de Extremadura, Cáceres y su entorno; Mérida, Badajoz y entorno y Zafra-Sur de Extremadura.

La zona que mayor demanda ha tenido tanto en el año 2021 como en el anterior ha sido Mérida, Badajoz y entorno.

El número de viajeros que visitaron esta zona fue de 472.045 viajeros en el año 2021, momento en que tuvo un crecimiento del 58,92%.

A pesar de ser esta la zona más demanda, la zona de mayor crecimiento en este periodo de tiempo es Zafra-Sur de Extremadura, con un 66,56%.

ZONAS TURÍSTICAS - VIAJEROS



En lo referente a las zonas turísticas, destaca Plasencia y Norte de Extremadura con 891.891 pernoctaciones y un crecimiento sobre el año anterior de 55,29%. A continuación, se sitúa Mérida, Badajoz y entorno con un número de pernoctaciones

de 791.259, y un crecimiento porcentual de 54,79%.

La zona de mayor crecimiento ha sido Zafra-Sur de Extremadura, con un porcentaje de 79,15%.

ZONAS TURÍSTICAS - PERNOCTACIONES



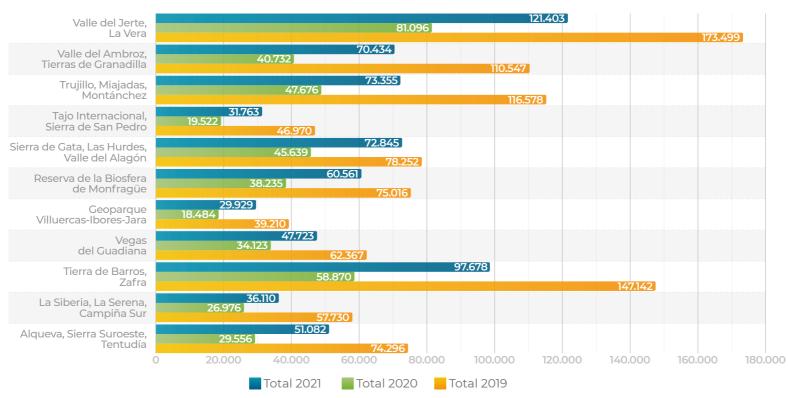
Dentro de cada una estas zonas turísticas, además de las ciudades de Extremadura, se existen 11 territorios turísticos con identidad propia:

- 1. Algueva, Sierra Suroeste, Tentudía
- 2. La Siberia, La Serena, Campiña Sur
- 3. Tierra de Barros, Zafra
- 4. Vegas del Guadiana

- 5. Geoparque Villuercas-Ibores-Jara
- 6. Reserva de la Biosfera de Monfragüe
- 7. Sierra de Gata, Las Hurdes, Valle del Alagón

- 8. Tajo Internacional, Sierra de San Pedro
- 9. Trujillo, Miajadas, Montánchez
- 10. Valle del Ambroz, Tierras de Granadilla
- 11. Valle del Jerte, La Vera

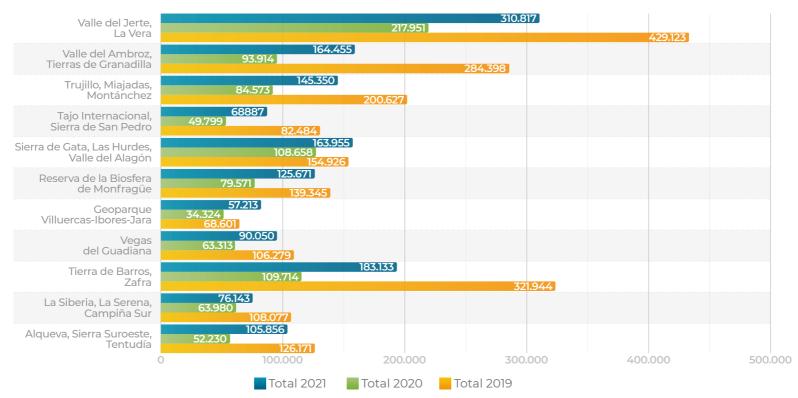
TERRITORIOS TURÍSTICOS - VIAJEROS



Los territorios turísticos de Valle del Jerte y La Vera son que mayor demanda tiene por parte de los viajeros, alcanzando en el año 2021 un total de 121.403. En este año ha obtenido un crecimiento porcentual de 49,70%. Por otro lado, el territorio que mayor crecimiento ha tenido en el año 2021 respecto al 2020 ha sido Valle de Ambroz, Tierras de Granadilla, que ha tenido un crecimiento porcentual del 72,92%.

En ocupación turística destaca el Valle del Jerte-La Vera, con 310.817 pernoctaciones con un crecimiento en el año 2021 sobre el anterior, que fue 42,61%. En cambio, el mayor crecimiento en este espacio temporal lo registra el territorio Alqueva, Sierra Suroeste, Tentudía, con un aumento del 102,67% sobre el año 2020.

TERRITORIOS TURÍSTICOS - PERNOCTACIONES



7. SEGMENTOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS

Los cuatro segmentos principales que promociona Extremadura en su página web son el turismo de naturaleza, cultural, gastronómico y termal. Cada uno de estos segmentos se divide en productos que otorgan a la región un carácter cada vez más diverso y especializado:

NATURALEZA

Astroturismo

Extremadura es el destino perfecto para la observación del cielo estrellado, debido a una contaminación lumínica muy reducida, la escasa densidad de población y la distribución territorial en torno a núcleos pequeños y medianos. Este hecho se une a la gran calidad medioambiental y a las favorables condiciones meteorológicas de las que disfruta gran parte del año.

Extremadura Activa

El turismo activo se ha convertido en uno de los principales alicientes a la hora de viajar. El turista deja de ser un mero observador para formar parte del entorno y mezclarse en él a través de la práctica de actividades deportivas de diferente intensidad física o riesgo. En Extremadura se pueden encontrar infinitas posibilidades para pasar unas vacaciones activas o, simplemente, para disfrutar de actividades al aire libre en plena naturaleza.

Extremadura es Agua

Con más de 1.500 kilómetros de costa de agua dulce, Extremadura ofrece unos recursos acuáticos excepcionales e ideales para el baño en la época estival y para la práctica de todo tipo de deportes en el medio acuático durante todo el año.

Corredor Ambiental UNESCO

Extremadura conserva multitud de espacios naturales de gran valor ecológico y diversidad biológica. Los espacios naturales con sello UNESCO son: Parque Nacional de Monfragüe Reserva de la Biosfera UNESCO (2003); Villuercas-Ibores-Jara Geoparque Mundial UNESCO (2015); Tajo-Tejo Internacional Reserva de la Biosfera Transfronteriza UNESCO (2016); y Reserva de la Biosfera UNESCO La Siberia (2019).

Ecoturismo

Las excepcionales condiciones de conservación han generado hábitats estables de reproducción animal y vegetal en bosques y dehesas de Extremadura que han despertado el interés turístico y científico, y la observación, además de las aves y las estrellas, de otros fenómenos naturales y recursos culturales.

Por otro lado, la extensa red de caminos rurales públicos, superior a los 70.000 kilómetros, es el escenario perfecto de rutas de senderismo de gran o pequeño recorrido. Además, Extremadura cuenta con 4 Caminos Naturales-Vías Verdes: Vegas del Guadiana, Mina La Jayona, Monfragüe y Vía de la Plata, que suman un total de 130 km en servicio.

Turismo de golf

Extremadura cuenta con unas condiciones excelentes para las actividades al aire libre, como el golf, además de gran extensión de espacios naturales en buen estado de conservación y un aire puro que la convierten en un destino sin parangón para disfrutar de la naturaleza.

Birding

Extremadura es un verdadero paraíso ornitológico por el excelente estado de conservación de sus hábitats naturales y la elevada diversidad de sus paisajes.

La región se encuentra entre los destinos más deseados por los aficionados a la ornitología y los amantes de la naturaleza de todo el mundo. Si a esto se suma su interesante patrimonio histórico y su gastronomía, se puede decir que es un destino de excelencia para el turismo ornitológico.

Extremadura Rural

Extremadura es el escenario perfecto para la interacción de las zonas rurales y las nuevas demandas de la sociedad actual de ocio y descanso. Las diversas comarcas extremeñas cuentan con una amplia y variada red de alojamientos rurales y distintas experiencias de turismo activo y agroturismo.

CULTURA

Ciudades de Extremadura

Extremadura destaca por su gran legado histórico-artístico, un patrimonio que conservan cuidadosamente sus principales ciudades: Badajoz, Cáceres, Mérida, Plasencia, Trujillo y Zafra.

Festivales de teatro y musicales

Durante todo el año en Extremadura se celebran algunos de los más prestigiosos certámenes del panorama cultural español que abarcan todas las órdenes artísticas. Reconocidos tanto por su veteranía como por la calidad de sus programaciones y los incomparables escenarios donde se desarrollan con numerosas citas a lo largo y ancho de nuestra región.

Museos de Extremadura

Extremadura cuenta con una amplia red de museos, galerías y salas de exposición, tanto pública como privada que sorprende al visitante por su variedad y calidad. Entre la oferta museística se abarca la práctica totalidad de la historia de la humanidad, desde el arte prehistórico hasta el arte más vanguardista y contemporáneo.

Patrimonio UNESCO y Europeo

Extremadura acoge un patrimonio excepcional de gran valor y enorme diversidad que cuenta con el sello de Patrimonio de la Humanidad: la ciudad monumental de Cáceres, el conjunto arqueológico de Mérida y termas romanas de Alange, y el Monasterio de Santa María de Guadalupe. Además, el Monasterio de San Jerónimo de Yuste cuenta con el sello de Patrimonio Europeo.

Fiestas de Interés Turístico

Extremadura vive con intensidad la preparación de sus fiestas, representaciones y conmemoraciones históricas, que se desarrollan a lo largo de todo el año y en las que queda constancia de la hospitalidad del pueblo extremeño. Cuenta con 2 Fiestas de Interés Turístico Internacional, 10 Fiestas de Interés Turístico Nacional y 46 Fiestas de Interés Turístico Regional.

Rutas Culturales

Extremadura es una tierra rica en historia y cultura donde reposa el legado de algunas de las más importantes civilizaciones con numerosas opciones para el viaiero.

Siete son las rutas culturales que ofrece: Camino de la Plata, Ruta de los Monarcas (Isabel la Católica y Carlos V), Ruta de las Juderías, Ruta de los Descubridores, Ruta Mozárabe, Ruta de las Fortalezas y Ruta Extremadura Plató de Cine.

Extremadura es una región de contrastes que guarda maravillas culturales. La guía de Tesoros Ocultos

presenta una serie de lugares extraordinarios,

Tesoros Ocultos de Extremadura

Turismo Espiritual

Extremadura tiene un impresionante acervo material e inmaterial relacionado con la religión y la espiritualidad. Desde tradiciones, fiestas y templos a monumentos prehistóricos, personajes ancestrales y paisajes evocadores:

- Extremadura prehistórica y antiqua.
- Extremadura de basílicas, catedrales, iglesias, ermitas y monasterios.
- Extremadura espiritualidad judía y musulmana.
 - Guadalupe, centro y origen de los caminos de peregrinación.
 - Los caminos de Santiago por Extremadura.
 - Extremadura de devoción. Vírgenes, santos y otros.
 - Las nuevas espiritualidades, naturaleza, espacios y

poco conocidos, a través de los cuales podemos hacer un recorrido por la historia gracias a la herencia de los antiguos pobladores. prácticas. Castillo de Puebla de Alcocer.

GASTRONOMICO

Extremadura Gourmet

Extremadura Gourmet es una iniciativa creada y organizada para impulsar y promover el turismo gastronómico en la región. Una apuesta por la gastronomía extremeña como potencial de atracción turística y desarrollo sostenible.

Once Denominaciones de Origen Protegida y cuatro Indicaciones Geográficas Protegidas son el mejor escaparate para los alimentos y las materias primas de la gastronomía extremeña.

Fiestas y eventos gastronómicos

Una gran cantidad de eventos en Extremadura gira en torno a la gastronomía y sus mejores productos alimentarios a lo largo de todo el año. Esto la convierte en todo un paraíso para los foodies. Se trata de una gastronomía basada en productos locales de gran calidad, como el jamón ibérico de bellota y otros productos derivados del ibérico, los quesos, la ternera, la vaca, el cordero, el aceite de oliva virgen extra, el pimentón de La Vera, las cerezas del Jerte, la miel, los higos, el vino o el cava, un auténtico lujo para los sentidos.

Rutas Gastronómicas Sostenibles

Son un instrumento capaz de ofrecer una interpretación gastronómica de Extremadura conectando aspectos históricos, culturales, naturales y culinarios, pero sobre todo la esencia de esta tierra, íntimamente ligada a su medio natural, sus paisajes, su biodiversidad y sus tradiciones.

Templos Gastronómicos

Una selección para los paladares más exquisitos que no dejará indiferente al viajero al saborear las delicias de la gastronomía extremeña. Junto a las recetas tradicionales de las diversas culturas que han habitado estas tierras, han innovando para ofrecer una cocina de vanguardia con una identidad gastronómica singular.

TERMAL

Extremadura dispone de seis balnearios donde descansar y disfrutar de la naturaleza, la cultura y la gastronomía. Balnearios con nombre propio especializados por las propiedades mineromedicinales de sus aguas y las técnicas utilizadas.

Extremadura Termal presenta balnearios donde descansar y disfrutar de la naturaleza, la cultura y la gastronomía. Balnearios con nombre propio especializados por sus aguas y las técnicas utilizadas. Las fórmulas son infinitas: tratamientos con lodos en El Raposo; tratamientos dermatológicos o mesoterapia en El Salugral; coberturas y masajes corporales en Fuentes del Trampal; envolvimientos revitalizantes con cerezas o algas en el Valle del Jerte; tratamientos reumatológicos y respiratorios en Baños de Montemayor; o las terapias relajantes en las termas de Alange (declaradas Patrimonio de la Humanidad desde 1993).

Recientemente, han sido declarada Villas Termales los municipios de Baños de Montemayor y de Alange.





MICE

En un privilegiado enclave a medio camino entre Madrid y Lisboa se encuentra Extremadura. Destino de enorme riqueza patrimonial y cultural, en un entorno natural único, que conjuga una gastronomía de calidad con excelentes servicios y profesionales, que hacen de Extremadura un destino idóneo para la celebración de congresos, convenciones e incentivos.

Un destino donde poder disfrutar de ciudades atractivas, con encanto, acogedoras y tranquilas, y donde el descanso y ocio no está reñidos con jornadas de trabajo en hoteles de calidad, modernos centros de congresos y special venues preparados para acoger cualquier tipo de reunión o congreso.

COOPERACIÓN TURÍSTICA

La Dirección General de Turismo ha apostado por candidatar e implementar proyectos europeos de cooperación que ayuden a dinamizar el turismo en los territorios extremeños, a la articulación y posicionamiento de una oferta turística segmentada e innovadora y al apoyo al tejido empresarial, fomentando la cooperación con otros países y otras Comunidades Autónomas.

EUROACE

La eurorregión EUROACE agrupa a Extremadura, Alentejo y Centro de Portugal, comprende una superficie de 92.500 km2 y cuenta con una población de 3,3 millones de habitantes.



Se encuentra en un territorio de centralidad entre las dos capitales ibéricas (Madrid y Lisboa) y Oporto, comunicadas con los mercados externos gracias a tres aeropuertos internacionales. Las tres regiones abarcan 20 enclaves o bienes clasificados como Patrimonio Mundial por la UNESCO, donde el turismo genera 90.000 empleos directos y registró 7 millones de viajeros y 12 millones de pernoctaciones en 2018, cifras que contribuyeron a la creación de más empleo y a la lucha contra la despoblación. Extremadura, Alentejo y Centro de Portugal, además, fueron las regiones que más crecieron en turismo internacional.

Este territorio se caracteriza por una gran diversidad de paisajes, desde la costa portuguesa hasta las dehesas y los valles extremeños, un amplio patrimonio histórico, desde yacimientos arqueológicos hasta el legado romano, judío y musulmán, y una gastronomía auténtica, variada y de calidad, con productos como el jamón ibérico de bellota, los quesos, los vinos, el pescado del Atlántico, el aceite de oliva virgen extra y la repostería conventual.

PRINCIPALES MAGNITUDES

- Más de 3.300.000 habitantes
- Más de 92.000 m²
- Localización estratégica: Madrid, Sevilla, Lisboa, Porto
- Más de 5.000.000 viajeros
- Más de 9.000.000 pernoctaciones
- Más de 91.000 empleos

POTENCIALIDADES TURÍSTICAS

- 20 enclaves patrimonio UNESCO
- Más de 90 áreas naturales protegidas
- Más de 70 festivales de interés turístico
- 37 denominaciones de origen e indicaciones geográficas protegidas
- Más de 30 museos

Rotas e Desenvolvimento cultural do Lago Alqueva

Se plantea el Programa de Sostenibilidad Dark Sky Alqueva y el Programa de Rutas Culturales y Naturales.

Dos de las principales apuestas de este proyecto han sido el diseño, desarrollo y ejecución de una Estrategia de Turismo Accesible, basado en el diseño universal, de forma que el destino pueda ser disfrutado en igualdad de condiciones por todos los turistas, y la ejecución de las acciones de turismo accesible identificadas en la estrategia. Así como el desarrollo y promoción



del astroturismo, mediante la formación a empresarios del sector y el impulso y fomento de la práctica del astroturismo en el primer territorio del mundo acreditado como Destino Turístico Starlight por la Fundación Starlight, certificación respaldada por la UNESCO, la Organización Mundial del Turismo y la Unión Astronómica Internacional. Cabe mencionar que el destino transfronterizo de astroturismo Dark Sky Alqueva fue tres veces nominado en los World Travel Awards (los llamados "Oscar del turismo") y ha sido ganador en la categoría Europe's Responsible Tourism Award 2019, es decir, Destino de Turismo Sostenible de Europa 2019.

Eurobird

Eurobird es un proyecto del Programa Interreg de Cooperación Transfronteriza entre España y Portugal (POCTEP), cuya área



de cooperación es Centro de Portugal-Extremadura-Alentejo. Está liderado por la Dirección General de Turismo, que tiene como prioridades desarrollar, crear y promocionar una oferta turística sostenible, competitiva y de excelencia, así como conformar un destino turístico único para el avistamiento de aves, formado por dos países, España y Portugal.

Águila imperial ibérica, cigüeña negra, águila perdicera, buitre negro, alimoche, cernícalo primilla, grulla y elanio azul, entre otras especies, habitan en estos 50.000 km2, un paraíso para las aves y los amantes de la naturaleza.

Tajo Internacional Rede

Es un proyecto del Programa Interreg de Cooperación Transfronteriza entre España y Portugal (POCTEP), que tiene



el objetivo de potenciar Tajo Internacional, sus recursos naturales, culturales y favorecer la puesta en valor de las actividades turísticas en el territorio de cooperación e impulsar el crecimiento sostenible de este territorio.

Este territorio de gran valor ecológico fue reconocido por la UNESCO como Reserva de la Biosfera Transfronteriza Tajo-Tejo en 2016, siendo el Parque Natural del Tajo-Tejo Internacional el primero compartido por dos países europeos, gracias al acuerdo firmado entre España y Portugal en 2012.

Atlantic on Bike | Eurovelo 1

Se trata de un proyecto del Programa de Cooperación Transnacional (Interreg Espacio Atlántico), cuyo objetivo es el desarrollo de un destino turístico europeo sostenible basado en la ruta cicloturista transnacional



Eurovelo 1. En este proyecto han participado a nivel nacional Extremadura, Andalucía, Castilla y León, La Rioja y Navarra, y a nivel internacional, Noruega, Reino Unido, Irlanda, Francia, España y Portugal.

La ruta de cicloturismo Eurovelo 1 tiene 11.150 kilómetros, desde el Cabo Norte, en Noruega, hasta el Algarve portugués. Es conocida como Ruta de la Costa Atlántica porque busca la compañía brava y enérgica del océano Atlántico y las regiones costeras del Reino Unido, Irlanda, Francia y España.

La Eurovelo 1 conecta otros grandes itinerarios cicloturistas europeos y nacionales, como el Camino de Santiago, la Vía de la Plata o algunas Vías Verdes acondicionadas para viajar en bicicleta. Une culturas, pueblos y paisajes muy diversos y singulares en el occidente de Europa.

Ruta Magallanes Elcano

Con motivo de la celebración del V Centenario de la Primera Vuelta al Mundo de Magallanes y Elcano entre 1519 y 1522, se ha planteado una serie de hitos y eventos en los ámbitos internacional, nacional y también a nivel más local que deben conseguir la justa conmemoración de esta efeméride.

La relevancia de este hecho es indiscutible, suponiendo un antes y un después en el avance de nuestra civilización y de la globalización. Por ello, desde las Administraciones públicas y de la mano del tejido empresarial privado se propone una serie de actuaciones dirigidas a la creación de producto en torno a la hazaña, buscando que tras la conmemoración quede un legado permanente.

Uno de los principales objetivos es la puesta en marcha de un itinerario turístico y cultural que conecte Getaria, municipio del País Vasco donde nació Juan Sebastián Elcano, con Sanlúcar de Barrameda, municipio de la provincia de Cádiz de donde partieron finalmente las naves el 20 de septiembre de 1519. Este recorrido conectará norte y sur de España a través de las Comunidades Autónomas de Castilla y León, Castilla-La Mancha y Extremadura.

Life ZEPA URBAN

La Comunidad Autónoma de Extremadura ha sido pionera en el ámbito de la Unión Europea en la designación de áreas protegidas dentro de zonas urbanas, un hábitat creado por y para el hombre donde no suelen tener cabida la inmensa mayoría de las especies silvestres y mucho menos las más amenazas.



Urban Birding es la denominación del producto turístico que se ha creado en Extremadura en torno al cernícalo primilla con el objetivo de desarrollar un modelo de gestión de ZEPA urbanas que asegure la conservación del cernícalo primilla a largo plazo, adoptando medidas eficaces que reduzcan o eliminen sus principales amenazas.

Se crea en el marco del proyecto Life Zepaurban, proyecto que financia la Unión Europea, y cuyo objetivo es garantizar a largo plazo la conservación de este pequeño halcón. Extremadura es la única región europea que ha incluido, dentro de Red Natura 2000, zonas exclusivamente urbanas para la conservación de las colonias del cernícalo primilla.

Se ha desarrollado principalmente en las ZEPA de Jerez de los Caballeros, Zafra, Cáceres, Trujillo y Plasencia.

La participación del sector turístico en un proyecto de índole medioambiental es fundamental ya que el desarrollo de un modelo económico sostenible basado en la observación del cernícalo primilla garantiza el futuro para la especie.

Camino Mozárabe - Via de la Plata-Mozárabe

La Ruta de la Plata constituye uno de los itinerarios clásicos de peregrinación. Cuenta con una vía romana y sus múltiples vestigios de calzadas, arcos, villas y ciudades de la época imperial. Monumental como pocas, posee varios conjuntos declarados Patrimonio Mundial por la Unesco y otros igualmente relevantes.

Sin embargo, es también el Camino más desconocido y, por tanto, el que puede resultar más atractivo para aquellos peregrinos que ya han transitado por otros caminos jacobeos más masificados.

Con esta necesidad, las Comunidades Autónomas de Andalucía, Extremadura, Castilla y León y Galicia han decidido emprender un plan común para difundir la opción del Camino por la Vía de la Plata en el Xacobeo 2021-2022.

CLUBES DE PRODUCTO TURÍSTICO

La Dirección General de Turismo ha apostado por candidatar e implementar proyectos europeos de cooperación que ayuden a dinamizar el turismo en los territorios extremeños, a la articulación y posicionamiento de una oferta turística segmentada e innovadora y al apoyo al tejido empresarial, fomentando la cooperación con otros países y otras Comunidades Autónomas.

Club de Producto de Turismo Ornitológico Birding in Extremadura

https://www.birdinginextremadura.com/

En el caso de Extremadura, el club más avanzado en este último punto es el de Birding in Extremadura, con 110 socios públicos y privados. Es el más antiguo y una referencia nacional e internacional en la gestión y adhesión de miembros. Lo conforman alojamientos, guías especializados, agencias de viaje, empresas de servicios fotográficos, empresas de actividades, oficinas de turismo y centros de interpretación.

Fruto de la creación de este club de producto y de poner en valor un recurso tan preciado como la ornitología, se ha profesionalizado todo su entorno y esto ha ayudado al posicionamiento en los mercados y segmentos de interés en este recurso.





En relación con los clubes de producto gastronómicos, se distinguen:

Club Ruta del Queso de Extremadura

https://rutadelqueso.es/



Contribuye a la mejora de la oferta y al posicionamiento como destinos gastronómicos de las comarcas incluidas en los territorios queseros con Denominación de Origen Protegida (DOP Torta del Casar, Queso Ibores, Queso de Acehúche y Queso de La Serena) y otras zonas queseras destacadas de Extremadura como La Vera, Monfragüe, Tajo Internacional-Sierra de San Pedro-Los Baldíos, Tentudía y Tierra de Barros.

Club Ruta del Ibérico Dehesa de Extremadura



https://www.turismoextremadura.com/es/ven-a-extremadura/Ruta-del-Iberico/

Impulsa la mejora de la oferta y el posicionamiento como destino gastronómico relacionado con el ibérico de todo el territorio incluido dentro de la Denominación de Origen Protegida Dehesa de Extremadura.

Club Ruta del Aceite de Extremadura

https://www.turismoextremadura.com/es/ven-a-extremadura/Ruta-del-Aceite/

Tiene por finalidad la mejora de la oferta y el posicionamiento como destinos gastronómicos de las comarcas incluidas en los territorios aceiteros con Denominación de Origen Protegida (DOP) Monterrubio de la Serena y Gata-Hurdes y otras zonas destacadas por la calidad de sus aceites de la región: La Siberia, Tierra de Barros, Villuercas-Ibores-Jara, Zafra-Río Bodión, Vegas Altas del Guadiana, Vegas Bajas del Guadiana, Tentudía, Sierra de Montánchez-Tamuja, Comarca de Olivenza y Campiña Sur.





Además, el Club Ruta del Vino y Cava Ribera del Guadiana, perteneciente a las Rutas del Vino de España, está promovido por la Asociación de Ciudades del Vino (ACEVIN) y la Secretaria de Estado de Turismo, formado por un selecto grupo de destinos especializados en enoturismo que cumplen una serie de estándares de calidad y con una oferta enoturística identitaria y muy atractiva para los visitantes.

https://www.rutadelvinoriberadelauadiana.com/

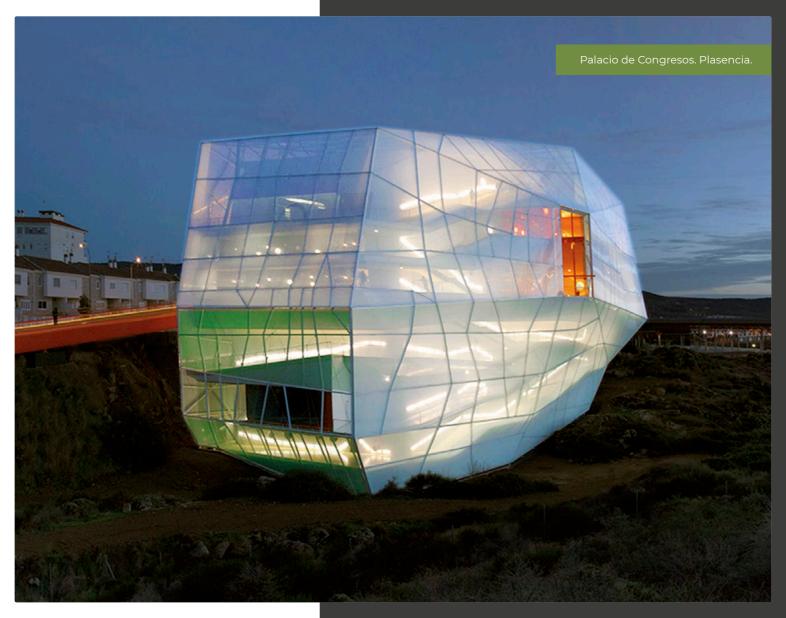
El MICE es una industria en sí mismo que genera un impacto económico muy alto en destinos y empresas que se profesionalizan para darle servicio.

Por ello, Extremadura tiene ahora por delante un camino que recorrer para posicionarse en esta industria y ofrecerse como alternativa al resto de destinos MICE, muchos de ellos ya conocidos, que se encuentran en la red del Spain Convention Bureau.

Finalmente, cabe destacar los clubes de ámbito territorial, como son el Taejo Internacional Destino Gastronómico, en la frontera con Portugal, y el club de producto Carlos V, que, aunque asentado en la comarca de La Vera por vinculación histórica, está implantando a nivel internacional e impulsado por la Red de Cooperación de las Rutas del Emperador Carlos V.

En términos gastronómicos, España es un referente a nivel mundial y en los últimos años ha consolidado su imagen de marca internacionalmente con numerosas restaurantes y chefs que han impulsado la gastronomía hasta los niveles más altos de reconocimiento (Estrellas Michelin, Guía Repsol, etc.). En esta línea, Extremadura tiene un recorrido y una oportunidad excelente para seguir posicionando su marca gastronómica Extremadura Gourmet de la mano de España.

Finalmente, desde diciembre de 2020 Extremadura está trabajando en la creación de un nuevo club de producto: Extremadura Convention Bureau para fomentar el turismo de eventos, negocios e incentivos en la Comunidad.



PRINCIPALES SEGMENTOS DE DEMANDA

Ante el gran volumen de turismo que se genera a nivel internacional, sin considerar el año de pandemia, la segmentación experiencial de la demanda y la búsqueda de nuevos perfiles son la apuesta de muchos destinos turísticos.

Extremadura, principalmente, se dirige a los siguientes segmentos: sénior, cosmopolita, con necesidades de accesibilidad, familiar, LGTBI, científico y *millennials*.

Definir segmentos y disponer de conocimiento detallado permite como destino diseñar producto acorde y establecer campañas de marketing y comunicación mucho más efectivas.

Por ejemplo, la técnica conocida como inbound marketing, aplicada por muchos destinos en la actualidad, apuesta por el conocimiento exhaustivo del turista para poder hiperpersonalizar los servicios que se le ofrecen.

Turismo científico

Este turismo está motivado por la adquisición y divulgación del conocimiento científico. El viajero que realiza el turismo científico tiene como objetivo principal abrir más sus fronteras para la investigación en este sector y, de esta forma, ampliar y complementar sus conocimientos en los ámbitos de la naturaleza o la cultura.

Extremadura ha despertado el interés científico y profesional por la observación de recursos turísticos, como la ornitología, la astronomía, la fauna y la flora, la arqueología o la arquitectura.

Turismo familiar

Este segmento de demanda se ha ido diversificando con el tiempo. El turismo familiar incluye a personas de distintas edades con múltiples necesidades y preferencias.

La variedad que conforma este segmento es muy amplia y como consecuencia también lo son las experiencias, necesidades y motivaciones de los diferentes componentes del grupo familiar para cada viaje.

Según datos recogidos en el VII Estudio de Turismo Familiar (2019), el turismo familiar registró un impacto de 18.552 millones de euros en España.

Teniendo en cuenta este escenario, se plantean algunas acciones como: adherirse a algún programa de certificación como destino familiar o promocionar Extremadura entre los niños y los jóvenes entendiendo que son los que en muchas ocasiones deciden el lugar de vacaciones. En cualquier caso, para abordar este segmento se requiere de especialización y profesionalización del tejido empresarial extremeño.

Turismo LGBTI+

Según National Geographic, España se encuentra en el top 10 del índice anual Gay Travel Index publicado por Spartacus (2020), en la séptima posición de 202 países. La Organización Mundial del Turismo arroja cifras muy relevantes para este segmento: por un lado, se trata del segmento con mayor crecimiento (10,3% anual) y, hoy por hoy, representa el 10% del total de viajeros internacionales, con un gasto de más de 181 millones de dólares al año en el mundo.

En España, LGBT Capital (2018) estima en alrededor de 5,5 millones de euros el impacto económico que genera el turismo LGBTI+. Si bien es cierto que en España existen destinos muy posicionados para captar a este segmento (Gran Canaria, Barcelona, Madrid o Sitges, por ejemplo), Extremadura tiene una trayectoria con acciones específicas. Concretamente, Extremadura está desarrollando el proyecto Extremadura Amable con el objetivo de promocionarse como un destino de acogida para todo el mundo en una clara apuesta por la diversidad.

Turismo idiomático

Extremadura es un destino único donde la inmersión garantizará una experiencia auténtica y enriquecedora. Todo ello combinado con una amplia oferta lúdica, cultural, de naturaleza, gastronómica y deportiva.

La Universidad de Extremadura cuenta con el Instituto de Español como Lengua Extranjera (IELE) y ofrece cursos mensuales (intensivos), trimestrales y preparatorios para el DELE. Además, ofrece cursos a medida diseñados conforme a los intereses y necesidades de las instituciones que los demanden. La Escuela Oficial de Idiomas imparte clases de español para extranjeros en Badajoz, Cáceres y Plasencia en los niveles básico, intermedio y avanzado. Varios centros de la región también ofrecen cursos de español combinados con actividades que permiten ahondar en la cultura española y extremeña.

Turismo cosmopolita

El turista cosmopolita se enmarca en el turismo urbano, pero con preferencia por la cultura o las compras. Se trata de un perfil de demanda que marca tendencias de viaje, viaja varias veces al año con estancias cortas, busca lo auténtico, tiene interés en la gastronomía, la cultura, el arte, gasta un 20% más que el turista medio y tiene sensibilidad por el producto local y el cuidado del medioambiente.

Informes de Turisme Comunitat Valenciana y Turespaña (2018) estiman que el turista cosmopolita supone unos 32 millones de personas en el mundo, unos 25 millones en Europa (Reino Unido, Alemania, Francia, Italia y Holanda) y unos 7 millones en Estados Unidos y Canadá.

Turismo millennials

Un estudio realizado por la compañía internacional de investigación Wakefield Research para Expedia Group, publicado en octubre de 2020, afirma que este segmento de demanda y la generación Z buscan cada vez más viajes con un impacto medioambiental cero.

Los *millennials* "son la generación más numerosa hasta la fecha, ya que representan el 31,5% de la población, con 7,7 millones de personas. Además, esta generación tiene un poder adquisitivo estimado en 200.000 millones de dólares" (THE WANDERING RV, 2021).

Dentro del segmento *millennials* adquieren protagonismo los denominados "nómadas digitales", surgidos con más fuerza durante la pandemia.

Sin embargo, para dar servicio a los *millennials*, Extremadura debe seguir apostando por dar a conocer sus valiosos recursos a través de la innovación, la digitalización y las nuevas tecnologías.

Turismo sénior

En 2060 los mayores de 65 años representarán el 30% de la población de la Unión Europea, según datos de Eurostat. Así mismo, el I Barómetro del Consumidor Sénior publicado por la Fundación Mapfre (2020) aporta información relevante acerca de los hábitos de compra de una generación formada por 15,5 millones de españoles, más de la mitad, mujeres. Muchos de ellos aspiran a vivir con mejor calidad de vida, pero también más y mejor, disponen de mayores ingresos que las generaciones anteriores, no tienen hipoteca, tienen capacidad de ahorro, se consideran tecnológicos y viajeros y después de una alimentación sana, los viajes y el turismo son su segunda prioridad.

El turismo sénior es una excelente oportunidad para los destinos turísticos ya que permite la tan buscada desestacionalización y en muchas ocasiones incrementar el nivel de gasto.

Extremadura es un destino perfecto para acoger este segmento de demanda. Sin embargo, se precisa avanzar en el conocimiento del segmento y definir las acciones a llevar a cabo para atraer el turismo sénior. Y esto debe de hacerse de la mano del sector privado extremeño, que debe de ofrecer un servicio acorde a sus necesidades.

Turismo accesible

Según la Organización Mundial de la Salud, un 15% de la población mundial (1.000 millones de personas) vive con alguna forma de discapacidad. En Europa se estiman 135 millones de potenciales turistas con algún tipo de discapacidad y 130 millones en Estados Unidos.

Debido a este potencial, la Organización Mundial del Turismo creó el sello 'Destino de Turismo Accesible' junto a la Fundación ONCE. Éstos mismos, a su vez, están trabajando en la elaboración de la Norma Internacional ISO 21902 de turismo accesible, de la mano de AENOR.

En España, según datos del Observatorio Estatal de la Discapacidad (OED), "se estima que residen 4,12 millones de personas con discapacidad, lo que supone aproximadamente el 9% de la población total".

Concretamente Extremadura, a través del Servicio Extremeño de Promoción de la Autonomía y la Atención a la Dependencia (SEPAD) y la Universidad de Extremadura, participa activamente en el OED. Según el Informe Olivenza 2019, Extremadura tiene una tasa de población con discapacidad de un 10,9%.

En términos turísticos, Extremadura cuenta con un gran volumen de espacios y establecimientos hosteleros que han adoptado medidas para ofrecer un producto y un servicio cada vez más accesible.

Extremadura dispone hoy de una Guía de Turismo Accesible con 261 establecimientos que cumplen con requisitos de accesibilidad, dos destinos que están trabajando el pilar de la accesibilidad que dicta el modelo Destinos Turísticos Inteligentes (Extremadura Norte-Plasencia y Zafra-Sur de Extremadura), diferentes recursos y atractivos turísticos con adaptaciones en accesibilidad (Parque Nacional de Monfragüe, Parque Natural de Cornalvo, el Real Monasterio de Yuste y el Real Monasterio de Guadalupe) o las ciudades de Cáceres, Badajoz y Mérida, que cuentan con infraestructuras y recursos adaptados.

Por otro lado, Malpartida de Cáceres se promociona como "un destino sin barreras" y ha creado la "Ruta de los Sentidos", que es referente regional y nacional en turismo accesible.

Asimismo, la región dispone de recursos emblemáticos como el Festival Internacional de Teatro Clásico de Mérida, que también está adaptado a este segmento de demanda.

Para seguir avanzando, resulta imprescindible disponer de información acerca de su comportamiento y de los principales mercados.

8. V PLAN CONCERTADO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

Entidades participantes

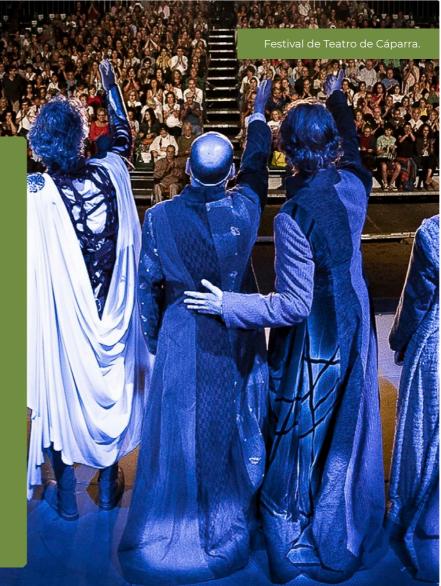
- Dirección General de Turismo
- Dirección General de Acción Exterior
- Secretaría General de Cultura
- Diputación de Badajoz
- Diputación de Cáceres
- Ayto. Mérida
- Ayto. Cáceres
- Ayto. Moraleja
- Ayto. Aldeanueva de La Vera, Cuacos de Yuste y Jarandilla de La Vera
- Ayto. Aldeanueva de La Vera
- Ayto. Arroyo de la Luz
- Ayto. Jarandilla de la Vera
- Ayto. Madrigal de la Vera
- Ayto. Olivenza
- Ayto. Trujillo
- Ayto. Villanueva del Fresno
- CEDER CAPARRA

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 V Plan Concertado de Promoción Turística 2022

- 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 LaVera-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.



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.

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.

Fuente: elaboración propia (2018

Acciones de promoción turística

Las acciones del Plan se clasifican en **nueve categorias:** 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

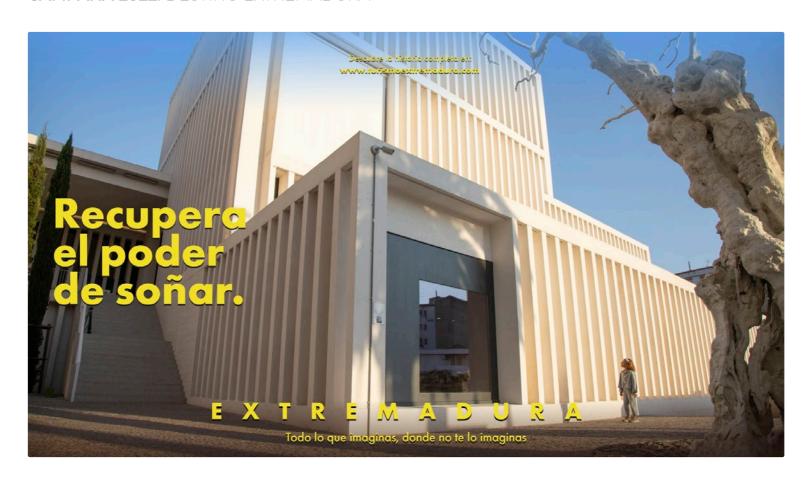
Otras acciones de promoción a través de otros instrumentos no especificados anteriormente.

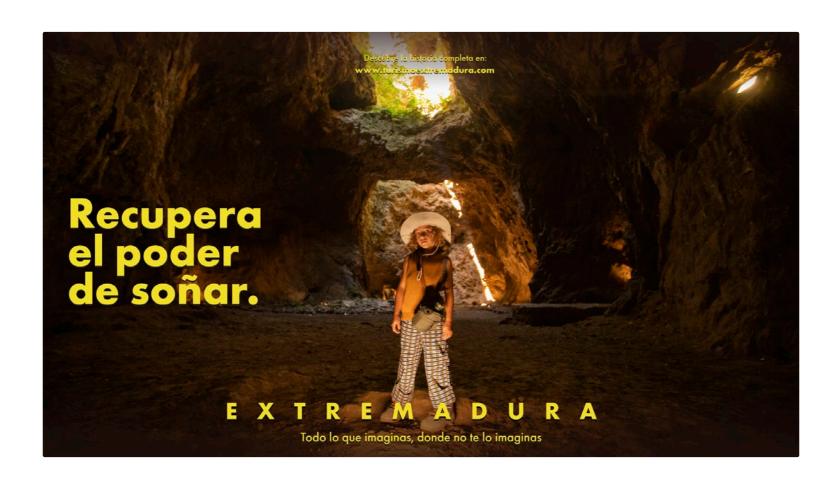
EL PLAN EN CIFRAS 186 ACCIONES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA



CAMPAÑA DESTACADA

CAMPAÑA 2022: DESTINO EXTREMADURA





ENERO

FERIAS

VAKANTIEBEURS 13/01 - 16/01 UTRECH Ayuntamiento de Cáceres



FITUR 2022 19/01 - 23/01 MADRID

Dirección General de Turismo, Ayuntamiento de Cáceres, Ayuntamiento de Mérida, Diputación de Badajoz, Diputación de Cáceres

FITUR MICE 17/01 - 18/01 MADRID Dirección General de Turismo

FORO EXCELTUR 19/01 - 23/01 MADRID Diputación de Cáceres

FAM TRIPS

No hay acciones programadas.



PRESS TRIPS

No hay acciones programadas.



ACCIONES ONLINE

No hay acciones programadas.



ACCIONES EN MEDIOS

No hay acciones programadas.





PLANES DE MEDIOS

PLAN DE MEDIOS FITUR

Diputación de Badajoz



JORNADAS

No hay acciones programadas.



EDICIÓN DE MATERIAL

TAJO INTERNACIONAL

Diputación de Cáceres



OTROS

No hay acciones programadas.





FEBRERO

FERIAS

SALÓN H&T 07/02 - 09/02 MÁLAGA Ayuntamiento de Badajoz



EXPODUBAI 14/02 - 20/02 DUBAI Dirección General de Turismo

FIO 18/02 - 20/02 PN MONFRAGÜEDirección General de Turismo, Diputación de Badajoz,
Diputación de Cáceres, CEDER Cáparra

FAM TRIPS

No hay acciones programadas.



ACCIONES EN MEDIOS

GENTE VIAJERA EN FIO

Dirección General de Turismo



RADIO SOMORMUJO EN FIO

Dirección General de Turismo

PLANES DE MEDIOS

No hay acciones programadas.



PRESS TRIPS

No hay acciones programadas.



ACCIONES ONLINE

EXPODUBAI: EXTREMADURA, UNA HISTORIA CONTADA DESDE LAS ESTRELLAS 14/02 - 20/02 DUBAI Dirección General de Turismo





JORNADAS

EXPODUBAI: SHOWCOOKING VERSATIL

14/02 - 20/02 DUBAI Dirección General de Turismo



EDICIÓN DE MATERIAL

No hay acciones programadas.



OTROS

FIESTA GASTRONÓMICA DE LAS COLES CON BUCHE

Ayuntamiento de Arroyo de la Luz

XX RUTA ECUESTRE DEL EMPERADOR

Ayuntamiento de Jarandilla de la Vera

CONCURSO ENOLÓGICO Y GOURMET

Ayuntamiento de Aldeanueva de La Vera

XXIII RUTA SENDERISTA DEL EMPERADOR

Ayuntamiento de Aldeanueva de la Vera, Ayuntamiento de Cuacos de Yuste, Ayuntamiento de Jarandilla de la Vera

MARZO

FERIAS

FERIA DEL TORO 02/03 - 06/03 OLIVENZA Diputación de Badajoz, Ayuntamiento de Olivenza



EXPO HIP 07/03 MADRID Diputación de Cáceres,

ITB 09/03 - 13/03 BERLÍN
Ayuntamiento de Mérida, Ayuntamiento de Cáceres

SIFER TECH

Ayuntamiento de Mérida

BTL 16/03 - 20/03 LISBOA Dirección General de Turismo, Diputación de Badajoz

SALON MONDIAL DU TOURISME 17/03 - 20/03 PARÍS Ayuntamiento de Mérida, Ayuntamiento de Cáceres

FERIA DEL GURUMELO

18/03 - 20/03 VILLANUEVA DEL FRESNO Ayuntamiento de Villanueva del Fresno

SALON DES VACANCES 24/03 - 27/03 BRUSELAS Dirección General de Turismo, Ayuntamiento de Mérida, Ayuntamiento de Cáceres

MADRID FUSIÓN 28/03 - 30/03 MADRID Diputación de Badajoz, Diputación de Cáceres

PRESS TRIPS

RAIFEISSEN REISEN 31/03 - 24/04 AUSTRIA Dirección General de Turismo





ACCIONES EN MEDIOS

PLAN DE MEDIOS BTL

Diputación de Badajoz

PROMOCIÓN DEL VALLE DEL JERTE EN EL PROGRAMA RADIOFÓNICO GENTE VIAJERA

Dirección General de Turismo

PRESENTACIÓN A MEDIOS DE PRENSA DE LAS EDADES DEL HOMBRE

Dirección General de Turismo

REVISTA TURISMO RURAL: MONOGRÁFICO NORTE DE CÁCERES

Diputación de Cáceres

ACCIONES ONLINE

No hay acciones programadas.



PLANES DE MEDIOS

No hay acciones programadas.



FAM TRIPS

JORNADAS

Diputación de Badajoz

No hay acciones programadas.



OTROS

JORNADAS PLATÓ DE CINE 05

Dirección General de Turismo



XTREM CHALLENGE MÉRIDA

18/03 - 19/03 MÉRIDA Dirección General de Turismo

FESTIVAL HORTERALIA WIZINK CENTER

26/03 MADRID

Dirección General de Turismo, Diputación de Cáceres

VII EXTREMADURA CHALLENGE

26/03 PLASENCIA

Dirección General de Turismo

FERIA DEL LIBRO - FERIA DEL CABALLO

Ayuntamiento de Trujillo

FORO DE INNOVACIÓN EN TURISMO RURAL

02/03 - 03/03 ALCÁNTARA-BROZAS Diputación de Cáceres

18/03 - 20/03 VILLANUEVA DEL FRESNO

JORNADA CON PARADORES

LISBOA

Ayuntamiento de Mérida, Ayuntamiento de Cáceres

JORNADAS TRANSFRONTERIZAS DEL GURUMELO

JORNADA DIRECTA OET

MIAMI

Dirección General de Turismo

EDICIÓN DE MATERIAL

No hay acciones programadas.



ABRIL

FERIAS

B-TRAVEL 01/04 - 03/04 BARCELONA Dirección General de Turismo, Diputación de Badajoz, Diputación de Cáceres

SALON GOURMETS 25/04 - 28/04 MADRIDDirección General de Turismo, Ayuntamiento de Mérida

IBEROVINAC 20/04 -22/04 ALMENDRALEJODiputación de Badajoz

FICOR 27/04 -29/04 SAN VICENTE DE ALCÁNTARA Diputación de Badajoz

XXXV FERIA NACIONAL DEL QUESO

29/04 - 02/05 TRUJILLO
Dirección General de Turismo, Diputación de Badajoz,
Diputación de Cáceres, Ayuntamiento de Trujillo

ACCIONES EN MEDIOS

PRESENTACIÓN EN VIENA DEL 68 FESTIVAL INTERNACIONAL DE TEATRO CLÁSICO DE MÉRIDA 27/04 VIENA

Consejera de Cultura, Turismo y Deportes

CAMPAÑA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL "DÍA DE LA LUZ" 10/04 - 17/04 ARROYO DE LA LUZ Ayuntamiento de Arroyo de la Luz

PLANES DE MEDIOS

No hay acciones programadas.



ACCIONES ONLINE

REVISTA COLORES DE ESPAÑA ONLINE ANUAL ALEMANIA



Dirección General de Turismo

PRESS TRIPS

No hay acciones programadas.



FAM TRIPS

No hay acciones programadas.



JORNADAS

WORKSHOP DIGITAL PARA EL MERCADO CHINO

Dirección General de Turismo



OET LA HAYA

Ayuntamiento de Mérida, Ayuntamiento de Cáceres

EDICIÓN DE MATERIAL

DISEÑO DE ITINERARIOS ECO-CULTURALES ASOCIADOS AL GR22 Y A LA RED DE ALDEAS HISTÓRICAS DE LA RAYA



Diputación de Cáceres

OTROS

COLABORACIÓN CON EVENT MANAGERS ASSOCIATION

Dirección General de Turismo

PATROCINIO PELÍCULA "DESTELLO BRAVÍO"

Dirección General de Turismo

COLABORACION CON TRAVEL BLOGGERS - SIERRA DE GATA

Dirección General de Turismo

XXX CERTAMEN DE TEATRO VILLA DE JARANDILLA

29/04 - 14/05 JARANDILLA DE LA VERA Ayuntamiento de Jarandilla de la Vera



MAYO

FERIAS

EXPOVACACIONES 06/05 - 08/05 BILBAO
Dirección General de Turismo, Diputación de Badajoz, Diputación de Cáceres

ILTM SINGAPUR 23/05 - 26/05 SINGAPUR Ayuntamiento de Mérida, Ayuntamiento de Cáceres

MIS NACIONAL DE EVENTOPLUS 26/05 MADRID Dirección General de Turismo

SALÓN DEL JAMÓN IBÉRICO05/05 - 08/05 JEREZ DE LOS CABALLEROS
Diputación de Badajoz

FAM TRIPS

FAM TRIP MICE FRANCIADirección General de Turismo



Dirección General de Turismo

VIAJE DE AGENTES MICE A EXTREMADURA PORTUGAL Dirección General de Turismo

VIAJE DE FAMILIARIZACION URBANO, GASTRONOMÍA, CULTURA, LUJO REINO UNIDO

Dirección General de Turismo

PRESS TRIPS

VIAJE DE PRENSA CICLOTURISMO HOLANDA

Dirección General de Turismo



OTROS

FESTIVAL DE LAS AVES CIUDAD DE CÁCERES

13/05 - 15/05 CÁCERES
Dirección General de Turismo



FESTIVAL EVORA WINE

26/05 - 28/05 ÉVORA
Dirección General de Turismo

PRESENTACIÓN DEL 68 FESTIVAL INTERNACIONAL DE TEATRO CLÁSICO DE MÉRIDA LISBOA

Dirección General de Turismo

PRIMAVERA VIVA 2022

CEDER Cáparra

ACCIONES EN MEDIOS

COLABORACIÓN 'SÁBADO VIAJANTE' Y CORREIO DA MANHÃ TV PORTUGAL

Dirección General de Turismo



PLANES DE MEDIOS

PRIMAVERA VIVA 2022 01/05 - 30/06 CEDER Cáparra



ACCIONES ONLINE

PERFIL LINKEDIN EXTREMADURA

Dirección General de Turismo



EDICIÓN DE MATERIAL

EXTREMADURA ES AGUA: GUIA Y APP

Dirección General de Turismo



RUTAS A MOTOR POR EL GEOPARQUE VILLUERCAS-IBORES-JARA. PROGRAMA CREACIÓN EXPERIENCIAS CULTURALES. ALDEAS HISTÓRICAS DE LA RAYA. CEDER Cáparra

PRIMAVERA VIVA 2022

CEDER Cáparra

JORNADAS

CUBRE VITIVINÍCOLA IBEROAMERICANA

04/05 - 06/05 MÉRIDA
Dirección General de Turismo

Dirección General de Turismo



MEET EXTREMADURA 19/05 MADRID Dirección General de Turismo

I CONGRESO IBÉRICO DE BANDERA AZUL EN PLAYAS CONTINENTALES 23/05 - 24/05 MÉRIDA-ALANGE

I FORO CLUB ECB 31/05 PLASENCIA Dirección General de Turismo

CIUDAD DE MEXICO CON PARADORES MÉXICO Avuntamiento de Mérida. Avuntamiento de Cáceres

ITALIA. ROADSHOW 2022 22/05 - 26/05 ITALIA Dirección General de Turismo

JORNADAS DE DESPLIEGUE DE LA ESTRATEGIA DE TURISMO SOSTENIBLE Y II PLAN TURÍSTICO

06/05 BADAJOZ - 10/05 CÁCERES - 16/05 PLASENCIA 31/05 MÉRIDA Dirección General de Turismo

MISIÓN DE COWORKING CON ALDEIAS HISTORICAS DE PORTUGAL REGIÃO DO CENTRO Diputación de Cáceres

JUNIO

FERIAS

MUESTRA DE LA DEHESA

03/06 - 06/06 OLIVA DE LA FRONTERA Diputación de Badajoz





ACCIONES ONLINE

CONCURSO RRSS CARAVANING POR LA **VÍA DE LA PLATA**

Dirección General de Turismo



WEB PROMOCIONAL ALDEAS Y CONJUNTOS HISTÓRICOS DE LA RAYA CACEREÑA

Diputación de Cáceres

ACCIONES EN MEDIOS

CAMPAÑA DE VERANO DESTINO EXTREMADURA

Dirección General de Turismo



PROGRAMA DE RADIO LA VENTANA DE **CARLES FRANCINO 24/06 PLASENCIA**

Dirección General de Turismo

FAM TRIPS

VIAJEROS EN MOTO POR LA RESERVA DE LA **BIOSFERA DE MONFRAGÜE**

Diputación de Cáceres



PRESS TRIPS

PROMOCIÓN CARRETERAS PAISAJÍSTICAS

Diputación de Cáceres



OTROS

V FESTIVAL DE LOS VENCEJOS

Dirección General de Turismo

PATROCINIO CONCIERTO DE DANI MARTIN Y CAMILO EN MÉRIDA

Dirección General de Turismo

PATROCINIO VUELTA CICLISTA A EXTREMADURA

Dirección General de Turismo

PUBLICIDAD EN LIBRO LOS PUEBLOS MÁS BONITOS DE ESPAÑA

Dirección General de Turismo



PLANES DE MEDIOS

No hay acciones programadas.



EDICIÓN DE MATERIAL

ACTUALIZACIÓN Y REEDICIÓN DE MATERIALES DEL DESTINO EXTREMADURA

Dirección General de Turismo



JORNADAS

No hay acciones programadas.



JULIO / AGOSTO

FERIAS

GLOBAL BIRDFAIR 15/07 - 17/07 REINO UNIDO Dirección General de Turismo



FIESTA DE LA TENCA

26/07 - 28/07 MUNICIPIOS TAJO SALOR ALMONTE Diputación de Cáceres

PRESS TRIPS

No hay acciones programadas.



ACCIONES EN MEDIOS

PROMOCIÓN DE EXPOSICIÓN EDADES DEL HOMBRE DE PLASENCIA

Dirección General de Turismo

PROGRAMA DE RADIO GENTE VIAJERA DE ESTHER EIROS

Dirección General de Turismo

SENDEROS DE EXTREMADURA

Dirección General de Turismo

ACCIONES ONLINE

PROMOCION CAMINOS NATURALES - VIAS VERDES EXTREMADURA

Dirección General de Turismo

FAM TRIPS

No hay acciones programadas.



JORNADAS

No hay acciones programadas.





PLANES DE MEDIOS

No hay acciones programadas.



EDICIÓN DE MATERIAL

No hay acciones programadas.







OTROS

GASTROEXPERIENCIAS VERANO

Dirección General de Turismo



COLABORACIÓN FESTIVAL DE CINE DE VERANO GASTROCINE DE LA VERA.

Dirección General de Turismo

RUTA EUROVELO ESPAÑA

Dirección General de Turismo

RUTAS ORNITOLÓGICAS EN ENTORNOS URBAN BIRDING

Dirección General de Turismo

CINCO SENTIDOS-CICLO DE VELADAS MUSICALES GASTRONÓMICAS EN HOSPEDERÍAS DE EXTREMADURA

Dirección General de Turismo

PROMOCIÓN DEL DESTINO EN EL FESTIVAL DE CINE 'PERIFERIAS'

12/08 - 20/08 MARVÃO/VALÊNCIA DE ALCÂNTARA Diputación de Cáceres

MUESTRA DE CINE INDEPENDIENTE

29/07 JARANDILLA DE LA VERA Ayuntamiento de Jarandilla de la Vera

CONTEMPOPRÁNEA 28/07 - 30/07 OLIVENZA

Ayuntamiento de Olivenza

SEPTIEMBRE

FERIAS

FALSTERBÖ 02/09 - 04/09 SUECIA Dirección General de Turismo



NATURCYL 20/09 - 22/09 CASTILLA Y LEÓN Dirección General de Turismo, Diputación de Cáceres

DELTA BIRDING FESTIVAL 23/09 - 25/09 CATALUÑA Dirección General de Turismo

JATA 22/09 - 25/09 TOKIO Ayuntamiento de Mérida, Ayuntamiento de Cáceres

FÓRUM GASTRONÓMICO DE LA CORUÑA

25/09 - 27/09 GALICIADiputación de Cáceres

TERMATALIA 29/09 - 30/09 GALICIADiputación de Badajoz

CITUR HELECHOSA DE LOS MONTES Diputación de Badajoz

PLANES DE MEDIOS

No hay acciones programadas.



PRESS TRIPS

CAMINOS NATURALES - VIAS VERDES EN EXTREMADURA ALEMANIA

Dirección General de Turismo



EXPEDICIÓN MAGALLANES

Dirección General de Turismo

FAM TRIPS

No hay acciones programadas.



JORNADAS

COETUR

28-29 ANDALUCÍADirección General de Turismo



FORO DE TURISMO "A WORLD FOR TRAVEL ALENTEJO"

Dirección General de Turismo

COLOQUIOS HISTORICOS DE EXTREMADURA DESDE HACE 50 AÑOS

Ayuntamiento de Trujillo

ACCIONES EN MEDIOS

CAMPAÑA INSTITUCIONAL DESTINO EXTREMADURA

Dirección General de Turismo

PLAN DE MEDIOS EUROACE

Dirección General de Turismo

COLABORACIÓN PROGRAMA DE PROGRAMA TV MIRADAS VIAJERAS

Dirección General de Turismo

ACCIONES ONLINE

CAMPAÑA INSTITUCIONAL DESTINO EXTREMADURA

Dirección General de Turismo

PROMOCION OTOÑO EXTREMADURA EN AGENDAS REGIONALES

Dirección General de Turismo

PATROCINIO VUELTA CICLISTA A EXTREMADURA

Dirección General de Turismo

EDICIÓN DE MATERIAL

DOCUMENTAL SOBRE ALDEAS Y CONJUNTOS HISTÓRICOS DE LA RAYA CACEREÑA

Diputación de Cáceres



OTROS

II EVENTO TURÍSTICO EN AUGUSTÓBRIGA

17/09 BOHONAL DE IBOR Diputación de Cáceres

II DÍA DEL TURISMO EN EXTREMADURA

23/09 CÁCERES

Dirección General de Turismo

MES DE LA CULTURA SEFARDÍ EN EL TAJO INTERNACIONAL

ALCÁNTARA-BROZAS-VALENCIA DE ALCÁNTARA Diputación de Cáceres



OCTUBRE

FERIAS

SAN SEBASTIÁN GASTRONOMIKA

03/10 - 05/10 PAÍS VASCO
Dirección General de Turismo, Diputación de Badajoz,
Diputación de Cáceres

FAM TRIPS

CORREDOR AMBIENTAL UNESCO Y PATRIMONIO UNESCO DE EXTREMADURA ITALIA

Dirección General de Turismo

ALDEAS HISTÓRICAS DE LA RAYA

SIERRA DE GATA - LAS HURDES -ALDEIAS HISTORICAS DE PORTUGAL Diputación de Cáceres

PRESS TRIPS

PRESS TRIP CICLOTURISMO

BÉLGICA

Dirección General de Turismo



VIAJE DE PRENSA CULTURA Y GASTRONOMIA

REINO UNIDO

Dirección General de Turismo

VIAJE DE PRENSA DE NATURALEZA INTERNACIONAL

Dirección General de Turismo

ALDEAS HISTÓRICAS DE LA RAYA

SIERRA DE GATA - LAS HURDES -ALDEIAS HISTORICAS DE PORTUGAL Diputación de Cáceres

ACCIONES EN MEDIOS

CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DEL TURISMO CULTURAL ESPIRITUAL

Dirección General de Turismo

COLABORACIÓN REVISTA ONDA CERO DESTINO EXTREMADURA

Dirección General de Turismo

PLANES DE MEDIOS

No hay acciones programadas.



EDICIÓN DE MATERIAL

PROGRAMA CULTURA Y CALENDARIO DE EVENTOS DE LA MARCA TURÍSTICA ALDEAS HISTÓRICAS DE LA RAYA

Diputación de Cáceres

JORNADAS

MEET EXTREMADURA SEVILLA

Dirección General de Turismo



MEET EXTREMADURA - SEMANA DE EXTREMADURA 27/10 LISBOA

Dirección General de Turismo

PROGRAMA DE INNOVACIÓN TURÍSTICA - CLUSTER DE TURISMO DE EXTREMADURA

Dirección General de Turismo

A SOUL FOR EUROPE MÉRIDA EVORA

Dirección General de Turismo

EXPERIMENTA EXTREMADURA LISBOA

Dirección General de Acción Exterior

VIII ENCUENTRO AUTORACARAVANAS & CAMPERS TOMÁS BERTOL MORALEJA

Ayuntamiento de Moraleja

ACCIONES ONLINE

CAMPAÑA CO-OP MARKETING EXPEDIA DESTINOS URBANOS

Dirección General de Turismo



SOCIAL MEDIA OTOÑO EXTREMADURA RURAL Y NATURAI F7A

Dirección General de Turismo

OTROS

GASTROEXPERIENCIAS OTOÑO

Dirección General de Turismo



COLABORACIÓN EN EL VII ENCUENTRO IBEROAMERICANO DE TURISMO RURAL ALANGE

Dirección General de Turismo

ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DE LA RED DE ALDEAS HISTÓRICAS DE LA RAYA

Diputación de Cáceres

PROMOCIÓN RUTA RIBERA DEL GUADIANA: LOS COLORES DE LA VENDIMIA

Diputación de Cáceres

NOVIEMBRE

FERIAS

WORLD TRAVEL MARKET 07/11 - 09/11 REINO UNIDO Dirección General de Turismo, Ayuntamiento de Mérida, Ayuntamiento de Cáceres

IBTM 09/11 - 12/11 BARCELONA Dirección General de Turismo

INTUR NOV 17/11 - 20/11 VALLADOLID Junta de Extremadura, Diputación de Badajoz, Diputación de Cáceres

MICE NACIONAL IFM 22/11 - 23/11 SEVILLA Dirección General de Turismo

MEDITERRÁNEA GASTRÓNOMA 13/11 - 15/11 VALENCIA Diputación de Cáceres

OTOÑEA 2022 10/11 - 20/11 MADRIGAL DE LA VERA Ayuntamiento de Madrigal de la Vera

ACCIONES EN MEDIOS

PUBLICACIÓN DIGITAL "TI MERITI LA SPAGNA"

Dirección General de Turismo

OTOÑEA 2022

Ayuntamiento de Madrigal de la Vera

PRESS TRIPS

TURISMO ACTIVO EN DESTINOS DE INTERIOR FRANCIA

Dirección General de Turismo

PROMOCIÓN CARRETERAS PAISAJÍSTICAS

Diputación de Cáceres

FAM TRIPS

No hay acciones programadas.



ACCIONES ONLINE

CAMPAÑA MARKETING ONLINE FORMACIÓN DE AGENTES RUTAS DE APRENDIZAJE INTERACTIVAS

ITALIA

Dirección General de Turismo

ACCIONES CON PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS

HOLANDA

Dirección General de Turismo

PROMOCION WEB DE TURISMO ACTIVO

REPÚBLICA CHECA

Dirección General de Turismo



JORNADAS

WEBINAR SPAGNA ROADIES - CIUDADES DEL INTERIOR 16/11 ITALIA

Dirección General de Turismo



RUTA DE APRENDIZAJE INTERACTIVA "NATURALEZA Y TURISMO RURAL" ITALIA

Dirección General de Turismo

ARQUITECTURA MILITAR EN ALDEAS HISTÓRICAS DE

LA RAYA SIERRA DE GATA - PORTUGAL Diputación de Cáceres

GRANDES RUTAS TRANSFRONTERIZAS Y PAISAJE: MONSANTE Y TREVEJO, ALDEAS ESPEJO

SIERRA DE GATADiputación de Cáceres

TOURISM INNOVATION GLOBAL SUMMIT

02/11 - 04/11 SEVILLA Ayuntamiento de Mérida

JORNADA CON PARADORES SEÚL

Ayuntamiento de Mérida

JORNADA CON PARADORES TOKIO

Ayuntamiento de Mérida

MORALEJA VUELA 24/11 - 27/11 MORALEJA

Ayuntamiento de Moraleja

EDICIÓN DE MATERIAL

No hay acciones programadas.



PLANES DE MEDIOS

No hay acciones programadas.



OTROS

FESTIVAL DE LAS GRULLAS

26/11 NAVALVILLAR DE PELADirección General de Turismo



COLABORACIÓN FESTIVAL MAGUSTO 2022

Dirección General de Turismo

MES DE LA RESERVA DE LA BIOSFERA DE LA PROVINCIA DE CÁCERES: MONFRAGÜE Y TAJO INTERNACIONAL

Diputación de Cáceres

LLEGADA DE CARLOS V A JARANDILLA DE LA VERA

Ayuntamiento de Jarandilla de la Vera

DICIEMBRE

FERIAS

EXPOBARROS VILLAFRANCA DE LOS BARROS Diputación de Badajoz



ACCIONES ONLINE

LA CIUDAD ENCENDIDA POR NAVIDADDiputación de Badajoz



PRESS TRIPS

VIAJE X PREMIO DE PRENSA HOLANDA Junta de Extremadura

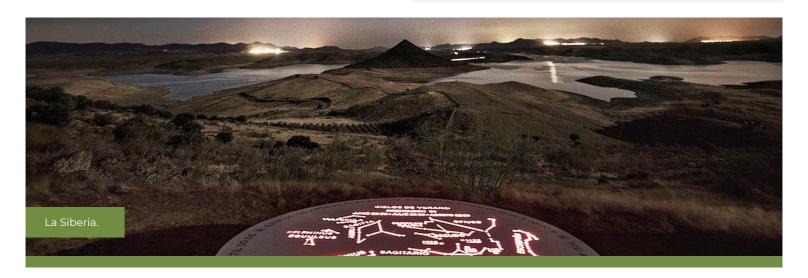


OTROS

FESTIVAL DE LAS GRULLAS NAVALVILLAR DE PELA Junta de Extremadura

CATA-CONCURSO AOVE PROVINCIA DE BADAJOZ, COSECHA TEMPRANA BADAJOZ

Diputación de Badajoz



JORNADAS

FORO PENINSULAR DE SOSTENIBILIDAD Y DIGITALIZACIÓN EN EMPRESAS Y DESTINOS DE INTERIOR



Dirección General de Turismo

FESTIVAL DE MÚSICA Y GASTRONOMÍA

12 /11 - 13/11 PLASENCIA Ayuntamiento de Cáceres

PLANES DE MEDIOS

No hay acciones programadas.



ACCIONES EN MEDIOS

No hay acciones programadas.



FAM TRIPS

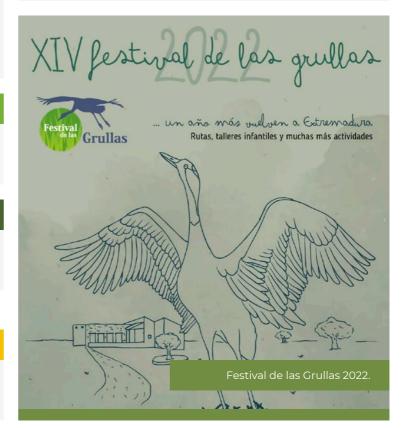
No hay acciones programadas.



EDICIÓN DE MATERIAL

LA CIUDAD ENCENDIDA POR NAVIDADAyuntamiento de Badajoz





TODO EL AÑO

Dirección General de Turismo

PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA DEHESA Y EL TORO
PROMOCIÓN EXPOSICIÓN LAS EDADES DEL HOMBRE
GUÍA EXTREMADURA LONELY PLANET EXTREMADURA
NEWSLETTER INFOTURISMO

PROMOCIÓN DE TAJO INTERNACIONAL

PLAN DE MEDIOS DEL TERRITORIO EUROBIRD

RUTAS TURÍSTICAS ESPECIALIZADAS EN TORNO AL PRODUCTO URBAN BIRDING

PROMOCIÓN ANUAL HOSTELTUR

CLUB DE PRODUCTO TURÍSTICO BIRDING IN EXTREMADURA

CLUB DE PRODUCTO TURÍSTICO RUTAS GASTRONÓMICAS DE EXTREMADURA: IBÉRICO. OUESO Y ACEITE

CLUB DE PRODUCTO TURÍSTICO
EXTREMADURA CONVENTION BUREAU

COLABORACIÓN CON CLUB DE PRODUCTO TURÍSTICO RUTA DEL VINO Y EL CAVA DE EXTREMADURA

Ayto. de Arroyo de la Luz

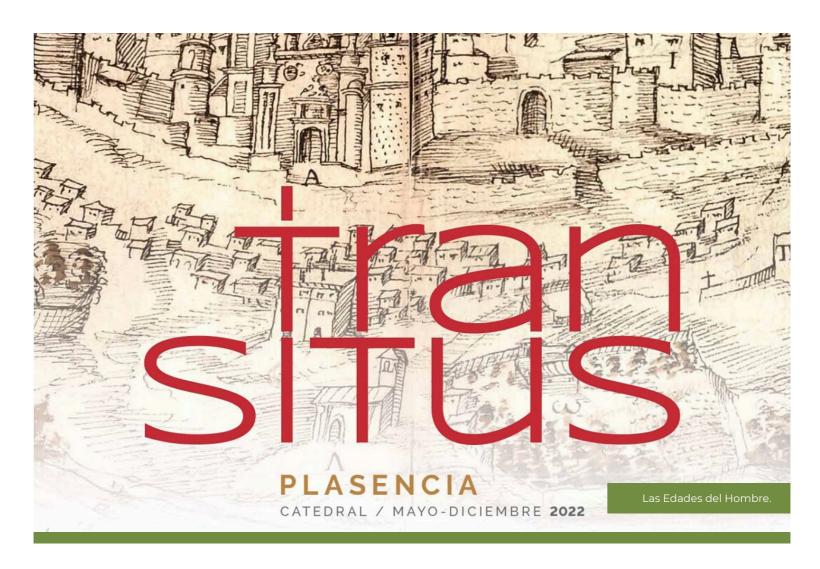
PROMOCIÓN DE DESTINO Y EVENTOS TURÍSTICOS

Diputación de Badajoz

ACTUALIZACIÓN Y REVISIÓN DE FOLLETOS
GUÍA BIRDING DE LA PROVINCIA DE BADAJOZ
CONCURSO FOTOGRAFÍA PROVINCIA
BADAJOZ, MI DESTINO 2022
CONVOCATORIA FOMENTO TURISMO
MERCHANDISING PROMOCIONAL
PROGRAMA TURISMO
PROYECTO ARTÍSTICO-CULTURAL
"LA PIEZA INVITADA"

Diputación de Cáceres

CAMPAÑA PROMOCIONAL LIVING LA VIDA RELAX
PROMOCIÓN GENÉRICA EN MEDIOS SOCIALES
PROMOCIÓN PAISAJES LITERARIOS
PROMOCIÓN TURISMO GASTRONÓMICO
GUÍA MÁGICA DEL NORTE DE CÁCERES



elcaminodelaplata.com



La **Vía de la Plata** en el **Camino de Santiago**

La Vía de la Plata constituye para el Camino de Santiago uno de los itinerarios clásicos de peregrinación. Posee varios conjuntos declarados por la Unesco Patrimonio Mundial, un paisaje dominado por el bosque mediterráneo, las dehesas, y la alternancia de planicies sedimentarias que cruzan los grandes ríos peninsulares. Y un legado tan rico en patrimonio cultural, que la mejor manera de vivir cada rincón es a través de sus gentes.

Para más información:

Dirección General de Turismo Consejería de Cultura, Turismo y Deportes

Avenida de las Comunidades, s/n 06800 · Mérida (Badajoz) Telf. +34 924 332 354



- www.turismoextremadura.com
 - (f) ExtremaduraTurismo
 - (5) @Extremadura_tur
 - 🕟 turismoextremadura
 - @Extremadura_tur

JUNTA DE EXTREMADURA

Consejería de Cultura, Turismo y Deportes Dirección General de Turismo