

**PROGRAMA ESPECIAL DE COOPERACIÓN PARA LA INVERSIÓN EN  
PLANES DE ACCIÓN TERRITORIAL. DIPUTACIÓN DESARROLLA**

**PLAN DE ACCIÓN TERRITORIAL EN LA COMARCA SIERRA DE  
MONTÁNCHÉZ Y TAMUJA: PAISAJE GASTRONÓMICO**

**ÍNDICE.**

- 1. El territorio objeto del Plan.**
- 2. Las instituciones participantes.**
- 3. Focalización del Plan.**
- 4. Objetivos.**
- 5. Resultados esperados.**
- 6. Líneas del Plan. Descripción.**
- 7. Medidas y Acciones por Línea.**
- 8. Fichas técnicas con las Medidas para proporcionar la información en la que sustentar los pliegos.**
- 9. Panel de control del Plan de acción Territorial.**

-----

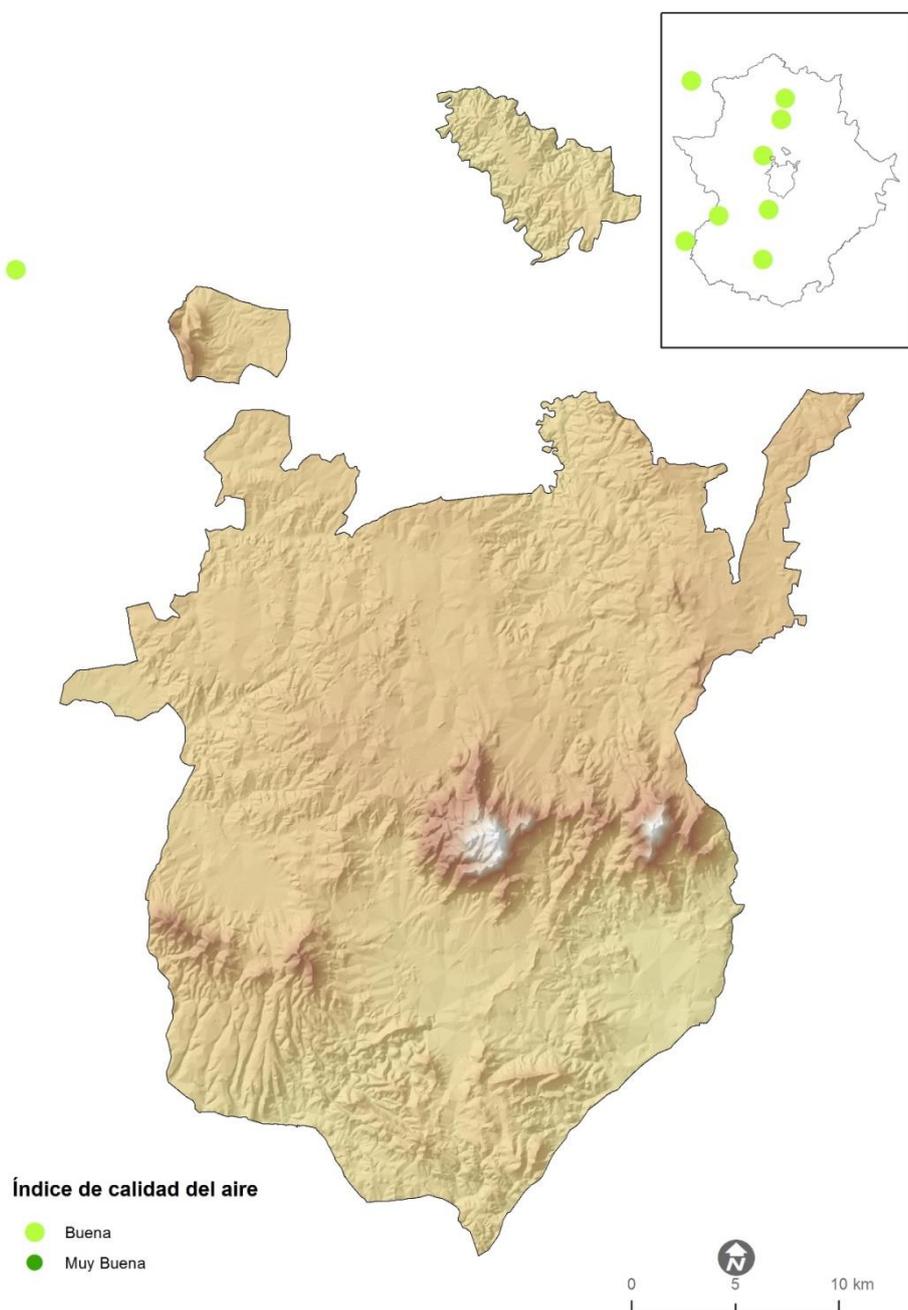
**DOCUMENTO ANEXO.**

**Informes de las propuestas presentadas por parte de las instituciones y organizaciones del territorio que han sido utilizadas para la confección de las Medidas y Acciones por Línea del PAT.**

## 1. El territorio objeto del Plan.

El territorio objeto del Plan comprende la comarca de Montánchez - Tamuja con una extensión: 962,56Km<sup>2</sup> (2,30 % regional).

Los municipios que componen la comarca son 22: Albalá, Alcuéscar, Aldea del Cano, Almoharín, Arroyomolinos, Benquerencia, Botija, Casas de Don Antonio, Montánchez, Plasenzuela, Ruanes, Salvatierra de los Santiago, Santa Ana, Santa Marta de Magasca, Sierra de Fuentes, Torre de Santa María, Torremocha, Torreorgaz, Torrequemada, Valdefuentes, Valdemorales y Zarza de Montánchez.



La comarca se encuentra localizada en el Centro-Sur de la provincia de Cáceres dentro del triángulo que conforman las ciudades de Trujillo, Mérida y Cáceres.

## 2. Las instituciones participantes.

Las entidades participantes en la puesta en marcha del plan han sido las siguientes:

- Representantes de la Mancomunidad Integral Sierra de Montánchez (Presidencia y Gerencia).

D. Alfonso Búrdalo Ávila (Presidente)

Dña. Rosa María Rodríguez Campos (Gerente)

- Grupo de Acción Local ADISMONTA (Presidencia y Gerencia).

D. Alberto S. Buj Artola (Presidente)

D. Manuel Bautista Mora (Gerente)

- Representantes de las asociaciones empresariales comarcales.

Dña. Teresa Gutiérrez (Asoc. "La Terrona" de la Comarca Montánchez y Tamuja).

D. Oscar Solís (Empresa de Actividades Turísticas)

- Representantes de organizaciones sociales no gubernamentales del territorio.

Dña. Francisca Domínguez Flores (Asoc. Almojarín de senderismo)

- Diputación de Cáceres.

Dña. Marisa Pérez Martín (Técnica de Análisis Territorial)

- Asistencia técnica: Emprendedorex.

D. Juan Carlos Casco Casco (Consultor)

A lo largo de las sesiones informativas y de participación que se han llevado a cabo, así como en las consultas realizadas han sido parte del proceso:

- Ayuntamientos: Albalá, Alcuéscar, Aldea del Cano, Almoharín, Arroyomolinos, Benquerencia, Botija, Casas de don Antonio, Montánchez, Plasenzuela, Ruanes, Salvatierra de Santiago, Santa Ana, Santa Marta de Magasca, Sierra de Fuentes, Torre de santa María, Torremocha, Torreorgaz, Torrequemada, Valdefuentes, Valdemorales, Zarza de Montánchez.

- Tejido económico y cooperativas de la comarca: Regadhigos, Cooperativa San Sebastián, representantes del sector del cerdo ibérico, sector ecológico y turístico.

- Tejido social: asociaciones y colectivos representados en ADISMONTA.

## 3. Focalización del Plan.

El Plan se enfoca en torno al desarrollo de un valor de marca comarcal: PAISAJE GASTRONÓMICO.

Dicho valor de marca se convierte en el aspecto que vertebra y nuclea todo el Plan, fruto de los resultados de la Estrategia de Especialización Inteligente Comarcal, la Estrategia de Desarrollo Local Participativo (2014-2020) y el Plan de trabajo llevado a cabo de manera conjunta con la Diputación de Cáceres.

La comarca es la principal zona productora de higo en la Unión Europea, destacando las innovaciones en torno al producto, de gran prestigio, tradición histórica y reconocimiento goza la producción de jamón, unido al paisaje de la dehesa.

PAISAJE GASTRONÓMICO aglutina la puesta en valor del **sector primario y sus producciones**, la transformación agroindustrial, la comercialización, el turismo y las infraestructuras, desde

la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente (economía verde y circular); todo ello en torno al tema central de la gastronomía y los productos estrella de la comarca, que en sí mismos tienen una proyección nacional e internacional capaces de generar por sí solos un valor de marca con proyección internacional.

La composición del valor de marca PAISAJE GASTRONÓMICO: un reclamo sensual que se concreta en unos labios que hacen alusión al goce de placeres gastronómicos y naturales asociados al territorio; a la imagen de marca se asocian sus productos estrella (jamón, higo, aceite, queso) sin perder la unidad de acción en torno al mensaje central.



### 3.1. Fundamentos de la focalización del Plan en torno a la Estrategia de Desarrollo Local Participativo. Análisis de los sectores productivos que configuran la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.



A continuación, vamos a fundamentar la focalización PAISAJE GASTRONÓMICO en torno a los recursos y los valores de la comarca.



El principal sector de actividad económica en la comarca ha sido tradicionalmente el agroganadero, del que en épocas pasadas (hasta los años sesenta) llegó a depender el triple de la población actual. En la **zona serrana** (Alcuéscar, Arroyomolinos, Montánchez, Zarza de Montánchez...) **predominan los cultivos del olivo, la vid y la higuera**; mientras que en el **llano** se dan mejor los **cereales, los herbáceos y pastizales**. En ambas zonas la actividad ganadera ha sido y continúa siendo importante, (QUESO, JAMÓN-CERDO Y DERIVADOS) predominando un tipo de ganadería **extensiva (ovinos, porcino y bovinos)**, **sobre todo en los pueblos del Llano**. Actualmente, la actividad agroganadera, incluso en las poblaciones más emblemáticas, se ejerce mayoritariamente **como una actividad secundaria, complementaria de otra u otras actividades principales, como puede ser el empleo en la construcción o incluso el cobro del subsidio agrario.** ~~Reescribir~~

En buena medida, el desarrollo de la comarca pasa por **(la estructuración del sistema productivo, mediante acciones de formación, capacitación, orientación)**, la movilización del potencial endógeno, activando los sectores tradicionales desde una estrategia basada en la innovación, la mejora de la calidad, la comercialización, etc.

Dado que encontramos grandes disparidades entre algunas empresas y productores que están trabajando en la innovación de productos, internacionalización, etc y otros, una gran mayoría, que siguen trabajando las explotaciones de forma tradicional, aplicando los cambios que el sistema marca

Para ello es necesario seguir la senda de las comarcas más prósperas de Extremadura (Valle del Jerte, La Vera, Tierra de Barros...) que han sabido rentabilizar y modernizar sus actividades económicas tradicionales, haciéndolas compatibles con una sustancial apertura al exterior, para la comercialización de sus productos y para la recepción de un incipiente

turismo. La comarca de Sierra de Montánchez y Tamuja puede imitar estos modelos de referencia, procurando al mismo tiempo evitar sus errores.

### **Subsector Agrícola.**

La entrada de España en la Unión Europea y la posterior integración del sector en la Política Agraria Comunitaria (PAC), ha propiciado el abandono progresivo del cultivo de cereales, en favor de una agricultura de carácter más integrado y sostenible y de una ganadería extensiva, sustancialmente subvencionada por la Unión Europea.

Actualmente una gran parte de la agricultura de la comarca, sobre todo en la zona de montaña, está catalogada como “agricultura ecológica”, aunque las producciones no salen al mercado como tales.

De todos estos subsectores de actividad son los cultivos de la higuera y del olivo, junto con el porcino y sus derivados y la ganadería selecta y de calidad, los que contienen, a nuestro parecer, las mayores potencialidades de cara al futuro. No obstante, existen en la comarca otras actividades económicas que, en el marco de una necesaria diversificación económica, deben ser tenidas en consideración, bien por su importancia actual, bien por su potencialidad (turismo rural), bien por otras razones (caso de la industria cinegética, del granito...).

A continuación, vamos a realizar un análisis somero sobre **la situación actual y las perspectivas de futuro de algunos de estos subsectores de actividad comarcal que vertebran la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.**

### **Olivos, Aceite y Aceitunas.**

En nuestra comarca se concentra el olivar más productivo de la provincia; el cual aparece frecuentemente asociado a otros cultivos (viñas e higueras). El cultivo se concentra especialmente en la parte sur de la comarca (Alcuéscar, Arroyomolinos, Montánchez...), aunque también se extiende por algunos otros términos del Llano (Albalá, Torremocha...). La superficie total cultivada ronda las 6.000 Ha y la producción media anual varía entre los 6-8 millones de kilos anuales.

La mayor parte de la cosecha de aceitunas se concentra todos los años en las cooperativas de la comarca: Cooperativa N. Sra. de la Consolación (Montánchez), Cooperativa San Sebastián (Arroyomolinos), Cooperativa San Isidro (Alcuéscar); Cooperativa N. Sra. del Rosario (Valdemorales), Cooperativa La Terrona (Zarza de Montánchez) y Cooperativa Regahigos (Almoharín), siendo sometida allí a un primer proceso de limpieza en unas, y de extracción y refinado en otras; una vez molturada la aceituna y extraído el aceite, la mayor parte de este (aproximadamente  $\frac{3}{4}$  de todo lo que se produce) se vende a granel, a grandes industriales de fuera de la región para su envasado y comercialización. Esta es una de las grandes asignaturas pendientes de las cooperativas, ya que si bien se envasa en algunas, no es la tónica habitual.

Las cooperativas de Alcuéscar, Almoharín, Arroyomolinos y Montánchez cuentan actualmente con modernos sistemas de molturación en frío, montado en dos fases (cada una tiene su propio molino, cada uno de estos molinos vale una pequeña fortuna) y todas ellas manifiestan un problema común: el eliminado de los residuos industriales, altamente contaminantes que producen, los famosos alpechines o “alperujos” como aquí se denominan. Algunas de estas cooperativas ya solicitaron al PRODER I ayuda para construir

una Planta de Tratamiento del alperujo, de manera que dichos residuos no sólo fueran eliminados, sino transformados en nuevos productos susceptibles de generar una riqueza adicional en la zona.

Uno de los escollos más difíciles a que deben hacer frente las almazaras - cooperativas es el localismo y la falta de visión empresarial de los socios cooperativistas. Muchos de los problemas comunes, referidos principalmente a la transformación y posterior comercialización de los productos derivados de la aceituna, no pueden ser acometidos debido a esta falta de visión colectiva, a este ancestral sentido individualista que gobierna la mentalidad de los agricultores.

Es necesario erradicar la parte más negativa de dicho sentimiento, mediante campañas de concienciación que fomenten el asociacionismo y la acción colectiva. Dichas campañas forman parte del plan de trabajo con el sector.

Fruto de esta acción sensibilizadora, y en parte como consecuencia adicional de la obligada implantación de una Organización de Productores de Frutas Verduras y Hortalizas (OPFH), para estructurar el subsector del higo se constituyó hace algunos años en la zona una Cooperativa de Segundo grado (APROCEX). Esta cooperativa de 2º grado supone un importante punto de partida, una base sobre la que poder estructurar el sector agroindustrial, al menos en esta parte de la comarca, devolviéndole la trascendencia y la importancia que, sin duda, se merece.

Otros problemas importantes que se detectan en este subsector son:

- El uso abusivo de fungicidas y otros productos fitosanitarios.
- Profesionalización del sector.
- La falta de gerentes profesionales que se hagan cargo de la gestión de las cooperativas.
- Escasa capitalización de las cooperativas y la ausencia de visión empresarial.

El trabajo para afianzar el cooperativismo, al día de hoy sigue siendo una prioridad y un caballo de batalla para el futuro.

**Los espacios del olivar, sus producciones y valores culturales componen un elemento esencial de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO que abarca una parte importante del territorio.**

#### **Los Higos y sus Derivados.**

En nuestra comarca se concentra la mayor producción de higos del país y que dicha producción, a pesar del reducido calibre de los higos, está considerada como de calidad extraordinaria por los expertos.

La mayor superficie dedicada al cultivo de la higuera se localiza igualmente en la zona sur de la comarca; siendo los municipios de Arroyomolinos, Alcuéscar y Almoharín los mayores productores con diferencia. No obstante, las higueras aparecen diseminadas, de manera natural, prácticamente por toda la comarca; mostrando una gran capacidad de adaptación y simbiosis con el terreno y la meteorología. La producción anual media de la comarca se establece entre 1,5-3 millones de kilos por campaña. Los higuerales suelen estar ubicados en las cercanías de los núcleos poblacionales, en los terrenos más fértiles, siendo frecuente su asociación con otros cultivos (especialmente vid y olivo).

El potencial de expansión y de crecimiento de este subsector de actividad económica en la comarca de Sierra de Montánchez y Tamuja es enorme; estando prácticamente limitado sólo por las exigencias actuales del mercado y por la demanda. Como se viene poniendo de manifiesto de manera constante en las mesas sectoriales celebradas con los productores “... la higuera es el cultivo de secano más rentable que se practica en la comarca y uno de los cultivos leñosos considerados sociales, por la mano de obra requerida...” Sin embargo, la

realidad actual del subsector del higo en la comarca tiene mucho recorrido; estando casi todo por hacer en temas tan importantes como la mejora de los cultivos y de la calidad, transformación del producto, comercialización... Como botón de muestra y al nivel más elemental (mejora de las producciones) baste decir que, actualmente, el higueral produce en la comarca una media de 1.500-2.000 kilos por hectárea, pudiendo multiplicarse su producción por diez; lo que permitiría, de conseguirse esta mejora e independientemente del valor añadido adicional, convertir a este producto en una referencia económica importante para la comarca, quizá la más importante, de la que podrían vivir holgadamente un gran número de familias, con una explotación media de cinco o seis hectáreas.

Uno de los mayores impedimentos para el desarrollo del subsector es la presencia de numerosos intermediarios y almacenistas, que se dedican a exportar los higos fuera de la comarca, sobre todo hacia el Levante (Murcia, Alicante, Málaga...).

En el momento actual, las industrias transformadoras de higos que existen en la comarca son pocas y de escasa entidad, con la salvedad de las existentes en Almoharín, que cuentan con una dilatada experiencia de comercialización de estos productos, así como en Valdefuentes, aunque en menor medida. Estas empresas se dedican de lleno a la producción de pasta de higo y a la elaboración de productos manufacturados de calidad y que en la temporada de mayor actividad (Campaña de Navidad) ofrecen trabajo directo a más de cincuenta personas. Estas empresas pueden servir como símbolo de una incipiente industria manufacturera, asentada sobre las producciones locales de calidad y volcada en el desarrollo económico de la comarca.

En las cooperativas es donde se concentran las mayores producciones, pero apenas transforman nada, aunque alguna está empezando a dar los primeros pasos.

Aunque el subsector del higo está muy poco estructurado en la comarca, dicho subsector experimenta en la actualidad importantes cambios estructurales a nivel europeo, que van a condicionar su futuro inmediato. Actualmente, entre el 70% y el 80% del higo que se comercializa en la comarca tiene que ser registrado a través de una Organización de Productores de Frutas y Hortalizas (OPFH), creada específicamente para este producto.

En el momento actual, existe una organización de productores formada entre las cooperativas de Alcuéscar, Arroyomolinos y Almoharín, quienes constituyen una cooperativa de segundo grado denominada APROCEX (Agrupación de Productores del Centro de Extremadura).

El reto actual del subsector se concreta en superar con éxito las exigencias impuestas desde Bruselas; sobre todo las cuestiones de calibrado y calidad, para poder hacer frente a una hipotética reducción, o incluso a la supresión de las ayudas directas provenientes de la PAC. En todo caso, el subsector precisa del desarrollo del asociacionismo y cooperativismo, sin el cual, se corre el riesgo de que las producciones se abandonen por falta de rentabilidad en favor de otras zonas y regiones de España o del exterior. Para evitar esto, habría que actuar al mismo tiempo sobre diversos niveles, implementando medidas complementarias en el terreno de la investigación, de la innovación, de la formación especializada, de los incentivos y ayudas a la industria, de la promoción de la identidad comarcal, del cambio de mentalidad, de la sustitución generacional, de la transformación del tejido productivo; medidas que se ven potenciadas desde la Estrategia de Especialización Inteligente comarcal.

**El higueral y la producción de higos es el mayor valor referencial de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO por ser la comarca el principal productor de higo de la Unión Europea (capital mundial del higo).**

**De las Uvas y el Vino.**

El viñedo es otra de las producciones tradicionales, de gran arraigo en esta comarca, aunque la escasa entidad de las explotaciones (minifundio) y la falta de estructuración del subsector, han inducido un acusado proceso de regresión en los últimos años.

El cultivo se presenta generalmente asociado al olivar y a la higuera y al igual que estas otras producciones, la mayor parte del viñedo se localiza en el sur de la comarca, especialmente en las laderas de la zona serrana, aunque existen pequeñas plantaciones prácticamente en todos los municipios, siendo las localidades de Montánchez y Alcuéscar las que arrojan las mayores producciones, destinadas en su mayor parte al autoconsumo. La producción anual media de la comarca ronda el medio millón de kilos de uva; transformándose en vino la mayor parte.

La comarca de Montánchez entra de lleno en la Denominación de Origen Ribera del Guadiana, creada hace unos años por la Junta de Extremadura, sin embargo, la comarca no se aprovecha lo suficiente de esta ventaja, ya que sólo se embotella aproximadamente el 30% del vino que se produce, estando tanto su elaboración como su comercialización en manos de industriales ajenos a la comarca.

El subsector del vino, a pesar de encontrarse en franca regresión, sigue ocupando un puesto relevante en la producción final del sector agrícola comarcal. Este aporte podría ser sensiblemente mayor si el sector estuviera más estructurado y se aprovechara más la pertenencia a la Denominación de Origen Ribera del Guadiana (sólo existe una cooperativa de vinos en toda la comarca, a la que están asociados menos de la mitad de los productores).

La comercialización de los vinos de la comarca no representa problema alguno, ya que el vino se vende asociado a otras producciones tradicionales (jamón, queso...) y puede atender además a una fuerte demanda potencial, proveniente de los numerosos "hijos de la comarca", que retornan anualmente a pasar en ella sus vacaciones de verano.

El subsector del vino puede ser igualmente utilizado para valorizar y rehabilitar un importante patrimonio cultural olvidado; nos referimos a las numerosas bodegas tradicionales, auténticas joyas de la arquitectura tradicional, que en el mejor de los casos permanecen cerradas y en el peor, son abiertas para ser expoliadas, vaciadas, destruidas... Las numerosas bodegas pueden ser utilizadas como complemento de ciertas actividades turísticas y gastronómicas, como museos vivos y florecientes negocios, como reductos de la identidad comarcal y colectiva. A través de ellas quizá podría recuperarse la ancestral industria artesanal de las grandes tinajas, antiguamente ubicada en el pueblo de Arroyomolinos. Todas estas vías alternativas y complementarias deberían ser exploradas con mayor intensidad.

**El viñedo, pese a ser un cultivo en recesión, aporta un valor importante a la cesta de productos que configuran la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.**

#### **Explotación de Productos Silvestres.**

Los productos silvestres: espárragos, cardillo, achicoria, ajo porro... se dan de manera natural en la comarca, principalmente en el Subsistema de la Dehesa, siendo una fuente de recursos aprovechados tradicionalmente, pero no cultivados ni comercializados sistemáticamente.

Según los resultados del "Proyecto Piloto para la Producción, Transformación y Comercialización de Productos Silvestres" acometido hace años por el Ayuntamiento de Plasenzuela con el respaldo de la Comisión Europea, dichos productos representan, al menos en parte, una alternativa a las producciones agrícolas tradicionales excedentarias en la Unión Europea. El Proyecto, de tres años de duración, contaba con fases de cultivo, experimentación y transformación de los productos, habiendo obtenido unos resultados alentadores.

La implementación de estas producciones nuevas choca no obstante con importantes barreras, que habrá que ir limando de cara a la necesaria diversificación de la oferta de

productos de calidad. Uno de estos escollos es el propio agricultor de la comarca, el cual, generalmente no se plantea el empleo en la agricultura como actividad principal, sino como secundaria y subordinada a otras actividades más rentables económicamente. Esta subsidiación característica de nuestra agricultura frena igualmente la incorporación de los jóvenes al sector agrario e invalida en gran parte el imprescindible relevo generacional; conformando una fuerza laboral muy poco propensa a las innovaciones y a las aventuras empresariales arriesgadas.

La mentalidad del agricultor de la comarca está volcada en la obtención del beneficio a corto plazo y en el reparto de todos los dividendos posibles, haciendo muy difícil la financiación de operaciones de cierta envergadura, necesarias por otra parte para modernizar el sector.

Otro de los grandes escollos con los que tropieza el desarrollo agrícola en la comarca es la falta casi absoluta de estructuras de transformación y de comercialización de los productos propios; esto es así incluso en productos tan emblemáticos e introducidos como son los higos o el aceite, la mayor parte de los cuales se venden a granel, con el total beneplácito de los productores; si esto es así respecto de los productos tradicionales, cuáles no serán las dificultades adicionales para el tratamiento, la elaboración y la posterior comercialización de productos poco o nada conocidos en los circuitos comerciales.

Todas estas dificultades no deben desanimarnos en nuestro empeño de buscarle alternativas viables a la agricultura tradicional; por el contrario, debemos ver en los Productos Silvestres una nueva potencialidad emergente, que debe ser explotada a medio y largo plazo, proyectando hacia el futuro y ampliando las perspectivas de crecimiento de la agricultura, como fuente de empleo intensivo, que puede servir además de reclamo para la recuperación demográfica de la comarca.

**Los productos silvestres por su singularidad y potencial de mercado en la comarca, representan un importante activo para revalorizar la oferta gastronómica asociada a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.**

#### **La industria corchera.**

De escasa importancia a nivel comarcal es, sin embargo, muy a tener en cuenta en Alcuéscar, municipio que monopoliza la extracción y venta del corcho a nivel comarcal, sobre todo si consideramos que algunas de estas industrias han apostado por tener un sello de calidad que otorgue relevancia a sus productos, así como diferenciación en el mercado nacional e internacional.

Aún así, el sector está escasamente articulado y promocionado, pues son industrias familiares con escaso reconocimiento.

**La industria corchera y los espacios adeshados, unidos a sus productos estrella, como el corcho, representan un activo más del valor de marca PAISAJE GASTRONÓMICO.**

#### **Subsector Ganadero.**

La ganadería ha constituido y representa actualmente una importante actividad económica. Dicha actividad se presenta muy repartida, siendo muy relevante tanto en pueblos de la sierra (Arroyomolinos, Alcuéscar, Montánchez, Santa Ana...) como en otros del llano (Plasenzuela, Aldea del Cano, Valdefuentes...). En la zona serrana predominan los cerdos, los bóvidos y los +caprinos (Arroyomolinos, Alcuéscar, Montánchez...), mientras que en el llano (Plasenzuela, Torremocha, Valdefuentes...) abundan sobre todo las ovejas.

A nivel comarcal, destaca el sector bovino, predominando las razas charolesa y retinta, seguido del ovino y del porcino, preferentemente ibérico, y con menor representatividad el caprino y el avícola.

El problema de este importante subsector es que está muy poco estructurado; aunque recientemente se ha originado una iniciativa asociativa, para aglutinar a los ganaderos de la comarca en la defensa de sus intereses. La ubicación de la sede de esta Asociación de

Ganaderos en el centro geográfico de la comarca representa un factor a su favor, de cara a trascender el ámbito local e intentar abarcar, con el tiempo, a toda la comarca.

La producción ganadera puede asegurar de cara al futuro el desarrollo de una incipiente industria agroalimentaria, que hoy por hoy, sólo está planteada en sus cimientos, **una parte esencial dentro de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO por su aporte en alimentos de calidad (cerdo ibérico, carnes de vacuno y ovino) y espacios naturales asociados (dehesas, sierra y ll**

**anos)**. Un ejemplo más que ilustrativo de la enorme potencialidad y riqueza que puede generar la ganadería está representado por las industrias chacineras, especialmente por los secaderos de productos derivados del cerdo, las industrias del jamón; otro ejemplo en ciernes, que habría que potenciar mucho más de cara al

futuro es el de los derivados de la leche, las queserías, especialmente el queso de oveja, algunas de las cuales son ejemplos vivos de desarrollo endógeno, integrado y sostenible; además tenemos importantes producciones de carnes de calidad, ligados a un aprovechamiento extensivo de las numerosas dehesas con que cuenta nuestra comarca.

Todas estas actividades agroganaderas se asientan sobre lo que han sido los pilares tradicionales de la economía comarcal hasta fechas recientes, lamentablemente abandonados en favor de recursos exógenos, ligados a las instituciones y al modelo de ciudad.

#### **El Cerdo y sus Derivados: la industria del jamón.**

El grueso de la Industria del Cerdo y sus Productos Derivados (sobre todo Jamón), se localiza en el sur de la comarca, en Almoharín y especialmente en Montánchez (varias empresas), cuyos excelentes jamones tienen fama y reputación en toda España, representando el 60% de la oferta cárnica de la comarca, **todo un emblema para la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.**

La actividad tradicional de curado y comercialización de jamones se pierde en el recuerdo de los más viejos; antiguamente y hasta fechas muy recientes, los jamoneros de Montánchez se desplazaban en tiempo de invierno por toda la comarca, en busca de jamones para salar y curar en sus secaderos, con la llegada del automóvil, la recogida de jamones se vio favorecida y acrecentada, pero no será hasta el año 1.996, tras la promulgación de la normativa europea que regula el sector agroindustrial, cuando se produjo la verdadera revolución en este importante subsector.

Actualmente, la mayor parte de estas industrias son de escasa entidad, emplean poca mano de obra, y generalmente, aunque la crisis económica ha hecho mella en el sector, no tienen problema para vender toda su producción en el mercado regional y nacional, dada la calidad del producto.

Casi un 60% de la venta es “venta directa”. Entre los principales problemas que se detectan en este importante subsector de actividad se encuentran los siguientes:

- La escasa promoción de los productos.
- El riesgo que supone mantener un elevado capital circulante, sobre todo para las pequeñas empresas.
- La inexistencia de mataderos industriales en la comarca.
- El escaso interés compartido y la falta de estructuración del sector.

Actualmente las industrias de la comarca están homologadas y algunas de ellas acogidas a la denominación de origen “Dehesa de Extremadura”; además, varios industriales han obtenido el reconocimiento del Jamón de Montánchez como producto Marca de Calidad de Extremadura. La imagen de calidad asociada a los productos derivados del cerdo, ya sirve de atractivo e imán para numerosas personas que se acercan a Montánchez con el fin principal

de adquirir dichos productos; de manera que la promoción de los productos derivados del cerdo son además un acicate para el desarrollo de una incipiente industria turística local.

Aunque existe una Asociación de Empresarios del Jamón, ésta apenas se muestra operativa y los propietarios manifiestan que no tienen ninguna necesidad de asociarse para vender ni para compras logísticas. Esta falta de estructuración y de acción coordinada de los industriales perjudica al sector y a la comarca en su conjunto, ya que no se pueden acometer acciones globales que incidan significativamente en la expansión del subsector. El desarrollo de proyectos de innovación como el loncheado y envasado de productos es esencial de cara al futuro, **un aspecto decisivo de cara a la consolidación de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.**

Casi todos los industriales compran los jamones frescos fuera de la comarca, ya que aquí no existen mataderos comarcales, ni criaderos de cerdos homologados. El matadero industrial más cercano se encuentra en Arroyo de la Luz; también se importan jamones de la comarca de la Vera y de Salamanca.

En relación al porcino, existe alguna iniciativa interesante para criar, en nuestra comarca, los cerdos que actualmente se importan, aumentando así la integración de un sector agroindustrial muy capitalizado y atomizado, localista y bastante reacio a la acción coordinada y a la empresa colectiva. De llevarse a cabo estas industrias criaderos, bien pudieran representar un importante centro de actividad económica, ya que en nuestra comarca abundan excelentes dehesas, comunales y privadas, en las que se crían de manera natural, importantes remesas de cerdo ibérico y de montanera.

Esta actividad ancestral, tal como atestiguan los numerosísimos zahurdones repartidos por toda la comarca, debería recuperarse en su integridad, desarrollando su aspecto colectivista, poniendo en clave de producción las numerosas dehesas de propios y comunales existentes en la comarca, muchas de ellas infraexplotadas, y buscando la implicación de las poblaciones en su proceso de desarrollo colectivo. **Tanto los espacios adehesados, como las construcciones y elementos patrimoniales asociados constituyen un valor primordial de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.**

Esta podría ser una importante actividad social, cuyos beneficios pudieran estar bastante repartidos, en pro de toda la colectividad y que atendería una importante demanda proveniente de las numerosas industrias chacineras; las cuales, como decíamos anteriormente, se ven en la necesidad de salir a comprar los jamones frescos, incluso fuera de nuestra región.

Las expectativas de hacer rentables estos criaderos de cerdo ibérico y de montanera aumentan si tenemos en consideración las perspectivas de crecimiento del sector a medio y largo plazo, así como la importante demanda que pueden generar otras comarcas extremeñas, algunas muy cercanas a la comarca (Jerez de los Caballeros, Trujillo, Mérida...). La promoción de criaderos de cerdo selecto en nuestra comarca puede jugar, además, en favor de la instalación futura de un matadero industrial que abasteciera a las industrias de Montánchez y Trujillo principalmente.

#### **La Leche y sus Derivados: queserías.**

Independientemente del mercado de la carne, al que se orientan la mayor parte de las producciones ganaderas de la comarca, se detecta un importante subsector de actividad económica en la transformación de los productos lácteos, sobre todo la leche de las numerosas ovejas.

La producción de quesos de calidad ha sido otra de las actividades económicas tradicionales en nuestra comarca, destacando en ello, localidades como Valdefuentes, Torreorgaz y Almoharín. En Valdefuentes existen dos industrias homologadas de fabricación de quesos artesanos (Hermanos Hidalgo e Industrias Valpe) y hay otra empresa familiar, similar, en

Torreorgaz (Félix Vidarte), así como en Almoharín (Hermanos Pajuelo). **El subsector forma parte de la Denominación de Origen “Quesos del Casar”, un elemento gastronómico y cultural más para aumentar el valor de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.**

La paulatina reducción de subvenciones comunitarias a la ganadería, está forzando a los ganaderos a buscar soluciones sostenibles para el mantenimiento de su actividad; en el caso de las ovejas, la solución pasa indefectiblemente por la transformación de la leche, el “oro blanco” de la producción ganadera de nuestra comarca; sin embargo, la cantidad de leche que se transforma en quesos actualmente es ridícula, en relación con la producción que se exporta fuera de la región.

La leche de oveja que se produce en esta comarca es de una calidad extraordinaria; sin embargo, debido al bajo precio de compra, muchos ganaderos no se sienten motivados para ordeñar a sus ovejas.

Por otra parte, la comercialización de los quesos que se fabrican no representa problema alguno, ya que todo el queso se vende en el mercado local y provincial, sin la menor necesidad de salir a vender fuera de la región, por lo que podemos suponer que la demanda potencial de estos quesos artesanos, que se han llegado a vender como Tortas del Casar, sería enorme en un mercado globalizado y cada vez más atento a la calidad de los productos. Pero la realidad actual es que cada año continúan saliendo de nuestra comarca cientos de miles de litros de leche, que sirven para aumentar la calidad y el prestigio de otras industrias lácteas, ubicadas lejos de nuestra región. Aunque se aprecia cierta voluntad por parte de algunos industriales del queso, para intentar llegar a algún tipo de acción coordinada o empresas colectivas, existe una gran disgregación en el subsector y una ausencia casi total de elementos articuladores, estructurantes, entre ellos, la falta de información, de formación, de concienciación...

Un caballo de batalla de cara al nuevo Programa, será continuar trabajando para la transformación de la materia prima y la obtención del valor añadido de las producciones lácteas, con la implicación de los industriales queseros y de los ganaderos de la comarca.

#### **Subsector del Turismo.**

El desarrollo del sector ha presentado distintas variaciones resultantes tanto de circunstancias propias como ajenas del sector, encontrándonos en la actualidad en un punto crítico a nivel nacional.

Se ha producido una saturación de oferta, con una marcada falta de adecuación a la demanda y sin previsión a la hora de la gestión. Los primeros alojamientos se llenaron con facilidad y alcanzaron con precios populares sus expectativas económicas, basadas en un complemento de renta. La demanda del turismo rural empezó a crecer, animando a inversiones mayores, y con un marcado ánimo de lucro que hizo subir los precios en base a una supuesta mejora de calidad.

La implantación de Leader y Proder en los territorios rurales generan continuas campañas de promoción turística y edición de material publicitario que satura la mente del consumidor ya que no hay posicionamientos claros de productos: “Todos tenemos de todo”, aspecto esencial donde **la creación de un foco único que aglutine la oferta turística comarcal en torno a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO es esencial.**

La oferta turística en la comarca durante los últimos años sigue una tendencia creciente tanto en hostelería como en restauración. La demanda turística en nuestra comarca se caracteriza por ser una demanda estacional, muy concentrada en los meses de primavera y otoño en corta estancia (uno o dos días) o bien en las vacaciones de verano.

El perfil del turista que nos visita varía desde el visitante extranjero, atraído especialmente por la naturaleza, hasta el turista nacional o incluso comarcal, que se desplaza hasta la zona a comprar determinados productos (vino, jamón) o simplemente a pasar parte del día.

Tradicionalmente el turismo cinegético como actividad y el producto ibérico como elemento gastronómico siguen siendo los segmentos prioritarios. Sin embargo, en verano, la afluencia de turistas originarios de la propia comarca es muy importante, llegando a duplicarse e incluso a triplicarse la población normal de muchas localidades. Esta afluencia masiva de emigrantes-turistas aún no ha sido bien valorada ni comprendida; aunque puede representar una importante fuente de riqueza para la comarca, no sólo material sino también, y sobre todo, de captación de recursos humanos, para devolver a esta comarca su antigua vitalidad mediante lo que se ha dado en llamar “Turismo Paisano”.

La oferta de alojamientos y restaurantes se complementa con la apertura de Puntos de Información Turística en determinadas localidades (Alcuéscar y Montánchez, Arroyomolinos) y con la restauración y mejora de determinados enclaves y monumentos, que sirven de puntos de atracción y principal referencia (Basílica de Santa Lucía, Castillo de Montánchez., Vía de la Plata, Encina Terrona...). **Elementos todos que han de quedar integrados y constituir un buque insignia de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.**

Tanto la Junta de Extremadura como los diferentes Programas de Desarrollo Rural implementados en la comarca han apostado decididamente por el desarrollo del turismo, como recurso y como importante fuente de actividad para el desarrollo de la comarca. Diversos han sido los proyectos abordados desde el Grupo de Acción Local, entre los que podemos citar:

Campaña de promoción “Extremadura desde el Corazón”, posicionando como producto la observación de la naturaleza y el disfrute de actividades complementarias: “Enclave Natural, Enclave de Ocio”. Dentro de este Plan se ha realizado una campaña de publicidad con slogan e imagen de una comarca abierta y activa. Se ha asistido anualmente a los Work-shop organizados por la Junta de Extremadura vendiendo posibilidades del territorio y facilitando la participación de los empresarios para establecer los lazos comerciales necesarios para impulsar el sector. La campaña publicitaria ha incluido el trabajo con medios de comunicación regional (prensa, radio y televisión). La promoción turística de estos 21 municipios en revistas especializadas como Senderos y Vivir Extremadura en el ámbito regional, y Grandes Espacios y Destino Sur en el ámbito nacional.

Se han promocionado los distintos productos, actividades y diversificación de opciones en Ferias como: FITUR, FERANTUR, TURINTERIOR, INTUR... De igual forma que una intensa promoción en colaboración con la Diputación de Cáceres con la realización de la I Semana Temática Sierra de Montánchez y Tamuja y la colaboración en las Jornadas técnicas de la siguiente Semana Temática organizada por la Mancomunidad Sierra de Montánchez.

Debemos resaltar que la cooperación es una herramienta clave para el desarrollo y más desde el punto de vista turístico donde los destinos no tienen una fragmentación tan mínima como es la comarcal.

Con distintos proyectos de Promoción propuestos por la comisión de Turismo de REDEX se ha dado prioridad a la implantación de una imagen de marca turística regional “Extremadura Rural “ y en este último periodo hemos promocionado los recursos propios de cada comarca bajo un mismo paraguas y la asistencia conjunta a los distintos eventos de promoción.

El desarrollo del sector y el estudio de la demanda (motivación y satisfacción) ha fortalecido el producto gastronómico basado en el ibérico como elemento diferenciador. Así la campaña de promoción dentro del mismo posicionamiento estratégico de situación geográfica (Corazón de Extremadura) se desplaza con nuevas propuestas y alianzas: “La Dehesa con Cinco Sentidos”.

El Plan de Valorización de Recursos, responsabilidad del Grupo de Desarrollo, con el objeto de poner en valor los distintos recursos de la comarca para su aprovechamiento turístico, es él mas participado por todos los colaboradores que han desempeñado distintas funciones en

el CEDER. Perfiles académicos como: geografía, historia, arte, turismo y medios audiovisuales, bajo la supervisión del Equipo técnico han hecho posible contar con una base de datos actualizada y constantemente implementada.

Dentro de la valorización de recursos está la adecuación de esta herramienta a la demanda, con un marcado carácter de avance tecnológico. Por ello se ha trabajado en la digitalización de los recursos, su georeferenciación y marcación de itinerarios disponibles para descargar a los distintos dispositivos de información.

Otro objetivo de la valorización de recursos es la propuesta de restauración, mejora y adecuación de los distintos elementos de patrimonio natural, histórico-artístico y cultural susceptibles de aprovechamiento turístico.

En este aspecto se ha trabajado en la elaboración de la propuesta de Sierra de Montánchez como Paisaje Protegido, trabajo conjunto con la S.E.O. en una propuesta turística de actividad económica alternativa en la Z.E.P.A. de los Llanos de Cáceres y Sierra de Fuentes. Señalización acceso, mantenimiento y promoción de árboles singulares (La Terrona y la Nieta). Distintos proyectos de adecuación y mejora del entorno en distintas localidades con actuaciones en el casco urbano, elementos representativos, y parajes singulares.

Desde la Asociación se ha animado y acompañado a la presentación de distintos proyectos de rehabilitación del patrimonio en casos como El Centro de Interpretación de la Basílica de Santa Lucía del Trampal (Alcuéscar) y el Plan Director de la excavación arqueológica de Villas Viejas del Tamuja ( Botija), así como la edición de un manual práctico sobre el castro celta.

La señalización se ha mantenido desde su diseño, validación del manual y colocación, pero presenta el razonable deterioro por el paso de los años. Se hace necesario el estudio y puesta en valor de más itinerarios.

El Plan de Comercialización es uno de los más difíciles de desarrollar ya que tiene como objeto la puesta en valor del producto turístico y su venta para el logro de beneficio económico. Este objetivo marca de manera clara a los agentes directos que ejecutan el plan: Los empresarios. El grupo ha desarrollado en este plan distintas estrategias y actuaciones encaminadas a la vertebración del sector: animar a la formación de estructuras empresariales más competitivas (Federación de Asociaciones); integración en asociaciones nacionales (ASETUR); diseño y cesión de una herramienta de comercialización innovadora en el subsector de alojamiento en el mundo rural.

Plan de Productos Genuinos: Se ha trabajado mano a mano en la producción de una oferta especializada como “Los sonidos de la naturaleza”, “ Turismo Accesible, turismo para todos”, “La Dehesa con los cinco sentidos”, el turismo cinegético y ornitológico “ La Ruta de las Siete Maravillas”. Estos productos se han ido integrando en los distintos planes y campañas de valorización, promoción, publicidad, Formación, comercialización y calidad.

El Plan de Calidad se ha ido desarrollando desde la implantación del programa en el territorio. El primer contacto con el empresariado con la solicitud de ayuda posibilita el asesoramiento en la elección del tipo y categoría de la empresa de servicios turísticos a crear. En el caso de los alojamientos se ha optado por la clasificación media en PRODER I y la alta o media con servicios superiores en PRODER II. El resultado de esta elección encuentra su gratificación en campañas como la “Q” de calidad en las que han participado y aprobado sobradamente nuestros empresarios, incluso diferenciándose por el valor añadido de utilizar un sistema de gestión propio, innovador y pionero en el sector.

Desde la cooperación como estrategia de desarrollo se ha llevado a cabo un Plan de Calidad Turística en el medio rural “Redex Calidad” con el objeto de reconocer una marca de calidad validada para cada uno de los ejes temáticos susceptibles de reconocimiento y potencialidad turística en la que han participado gran parte del empresariado y que sigue abierto para fortalecer la imagen de marca de “Extremadura Rural”.

Cuando hablamos de un Plan de Formación no desarrollamos estrategias y acciones ya que es imposible ejecutarlo por nosotros mismos pero sí hacemos las propuestas oportunas a distintas entidades basándonos en las necesidades formativas detectadas al ejecutar las distintas estrategias de comunicación, promoción, comercialización u oferta de productos genuinos así como calidad de servicio.

Otros frentes históricos de trabajo a favor del sector han sido el Convenio Práctico de Formación con la Diputación Provincial, el trabajo desde el SEXPE, con el proyecto “Programa de Dinamización de Los Recursos Humanos en el Sector Turístico”, así como el proyecto Recursos Humanos y Patrimonio, liderado por la Dirección General de Patrimonio, en torno a recursos de la Vía de la Plata.

Cabe destacar también el buen hacer de la Mancomunidad Sierra de Montánchez en las campañas de Sensibilización y dinamización de la población local sobre los recursos de la comarca.

EL Plan Marco de Desarrollo turístico Comarca Sierra de Montánchez y Tamuja se desarrolla en un territorio vivo al que las circunstancias exteriores y las propias del sector desvían de estrategias planificadas; ello obliga a replantear objetivos, planes, proyectos, campañas y acciones.

Por ello, en este punto nuestro trabajo se basa en diagnosticar el estado de la comarca desde el punto de vista del mercado turístico para presentar estrategias coherentes con la realidad del momento.

Detectar las fortalezas y debilidades para aminorar amenazas y potenciar oportunidades. Los reclamos que puede exhibir nuestra comarca como destino turístico son muy importantes. La comarca posee una riqueza natural y patrimonial impresionante, además de numerosas actividades potenciales de ocio. Una amplia zona de los Llanos está catalogada como Zona Especial de Protección de Aves (ZEPA), la cual sirve de reclamo para un turismo de observación de la Naturaleza muy selecto; igualmente en esa zona se desarrolla, en determinados enclaves (Santa Marta de Magasca y Torremocha), un importante turismo cinegético, de gran capacidad adquisitiva, que además sirve de respaldo para el desarrollo de algunas pequeñas industrias (granjas de perdices) y que genera algunos empleos, ya en nada precarios, que son aceptados por los naturales representando un importante complemento de renta.

Las zonas adehesadas son muy abundantes en toda la comarca, presentando un estado óptimo para la observación de biodiversidad. Estas Dehesas constituyen un marco natural privilegiado, donde se localizan determinados hitos de la identidad colectiva, un espacio culturizado en el que permanece diseminado un riquísimo patrimonio arqueológico y cultural: yacimientos arqueológicos, molinos, puentes, fuentes, pozos, paredes, tejares, zahurdones, cortijos, chozos...

Nuestros espacios adehesados y su potenciación junto a los proyectos en torno a los productos del cerdo ibérico, han sido un eje estratégico principal para el desarrollo de la comarca. De ahí el desarrollo del proyecto "Club del Jamón Ibérico", liderado desde ADISMONTA e integrando a las principales áreas de dehesa y productoras de jamón de España.

El mencionado proyecto que tematiza el mundo de la dehesa y el ibérico, ha realizado un gran esfuerzo para la integración del sector y su articulación como fuente de experiencias genuinas, organizando en torno a él al conjunto de actores y operadores (fincas, secaderos, restaurantes, alojamientos, tiendas especializadas, museos y centros de interpretación, empresas, actividades, rutas, eventos...).

Todo este esfuerzo ha culminado en el desarrollo de la Estrategia de Especialización Inteligente comarcal en torno al binomio Dehesa-jamón.

La sierra de Montánchez presenta, junto con el recurso natural (se están siguiendo los trámites para su declaración como paisaje protegido), la posibilidad de practicar turismo activo en casi todas sus variantes relacionadas con los elementos naturales: Tierra y aire. Diferenciándose este enclave por sus excelentes cualidades para la práctica del parapente.

La existencia de una gastronomía rica y variada, que se ha ido posicionando como elemento diferenciador de atracción turística, se basa principalmente en el producto ibérico, ya que tiene un reconocimiento histórico por su calidad. No ha sido difícil, estas mismas razones, la especialización de la oferta de restauración en "El Cochinillo asado", que se relaciona perfectamente con el entorno.

Desde el punto de vista histórico se presentan como fortalezas la perfecta oferta que presenta para el visitante La Basílica de Santa Lucía del Trampal, con la finalización del proyecto de adecuación en la primavera de 2007, abriéndose las puertas del centro de interpretación y con ello una puerta más a la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja.

En este mismo apartado se debe reflejar la importancia de los yacimientos arqueológicos. El castro Celta de Villas Viejas del Tamuja (Botija) ejecutando el Plan Director y una campaña de promoción Turística con la celebración de unas jornadas a puertas abiertas de marcado carácter lúdico festivo.

El último descubrimiento de restos Arqueológicos en Torrequemada fortalece la teoría de D. Enrique Cerrillo Martín (Catedrático de Arqueología) que vincula Villas Viejas de Tamuja con la Vía de la Plata.

El pasillo ecológico, etnográfico y principalmente histórico que presenta el tramo de la Vía de la Plata en nuestra comarca es una de las fortalezas dentro de las estrategias de cooperación, ya que hablamos de itinerarios en principio nacionales.

La celebración de numerosas Fiestas y Tradiciones Populares de honda raigambre e indudable interés etnológico, junto con el carácter afable y hospitalario de sus gentes, conforman los ingredientes ideales para desarrollar un turismo potencial mucho más importante.

No obstante, los problemas a los que se enfrenta este subsector de actividad en la comarca son difíciles e importantes. El primero es que la oferta de servicios turísticos en la comarca sigue siendo baja y la demanda escasa; faltan ofertas complementarias de ocio, rutas temáticas, servicios de guía, información... Existe además una acusada falta de formación de los recursos humanos que atienden al turismo, así como una débil proyección exterior de la comarca, a pesar de los considerables esfuerzos que se han realizado y se siguen realizando para solventar este defecto.

A pesar de estar enclavada en el corazón de Extremadura, a escasa distancia de algunas de sus principales ciudades reclamo: Cáceres (Patrimonio de la Humanidad), Trujillo (Cuna de Conquistadores), Mérida (Teatro y Anfiteatro Romanos)... la comarca permanece aislada, totalmente oculta a los principales flujos turísticos que circulan por sus alrededores, ajena al importante aporte de recursos que genera el turismo. La comarca permanece invisible incluso para los habitantes de esas ciudades cercanas, quienes raramente la visitan.

Aunque el subsector parece estar dando los primeros pasos para su articulación interna, es preciso llevar más allá dicha articulación, conformando acciones complementarias con otros sectores de actividad como puedan ser las empresas de restauración (bares y restaurantes) o las tiendas y talleres de artesanías (los cuales, por cierto, brillan por su ausencia); también se observa una falta de coordinación entre los diversos servicios relacionados con el turismo de dentro y de fuera de la comarca, incluso para el simple trasvase de información entre ellos.

Consensuados por los técnicos, en labores propias para el desarrollo del mercado turístico pertenecientes a la mesa de agentes claves, y por el empresariado turístico, los problemas

que atentan al subsector del turismo en nuestra comarca son los siguientes: acusada estacionalidad de la demanda, deficiencia y/o ausencia de infraestructuras, falta de apoyo institucional, escasez de servicios complementarios, inexistencia de un Plan Estratégico de calidad, deficiente cooperación y articulación empresarial, carencia generalizada de información, poca proyección exterior de la comarca, mínima sensibilización de la población en general, escasa valoración de los recursos propios, desconocimiento generalizado de las riquezas patrimoniales, ausencia de formación especializada, inexistencia de identidad comarcal, acusado localismo, intervención discrecional sobre los recursos patrimoniales, etc. Todos estos problemas se traducen en trabas e impedimentos para el normal desarrollo de este importante subsector, que podría servir de motor y empuje para la aparición y el desarrollo de numerosas actividades potenciales de ocio: senderismo, parapente, actividades cinegéticas... y para el fortalecimiento y revitalización de la riqueza natural, cultural y patrimonial de la comarca, base indiscutible de su futura identidad.

De cara al futuro, el desarrollo turístico de la comarca se abordará desde un Plan Estratégico específico, confeccionado **sobre la base de los siguientes objetivos alineados ante el foco PAISAJE GASTRONÓMICO:**

- Conseguir una mayor sensibilización e implicación de la población en el desarrollo turístico de la comarca, mediante el conocimiento y la valoración de los recursos naturales y patrimoniales.
- Fortalecer la articulación del sector empresarial y fomentar las alianzas estratégicas con otros sectores de actividad.
- Elaborar una oferta diferenciada, adaptada a las demandas de cada tipo de turismo.
- Mejorar la calidad de los productos y de los servicios en general.
- Realizar acciones de formación específicas: para trabajadores y empresarios.
- Fomentar la integración de las mujeres y de los jóvenes en este subsector de actividad.
- Romper el aislamiento de la comarca con la implantación de las TIC, en todas y cada una de las estrategias propuestas para el desarrollo del sector.

La Ubicación geográfica de la comarca constituye sin duda una de sus mayores oportunidades, para convertirse en destino turístico relevante dentro del contexto regional; ya sea para el turismo cinegético, de naturaleza, etnográfico, gastronómico o de todos ellos. Para ello, hace falta crear una oferta constante, diversa y atractiva, orientada tanto al turismo “de fuera” como al “de dentro”, empezando por mostrar la riqueza cultural a los propios habitantes, quienes la mayor parte de las veces tienen una visión muy pobre y restringida de su entorno vital. El turismo puede servir para “hacer comarca”, en el mejor sentido de la palabra, sin perder por ello las señas de identidad, más bien todo lo contrario.

Dentro de una estrategia de oferta más amplia, no debemos olvidar que por una parte de nuestro territorio discurre la Vía de la Plata (N-630); antigua Vía Romana que unía en norte y el sur de la Península, y sobre la que se llevó a cabo una actuación para la rehabilitación de la calzada, desarrollando un importante proyecto en el contexto turístico interregional; nos referimos al Proyecto Alba Plata, en fase de implementación, proyecto en el que se han invertido cuantiosos recursos económicos para valorizar culturalmente esta ancestral vía de comunicaciones y sus aledaños; y una parte de esos aledaños (Alcuéscar, Aldea del Cano, Casas de D. Antonio, Montánchez) están en nuestra comarca, con la ventaja adicional de que en esas localidades existen importantes reclamos (Balneario del Trampal, Basílica de Santa Lucía, Castillo de Montánchez...) que pueden servir para frenar al turista ocasional que viaje por la Ruta Vía de la Plata y para hacerle conocer y disfrutar de nuestra comarca.

Esta importante puerta de acceso no puede ser obviada por más tiempo, y debe ser abierta de par en par. Igualmente deberá contemplarse por parte de las administraciones responsables, la mejora de los accesos a nuestra comarca por la zona oriental (Carretera

Cáceres-Trujillo); la cual se convertirá próximamente en una vía rápida de comunicación por carretera; por ello, resulta imprescindible mantener abiertos, ampliar y hacer atractivos los accesos a la comarca desde las principales vías de comunicación que la circundan.

**La especialización inteligente comarcal y su integración en la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.**



La estrategia de especialización inteligente comarcal, viene a integrar el conjunto de especialidades comarcales: agricultura, ganadería, industria, restauración, distribución, turismo, artesanía, servicios... con la realidad del conjunto del territorio (medio físico, espacios naturales, población, empleo, empresas); en torno a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

**3.2. La focalización del Plan en torno al valor de marca PAISAJE GASTRONÓMICO aúna el conjunto de actividades productivas y valores presentes en el territorio.**

La fortaleza del trabajo de focalización en torno a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, garantiza la inclusión de todos los elementos gastronómicos, paisajísticos, turísticos y culturales de la comarca, aglutinando a todos los territorios y actividades del conjunto de municipios que puedan vertebrados en torno a este eje común, como queda de manifiesto en el análisis expuesto en el punto anterior.

#### 4. Objetivos.

- Poner a la comarca en el mapa mundial de los productos gastronómicos de calidad por los que la misma tiene una proyección internacional (jamón, higo).
- Desarrollar la innovación para la puesta en valor, capacitación de promotores, creación de nuevos productos y presentaciones de los mismos.
- Propiciar el apoyo técnico de los promotores de iniciativas en el marco de PAISAJE GASTRONÓMICO desde la elaboración de su producto, diseño de la marca, diseño de sus futuras instalaciones, elaboración de su plan de negocio y ayudas para la puesta en marcha del negocio.
- Propiciar el desarrollo del turismo gastronómico en la comarca en torno al nuevo valor de marca (patrimonio natural, cultural y gastronomía).
- Promover la comercialización de los productos y servicios asociados a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.
- Preservar los recursos de la comarca mediante acciones de sostenibilidad para el desarrollo de una economía verde y circular como base de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.
- Desarrollar las infraestructuras y las actuaciones complementarias que coadyuven al desarrollo integral de la comarca en torno a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

#### 5. Resultados esperados.

- Visibilidad nacional e internacional de la comarca a través de paneles monumentales, incrementando el impacto visual en los visitantes y generando un valor de recuerdo a través de su alusión y reproducción en medios de comunicación convencionales y redes sociales.
- Generación nuevas empresas innovadoras a través de una capacitación práctica para la creación de industrias de transformación artesanal de los productos desde el diseño y la calidad.
- Incremento del tejido de microempresas artesanas que aprovechen el caudal de las especialidades y recursos gastronómicos de la comarca.
- Incremento de las visitas turísticas a la comarca bajo el reclamo de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.
- Aumento de las ventas de los productos de la comarca y entrada en los grandes circuitos nacionales e internacionales de la alimentación gourmet y el turismo gastronómico.
- Mejora ambiental de la comarca, sus ecosistemas naturales y reciclaje de residuos.
- Desarrollo de las sinergias que contribuyen a consolidar un modelo de desarrollo en torno al eje central PAISAJE GASTRONÓMICO.

#### 6. Líneas del Plan. Descripción.

##### LÍNEA 1. DESARROLLO DE LA MARCA TERRITORIAL PAISAJE GASTRONÓMICO.

Medidas y Acciones para la creación y desarrollo de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO. Se trata de la promoción de la comarca a través de sus activos singulares para crear un valor de marca a escala internacional, e impulsando en torno a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO todas las medidas y acciones relacionadas con la promoción turística y cultural.

##### LÍNEA 2. MEJORA DE LAS INFRAESTRUCTURAS Y ADECUACIÓN DE LOS RECURSOS EN LA COMARCA EN TORNO A LA MARCA PAISAJE GASTRONÓMICO.

Medidas y Acciones para la mejora de infraestructuras y adecuación de recursos de la comarca (turismo y patrimonio).

Se trata del desarrollo de las infraestructuras comarcales para la mejora de los servicios asociados al turismo.

### **LÍNEA 3. INNOVACIÓN EN LA CADENA DE VALOR DE LOS PRODUCTOS DE LA MARCA PAISAJE GASTRONÓMICO.**

Medidas y Acciones para el desarrollo de la innovación y la creación de valor con los productos de la comarca.

Se trata de la lucha contra el despoblamiento en la comarca desde el apoyo a las empresas existentes y la creación de otras nuevas, promoviendo los valores turísticos y culturales, el desarrollo emprendedor, la innovación de los productos, los servicios y los procesos asociados a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Se trata de producir innovaciones en torno al aprovechamiento del potencial endógeno que configura el valor de marca PAISAJE GASTRONÓMICO (higo, jamón, aceite, productos silvestres...); trabajando desde la capacoitación en liderazgo con los actores técnicos, sociales y productivos de la comarca.

### **LÍNEA 4. PROMOCIÓN Y APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DE LA MARCA PAISAJE GASTRONÓMICO.**

Medidas y Acciones para la promoción comarcal, acciones promocionales, comercialización de los productos y servicios de la comarca.

Se trata de trabajar la salida comercial y la internacionalización de los productos y servicios asociados a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO (apoyo a la comercialización y a la internacionalización, acciones promocionales, nuevos eventos, visibilidad y señalización de los productos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO...).

## **7. Medidas y acciones por Línea.**

### **LÍNEA 1. DESARROLLO DE LA MARCA TERRITORIAL PAISAJE GASTRONÓMICO.**

Medida 1.1. Desarrollo de la Marca Territorial de Sierra de Montánchez y Tamuja PAISAJE GASTRONÓMICO.

Medida 1.2. Diseño, construcción e instalación de 5 hitos arquitectónico-esculturales de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO para su ubicación en los principales nodos de comunicación de la comarca.

### **LÍNEA 2. MEJORA DE LAS INFRAESTRUCTURAS Y ADECUACIÓN DE LOS RECURSOS EN LA COMARCA EN TORNO A LA MARCA PAISAJE GASTRONÓMICO.**

Medida 2.1. Redacción del proyecto técnico y ejecución de un centro BTT PAISAJE GASTRONÓMICO (homologado).

Medida 2.2. Redacción del proyecto técnico y ejecución de una Red de Senderos en la Comarca de Sierra de Montánchez y Tamuja que ponga en valor la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Medida 2.3. Redacción de proyectos para la ejecución de infraestructuras turísticas PAISAJE GASTRONÓMICO en la naturaleza y determinación de ubicación: observatorios de aves, miradores de la Sierra y observatorios celestes.

Medida 2.4. Realización de la infraestructura turística (observatorio de aves), vinculado al producto turismo ornitológico y a la Red de senderos comarcal en el marco PAISAJE GASTRONÓMICO.

Medida. 2.5. Realización de varios observatorios celestes ligados a la red de senderos bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Medida. 2.6. Las vistas del PAISAJE GASTRONÓMICO (Miradores de la Sierra).

Medida 2.7. Integración paisajística de puntos limpios en espacios con valores turísticos y ambientales, utilizando el espacio objeto de actuación para disponer la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

### **LÍNEA 3. INNOVACIÓN EN LA CADENA DE VALOR DE LOS PRODUCTOS DE LA MARCA PAISAJE GASTRONÓMICO.**

Medida 3.1. Talleres informativos con el fin de posibilitar el aprovechamiento de productos silvestres, así como su posible cultivo en la comarca bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Medida 3.2. Desarrollo de un plan de capacitación en materia de liderazgo, dirección y gerencia dirigido a personal técnico y directivo de empresas y cooperativas) para el impulso de la comarca en el marco PAISAJE GASTRONÓMICO.

Medida 3.3. Acciones derivadas del Grupo Operativo Higos bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Medida 3.4. Campaña de dinamización de las cooperativas, especialmente dirigida a la producción de un aceite de buena calidad y singularidad geográfica en el marco PAISAJE GASTRONÓMICO.

### **LÍNEA 4. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DE LA MARCA PAISAJE GASTRONÓMICO.**

Medida 4.1. Campaña de promoción y comercialización Ruta del Jamón Ibérico Montánchez-Tamaja, queso, higo, productos bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, así como los valores patrimoniales y los eventos que ponen en valor la cultura vinculada a la marca territorial.

Medida 4.2. Apoyo a la realización y promoción de eventos culturales , gastronómicos y de naturaleza en la comarca con el fin de mejorar su posicionamiento y complementar las actividades entre las que se incluirán la promoción de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Medida 4.3. Diseño y ejecución de una acción promocional en Cáceres, Mérida y Trujillo para oficinas de turismo bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Medida 4.4. Elaboración de la Guía PAISAJE GASTRONÓMICO incluyendo los productos de naturaleza, senderos, y BTT, ornitológicos, 7 maravillas, cultura, empresas y gastronomía.

Medida 4.5. Desarrollo de la unidad didáctica sobre la comarca para centros educativos y divulgación en general en aras a la potenciación de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Medida 4.6. Desarrollo de una web promocional de la comarca y de los eventos y productos que se vayan desarrollando. Espacio de promoción donde se integren todos los trabajos y estudios llevados a cabo en el PAT bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Medida 4.7. Nuevos eventos: Realización de una feria de turismo ornitológico en primavera y con repercusión nacional, denominada "FESTIVAL DE LAS AVES ESTEPARIAS" bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Medida 4.8. Recuperación de recetas tradicionales vinculadas a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO mediante la realización de un concurso y posterior elaboración de recetario y publicación del mismo.

Medida 4.9. Redacción de un proyecto de señalización direccional y ejecución de la instalación y suministro que permita la señalización del patrimonio natural, cultural y patrimonial de forma integral , así como la direccional hacia los servicios y las empresas, acorde a manuales de señalización turística, sumando a la misma la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

La metodología seguida ha sido la siguiente:

(1) Reuniones de trabajo con los diferentes agentes. (2) Recogida de propuestas en la reuniones. (3) Envío de documentos a los agentes. (4) Recogida de nuevas propuestas. (5) Contacto telefónico para solicitar información adicional. (6) Elaboración de un informe de cada Medida por parte de la asistencia técnica. (7) Priorización de las Medidas en función de su calidad y disposición económica (un trabajo que incluye agrupación de las medidas por su afinidad).

De cada Medida recogida se elabora un informe que contiene:

**Formulación de la Medida:** tenor literal de la propuesta formulada.

**Informe de la Medida:** informe de la asistencia técnica de la Medida, con mención de la entidad que la formula y su adecuación a los objetivos y prioridades del Plan de Acción Territorial.

**Acciones de la medida:** relación orientativa de acciones que comprende la Medida.

**Anualidades para su realización.**

**Presupuesto aproximado.**

**A continuación se puede consultar un informe de cada una de las Medidas propuestas por los agentes participantes por orden de importancia, marcando en color amarillo aquellas de carácter prioritario por encajar dentro de los objetivos del PAT y agrupar las propuestas realizadas por varias entidades.**

## **8. Fichas técnicas con las Medidas para proporcionar la información en la que sustentar los pliegos.**

### **LÍNEA 1. DESARROLLO DE LA MARCA TERRITORIAL PAISAJE GASTRONÓMICO.**

#### **Medida 1.1. Desarrollo de la Marca Territorial de Sierra de Montánchez y Tamuja PAISAJE GASTRONÓMICO.**

##### **1. Antecedentes.**

Las actuaciones que se describen se enmarcan en el Programa Especial de Cooperación para la Inversión en Planes de Acción Territorial. Diputación Desarrolla.

La propuesta surge de los procesos participativos desarrollados con las organizaciones de la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja en el seno del Plan de Acción Territorial en la Comarca Sierra de Montánchez y Tamuja: PAISAJE GASTRONÓMICO. Línea 1. Desarrollo de la marca territorial PAISAJE GASTRONÓMICO (Medidas y Acciones para la creación y desarrollo de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO).

Una vez definido el diseño de la Marca PAISAJE GASTRONÓMICO, trabajo en el que han participado los distintos actores institucionales, económicos y sociales de la comarca; se trata ahora de desarrollar las distintas cartas y requisitos de adhesión para cada uno de los sectores estratégicos en la comarca, así como asimilación del significado de la marca, campaña de difusión y presentaciones públicas.

Se pretende desarrollar la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, como un valor que ha de actuar de factor aglutinante para una comarca necesitada de un elemento que refuerce la identidad. PAISAJE GASTRONÓMICO constituye el eje focal del Plan de Acción Territorial que identifica y pone en valor al territorio, sus productos y servicios.

##### **2. Objeto del contrato.**

El objeto de esta contratación es ejecutar las actuaciones tendentes al desarrollo de la Marca Territorial de Sierra de Montánchez y Tamuja PAISAJE GASTRONÓMICO para la puesta en valor, promoción y comercialización de sus principales producciones (higo, jamón, aceite, queso, producciones silvestres, turismo...).

La contratación incluye desde el estudio para la implantación de la marca, el trabajo con las empresas y su adhesión, incorporación de la marca al etiquetado y desarrollo de todo el trabajo en torno a la creación y dinamización de un comité de gestión.

##### **3. Trabajos a desarrollar por la empresa adjudicataria.**

**0**

- (1) Realización del Estudio para la implantación de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, consistente en un plan para la implantación de la marca.
- (2) Jornadas de sensibilización con las empresas, ayuntamientos, asociaciones y colectivos de la comarca para el conocimiento del plan.
- (3) Acciones de asimilación del significado de la marca tales como eventos para la difusión y presentaciones públicas.
- (4) Adhesiones de empresas y entidades de la comarca al plan a través de un documento de compromiso.

- (5) Incorporación de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO al etiquetado de los productos y servicios de la comarca.
- (6) Rotulación de los establecimientos que incorporen en sus instalaciones el logotipo de la marca.
- (7) Elaboración de videos promocionales de la marca.
- (8) Elaboración de material promocional (folletos, carteles...).
- (8) Difusión a través de medios de comunicación, ferias y certámenes promocionales.
- (9) Creación de un comité de gestión de la marca. Acciones de difusión entre los diversos sectores y grupos sociales utilizando los eventos de la comarca.

#### **Entregables.**

**Los trabajos a realizar irán plasmados en documento/s que contendrán los siguientes contenidos:**

- Estudio para la implantación de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO en formato impreso y electrónico.
- Informe final de las Jornadas de sensibilización y sus resultados con documentación gráfica de su celebración.
- Relación de empresas y entidades adheridas a la marca, así como copia de los documentos de adhesión.
- Entrega de videos y material promocional elaborado.
- Informe final del desarrollo del trabajo efectuado.

#### **4. Tiempo estimado de ejecución.**

El plazo máximo de ejecución de los trabajos será el 31 de diciembre de 2019.

La realización del estudio y la elaboración del plan se efectuará en 2018, desarrollándose el resto de las actuaciones en 2018 y 2019.

#### **5. Presupuesto.**

140.000€.

En 2.018: 80.000€.

En 2.019: 60.000€.

**Medida 1.2. Diseño, construcción e instalación de 5 hitos arquitectónico-esculturales de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO para su ubicación en los principales nodos de comunicación de la comarca.**

##### **1. Antecedentes.**

Las actuaciones que se describen se enmarcan en el Programa Especial de Cooperación para la Inversión en Planes de Acción Territorial. Diputación Desarrolla.

La propuesta surge de los procesos participativos desarrollados con las organizaciones de la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja en el seno del Plan de Acción Territorial en la

Comarca Sierra de Montánchez y Tamuja: PAISAJE GASTRONÓMICO. Línea 1. Desarrollo de la marca territorial PAISAJE GASTRONÓMICO (Medidas y Acciones para la creación y desarrollo de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO).

Una vez definido el diseño de la Marca PAISAJE GASTRONÓMICO, trabajo en el que han participado los distintos actores institucionales, económicos y sociales de la comarca; se trata ahora de fijar la imagen de marca en el conjunto de personas del territorio, así como de los visitantes y el conjunto de personas que transiten por las principales vías de comunicación de la comarca; un valor que quedará plasmado en unos hitos que constituyen el elemento esencial donde se visualiza y vulgariza la marca PAISAJE GASTRONÓMICO fijándolo en la mente colectiva de los residentes y visitantes.

La comarca posee valores extraordinarios que es necesario resaltar y poner en valor como elementos clave para su desarrollo, entre los que cabe destacar y proclamar: la "capitalidad mundial del higo" por calidad y producción, uno de los territorios nacionales más reconocidos en torno al jamón ibérico y los embutidos, un territorio que está dentro de la producción singular de la Torta del Casar. Elementos todos que ponen a la comarca en el mapa del mundo por la especialización en sus producciones.

Se pretende desarrollar la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, como un valor que ha de actuar de factor aglutinante para una comarca necesitada de un elemento que refuerce la identidad. PAISAJE GASTRONÓMICO constituye el eje focal del Plan de Acción Territorial que identifica y pone en valor al territorio, sus productos y servicios.

## **2. Objeto del contrato.**

El objeto de esta contratación es ejecutar las actuaciones tendentes al desarrollo de la Marca Territorial de Sierra de Montánchez y Tamuja PAISAJE GASTRONÓMICO para la puesta en valor, promoción y comercialización de sus principales producciones (higo, jamón, aceite, queso, producciones silvestres, turismo...).

Los trabajos consisten en la realización de una propuesta para la construcción de los hitos y los trabajos de construcción e instalación en 5 puntos estratégicos de la comarca.

## **3. Trabajos a desarrollar por la empresa adjudicataria.**

(1) Realización del proyecto de construcción e instalación mediante un concurso de ideas para que las empresas del sector presenten sus proyectos de construcción e instalación de 5 hitos arquitectónicos-esculturales para su instalación en 5 puntos estratégicos de la comarca.

Los proyectos que presenten las empresas incluirán la imagen de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, pudiendo conjugar con ella los productos estrella asociados a ella según su ubicación (higo, jamón, queso, aceite, paisajes naturales).

Los proyectos incluirán junto a la propuesta artística, un proyecto para la construcción e instalación de los hitos, incluyendo todas las actuaciones referidas a la adecuación de los espacios y todos los trabajos para su entrega final.

Los aspectos que se han de tomar en cuenta en la presentación de las propuestas serán el valor estético y la integración en el paisaje de las propuestas.

La propuesta de construcción de los hitos incluirá el conjunto de características técnicas de los mismos (dimensiones, materiales de construcción, calidades de los materiales...).

El proyecto ganador será el adjudicatario de los trabajos consistentes en:

- (2) Construcción de los hitos monumentales.
- (3) Acondicionamiento de los espacios para su instalación.
- (4) Instalación de los hitos.
- (5) Entrega final de los trabajos.

#### **Entregables.**

Los trabajos a realizar consistirán en la entrega de los 5 hitos arquitectónicos-esculturales con en los 5 puntos que determine Diputación de Cáceres.

#### **4. Tiempo estimado de ejecución.**

El plazo máximo de ejecución de los trabajos será el 31 de diciembre de 2019.

#### **5. Presupuesto.**

180.000€.

En 2.018: 110.000€.

En 2.019: 70.000€.

### **LÍNEA 2. MEJORA DE LAS INFRAESTRUCTURAS Y ADECUACIÓN DE LOS RECURSOS EN LA COMARCA EN TORNO A LA MARCA PAISAJE GASTRONÓMICO.**

#### **Medida 2.1. Redacción del proyecto técnico y ejecución de un centro BTT PAISAJE GASTRONÓMICO (homologado).**

##### **1. Antecedentes.**

Las actuaciones que se describen se enmarcan en el Programa Especial de Cooperación para la Inversión en Planes de Acción Territorial. Diputación Desarrolla.

La propuesta surge de los procesos participativos desarrollados con las organizaciones de la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja en el seno del Plan de Acción Territorial en la Comarca Sierra de Montánchez y Tamuja: PAISAJE GASTRONÓMICO. Línea 2. Mejora de las infraestructuras y adecuación de los recursos en la comarca en torno a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Una vez definido el eje focal del Plan de Acción territorial, se trata de la mejora de las infraestructuras comarcales para el reforzamiento de los atractivos del territorio y el valor de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, trabajo en el que han participado los distintos actores institucionales, económicos y sociales de la comarca; se trata ahora de la redacción del proyecto técnico y ejecución de un centro BTT PAISAJE GASTRONÓMICO (homologado).

Se pretende desarrollar un conjunto de actuaciones que integren a todos los términos municipales de la comarca en aras a reforzar su identidad en torno a los elementos que definen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, poniendo en valor al territorio, sus productos y servicios a través de un centro BTT.

## **2. Objeto del contrato.**

El objeto de esta contratación es ejecutar las actuaciones tendentes al diseño y creación de un Centro BTT PAISAJE GASTRONÓMICO.

En primer lugar es necesario definir las necesidades de la infraestructura propuesta como elemento dinamizador de la demanda turística de interior, así como su valoración económica.

A continuación conlleva la ejecución propiamente dicha para el desarrollo del proyecto técnico anterior, incluyendo señalización y homologación de senderos, ampliación del Centro BTT de Sierra de Montánchez, creación de nuevo Centro BTT con rutas para la dehesa y el llano, así como diseño gráfico de paneles y folletos de promoción.

Ruta de BTT que partiendo de las ya existentes en Montánchez transcurra por toda la Comarca y que sirva para poner en valor todas aquellas consideraciones que hemos dicho engloba el concepto de Paisajes Gastronómicos, es decir, que sirva como hilo conductor a través del cual se vayan manifestando, Las Siete Maravillas de la Comarca, el resto de manifestaciones culturales, paisajísticas, culinarias, todo lo que nos hace ser diferentes y a la vez universales. En este momento existe la posibilidad de incorporar a las bicis una batería esto hace que una persona que antes podía andar cinco Km. ahora pueda andar diez veces más si opta por esta solución. Es decir tendría a su alcance de una forma integral un esparcimiento lleno de las mejores sensaciones. En este proyecto se está trabajando desde el Grupo de Acción local, a nivel de estudios preliminares, pudiendo ofrecerse información adicional a la empresa que resulte adjudicataria

Otras actuaciones que deberán considerarse e integrarse con la Red de senderos de la comarca, integrándose y tomándose en cuenta las siguientes actuaciones a desarrollar de manera paralela en Diputación Desarrolla:

Observatorios de estrellas.

Observatorios de aves.

Centros de BTT acondicionamiento.

## **3. Trabajos a desarrollar por la empresa adjudicataria.**

(1) Elaboración del proyecto de asistencia técnica para la creación de rutas BTT "Diseño y creación de rutas e itinerarios para cicloturismo": Rutas BTT para ampliación y consolidación de Centro BTT "Sierra de Montánchez", rutas BTT para creación de Centro BTT "Meseta Cacereña", creación y desarrollo de cartografía general y de detalle de cada una de las rutas BTT, generación de cartografía digital en todos los archivos compatibles para dispositivos GPS de cada una de las rutas cicloturistas, determinación de los trabajos de señalización y obras a realizar (señalización, características, ubicación...).

2) Redacción de proyecto de ejecución de obra de señalización que incluye: inventario de las señales necesarias, contabilizadas por ruta y sentido de la marcha de las mismas, estudio de ubicación definida de señalización y carteles informativos, estudio de ubicación de punto de recepción, presupuestos de ejecución material y por contrata.

(3) Elaboración de material gráfico para posterior diseño y maquetación de paneles informativos, folletos y topoguías que incluye: reportaje fotográfico con 100 fotografías por fotógrafo profesional, textos descriptivos de las rutas y los trayectos, diseño de cartografía de los itinerarios.

(4) Organización Jornada de presentación a todos los agentes de la comarca (GAL, Ayuntamientos, clubes ciclistas y senderistas y empresas de turismo activo).

(5) Ejecución de las obras mencionadas contenidas en el proyecto.

#### **Entregables.**

**Los trabajos a realizar irán plasmados en documento/s que contendrán los siguientes contenidos:**

- Elaboración del proyecto de asistencia técnica con toda la documentación técnica acerca de las rutas.
- Elaboración de los materiales de señalización, folletos, topoguías y resto de material.
- Informe final de la realización de la Jornada y sus resultados con documentación gráfica de su celebración.
- Ejecución del conjunto de obras comprendidas en el proyecto.
- Informe final del desarrollo del trabajo efectuado.

#### **4. Tiempo estimado de ejecución.**

El plazo máximo de ejecución de los trabajos será el 31 de diciembre de 2019.

La realización del proyecto se efectuará en 2018, desarrollándose el resto de las actuaciones en 2019.

#### **5. Presupuesto.**

100.000€.

En 2.018: 50.000€.

En 2.019: 50.000€.

## **Medida 2.2. Redacción del proyecto técnico y ejecución de una Red de Senderos en la Comarca de Sierra de Montánchez y Tamuja que ponga en valor la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.**

### **1. Antecedentes.**

Las actuaciones que se describen se enmarcan en el Programa Especial de Cooperación para la Inversión en Planes de Acción Territorial. Diputación Desarrolla.

La propuesta surge de los procesos participativos desarrollados con las organizaciones de la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja en el seno del Plan de Acción Territorial en la Comarca Sierra de Montánchez y Tamuja: PAISAJE GASTRONÓMICO. Línea 2. Mejora de las infraestructuras y adecuación de los recursos en la comarca en torno a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Una vez definido el eje focal del Plan de Acción territorial, se trata de la mejora de las infraestructuras comarcales para el reforzamiento de los atractivos del territorio y el valor de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, trabajo en el que han participado los distintos actores institucionales, económicos y sociales de la comarca; se trata ahora de desarrollar un proyecto técnico de redacción del proyecto técnico y ejecución de una Red de Senderos en la Comarca de Sierra de Montánchez y Tamuja que ponga en valor la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Se pretende desarrollar un conjunto de actuaciones que integren a todos los términos municipales de la comarca en aras a reforzar su identidad en torno a los elementos que definen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, poniendo en valor al territorio, sus productos y servicios en torno a una Red de senderos.

### **2. Objeto del contrato.**

El objeto de esta contratación es ejecutar las actuaciones tendentes al diseño y creación de rutas e itinerarios para PAISAJE GASTRONÓMICO; y ejecución de infraestructura turística de red de senderos.

En primer lugar es necesario definir las necesidades de la infraestructura propuesta como elemento dinamizador de la demanda turística de interior, así como su valoración económica.

A continuación conlleva la ejecución propiamente dicha para el desarrollo del proyecto técnico anterior, incluyendo señalización y adecuación de senderos, con rutas para la dehesa y el llano, así como diseño gráfico de paneles y folletos de promoción.

Diseño de rutas para que partiendo de las ya existentes en Montánchez transcurra por toda la Comarca y que sirva para poner en valor todas aquellas consideraciones que hemos dicho engloba el concepto de Paisajes Gastronómicos, es decir, que sirva como hilo conductor a través del cual se vayan manifestando, Las Siete Maravillas de la Comarca, el resto de manifestaciones culturales, paisajísticas, culinarias, todo lo que nos hace ser diferentes y a la vez universales. Es decir, la creación de una red de senderos que ponga al alcance del visitante una forma integral un esparcimiento lleno de las mejores sensaciones.

Otras actuaciones que es necesario integrar en la propuesta:

Observatorios de estrellas.

Observatorios de aves.

Centros y rutas de BTT.

### **3. Trabajos a desarrollar por la empresa adjudicataria.**

(1) Elaboración del proyecto de asistencia técnica para la creación de red de rutas senderistas homologadas, creación y desarrollo de cartografía general y de detalle de cada una de las rutas de senderismo, generación de cartografía digital en todos los archivos compatibles para dispositivos GPS de cada una de las rutas senderistas, determinación de los trabajos de señalización y obras a realizar (señalización, características, ubicación...).

2) Redacción de proyecto de ejecución de obra de señalización que incluye: inventario de las señales necesarias, contabilizadas por ruta y sentido de la marcha de las mismas, estudio de ubicación definida de señalización y carteles informativos, estudio de ubicación de punto de recepción, presupuestos de ejecución material y por contrata.

(3) Elaboración de material gráfico para posterior diseño y maquetación de paneles informativos, folletos y topoguías que incluye: reportaje fotográfico con 100 fotografías por fotógrafo profesional, textos descriptivos de las rutas y los trayectos, diseño de cartografía de los itinerarios.

(4) Organización Jornada de presentación a todos los agentes de la comarca (GAL, Ayuntamientos, clubes ciclistas y senderistas y empresas de turismo activo).

(5) Ejecución de las obras mencionadas contenidas en el proyecto.

#### **Entregables.**

**Los trabajos a realizar irán plasmados en documento/s que contendrán los siguientes contenidos:**

- Elaboración del proyecto de asistencia técnica con toda la documentación técnica acerca de las rutas.
- Elaboración de los materiales de señalización, folletos, topoguías y resto de material.
- Informe final de la realización de la Jornada y sus resultados con documentación gráfica de su celebración.
- Ejecución del conjunto de obras comprendidas en el proyecto.
- Informe final del desarrollo del trabajo efectuado.

### **4. Tiempo estimado de ejecución.**

El plazo máximo de ejecución de los trabajos será el 31 de diciembre de 2019.

La realización del proyecto se efectuará en 2018, desarrollándose el resto de las actuaciones en 2019.

## 5. Presupuesto.

100.000€.

En 2.018: 50.000€.

En 2.019: 50.000€.

### **Medida. 2.3. Redacción de proyectos para la ejecución de infraestructuras turísticas PAISAJE GASTRONÓMICO en la naturaleza y determinación de ubicación: observatorios de aves, miradores de la Sierra y observatorios celestes.**

#### **1. Antecedentes.**

Las actuaciones que se describen se enmarcan en el Programa Especial de Cooperación para la Inversión en Planes de Acción Territorial. Diputación Desarrolla.

La propuesta surge de los procesos participativos desarrollados con las organizaciones de la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja en el seno del Plan de Acción Territorial en la Comarca Sierra de Montánchez y Tamuja: PAISAJE GASTRONÓMICO. Línea 2. Mejora de las infraestructuras y adecuación de los recursos en la comarca en torno a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Una vez definido el eje focal del Plan de Acción territorial, se trata de la mejora de las infraestructuras comarcales para el reforzamiento de los atractivos del territorio y el valor de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, trabajo en el que han participado los distintos actores institucionales, económicos y sociales de la comarca; se trata ahora de desarrollar una base de infraestructuras turísticas (observatorios de aves, miradores de la Sierra y observatorios celestes) PAISAJE GASTRONÓMICO.

Se pretende desarrollar un conjunto de actuaciones que integren a todos los términos municipales de la comarca en aras a reforzar su identidad en torno a los elementos que definen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, poniendo en valor al territorio, sus productos y servicios.

#### **2. Objeto del contrato.**

Se trata de la redacción de los proyectos para la ejecución de infraestructuras turísticas PAISAJE GASTRONÓMICO en la naturaleza y determinación de ubicación de observatorios de aves, miradores de la Sierra y observatorios celestes.

La propuesta tiene un importante alcance comarcal, al plantear una actuación para la potenciación de los recursos ornitológicos y paisajísticos de la comarca en los amplios espacios naturales protegidos y Zonas de Especial Protección de Aves (Llanos de Cáceres) que refuerzan el valor de marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Para llevar a cabo las actuaciones planteadas en el territorio, en primer lugar es necesario establecer mediante un estudio la identificación y ubicación para la posterior instalación de las mencionadas infraestructuras en torno a los diferentes espacios de interés ornitológico de la comarca.

En virtud de las conclusiones del estudio se procederá a la instalación de los mencionados observatorios y a su promoción.

### **3. Trabajos a desarrollar por la empresa adjudicataria.**

- (1) Estudio para la identificación y ubicación de los espacios para la instalación de los observatorios de aves, miradores de la Sierra y observatorios celestes.
- (2) El estudio contendrá de manera justificada y documentada la ubicación exacta de las infraestructuras, determinando su idoneidad y pertinencia; disponibilidad del espacio para ubicación en suelo público, condiciones de accesibilidad, etc.
- (3) El estudio definirá las características técnicas de las infraestructuras: materiales, calidades, precios de mercado, características de las obras a realizar e instalación, etc.

#### **Entregables.**

**Los trabajos a realizar irán plasmados en documento/s que contendrán los siguientes contenidos:**

- Estudio técnico para la instalación de observatorios de aves.
- Estudio técnico para la instalación de miradores de la Sierra.
- Estudio técnico para la instalación de observatorios celestes.

### **4. Tiempo estimado de ejecución.**

El plazo máximo de ejecución de los trabajos será el 31 de diciembre de 2018.

### **5. Presupuesto.**

12.000€.

En 2.018: 12.000€.

**Medida. 2.4. Realización de la infraestructura turística (observatorio de aves), vinculado al producto turismo ornitológico y a la Red de senderos comarcal en el marco PAISAJE GASTRONÓMICO.**

#### **1. Antecedentes.**

Las actuaciones que se describen se enmarcan en el Programa Especial de Cooperación para la Inversión en Planes de Acción Territorial. Diputación Desarrolla.

La propuesta surge de los procesos participativos desarrollados con las organizaciones de la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja en el seno del Plan de Acción Territorial en la Comarca Sierra de Montánchez y Tamuja: PAISAJE GASTRONÓMICO. Línea 2. Mejora de las

infraestructuras y adecuación de los recursos en la comarca en torno a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Una vez definido el eje focal del Plan de Acción territorial, se trata de la mejora de las infraestructuras comarcales para el reforzamiento de los atractivos del territorio y el valor de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, trabajo en el que han participado los distintos actores institucionales, económicos y sociales de la comarca; se trata ahora de desarrollar una base de infraestructuras turísticas (observatorios de aves) para turismo ornitológico PAISAJE GASTRONÓMICO.

Se pretende desarrollar un conjunto de actuaciones que integren a todos los términos municipales de la comarca en aras a reforzar su identidad en torno a los elementos que definen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, poniendo en valor al territorio, sus productos y servicios desde el turismo ornitológico.

## **2. Objeto del contrato.**

Construcción de observatorios permanentes e HIDE-ESPIAS para avistamiento de aves en la ZEPA, y creación de zonas para fotografiar aves de llanura, acuáticas, carroñeras e insectívoras; para la puesta en valor de los recursos naturales y culturales de la comarca.

La propuesta tiene un importante alcance comarcal, al plantear una actuación para la potenciación de los recursos ornitológicos y paisajísticos de la comarca en los amplios espacios naturales protegidos y Zonas de Especial Protección de Aves (Llanos de Cáceres), configurando uno de los principales valores paisajísticos que conforman los elementos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO. La promoción del turismo ornitológico aportará un importante valor al conjunto de la comarca por tratarse de una modalidad en auge y constituir el territorio un gran activo en esta materia.

Para los trabajos de construcción e instalación de infraestructuras (observatorios de aves) se seguirán las directrices establecidas en el proyecto "Ejecución de infraestructuras turísticas PAISAJE GASTRONÓMICO en la naturaleza y determinación de ubicación: observatorios de aves, miradores de la Sierra y observatorios celestes", tomando de manera especial los municipios cuyos términos municipales se encuadran en territorio ZEPA.

En virtud de las conclusiones del estudio se procederá a la construcción e instalación de los mencionados observatorios y a su promoción.

## **3. Trabajos a desarrollar por la empresa adjudicataria.**

(1) Construcción de los observatorios de aves como plataformas móviles (módulos) de madera tratada.

(2) Transporte e instalación de los módulos.

### **Entregables.**

- Observatorios de aves instalados y listos para su uso.
- Informe final de los trabajos realizados.

#### **4. Tiempo estimado de ejecución.**

El plazo máximo de ejecución de los trabajos será el 31 de diciembre de 2018.

La realización del estudio se efectuará en 2018, desarrollándose el resto de las actuaciones en 2019.

#### **5. Presupuesto.**

54.000€.

En 2.018: 54.000€.

### **Medida. 2.5. Realización de varios observatorios celestes ligados a la red de senderos bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.**

#### **1. Antecedentes.**

Las actuaciones que se describen se enmarcan en el Programa Especial de Cooperación para la Inversión en Planes de Acción Territorial. Diputación Desarrolla.

La propuesta surge de los procesos participativos desarrollados con las organizaciones de la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja en el seno del Plan de Acción Territorial en la Comarca Sierra de Montánchez y Tamuja: PAISAJE GASTRONÓMICO. Línea 2. Mejora de las infraestructuras y adecuación de los recursos en la comarca en torno a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Una vez definido el eje focal del Plan de Acción territorial, se trata de la mejora de las infraestructuras comarcales para el reforzamiento de los atractivos del territorio y el valor de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, trabajo en el que han participado los distintos actores institucionales, económicos y sociales de la comarca; se trata ahora de desarrollar una base de infraestructuras turísticas (observatorios celestes) ligados a la red de senderos bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Se pretende desarrollar un conjunto de actuaciones que integren a los términos municipales de la comarca en aras a reforzar su identidad en torno a los elementos que definen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, poniendo en valor al territorio, sus productos y servicios; y dentro de ellos el enorme potencial de unos cielos sin contaminación lumínica.

El proyecto viene a potenciar el atractivo turístico de la comarca, y por ende el valor de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

#### **2. Objeto del contrato.**

Gracias a la total ausencia de contaminación lumínica y atmosférica, sumada a la excelente conservación de su patrimonio natural, la Comarca de la Sierra de Montánchez y Tamuja puede convertirse en un verdadero paraíso para los amantes de la astronomía. Las características demográficas de nuestro territorio nos permiten contar con uno de los

mejores y más despejados cielos de Europa. Sin duda, los magníficos y limpios cielos de nuestra comarca se convierten así en un extraordinario recurso endógeno susceptible de generar desarrollo y empleo en la misma, constituyendo un segmento emergente que combina desarrollo económico con sostenibilidad.

En los últimos años hemos venido observando que el perfil de turista ha cambiado radicalmente, evolucionando de la búsqueda de paquetes turísticos tradicionales de sol y playa a la selección minuciosa de experiencias ligadas con su forma de vida y sus aficiones.

Este perfil de turista, valora notablemente las actividades complementarias que le proporcionan un servicio de alto valor añadido y que facilitan el desarrollo de sus aficiones. Ejemplo de este turismo más específico es claramente el turismo astronómico, donde el visitante tiene un perfil de nivel adquisitivo alto, con estudios superiores y con una afición en la que invierten cantidad de tiempo y dinero para disfrutar de cielos nocturnos estrellados.

Los observatorios astronómicos suponen una actividad turística complementaria y novedosa que se sumará a otras acciones y actividades que ya se están llevando a cabo en nuestro territorio, como son el avistamiento de aves o la red de rutas y senderos. Se trata así de una actividad que añadir a la riqueza natural, gastronómica y cultural de la zona. Ofrecer servicios a un segmento tan específico como al turista aficionado a la astronomía diversifica la oferta y mejora la competitividad del sector.

Además, los observatorios pasarían a formar parte de la Red de Miradores Celestes de Extremadura, red en la que se encuadrarían, aprovechando las sinergias y recursos con las que ya cuenta la misma.

En relación con las rutas turísticas de la comarca y especialmente para facilitar el acceso, o acercarlo suficientemente, a través de senderos que se encuentren homologados, se proponen pequeñas infraestructuras para la observación de las estrellas, participando así de la red de miradores celestes contemplados en la estrategia de la noche puesta en marcha en Extremadura.

El turista astronómico busca cielos estrellados y servicios adaptados a sus necesidades de observación, lugares libres de alumbrado público, zonas altas y de fácil acceso, equipo y material para la observación astronómica, etc.

Las acciones consistirían en la instalación de una red de paneles luminosos nocturnos que permiten interpretar el paisaje de las estrellas y disfrutar de la observación astronómica. Estos dispositivos, que se distribuirán estratégicamente por la comarca, están fabricados en piedra artificial para soportar condiciones climatológicas extremas y cuentan con un sistema energético autónomo, basado en una placa solar.

En concreto, se ha evaluado la necesidad de implementar la instalación de estas infraestructuras repartidas estratégicamente por la comarca.

La instalación de los miradores permitirá interpretar los cielos de la región, conocer las diferentes constelaciones y saber cuál es la mejor forma de observar el firmamento. Con esta actividad pionera se promociona nuestra comarca como destino de astroturismo en Europa.

Tomamos como referencia el estudio "Ejecución de infraestructuras turísticas PAISAJE GASTRONÓMICO en la naturaleza y determinación de ubicación: observatorios de aves, miradores de la Sierra y observatorios celestes" para establecer la ubicación exacta de los observatorios celestes, y en virtud de las conclusiones del mismo se procederá a su instalación.

### **3. Trabajos a desarrollar por la empresa adjudicataria.**

(1) Adecuación de los espacios donde se instalarán los miradores celestes en función de las conclusiones del estudio.

(3) Construcción e instalación de los miradores.

#### **Entregables.**

- Observatorios celestes instalados y listos para su uso.
- Informe final de los trabajos realizados.

#### **4. Tiempo estimado de ejecución.**

El plazo máximo de ejecución de los trabajos será el 31 de diciembre de 2019.

La realización del estudio se efectuará en 2018, desarrollándose el resto de las actuaciones en 2019.

#### **5. Presupuesto.**

54.000€.

En 2.018: 36.000€.

En 2.019: 18.000€.

#### **Medida. 2.6. Las vistas del PAISAJE GASTRONÓMICO (Miradores de la Sierra).**

##### **1. Antecedentes.**

Las actuaciones que se describen se enmarcan en el Programa Especial de Cooperación para la Inversión en Planes de Acción Territorial. Diputación Desarrolla.

La propuesta surge de los procesos participativos desarrollados con las organizaciones de la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja en el seno del Plan de Acción Territorial en la Comarca Sierra de Montánchez y Tamuja: PAISAJE GASTRONÓMICO. Línea 2. Mejora de las infraestructuras y adecuación de los recursos en la comarca en torno a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Una vez definido el eje focal del Plan de Acción territorial, se trata de la mejora de las infraestructuras comarcales para el reforzamiento de los atractivos del territorio y el valor de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, trabajo en el que han participado los distintos actores institucionales, económicos y sociales de la comarca; se trata ahora de desarrollar una base de infraestructuras turísticas (Miradores de la Sierra) en torno a los atractivos visuales y paisajes de la comarca, mediante la construcción de miradores bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Se pretende desarrollar un conjunto de actuaciones turísticas (Miradores de la Sierra) que integren a los términos municipales de la comarca en aras a reforzar su identidad en torno a los elementos que definen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, poniendo en valor al territorio, sus productos y servicios; y dentro de ellos el enorme potencial de unos paisajes de enorme calidad.

El proyecto viene a potenciar el atractivo turístico de la comarca, y por ende el valor de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Se trata de una iniciativa de marcado carácter comarcal que pone en valor a los municipios serranos de la comarca, constituyendo las atalayas donde se pueden contemplar los valores paisajísticos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

## **2. Objeto del contrato.**

Aprovechando el valor paisajístico que tienen las Sierras de la Comarca, se pretende ubicar, en puntos estratégicos, miradores para el disfrute de los visitantes y turistas que vienen a nuestra comarca, siendo un reclamo turístico más donde poner en valor la marca comarcal "PAISAJES GASTRONÓMICOS".

La ubicación de los prismáticos se realizará en todas las zonas de Sierra de la Comarca, que además tendrán la posibilidad de realizar avistamiento de estrellas, en unos parajes sin contaminación lumínica, lo que facilita la observación y estudio astronómico.

Se trata de dotar de Equipamiento a las zonas de Sierra de la Comarca para promocionar el paisaje, a la vez que promocionar el astroturismo como un reclamo turístico más que complementa los ya existentes.

Fomentar el turismo mediante miradores en parajes como "El Sillerete", Fuentes de la Zarza", "Nacimiento del río Tamuja" y "El Radar" mediante la instalación de prismáticos para observar el paisaje; estableciendo su ubicación definitiva en torno a las pautas en el estudio "Ejecución de infraestructuras turísticas PAISAJE GASTRONÓMICO en la naturaleza y determinación de ubicación: observatorios de aves, miradores de la Sierra y observatorios celestes"

## **3. Trabajos a desarrollar por la empresa adjudicataria.**

- (1) Trabajos de acondicionamiento para la instalación de los miradores.
- (2) Construcción de los observatorios y dotación con prismáticos.

### **Entregables.**

- Miradores listos para su uso.
- Informe final de los trabajos realizados.

## **4. Tiempo estimado de ejecución.**

El plazo máximo de ejecución de los trabajos será el 31 de diciembre de 2019.

La realización del estudio se efectuará en 2018, desarrollándose el resto de las actuaciones en 2019.

## **5. Presupuesto.**

70.000€.

En 2.018: 50.000€.

En 2.019: 20.000€.

**Mediada 2.7. Integración paisajística de puntos limpios en espacios con valores turísticos y ambientales, utilizando el espacio objeto de actuación para disponer la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.**

**1. Antecedentes.**

Las actuaciones que se describen se enmarcan en el Programa Especial de Cooperación para la Inversión en Planes de Acción Territorial. Diputación Desarrolla.

La propuesta surge de los procesos participativos desarrollados con las organizaciones de la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja en el seno del Plan de Acción Territorial en la Comarca Sierra de Montánchez y Tamuja: PAISAJE GASTRONÓMICO. Línea 2. Mejora de las infraestructuras y adecuación de los recursos en la comarca en torno a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Una vez definido el eje focal del Plan de Acción territorial, se trata de la mejora de las infraestructuras comarcales para el reforzamiento de los atractivos del territorio y el valor de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, trabajo en el que han participado los distintos actores institucionales, económicos y sociales de la comarca; se trata ahora de trabajar para la creación de una comarca medioambientalmente sostenible mediante la integración paisajística de puntos limpios en la mancomunidad como imagen de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Se pretende desarrollar un conjunto de actuaciones en materia medioambiental que integren a los términos municipales de la comarca en aras a reforzar su identidad en torno a los elementos que definen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, poniendo en valor al territorio, sus productos y servicios; y dentro de ellos la imagen de una comarca que cuida su entorno. El proyecto viene a potenciar el atractivo medioambiental de la comarca, y por ende el valor de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

**2. Objeto del contrato.**

Ubicar y señalar los espacios de colocación de todos los contenedores de basura de los municipios en plataformas para mejorar la salubridad y contribuir a la imagen sostenible de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Se trata de mejorar la salubridad y la imagen de la comarca como destino gastronómico manteniendo fijados los contenedores de basura en un mismo punto, evitando su dispersión e impacto visual.

Evitar el tremendo impacto visual que producen los multicolores contenedores de basura en aquellos lugares más emblemáticos y turísticos de la comarca que además son los que por lógica suelen tener un mayor tránsito de visitantes. Ponemos como ejemplo de estas ubicaciones monumentos como iglesias, plazas mayores o lugares de entrada obligatoria a los cascos urbanos.

Se trata de un plan piloto que debería abordar un máximo de 40 actuaciones que deberían distribuirse por localidades en función de los siguientes criterios objetivos: número de visitantes y transeúntes, catalogación urbanística especial, número de habitantes.

El impacto buscado es el siguiente: mejora visual de lugares de alto tránsito, mejora de la calidad de vida y la autoestima del residente, mejora de la imagen exterior, promoción turística, mejora de la imagen de marca PAISAJE GASTRONÓMICO como promotor de iniciativas de embellecimiento de la comarca.

Trabajos: estudio técnico para selección de ubicaciones, selección de tipos de camuflaje (metal, madera...), instalación de los elementos de camuflaje.

Considerando el turismo como uno de los recursos más importantes con los que cuenta la Comarca, con el fin de conseguir un entorno más atractivo para los turistas y visitantes, y evitar el impacto visual que producen los contenedores de recogida de residuos en los municipios, se prevé la instalación de en torno a 100 cubrecontenedores para paliar los efectos visuales anteriormente mencionados.

Además dichos elementos se utilizarán para exponer paneles de información turística de la comarca, optimizando así el uso de los mismos, a la vez que se evitan efectos visuales negativos para el turismo y optimizan el uso de las instalaciones proyectadas como punto de información turística.

En primer lugar es necesario elaborar un estudio que sustente los trabajos con indicación de los puntos de instalación y las características técnicas de los cubrecontenedores.

### **3. Trabajos a desarrollar por la empresa adjudicataria.**

- (1) Elaboración del estudio para la instalación del camuflaje de contenedores, determinando su ubicación y criterios definidos con anterioridad.
- (2) Instalación y anclaje de los cubrecontenedores, tomando como referencia los 21 municipios y un presupuesto máximo de 75.000 euros.
- (3) Instalación de placas publicitarias de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO en los cubrecontenedores.

#### **Entregables.**

**Los trabajos a realizar irán plasmados en documento/s y en la entrega final de los observatorios y material promocional:**

- (1) Estudio para la instalación del camuflaje de contenedores, determinando su ubicación y criterios definidos con anterioridad.
- (2) Instalación y anclaje de los cubrecontenedores, tomando como referencia los 21 municipios.
- (3) Instalación de placas publicitarias de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO en los cubrecontenedores.

### **4. Tiempo estimado de ejecución.**

El plazo máximo de ejecución de los trabajos será el 31 de diciembre de 2018.

### **5. Presupuesto.**

75.000€.

En 2.018: 75.000€.

### **LÍNEA 3. INNOVACIÓN EN LA CADENA DE VALOR DE LOS PRODUCTOS DE LA MARCA PAISAJE GASTRONÓMICO.**

#### **Medida 3.1. Talleres informativos con el fin de posibilitar el aprovechamiento de productos silvestres, así como su posible cultivo en la comarca bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.**

##### **1. Antecedentes.**

Las actuaciones que se describen se enmarcan en el Programa Especial de Cooperación para la Inversión en Planes de Acción Territorial. Diputación Desarrolla.

La propuesta surge de los procesos participativos desarrollados con las organizaciones de la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja en el seno del Plan de Acción Territorial en la Comarca Sierra de Montánchez y Tamuja: PAISAJE GASTRONÓMICO. Línea 3. Innovación en la cadena de valor de los productos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Una vez definido el eje focal del Plan de Acción territorial, se trata de trabajar sobre el desarrollo de innovaciones empresariales y la generación de proyectos de colaboración entre las empresas, las instituciones y la sociedad (colaboración público / privada) para crear entornos favorables (ecosistema de innovación) al desarrollo de nuevos productos y servicios con los elementos que configuran la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, trabajo en el que han participado los distintos actores institucionales, económicos y sociales de la comarca; se trata ahora de desarrollar un plan de innovación comarcal a llevar a cabo en los municipios de la comarca para la creación de innovaciones en torno al aprovechamiento de productos silvestres de la comarca bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Se pretende desarrollar un conjunto de actuaciones en materia de innovación que integren a los términos municipales de la comarca en aras a reforzar su identidad en torno a los elementos que definen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, poniendo en valor al territorio, sus productos y servicios; y dentro de ellos el enorme potencial de un recurso de primer orden como el que representan los productos silvestres del territorio para generar una nueva gama de producciones dirigidas a los nuevos gustos del mercado (productos naturales y de calidad diferenciada).

El proyecto viene a potenciar la innovación en la comarca, y por ende el valor de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

El proyecto tiene alcance comarcal y encaja plenamente con los objetivos del PAT. El desarrollo de la innovación sobre las producciones que constituyen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO y su apertura a las empresas y los emprendedores es esencial para el desarrollo de la comarca; todo ello desde un enfoque hacia los productos diferenciados y de calidad.

##### **2. Objeto del contrato.**

La propuesta tiene un importante calado comarcal ya que se trata de la puesta en valor de los productos silvestres con una gran proyección en todo el territorio por lo que el proyecto posee un elevado interés para la puesta en valor de esta iniciativa en el contexto comarcal. Se trata de una iniciativa con una gran conexión con los valores de la marca PAISAJE

GASTRONÓMICO, contribuyendo a fortalecer los elementos gastronómicos que la componen desde tiempos ancestrales.

Establecer los procesos de recolección, producción y comercialización de productos silvestres (espárrago, setas, plantas aromáticas, criadillas...).

Nuestra comarca es un enclave idóneo por su naturaleza virgen en gran parte del territorio para la producción espontánea de todo tipo de productos silvestres muy apreciados a nivel gastronómico. Son numerosos los visitantes que recorren nuestros campos recolectando esta riqueza.

Se propone la creación de una marca comercial de este tipo de productos bajo el paraguas de "Paisaje Gastronómico" para incentivar a la recogida de estos productos para su comercialización y la creación de una pequeña industria de elaboración y conservación de los mismos.

El objetivo es la creación directa de empleo aprovechando los recursos naturales del territorio y la difusión de otra actividad relacionada directamente con la agricultura pero también con la industria.

### **3. Trabajos a desarrollar por la empresa adjudicataria.**

- (1) Elaboración de un estudio en profundidad sobre el potencial de los productos silvestres (mapeo de producciones, producción, especies, calidades, aplicaciones...).
- (2) Elaboración de un estudio para la transformación de las especies y determinación de los procesos de transformación.
- (3) Determinación de la viabilidad de cultivos de especies silvestres.
- (4) Estudio de mercado sobre la comercialización de las producciones.
- (5) Elaboración de material de material divulgativo sobre las producciones y potencialidades.
- (6) Talleres demostrativos del potencial de las especies silvestres y singulares en los municipios de la comarca para el estímulo de la población local al desarrollo de pequeñas empresas.

#### **Entregables.**

**Los trabajos a realizar irán plasmados en documento/s y en la entrega final de los observatorios y material promocional:**

- Documento del estudio.
  
- Informe completo de los talleres demostrativos con sus actividades y participantes.

### **4. Tiempo estimado de ejecución.**

El plazo máximo de ejecución de los trabajos será el 31 de diciembre de 2019.

La realización del estudio se efectuará en 2018, desarrollándose el resto de las actuaciones en 2019.

## **5. Presupuesto.**

30.000€.

En 2.018: 15.000€.

En 2.019: 15.000€.

### **Medida 3.2. Desarrollo de un plan de capacitación en materia de liderazgo, dirección y gerencia dirigido a personal técnico y directivo de empresas y cooperativas) para el impulso de la comarca en el marco PAISAJE GASTRONÓMICO.**

#### **1. Antecedentes.**

Las actuaciones que se describen se enmarcan en el Programa Especial de Cooperación para la Inversión en Planes de Acción Territorial. Diputación Desarrolla.

La propuesta surge de los procesos participativos desarrollados con las organizaciones de la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja en el seno del Plan de Acción Territorial en la Comarca Sierra de Montánchez y Tamuja: PAISAJE GASTRONÓMICO. Línea 3. Innovación en la cadena de valor de los productos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Una vez definido el eje focal del Plan de Acción territorial, se trata de trabajar sobre el desarrollo de innovaciones empresariales y la generación de proyectos de colaboración entre las empresas, las instituciones y la sociedad (colaboración público / privada) para crear entornos favorables (ecosistema de innovación) al desarrollo de nuevos productos y servicios con los elementos que configuran la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, trabajo en el que han participado los distintos actores institucionales, económicos y sociales de la comarca; se trata ahora de desarrollar un plan de capacitación en materia de liderazgo dirigido a responsables institucionales (alcaldes, concejales), junta directiva del GAL y responsables técnicos y organizacionales de la comarca en el marco PAISAJE GASTRONÓMICO.

Se pretende desarrollar un conjunto de actuaciones en materia de desarrollo de las competencias gerenciales, directivas y de liderazgo de los actores del territorio, abriéndolas a todos los municipios de la comarca en aras a reforzar su identidad en torno a los elementos que definen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, poniendo en valor al territorio, sus productos y servicios; desde la óptica del fomento de la innovación y el desarrollo de nuevas competencias para el desarrollo del enorme potencial de los recursos endógenos comarcales. El proyecto viene a potenciar la innovación y el desarrollo en la comarca, y por ende el valor de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

El proyecto tiene alcance comarcal y encaja plenamente con los objetivos del PAT. El desarrollo de la innovación sobre las producciones que constituyen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO y su apertura a las empresas y los emprendedores es esencial para el desarrollo de la comarca al abordar la necesidad de reforzar el liderazgo y las competencias directivas de los responsables institucionales y organizacionales, como refuerzo de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

#### **2. Objeto del contrato.**

Se trata del diseño, elaboración y ejecución de un plan de capacitación para la formación en liderazgo de las personas con responsabilidades institucionales y organizacionales de la comarca, como base necesaria para afrontar los cambios y desafíos del nuevo tiempo. El plan se abordará a través de talleres y acciones prácticas que culminará en que cada participante elabore un plan de liderazgo y acción para su organización.

### **3. Trabajos a desarrollar por la empresa adjudicataria.**

- (1) Desarrollo de un programa de capacitación en liderazgo con una metodología proactiva donde cada participante se compromete a elaborar un plan de liderazgo y un plan estratégico para su organización.
- (2) Desarrollo de acciones presenciales a través de acciones presenciales con 50 horas de duración.
- (3) Desarrollo de sesiones de mentorización y atención personalizada a cada participante con 50 horas de duración.
- (4) Desarrollo de sesiones complementarias on-line con 50 horas de duración que incluirán el diseño de un programa de formación en formato de video por parte de la empresa adjudicataria.
- (5) Sesión de clausura con la presentación de los trabajos finales por parte de los participantes.

#### **Entregables.**

**Los trabajos a realizar irán plasmados en documento/s y en la entrega final de los observatorios y material promocional:**

- (1) Programa de capacitación en liderazgo con una metodología proactiva donde cada participante se compromete a elaborar un plan de liderazgo y un plan estratégico para su organización.
- (2) Entrega del material acreditativo de la realización de la formación por parte de los participantes.
- (3) Informe final de la realización del programa.

### **4. Tiempo estimado de ejecución.**

El plazo máximo de ejecución de los trabajos será el 31 de diciembre de 2018.

### **5. Presupuesto.**

15.000€.  
En 2.018: 15.000€.

**Medida 3.3. Acciones derivadas del Grupo Operativo Higos bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.**

## **1. Antecedentes.**

Las actuaciones que se describen se enmarcan en el Programa Especial de Cooperación para la Inversión en Planes de Acción Territorial. Diputación Desarrolla.

La propuesta surge de los procesos participativos desarrollados con las organizaciones de la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja en el seno del Plan de Acción Territorial en la Comarca Sierra de Montánchez y Tamuja: PAISAJE GASTRONÓMICO. Línea 3. Innovación en la cadena de valor de los productos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Una vez definido el eje focal del Plan de Acción territorial, se trata de trabajar sobre el desarrollo de innovaciones empresariales y la generación de proyectos de colaboración entre las empresas, las instituciones y la sociedad (colaboración público / privada) para crear entornos favorables (ecosistema de innovación) al desarrollo de nuevos productos y servicios con los elementos que configuran la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, trabajo en el que han participado los distintos actores institucionales, económicos y sociales de la comarca; se trata ahora de desarrollar un plan de acciones derivadas del Grupo Operativo Higos bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Se pretende desarrollar un conjunto de actuaciones en materia de desarrollo del grupo operativo de los actores que forman parte de los procesos de impulso y desarrollo del sector del higo en el territorio, abriéndolas a todos los municipios de la comarca en aras a reforzar su identidad en torno a los elementos que definen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, poniendo en valor al territorio, sus productos y servicios; desde la óptica del fomento de la innovación y el desarrollo de nuevas competencias para el despliegue del enorme potencial de los recursos endógenos comarcales.

El proyecto viene a potenciar la innovación y el desarrollo en la comarca, y por ende el valor de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

El proyecto tiene alcance comarcal y encaja plenamente con los objetivos del PAT. El desarrollo de la innovación sobre las producciones que constituyen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO y su apertura a las empresas y los emprendedores es esencial para el desarrollo de la comarca al abordar la necesidad de reforzar el liderazgo y las competencias directivas de los responsables técnicos y directivos, como refuerzo de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

## **2. Objeto del contrato.**

Se trata de aglutinar a todas las empresas y actores relacionados con el sector del higo en la comarca para la potenciación y desarrollo de sus actividades (producción agrícola, transformación y comercialización) en aras a convertirlo en una economía de escala para la comarca.

En los últimos meses se ha llevado a cabo un gran esfuerzo para aglutinar a los actores del sector, siendo necesarias un conjunto de actuaciones para apuntalar y consolidar este trabajo para convertir a la comarca en referente y "capital mundial del higo".

## **3. Trabajos a desarrollar por la empresa adjudicataria.**

(1) Desarrollo de un estudio para el establecimiento de las potencialidades del sector en la comarca en torno a los siguientes parámetros: incremento de la superficie de cultivo de

higueral en la comarca, incremento de la calidad de las producciones, incremento de la productividad por la mejora varietal y la tecnología aplicada a la producción, mejora de la calidad en los productos destinados al consumo, utilización de la producción residual y rentabilización en la elaboración de piensos para el cerdo ibérico, incorporación de nuevas técnicas para el tratamiento y manejo de los higos, incremento de las rentas de los productores y transformadores, creación de nuevas empresas y empleos en el sector.

(2) Acciones de fortalecimiento del grupo operativo mediante talleres de trabajo.

(3) Visitas experienciales de los miembros del grupo operativo a casos de éxito en otras regiones.

(4) Asistencias técnicas y de mentorización a las cooperativas para el desarrollo de la innovación en torno al higo.

#### **Entregables.**

**Los trabajos a realizar irán plasmados en documento/s y en la entrega final de los observatorios y material promocional:**

- Estudio para el establecimiento de las potencialidades del sector.
- Informe de acciones de fortalecimiento, innovación y justificación de acciones realizadas.

#### **4. Tiempo estimado de ejecución.**

El plazo máximo de ejecución de los trabajos será el 31 de diciembre de 2018.

#### **5. Presupuesto.**

15.000€.

En 2.018: 15.000€.

**Medida 3.4. Campaña de dinamización de las cooperativas, especialmente dirigida a la producción de un aceite de buena calidad y singularidad geográfica en el marco PAISAJE GASTRONÓMICO.**

#### **1. Antecedentes.**

Las actuaciones que se describen se enmarcan en el Programa Especial de Cooperación para la Inversión en Planes de Acción Territorial. Diputación Desarrolla.

La propuesta surge de los procesos participativos desarrollados con las organizaciones de la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja en el seno del Plan de Acción Territorial en la Comarca Sierra de Montánchez y Tamuja: PAISAJE GASTRONÓMICO. Línea 3. Innovación en la cadena de valor de los productos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Una vez definido el eje focal del Plan de Acción territorial, se trata de trabajar sobre el desarrollo de innovaciones empresariales y la generación de proyectos de colaboración entre las empresas, las instituciones y la sociedad (colaboración público / privada) para crear entornos favorables (ecosistema de innovación) al desarrollo de nuevos productos y servicios

con los elementos que configuran la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, trabajo en el que han participado los distintos actores institucionales, económicos y sociales de la comarca; se trata ahora de desarrollar una campaña de dinamización de las cooperativas, especialmente dirigida a la producción de un aceite de buena calidad y singularidad geográfica en el marco PAISAJE GASTRONÓMICO.

Se pretende desarrollar un conjunto de actuaciones en materia de dinamización de las cooperativas y desarrollo del sector del aceite en el territorio, abriéndolas a todos los municipios de la comarca en aras a reforzar su identidad en torno a los elementos que definen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, poniendo en valor al territorio, sus productos y servicios; desde la óptica del fomento de la innovación y el impulso de nuevas competencias para el desarrollo del enorme potencial de los recursos endógenos comarcales.

El proyecto viene a potenciar la innovación y el desarrollo en la comarca, y por ende el valor de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

El proyecto tiene alcance comarcal y encaja plenamente con los objetivos del PAT. El desarrollo de la innovación sobre las producciones que constituyen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO y su apertura a las empresas y los emprendedores es esencial para el desarrollo de la comarca al abordar la necesidad de reforzar el sector cooperativo, como impulso a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

## **2. Objeto del contrato.**

El aceite, junto al higo, el jamón y el queso; constituyen los principales referentes de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO. Uno de los principales focos para generar innovación y capturar el valor añadido de las producciones de aceite en la comarca se centra en el trabajo con las cooperativas del sector en torno al desarrollo de nuevos envases, embalajes, presentaciones... Todo ello bajo el paraguas de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

## **3. Trabajos a desarrollar por la empresa adjudicataria.**

- (1) Plan de dinamización de los productores, cooperativas y almazaras en torno a la calidad.
- (2) Desarrollo de acciones de mentorización y demostrativas en las cooperativas. mediante el desarrollo de actividades de:
  - Creación de nuevas ideas para la obtención de valor añadido.
  - Actividades de prototipado para la generación de nuevos envases y embalajes.
  - Proyección de técnicas de desing thinking.
  - Maduración de ideas y proyectos, del prototipo a la implantación industrial.
- (3) Asesoramiento y dinamización de productores.
- (4) Elaboración de material divulgativo de los resultados de las innovaciones producidas.

### **Entregables.**

**Los trabajos a realizar irán plasmados en documento/s y en la entrega final de los observatorios y material promocional:**

- Entrega del documento del plan.

- Informe de las actividades llevadas a cabo.

#### **4. Tiempo estimado de ejecución.**

El plazo máximo de ejecución de los trabajos será el 31 de diciembre de 2018.

#### **5. Presupuesto.**

20.000€.

En 2.018: 20.000€.

### **LÍNEA 4. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DE LA MARCA PAISAJE GASTRONÓMICO.**

**Medida 4.1. Campaña de promoción y comercialización Ruta del Jamón Ibérico Montánchez-Tamuja, queso, higo, productos bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, así como los valores patrimoniales y los eventos que ponen en valor la cultura vinculada a la marca territorial.**

#### **1. Antecedentes.**

Las actuaciones que se describen se enmarcan en el Programa Especial de Cooperación para la Inversión en Planes de Acción Territorial. Diputación Desarrolla.

La propuesta surge de los procesos participativos desarrollados con las organizaciones de la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja en el seno del Plan de Acción Territorial en la Comarca Sierra de Montánchez y Tamuja: PAISAJE GASTRONÓMICO. Línea 4. Promoción y Comercialización de los productos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Una vez definido el eje focal del Plan de Acción territorial, se trata de trabajar sobre el desarrollo de innovaciones empresariales y la generación de proyectos de colaboración entre las empresas, las instituciones y la sociedad (colaboración público / privada) para crear entornos favorables (ecosistema de innovación) al desarrollo de nuevos productos y servicios con los elementos que configuran la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, trabajo en el que han participado los distintos actores institucionales, económicos y sociales de la comarca; se trata ahora de llevar a cabo la Campaña de promoción y comercialización Ruta del Jamón Ibérico Montánchez-Tamuja, queso, higo, productos bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, así como los valores patrimoniales y los eventos que ponen en valor la cultura vinculada a la marca territorial.

Se pretende desarrollar un conjunto de actuaciones en materia de promoción y comercialización, abriéndola a la totalidad de municipios de la comarca en aras a reforzar su identidad en torno a los elementos que definen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, poniendo en valor al territorio, sus productos y servicios; desde la óptica del fomento territorial para el desarrollo del enorme potencial de los recursos endógenos comarcales.

El proyecto viene a potenciar la innovación y el desarrollo en la comarca, y por ende el valor de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

## 2. Objeto del contrato.

Se trata del desarrollo de la Campaña de promoción y comercialización Ruta del Jamón Ibérico Montánchez-Tamuja, queso, higo, productos bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, así como los valores patrimoniales y los eventos que ponen en valor la cultura vinculada a la marca territorial conforme a la descripción en el apartado de trabajos a desarrollar.

## 3. Trabajos a desarrollar por la empresa adjudicataria.

### Acciones a desarrollar en torno a la Ruta del Jamón Ibérico.

(1) Vertebración de la propuesta:

Campaña de comunicación y proceso de adhesión comarcal a la Ruta del Jamón ibérico en la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja ( Revisión de adhesiones y nueva campaña).

Organización y composición del Comité ejecutivo y de gestión a nivel comarcal para el Club de producto Rutas del Jamón Ibérico.

Visualización Ruta del Jamón ibérico en la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja.

Señalización y elementos interpretativos del jamón y la Dehesa unido a la imagen Club de Producto Rutas del Jamón ibérico .

22 señales y dos elementos interpretativos.

Campaña en redes sociales sobre el Club de Producto Rutas del Jamón Ibérico en la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja (Cuatro campañas de 3 días . Dos en primavera y dos en otoño invierno)

Inserción de anuncio y monográfico en revista especializada. Con tirada nacional por ejemplo revista Origen

Inserción de vídeo promocional Ruta del Jamón Ibérico en la programación del Metro, Madrid en fechas claves como FITUR

(2) Promoción Ruta del jamón ibérico comarca Sierra de Montánchez y Tamuja.

Folleto sobre la liturgia del ibérico en nuestro territorio, (montanera, secado natural , elaboraciones, catas y venta directa ) 6000 / 10.000 ejemplares .

Puesta en marcha de la plataforma de formación on- line sobre la cultura del ibérico para las nuevas adhesiones.

Diseño y edición de un Micro-site de la Ruta del Ibérico en la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja.

Incluir micro site Ruta del Ibérico Sierra de Montánchez y Tamuja junto al enlace Club de Producto Rutas del jamón ibérico en las distintas web promocionales (instituciones, organismos, empresas e industrias participantes Merchandaising (con temática dehesa/ ibérico) Cuadernos, bolígrafos ,manteles, mandiles, cubre jamones, bolsas ....

Viaje de familiarización sobre la temática Jamón ibérico en la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja: Uno a nivel regional con prescriptores en el sector turístico de la ruta y otro a nivel nacional con bloggers y periodistas.

Participación en proyectos regionales y nacionales con el Club de Producto Rutas del Jamón ibérico.

Puesta en marcha de la campaña de adhesión Club de Producto Ruta de jamón ibérico / Turismo sostenible ( 15 a 30 Adhesiones ).

(3) Comercialización.

Asistencia a ferias regionales. Stand en la feria de Jerez a disposición de los productores de la zona para venta directa.

Participación en las jornadas comarcales del Ibérico en Montánchez.

Asistencia a ferias nacionales : Madrid fashion con temática general y una feria nacional con peso en el producto ibérico Stand a disposición de productores y restauradores para venta y promoción directa.

Dos acciones promocionales en Madrid y Barcelona de la cultura del ibérico en Sierra de Montánchez y Tamuja. Presentación de la liturgia del ibérico y cata ( dos días por localización)

#### **Acciones a desarrollar en torno al higo.**

(1) Desarrollo de la semana del higo en la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja, incidiendo en la misma sobre actividades ligadas a la promoción.

(2) Inauguración del/de los hito/s-arquitectónico escultural relacionado/s con el higo, fruto de la acción relacionada en la Medida 1.2, que deberá integrarse en la campaña "Capital Mundial del Higo".

(3) Edición de un recetario de postres y cocina, atendiendo a criterios saludables y bondades del producto.

(4) Edición de 10 paneles interpretativos sobre el higo en la comarca de Sierra de Montánchez y Tamuja, y las razones por las que se convierte en Capital Mundial del Higo, para exposición itinerante y participación en ferias y eventos internacionales.

(5) Contratación de cuñas de radio publicitarias, con el slogan Capital Mundial del Higo, en momentos de programación coincidentes con el resto de eventos relacionados.

(6) Spot publicitario con slogan Capital Mundial del Higo, para su difusión por medios de comunicación y redes sociales.

(7) participación en eventos internacionales relacionados con la gastronomía.

(8) Redacción de proyecto, estudio de mercado y preparación de una 1ª Edición del Salón Internacional del Higo.

#### **Acciones a desarrollar en torno al queso.**

Las acciones deben ir dirigidas a la integración de esta oferta en productos regionales( Ruta del Queso en Extremadura) principalmente, para seguir con su participación en proyectos nacionales ( Saborea España) o Europeos (Itinerario cultural Rutas Europeas del Queso).

(1) Vertebración de la propuesta :

Campaña de comunicación y proceso de adhesión comarcal a la Ruta del Queso de Extremadura.

Visualización Ruta del Queso en la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja.

Señalización y elementos interpretativos del queso unido a la imagen regional de la Ruta del Queso de Extremadura. En esta Acción entran a formar parte como elementos a promocionar

todas las queserías ya que en la ruta regional esta tanto Torta del Casar como Quesos de Cáceres (esta última sin denominación ).

22 señales y dos elementos interpretativos.

(2) Promoción Ruta del Queso comarca Sierra de Montánchez y Tamuja:

Folleto sobre la cultura del queso en nuestro territorio (Trashumancia, desarrollo ganadero , elaboración del queso, catas y venta directa ) 6000 / 10.000 ejemplares.

Diseño y edición de un Micro-site de la Ruta del Queso en la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja.

Incluir microsite Ruta del Queso Sierra de Montánchez y Tamuja junto al enlace de la ruta del queso de Extremadura en las distintas web promocionales (instituciones, organismos , empresas e industrias participantes ).

Merchandising (con temática pastoril y quesera ) Cuadernos, bolígrafos , Tablas de queso, bolsas ....

Viaje de familiarización sobre la temática DOP Torta del Casar en la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja: Uno a nivel regional con prescriptores en el sector turístico de la ruta y otro a nivel nacional con bloggers y periodistas.

Participación en proyectos nacionales o internacionales sobre la temática de la cultura pastoril y el queso .

Comercialización:

Asistencia a ferias regionales. Stand en la feria del queso de Trujillo a disposición de los productores de la zona para venta directa.

Asistencia a ferias nacionales : Madrid fashion con temática general y una feria nacional con peso en el producto quesero . Stand a disposición de productores y restauradores para venta y promoción directa.

### **Acciones a desarrollar en torno al patrimonio y la cultura.**

Las conocidas como las 7 Maravillas de la Sierra de Montánchez y Tamuja son: El Castro prerromano de Villasviejas del Tamuja, Basílica de Santa Lucía del Trampal, el Castillo de Montánchez, Pinturas Murales de la Ermita del Cristo del Amparo, el Claustro Conventual de los Agustinos Recoletos, Encina La Terrona y Ruta de los Molinos.

Todas son maravillas culturales a través de las cuáles puede explicarse la historia de los pueblos de la comarca de Sierra de Montánchez y Tamuja, y el uso que se ha venido dando a los recursos de su entorno. Aprovechando la concurrencia del Año Europeo del Patrimonio Cultural, el proyecto consiste en una campaña, en base a productos y resultados utilizables a través de distintos canales y plataformas, que pueda dar lugar a una promoción lo suficientemente duradera en el tiempo.

Las acciones a realizar en torno a las 7 maravillas son las siguientes:

(1) Producción de imágenes 3D e imágenes de 360º para cada una de las 7 maravillas.

(2) Edición de un video de corta duración de cada una de las 7 Maravillas.

(3) Una audioguía explicativa para cada una de las maravillas.

(4) Campaña en redes sociales tomando los anteriores elementos audiovisuales individualmente.

(5) Integración de los anteriores elementos en una app, como Guía por la Ruta de las 7 Maravillas.

(6) Integración de los elementos en una microsite que presente el ya editado libreto de Ruta por las 7 Maravillas (que describe una ruta específica partiendo de cada maravilla) y, por otro lado, los anteriores recursos y productos en forma de Galería Multimedia.

**Los trabajos a realizar irán plasmados en documento/s y en la entrega final de todos los productos descritos en el apartado anterior:**

Informes de las campañas de comunicación y trabajos realizados en torno a las mismas.  
Rutas de los diferentes elementos promocionales.  
Informes de los elementos de señalización e interpretación.  
Informe de la campaña en redes sociales y medios publicitarios.  
Entrega de ejemplares y material promocional en diferentes soportes.  
Informe de asistencia a ferias y eventos promocionales.

**4. Tiempo estimado de ejecución.**

El plazo máximo de ejecución de los trabajos será el 31 de diciembre de 2019.

**5. Presupuesto.**

215.000€.  
En 2.018: 100.000€.  
En 2.019: 115.000€.

**Medida 4.2. Apoyo a la realización y promoción de eventos culturales , gastronómicos y de naturaleza en la comarca con el fin de mejorar su posicionamiento y complementar las actividades entre las que se incluirán la promoción de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.**

**1. Antecedentes.**

Las actuaciones que se describen se enmarcan en el Programa Especial de Cooperación para la Inversión en Planes de Acción Territorial. Diputación Desarrolla.

La propuesta surge de los procesos participativos desarrollados con las organizaciones de la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja en el seno del Plan de Acción Territorial en la Comarca Sierra de Montánchez y Tamuja: PAISAJE GASTRONÓMICO. Línea 4. Promoción y Comercialización de los productos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Una vez definido el eje focal del Plan de Acción territorial, se trata de trabajar sobre el desarrollo de innovaciones empresariales y la generación de proyectos de colaboración entre las empresas, las instituciones y la sociedad (colaboración público / privada) para crear entornos favorables (ecosistema de innovación) al desarrollo de nuevos productos y servicios con los elementos que configuran la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, trabajo en el que han participado los distintos actores institucionales, económicos y sociales de la comarca; se trata ahora de llevar a cabo el apoyo a la realización y promoción de eventos culturales, gastronómicos y de naturaleza en la comarca con el fin de mejorar su posicionamiento y complementar las actividades entre las que se incluirán la promoción de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Se pretende desarrollar un conjunto de actuaciones en materia de realización y promoción de eventos, abriéndolo a la totalidad de municipios de la comarca en aras a reforzar su identidad en torno a los elementos que definen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, poniendo en valor al territorio, sus productos y servicios; desde la óptica del fomento territorial para el desarrollo del enorme potencial de los recursos endógenos comarcales.

El proyecto viene a potenciar la innovación y el desarrollo en la comarca, y por ende el valor de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

## **2. Objeto del contrato.**

Elaboración de un estudio de los principales eventos festivos de la comarca y su relación con otros de carácter regional.

Ayudas a ferias y eventos consolidados en la comarca como motores económicos y dinamizadores, dándoles más visibilidad y empuje desde las instituciones. Se trata de la promoción de los eventos festivos, culturales, gastronómicos y de naturaleza que aumenten el interés y las visitas por la comarca, contribuyendo al reforzamiento de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO; un valor fundamental que ha de actuar como aglutinante para una comarca necesitada de elementos que refuercen su identidad.

## **3. Trabajos a desarrollar por la empresa adjudicataria.**

- (1) Recopilación documental de todos los eventos festivos en los municipios de la comarca.
- (2) Elaboración de una guía de eventos festivos, culturales, gastronómicos y de naturaleza de la comarca en soporte electrónico.
- (4) Promoción de eventos festivos a través de ferias y divulgación por medios de comunicación.
- (5) Divulgación de eventos festivos en ferias y certámenes
- (6) Promoción y patrocinio de las principales ferias y eventos consolidados en la comarca.
- (7) Elaboración de base fotográfica y documental de las ferias y eventos consolidados en la comarca.
- (8) Producción de videos promocionales de las ferias y eventos consolidados en la comarca.
- (9) Elaboración de folletos y cartelería.
- (10) Acciones de promoción en diferentes medios de comunicación.

### **Entregables.**

**Los trabajos a realizar irán plasmados en documento/s y en la entrega final de los siguientes materiales:**

- Informe final con todos los trabajos realizados.
- Guía de eventos festivos.
- Entrega de videos y material promocional.

## **4. Tiempo estimado de ejecución.**

El plazo máximo de ejecución de los trabajos será el 31 de diciembre de 2019.

## **5. Presupuesto.**

90.000€.

En 2.018: 45.000€.

En 2.019: 45.000€.

### **Medida 4.3. Diseño y ejecución de una acción promocional en Cáceres, Mérida y Trujillo para oficinas de turismo bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.**

#### **1. Antecedentes.**

Las actuaciones que se describen se enmarcan en el Programa Especial de Cooperación para la Inversión en Planes de Acción Territorial. Diputación Desarrolla.

La propuesta surge de los procesos participativos desarrollados con las organizaciones de la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja en el seno del Plan de Acción Territorial en la Comarca Sierra de Montánchez y Tamuja: PAISAJE GASTRONÓMICO. Línea 4. Promoción y Comercialización de los productos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Una vez definido el eje focal del Plan de Acción territorial, se trata de trabajar sobre el desarrollo de innovaciones empresariales y la generación de proyectos de colaboración entre las empresas, las instituciones y la sociedad (colaboración público / privada) para crear entornos favorables (ecosistema de innovación) al desarrollo de nuevos productos y servicios con los elementos que configuran la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, trabajo en el que han participado los distintos actores institucionales, económicos y sociales de la comarca; se trata ahora de llevar a cabo el diseño y ejecución de una acción promocional en Cáceres, Mérida y Trujillo para oficinas de turismo bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Se pretende desarrollar un conjunto de actuaciones en materia de la promoción de los valores de la comarca en las principales oficinas de turismo de la provincia, abriéndolo a la totalidad de municipios de la comarca en aras a reforzar su identidad en torno a los elementos que definen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, poniendo en valor al territorio, sus productos y servicios; desde la óptica del fomento territorial para el desarrollo del enorme potencial de los recursos endógenos comarcales.

El proyecto viene a potenciar la innovación y el desarrollo en la comarca, y por ende el valor de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

#### **2. Objeto del contrato.**

Realización de acciones promocionales de la comarca en las oficinas de turismo de Cáceres, Trujillo y Mérida junto a campaña de difusión en redes sociales.

Desarrollo de procesos de cooperación rural-urbana en torno al desarrollo de acciones conjuntas en torno a la realización y recopilación de eventos programados y programables. Poner en juego y desarrollar sinergias entre la capital de provincia (urbano) y el entorno de nuestra comarca (rural), incrementando la oferta turística desde la capital a nuestro territorio y facilitando la información para las visitas, reforzando de esta manera la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

### **3. Trabajos a desarrollar por la empresa adjudicataria.**

- (1) Elaboración de folletos y cartelería para su distribución en las oficinas de turismo y otros centros de promoción turística.
- (2) Elaboración de un video promocional comarcal en torno a la temática PAISAJE GASTRONÓMICO.
- (3) Elaboración de la guía de ocio de Cáceres y su entorno.
- (4) desarrollo de acciones promocionales y de divulgación.

#### **Entregables.**

**Los trabajos a realizar irán plasmados en documento/s y en la entrega final de los siguientes materiales:**

Informe final con todos los trabajos realizados.  
Guía de ocio de Cáceres y su entorno.  
Entrega de videos y material promocional.

### **4. Tiempo estimado de ejecución.**

El plazo máximo de ejecución de los trabajos será el 31 de diciembre de 2019.

### **5. Presupuesto.**

30.000€.  
En 2.018: 15.000€.  
En 2.019: 15.000€.

**Medida 4.4. Elaboración de la Guía PAISAJE GASTRONÓMICO incluyendo los productos de naturaleza, senderos, y BTT, ornitológicos, 7 maravillas, cultura, empresas y gastronomía.**

#### **1. Antecedentes.**

Las actuaciones que se describen se enmarcan en el Programa Especial de Cooperación para la Inversión en Planes de Acción Territorial. Diputación Desarrolla.

La propuesta surge de los procesos participativos desarrollados con las organizaciones de la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja en el seno del Plan de Acción Territorial en la Comarca Sierra de Montánchez y Tamuja: PAISAJE GASTRONÓMICO. Línea 4. Promoción y Comercialización de los productos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Una vez definido el eje focal del Plan de Acción territorial, se trata de trabajar sobre el desarrollo de innovaciones empresariales y la generación de proyectos de colaboración entre las empresas, las instituciones y la sociedad (colaboración público / privada) para crear entornos favorables (ecosistema de innovación) al desarrollo de nuevos productos y servicios con los elementos que configuran la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, trabajo en el que han participado los distintos actores institucionales, económicos y sociales de la comarca; se trata

ahora de llevar a cabo la elaboración de la Guía PAISAJE GASTRONÓMICO incluyendo los productos de naturaleza, senderos, BTT, ornitológicos, 7 maravillas, cultura, empresas y gastronomía. La edición de la guía se realizará en 3 idiomas.

Se pretende desarrollar un conjunto de actuaciones para la elaboración de una guía completa que ponga en valor los elementos que configuran la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, incluyendo la recopilación de trabajos que se llevan a cabo en Diputación Desarrolla correspondientes a los productos de naturaleza, senderos, BTT, ornitológicos, 7 maravillas, cultura, empresa y gastronomía; abriéndolo a la totalidad de municipios de la comarca en aras a reforzar su identidad en torno a los elementos que definen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, poniendo en valor al territorio, sus productos y servicios; desde la óptica del fomento territorial para el desarrollo del enorme potencial de los recursos endógenos comarcales.

El proyecto viene a potenciar la innovación y el desarrollo en la comarca, y por ende el valor de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

## **2. Objeto del contrato.**

La empresa adjudicataria tendrá que realizar un libro digital para la divulgación de contenidos e información referente a la comarca de Sierra de Montánchez y Tamuja, que permita adicionalmente la puesta en valor de la información y contenidos.

La contratación se encuadra en un conjunto amplio de actuaciones, de carácter integrado, entre las que destacan las siguientes: elementos que configuran la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, incluyendo la recopilación de trabajos que se llevan a cabo en Diputación Desarrolla correspondientes a los productos de naturaleza, senderos, BTT, ornitológicos, 7 maravillas, cultura, empresa y gastronomía.

Creación y redacción de contenidos propios que permitan conformar y divulgar los elementos comarca de Sierra de Montánchez y Tamuja descritos con anterioridad.

El diseño, la construcción, programación y puesta en marcha de una publicación digital que muestre de un modo interactivo, atractivo y usable las diferentes ofertas tanto gastronómicas, culturales y de ámbito turístico de la comarca.

Esta publicación debe ser funcional en los sistemas operativos Android de Google e iOS de Apple.

## **3. Trabajos a desarrollar por la empresa adjudicataria.**

Requisitos:

El diseño y construcción de esta publicación digital ha de ofrecer una información fiable y útil al visitante potencial.

El público objetivo será el viajero o el turista, nacional y procedente de los principales mercados emisores, por lo que todos los contenidos de la publicación deberán confeccionarse en formato multiidioma, entregándose, al menos, en idioma castellano y en inglés.

El ámbito de la publicación dará cobertura a las necesidades del turista durante el ciclo del viaje: planificación y preparación, durante el itinerario, en la visita y después del viaje.

Los contenidos en soporte electrónico estarán orientados a la generación de incentivos de consumo, con un énfasis en su integración con las principales aplicaciones de las redes sociales, tales como Facebook, Twitter, Google+, etc.

Los contenidos del mismo deberán tener en cuentas las siguientes características:

La Guía recogerá las características gastronómicas, culturales y patrimoniales de los 22 municipios que componen la comarca de Sierra de Montánchez y Tamuja. Cumplirá unas pautas básicas de accesibilidad para aplicaciones móviles y será accesible para personas con discapacidad visual y con dificultades de manipulación.

La estructura de la aplicación se determinará entre la Diputación de Cáceres y la empresa adjudicataria, pero contará con la siguiente información mínima: Información de los 22 municipios dividido entre los apartados: SIERRA, LLANO y DEHESA.

Dentro de cada uno de estos apartados iniciales, los contenidos se distribuirán siguiendo criterios de Patrimonio Natural, Patrimonio Histórico-artístico, Patrimonio etnográfico (Del Campo a la Boca) y Visita activa (Cicloturismo, Senderismo, BTT, Rutas a caballo, observación de aves, etc.)

El desarrollo del libro electrónico será multiplataforma para su correcto visionado en dispositivos móviles, IOS y Android.

La aplicación permitirá el cambio de enlaces a páginas de interés, gracias a que estará conectada con una base de datos que podrá ser gestionado por la comarca de Sierra de Montánchez y Tamuja.

La aplicación no se limitará a ser un libro electrónico, si no que una de sus características destacadas será la interacción por parte de los usuarios con la misma. Teniendo contenidos interactivos que destaquen las características del entorno que pretenden ser promocionados. (Videos, gráficos, Infografías, Ilustraciones, animación...)

La guía electrónica permitirá el visionado de videos ya sea nativos o reproducidos desde un servidor externo.

El desarrollo electrónico se hará utilizando herramientas de software libre. El código fuente de la aplicación será propiedad de la Diputación de Cáceres.

Todos los contenidos de texto serán originales o libres de derechos. Las imágenes serán suministradas del banco de imagen que es propiedad de la Diputación de Cáceres.

El adjudicatario deberá realizar las siguientes actividades:

Diseño funcional: consistente en el análisis y la elaboración de requisitos técnicos de la publicación y de su funcionamiento integral.

Diseño técnico: consistente en el análisis y la definición de la arquitectura de la Guía electrónica, la estrategia de desarrollo, con especial incidencia en la selección del entorno nativo o la seguridad, las integraciones de la misma en las plataformas necesarias para su correcta distribución y difusión.

Diseño gráfico: consistente en el diseño artístico de todos los elementos de la Guía electrónica, tales como las pantallas, los iconos, infografías, gráficos, etc., de acuerdo con los estándares que faciliten su legibilidad en las diferentes plataformas anteriormente indicadas.

Construcción: consistente en el desarrollo de la Guía electrónica, lo cual comprende todas las tareas de desarrollo, integración y pruebas unitarias, de compatibilidad con los sistemas operativos e idiomas, de integración y de seguridad.

Validación: consistente en la especificación, diseño, ejecución, documentación y recepción de las pruebas finales o de usuario.

Despliegue: consistente en la instalación y puesta en marcha de la Guía electrónica, así como en la publicación de la misma en las plataformas necesarias para su correcta divulgación y distribución.

Mantenimiento: consistente el registro, notificación y cierre de incidencias y el mantenimiento correctivo de la guía electrónica, con la validación, gestión de la configuración y el despliegue de las nuevas versiones originadas, durante el periodo de garantía establecido

**Entregables.**

**Los trabajos a realizar irán plasmados en documento/s y en la entrega final de los siguientes materiales:**

Informe final con todos los trabajos realizados.

Entrega de la guía con todas las especificaciones técnicas determinadas en el apartado anterior.

**4. Tiempo estimado de ejecución.**

El plazo máximo de ejecución de los trabajos será el 31 de diciembre de 2018.

**5. Presupuesto.**

60.000€.

En 2.018: 60.000€.

**Medida 4.5. Desarrollo de la unidad didáctica sobre la comarca para centros educativos y divulgación en general en aras a la potenciación de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.**

**1. Antecedentes.**

Las actuaciones que se describen se enmarcan en el Programa Especial de Cooperación para la Inversión en Planes de Acción Territorial. Diputación Desarrolla.

La propuesta surge de los procesos participativos desarrollados con las organizaciones de la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja en el seno del Plan de Acción Territorial en la Comarca Sierra de Montánchez y Tamuja: PAISAJE GASTRONÓMICO. Línea 4. Promoción y Comercialización de los productos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Una vez definido el eje focal del Plan de Acción territorial, se trata de trabajar sobre el desarrollo de innovaciones empresariales y la generación de proyectos de colaboración entre las empresas, las instituciones y la sociedad (colaboración público / privada) para crear entornos favorables (ecosistema de innovación) al desarrollo de nuevos productos y servicios con los elementos que configuran la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, trabajo en el que han participado los distintos actores institucionales, económicos y sociales de la comarca; se trata ahora de llevar a cabo la unidad didáctica sobre la comarca para centros educativos y divulgación en general en aras a la potenciación de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Se pretende desarrollar un conjunto de actuaciones para la elaboración de una unidad didáctica que ponga en valor los elementos que configuran la comarca y por ende la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, abriéndola a la totalidad de municipios de la comarca en aras a reforzar su identidad en torno a los elementos que definen la marca PAISAJE

GASTRONÓMICO, poniendo en valor al territorio, sus productos y servicios; desde la óptica del fomento territorial para el desarrollo del enorme potencial de los recursos endógenos comarcales.

El proyecto viene a potenciar la innovación y el desarrollo en la comarca, y por ende el valor de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

## 2. Objeto del contrato.

Con la elaboración de una unidad didáctica sobre la comarca se pretende que tanto el profesorado como el alumnado de 5º y 6º de primaria de los centros educativos de la provincia de Cáceres dispongan de un material adaptado al currículo escolar, que les permita conocer la comarca y todos sus atractivos con una riqueza excepcional de su naturaleza, historia, cultura, economía...; donde ya habitó el hombre primitivo y atrajo al hombre medieval que construyó castillos en las crestas de las sierras.

Con esta Unidad Didáctica se dispondrá de un material educativo que sirva tanto a los docentes como al alumnado para conocer y divulgar los recursos, valores, productos y servicios en torno a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO para su utilización tanto en las asignaturas troncales (Ciencias de la Naturaleza y Ciencias Sociales) así como en las Transversales.

El objeto de esta contratación es la elaboración contenidos, el diseño, la edición y maquetación de la Unidad Didáctica sobre la comarca, dirigida al alumnado de 5º y 6º de primaria y adaptada al currículo de Educación Primaria de la Junta de Extremadura.

El objeto comprende:

- La creación y redacción de contenidos propios y originales, ilustraciones e imágenes que complementen los contenidos que permitan el conocimiento y la divulgación de los valores y recursos de la comarca.
- Implementación en los centros escolares/CPR de la comarca.

Contenido de la presentación.

La Unidad Didáctica sobre la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja reunirá los siguientes requisitos:

1.- La Unidad Didáctica deberá ser creada y configurada en distintos formatos editables: para impresión; visualización en issue en un formato que permita su descarga directa para impresión; o plataformas educativas de la Comunidad Autónoma de Extremadura, con una extensión mínima de 30 páginas más portada y contraportada y dimensiones 225 mm de ancho y 290 mm de alto.

2.- Incluirá una carpeta o ficha didáctica con una descripción de la unidad, los objetivos educativos, el bloque de contenidos del currículo que comprende, y la metodología o procedimiento de instrucción recomendado.

3.- Una carpeta de orientaciones didácticas para el alumnado que acceda a la unidad.

4.- al menos deberá contener los recursos educativos relativos a:

- Los paisajes protegidos de la comarca.
- El medio en que vivimos: el medio físicos, clima, etc.
- Historia, cultura y tradiciones (historia, patrimonio históricos, personajes ilustres, cultura, tradiciones, etc.).
- Actividades económicas de los pueblos (sectores económicos, infraestructuras, desarrollo, etc).

- El medio natural: ecosistemas, espacios naturales protegidos, etc.
- La vegetación (flora y vegetación).
- La fauna de la Reserva de la Biosfera.
- La geología.

El contenido y la unidad didáctica que se elabore deberá ajustarse a las características específicas del alumnado, por lo que deberá, entre otras cualidades, proponer actividades variadas tanto de utilización individual como de uso colectivo y resultar atractivas. Cada página de la Unidad deberá incorporar objetos gráficos que aporten valor y claridad al texto. El diseño de la unidad contemplará la atención a la diversidad del alumnado, por lo que debe ser adaptada y accesible y contendrá actividades motivadoras para el alumnado.

5.- Dado que la unidad didáctica no debe suponer una sobrecarga laboral para el profesorado, su implementación deberá correr a cargo de personal con la formación y titulación adecuadas, por lo que la empresa adjudicataria deberá incorporar estos perfiles en su equipo de trabajo y detallar las sesiones necesarias para la implementación de la Unidad Didáctica.

Para la adjudicación del contrato, se valorará tanto la oferta económica como la calidad técnica de la propuesta presentada. Para ello los candidatos deberán presentar su propuesta económica acompañada de una propuesta técnica, que reflejará los aspectos que cada licitador considere oportunos, debiendo constar al menos los que se especifican a continuación.

Propuesta técnica explicativa del proyecto: índice de contenidos detallado, propuesta de colaboradores (redacción de textos, fotografías, ilustraciones, recursos para el aprendizaje, etc), metodología de trabajo, cronograma y plan de implementación. La propuesta deberá incluir los principios básicos sobre los que se regirá el desarrollo de la unidad didáctica. Para facilitar su valoración, deberá aparecer en la misma forma explícita los distintos trabajos a desarrollar, así como la organización de los mismos y recursos disponibles. Además incluirá el boceto desarrollado de la temática "El medio en que vivimos" con una extensión máxima de dos páginas.

### **3. Trabajos a desarrollar por la empresa adjudicataria y entregables.**

Análisis y documentación.

Investigación y análisis documental de las distintas temáticas de la unidad didáctica.

Entregables:

Documentación recabada y fuentes de referencia (primarias y secundarias) para la propuesta de temas.

Documentación de síntesis resultado del trabajo de investigación y documentación que recoja la propuesta final de temas de la unidad didáctica.

Elaboración de textos de la unidad didáctica.

Creación redacción de los contenidos de la unidad didáctica acorde a la propuesta final de contenidos.

Entregables:

Contenido textual para la unidad didáctica (con una extensión mínima de 30 páginas más portada y contraportada y dimensiones 225mm de ancho y 290mm de alto).

Carpeta de orientaciones didácticas para el alumnado.

Diseño gráfico y editorial de la unidad didáctica y diseño ilustrativo con los elementos artísticos de la unidad.

Unidad didáctica (diseño y maquetación). Artes finales en distintos formatos editables: para impresión; visualización en issuu en un formato que permita su descarga directa para impresión; o plataformas educativas de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

Banco de imágenes (mínimo 60 imágenes originales).

Ilustraciones (mínimo 30 ilustraciones originales).

Plan de implementación.

Elaboración y entrega de un plan de implantación de la Unidad Didáctica dirigida al profesorado y alumnado, que contenga las actividades a desarrollar con el objetivo de implantar dicha unidad en los colegios/CPR del ámbito territorial de la comarca. El Plan de acción deberá contener al menos un cronograma, metodología de sensibilización del sector educativo (jornadas informativas, talleres de trabajo, etc), la elaboración de una guía interna de implantación y la celebración de una jornada de presentación, entre otros.

Todos los documentos y resultados de los trabajos realizados objeto del contrato se realizarán teniendo en cuenta el enfoque de género, poniendo todos los agentes implicados especial atención en la utilización tanto del lenguaje como de imágenes no sexistas.

De todos los trabajos finales a presentar, la empresa adjudicataria entregará una copia en el formato-lenguaje que fuese necesario para su publicación vía web, así como en formato editable y manipulable para cualquier uso posterior que la Diputación de Cáceres considere.

#### **4. Tiempo estimado de ejecución.**

El plazo máximo de ejecución de los trabajos será el 31 de diciembre de 2018.

#### **5. Presupuesto.**

25.000€.

En 2.018: 25.000€.

**Medida 4.6. Desarrollo de una web promocional de la comarca y de los eventos y productos que se vayan desarrollando. Espacio de promoción donde se integren todos los trabajos y estudios llevados a cabo en el PAT bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.**

#### **1. Antecedentes.**

Las actuaciones que se describen se enmarcan en el Programa Especial de Cooperación para la Inversión en Planes de Acción Territorial. Diputación Desarrolla.

La propuesta surge de los procesos participativos desarrollados con las organizaciones de la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja en el seno del Plan de Acción Territorial en la Comarca Sierra de Montánchez y Tamuja: PAISAJE GASTRONÓMICO. Línea 4. Promoción y Comercialización de los productos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Una vez definido el eje focal del Plan de Acción territorial, se trata de trabajar sobre el desarrollo de innovaciones empresariales y la generación de proyectos de colaboración entre las empresas, las instituciones y la sociedad (colaboración público / privada) para crear entornos favorables (ecosistema de innovación) al desarrollo de nuevos productos y servicios

con los elementos que configuran la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, trabajo en el que han participado los distintos actores institucionales, económicos y sociales de la comarca; se trata ahora del desarrollo de una web promocional de la comarca y de los eventos y productos que se vayan desarrollando. Espacio de promoción donde se integren todos los trabajos y estudios llevados a cabo en el PAT bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Se pretende desarrollar un conjunto de actuaciones para la elaboración de una web promocional y su actualización en 2018 y 2019 que ponga en valor los elementos que configuran la comarca y por ende la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, abriéndola a la totalidad de municipios de la comarca en aras a reforzar su identidad en torno a los elementos que definen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, poniendo en valor al territorio, sus productos y servicios; desde la óptica del fomento territorial para el desarrollo del enorme potencial de los recursos endógenos comarcales.

El proyecto viene a potenciar la innovación y el desarrollo en la comarca, y por ende el valor de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

## **2. Objeto del contrato.**

Se trata del desarrollo de un portal web promocional que aglutine toda la información sobre la comarca, incorporando, además de la información general sobre el territorio: descripción del territorio, geomorfología, paisajes, historia, demografía, economía...; el conjunto de trabajos y estudios comprendidos en el plan de acción territorial para la promoción integral de la comarca. Se trata pues de un macroportal web desde el cual acceder al conjunto de la información y servicios web que se ofrecen del territorio.

(1) Diseño del portal web y sus diferentes funcionalidades bajo la imagen PAISAJE GASTRONÓMICO.

(2) Desarrollo y programación Web.

(3) Estructuración de las diferentes secciones del portal web en coordinación con el Grupos de Acción Local y la Mancomunidad.

(4) Recopilación documental (información y elaboración de imágenes y base fotográfica).

(5) Incorporación del conjunto de los trabajos (estudios, acciones promocionales, guías...) que se lleven a cabo en el PAT para su incorporación al portal, incluyendo el tratamiento de los contenidos como secciones del portal.

(6) Servicio de alojamiento y servidor (2 años).

## **3. Trabajos a desarrollar por la empresa adjudicataria.**

Los trabajos a realizar y objeto de la contratación son:

a) Trabajos de campo.

- Recopilación de toda la información relevante de la comarca para su inclusión en la web.
- Recopilación de todos los estudios, material promocional y recursos generados en los diferentes proyectos llevados a cabo en el marco de Diputación Desarrolla para su inclusión en la web.

b) Definición del árbol de secciones y contenidos de la plataforma.

La plataforma debe contener las secciones necesarias para cumplir con su cometido principal y posibilitar la publicación en redes sociales de sus contenidos.

c) Diseño, programación e implementación de la plataforma.

La empresa adjudicataria programará la plataforma teniendo en cuenta las siguientes características:

La plataforma debe tener un diseño atractivo, con un interfaz de usuario amigable y alta usabilidad.

La plataforma deberá ser responsive, a fin de que pueda ser perfectamente al tamaño, resolución y orientación de la pantalla y, por tanto, al dispositivo del usuario. Y todo ello con un código único, una única página, una única URL.

Todo el desarrollo será realizado en un lenguaje de programación y bases de fuentes abiertas. Se establecerán diferentes niveles de acceso para gestionar el sitio, creándose un panel de control para que los administradores del sitio puedan gestionar los contenidos, disponiendo de un mecanismo de validación y gestión de las publicaciones.

La herramienta utilizada para administrar la plataforma permitirá realizar cualquier modificación en tiempo real y online como, por ejemplo, cargar nuevos archivos de una manera sencilla y rápida. El acceso a estos archivos se podrá realizar con un navegador web y una conexión a internet. Se prevé que se puedan cargar archivos de diversos tipos, tales como: .doc, .pdf, .rtf, .txt, .htm, .html, .jpg, .tiff, .mp3, .gif, .avi, .mov, .xls, .eps, -swf...

El trabajo a realizar deberá seguir las pautas de las W3C (World Wide Web Consortium) y cumplir al menos la norma AA de accesibilidad de la WAI (Web Accessibility Initiative).

La plataforma contará con sistemas para evitar ataques malintencionados, incluida la protección captcha contra spambots. Esta protección será configurable para cualquier servicio de la web.

El sistema deberá facilitar la gestión y publicación en varios idiomas, sin necesidad de realizar una nueva programación para la introducción de un nuevo idioma.

El diseño incluirá una serie de espacios que estarán disponibles para situar banners promocionales y similares.

Los usuarios podrán compartir fácilmente la información y los productos publicados desde la plataforma en redes sociales y por correo electrónico.

El sitio ofrecerá sindicación de contenidos mediante el protocolo RSS.

El sistema sobre el que se desarrollará el sitio web tendrá una estructura modular, lo que permitirá activar o desactivar cualquiera de los módulos, dependiendo de la estructura que se decida implantar. La posición de los módulos será modificable.

d) Diseño de los contenidos y recursos gráficos que se incluirán en la plataforma.

La empresa tendrá en cuenta las siguientes características en relación a los contenidos que aparecerán en la plataforma:

La empresa utilizará fotografías de calidad y originales para mostrar los contenidos y cualquier otra información que aparezca en la plataforma.

Todos los contenidos de textos son contenidos de la prestación y, por este motivo, serán realizados por la empresa adjudicataria. Deben ser originales, no publicados anteriormente en ningún medio ni soporte, ya sea en ediciones en papel o web.

Se realizarán traducciones a 2 idiomas: inglés y portugués. Las traducciones deberán ser realizadas por especialistas acreditados y con experiencia contrastada en la traducción de textos.

Todos los contenidos estarán correctamente cargados en el momento de la publicación de la plataforma en internet.

Se definirá y ejecutará un plan de alimentación de contenidos de la plataforma en coordinación con las empresas y organizaciones del territorio

e) Desarrollo de una campaña de formación/información para dar a conocer la plataforma a los ayuntamientos y resto de entidades comarcales .

Esta acción incluye el diseño y edición de los materiales necesarios para desarrollar esta campaña.

f) Gestión del alojamiento y mantenimiento de la web.

Una vez desarrollada la plataforma objeto de este contrato, el área TIC de esta Diputación Provincial desplegará, en su infraestructura de servidores virtuales, un servidor en el que la empresa adjudicataria, con la supervisión del área TIC, instalará y configurará todos los módulos/componentes/herramientas necesarias para la puesta en marcha de la plataforma de comercialización desarrollada.

Las características del citado servidor (número de vCPUs, memoria RAM, espacio de almacenamiento, versión sistema operativo Linux, etc.) serán proporcionadas al área TIC por parte de la empresa adjudicataria.

Se establecerá un periodo de mantenimiento de dos años a partir de la entrega del objeto del contrato durante los cuales, la empresa adjudicataria estará obligada a confeccionar cambios de diseño y estructura menores de la plataforma, de modo que se puedan incorporar contenidos y enlaces inicialmente no previstos.

g) Diseño e implementación de una campaña de difusión/información de la web y sus acciones en medios convencionales (prensa, radio y televisión) y en redes sociales.

La empresa adjudicataria diseñará y ejecutará una campaña para dar a conocer la web y todas las acciones que desarrollará a lo largo del tiempo, utilizando para ello tanto medios tradicionales (prensa, radio y televisión) como redes sociales (Facebook, twitter, instagram).

### **Entregables.**

Los trabajos a realizar irán plasmados en documento/s que contendrán los siguientes contenidos:

- Código fuente del desarrollo.
- Software resultante preparado para instalar.
- Guía de instalación.
- Documento técnico del desarrollo.
- Elementos gráfico utilizados en el desarrollo en formato vectorial o jpg.
- Manual de administración técnica del sistema.
- Manual de administración de la plataforma de gestión de contenidos.
- Redacción y publicación de fichas de los productos a mostrar en el arranque de los servicios.
- Estilos gráficos de la plataforma.
- Toda la información necesaria para la producción y futuro mantenimiento de la web.
- Informe de la campaña de difusión. Deberán identificarse y documentarse gráficamente todas las acciones desarrolladas, así como su impacto en número de personas alcanzadas y valoración de las mismas.
- Informe final del desarrollo del trabajo efectuado.

**Los trabajos a realizar irán plasmados en documento/s y en la entrega final de los siguientes materiales:**

Entrega de la web con todos sus recursos en funcionamiento.  
Informe final de todos los trabajos desarrollados.

#### **4. Tiempo estimado de ejecución.**

El plazo máximo de ejecución de los trabajos será el 31 de diciembre de 2019.

#### **5. Presupuesto.**

60.000€.  
En 2.018: 30.000€.  
En 2.018: 30.000€.

**Medida 4.7. Nuevos eventos: Realización de una feria de turismo ornitológico en primavera y con repercusión nacional, denominada "FESTIVAL DE LAS AVES ESTEPARIAS" bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.**

#### **1. Antecedentes.**

Las actuaciones que se describen se enmarcan en el Programa Especial de Cooperación para la Inversión en Planes de Acción Territorial. Diputación Desarrolla.

La propuesta surge de los procesos participativos desarrollados con las organizaciones de la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja en el seno del Plan de Acción Territorial en la Comarca Sierra de Montánchez y Tamuja: PAISAJE GASTRONÓMICO. Línea 4. Promoción y Comercialización de los productos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Una vez definido el eje focal del Plan de Acción territorial, se trata de trabajar sobre el desarrollo de innovaciones empresariales y la generación de proyectos de colaboración entre las empresas, las instituciones y la sociedad (colaboración público / privada) para crear entornos favorables (ecosistema de innovación) al desarrollo de nuevos productos y servicios con los elementos que configuran la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, trabajo en el que han participado los distintos actores institucionales, económicos y sociales de la comarca; se trata ahora del desarrollo de una Feria de turismo ornitológico en primavera y con repercusión nacional, denominada "FESTIVAL DE LAS AVES ESTEPARIAS" bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Se pretende desarrollar un conjunto de actuaciones para la elaboración de un evento ornitológico que ponga en valor la riqueza comarcal, y por ende la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, abriéndola a la totalidad de municipios de la comarca en aras a reforzar su identidad en torno a los elementos que definen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, poniendo en valor al territorio, sus productos y servicios; desde la óptica del fomento territorial para el desarrollo del enorme potencial de los recursos endógenos comarcales.

El proyecto viene a potenciar la innovación y el desarrollo en la comarca, y por ende el valor de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

## **2. Objeto del contrato.**

Fomentar el turismo ornitológico de la comarca mediante el desarrollo de una feria.  
Prestar apoyo al sector y facilitar el acceso al potencial ornitológico comarcal.  
Posicionar a la comarca como foco de la ornitología nacional.  
Coruña dentro del circuito de ciudades gastronómicas de España.  
El público objetivo será: turistas, visitantes y empresas del sector.  
El adjudicatario deberá llevar a cabo la gestión y organización, así como el diseño y producción del evento de acuerdo con las prescripciones que se relacionan.

## **3. Trabajos a desarrollar por la empresa adjudicataria.**

La empresa adjudicataria deberá encargarse de la gestión y organización de como mínimo las siguientes acciones:

Organización de unas Jornadas técnicas sobre el potencial ornitológico de la comarca con la elaboración del evento, ponentes...

Se valorarán también todas aquellas acciones paralelas que contribuyan a enriquecer las actividades exigidas en el presente pliego.

Todas las acciones deberán estar consensuadas con la Diputación Provincial de Cáceres, reservándose ésta además el derecho de llevar a cabo las modificaciones que considere oportunas, por causas justificadas y siempre que repercuta en el buen desarrollo del evento. Las fechas y espacios ofertados podrán sufrir modificaciones por causas organizativas justificadas, dando aviso a la empresa con suficiente antelación.

Captación de invitados y operadores. La adjudicataria deberá llevar a cabo las siguientes tareas:

Captación personalizada y directa de las posibles empresas y operadores para participar en el evento.

Redacción, en castellano e inglés de la documentación informativa.

Llevar una labor de coordinación con las entidades participantes.

Diseño y producción.

La empresa adjudicataria deberá realizar los siguientes trabajos de diseño y producción:

Marca del evento.

Propuesta de nombre, marca y diseño para el evento. Fácilmente identificable, apostando por una creatividad fresca y de tendencia, que invite a vivir la experiencia ornitológica que se está presentando.

Soportes promocionales.

Se valorará especialmente la calidad de las actividades y la calidad de la ejecución de las mismas, el cuidado por la imagen y los detalles en la organización y su desarrollo. La imagen del evento deberá estar presente en el mayor número de soportes y materiales empleados posibles.

La empresa adjudicataria deberá aportar los siguientes soportes y herramientas promocionales con un diseño homogéneo:

Cartel promocionando el evento:

Características técnicas a proponer por la empresa.

Tirada: 100 unidades

Cartel específico, pegatina u otro soporte similar para los establecimientos participantes con un mensaje que indique que son establecimientos adheridos e invite a descubrir la oferta que tienen.

Diseño e impresión del folleto promocional:

Folleto sencillo que incluya una breve presentación, establecimientos participantes actividades y plano con ubicaciones.

Características técnicas a proponer por la empresa.

Su distribución deberá realizarse como mínimo una semana antes del inicio del evento.

Tirada: 10.000 unidades.

Diseño y producción del material necesario según propuesta presentada para el buen desarrollo de las actividades.

Diseño y producción de un soporte para la presentación del evento a los medios y que posteriormente podrá ser reutilizado en alguna de las actividades.

#### **Obligaciones del adjudicatario.**

Responsabilidad: La empresa adjudicataria será responsable de la calidad técnica de los trabajos a desarrollar y de las prestaciones y servicios realizados.

Organización: La empresa adjudicataria deberá disponer de los elementos materiales suficientes para la debida ejecución del contrato, llevando a cabo en tiempo y forma los servicios a prestar.

Así mismo, se establece como requisito contar con el personal cualificado para las traducciones y fotografía, que deberá justificar su acreditación como profesionales en estas materias.

Artes finales: Una vez finalizado el trabajo, la empresa adjudicataria deberá hacer entrega de los artes finales de todos los materiales, en baja resolución en formato adaptado para su descarga en web siempre que sea preciso, e en alta resolución, en formato editable. Además, se entregará como mínimo tres copias físicas de cada material producido.

Fotografías e imágenes.

#### **Entregables.**

#### **Los trabajos a realizar irán plasmados en documento/s y en la entrega final de los siguientes materiales:**

Memoria detallada de los trabajos realizados: incluyendo la metodología para la captación, desarrollo del evento, gestión, detalle de las actividades, datos de participación, ejemplos de cada uno de los soportes y aplicaciones, sugerencias,... y todos aquellos aspectos que sean relevantes. La empresa adjudicataria deberá aportar además original de todas las fichas de inscripción y demás documentación. Plazo máximo de entrega: 10 días desde la finalización de las acciones.

#### **4. Tiempo estimado de ejecución.**

El plazo máximo de ejecución de los trabajos será el 31 de diciembre de 2019.

#### **5. Presupuesto.**

40.000€.  
En 2.019: 40.000€.

**Medida 4.8. Recuperación de recetas tradicionales vinculadas a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO mediante la realización de un concurso y posterior elaboración de recetario y publicación del mismo.**

**1. Antecedentes.**

Las actuaciones que se describen se enmarcan en el Programa Especial de Cooperación para la Inversión en Planes de Acción Territorial. Diputación Desarrolla.

La propuesta surge de los procesos participativos desarrollados con las organizaciones de la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja en el seno del Plan de Acción Territorial en la Comarca Sierra de Montánchez y Tamuja: PAISAJE GASTRONÓMICO. Línea 4. Promoción y Comercialización de los productos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Una vez definido el eje focal del Plan de Acción territorial, se trata de trabajar sobre el desarrollo de innovaciones empresariales y la generación de proyectos de colaboración entre las empresas, las instituciones y la sociedad (colaboración público / privada) para crear entornos favorables (ecosistema de innovación) al desarrollo de nuevos productos y servicios con los elementos que configuran la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, trabajo en el que han participado los distintos actores institucionales, económicos y sociales de la comarca; se trata ahora de la recuperación de recetas tradicionales vinculadas a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO mediante la realización de un concurso y posterior elaboración de recetario y publicación del mismo, así como las acciones de difusión en el sector de la restauración para que incorporen a su menú algunos de los platos más emblemáticos que utilicen los productos gastronómicos de la comarca.

Se pretende desarrollar un conjunto de actuaciones para la elaboración de un evento gastronómico que ponga en valor la riqueza de los productos y las materias primas de la comarca, abriéndolo a la totalidad de municipios de la comarca en aras a reforzar su identidad en torno a los elementos que definen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, poniendo en valor al territorio, sus productos y servicios; desde la óptica del fomento territorial para el desarrollo del enorme potencial de los recursos endógenos comarcales.

El proyecto viene a potenciar la innovación y el desarrollo en la comarca, y por ende el valor de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

**2. Objeto del contrato.**

Fomentar la gastronomía de la comarca mediante el desarrollo de un evento.

Prestar apoyo al sector y facilitar el acceso al potencial gastronómico comarcal.

Recabar las preparaciones y recetas tradicionales relacionadas con los productos de la comarca desde un enfoque y tratamiento moderno.

El público objetivo será: empresas del sector y público en general

El adjudicatario deberá llevar a cabo el concurso gastronómico, así como la recopilación de recetas y publicación del recetario en soporte electrónico.

### 3. Trabajos a desarrollar por la empresa adjudicataria.

La elaboración de contenidos, edición, diseño, maquetación para formato online de un recetario en español y en inglés en torno a los productos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, de un folleto del recetario adaptado a turismo familiar en español y en inglés y el diseño de dos eventos gastronómicos con la finalidad de poner en valor los recursos gastronómicos para atraer a un mayor número de visitantes a la comarca.

La empresa adjudicataria deberá entregar lo que a continuación se detalla con las siguientes características como mínimo:

#### 1.- Recetario:

Investigación sobre las materias primas utilizadas en torno a los productos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO atendiendo a la época del año.

Recopilación de recetas de platos tradicionales mediante entrevistas con los agentes del territorio o mediante bibliografía.

Selección de 40 recetas mínimo que identifiquen y muestren la singularidad del territorio, en el contenido se desarrollará la elaboración propia de la receta con una explicación de la tradición entorno a ella, los productos utilizados, la época del año que se realiza en su caso... etc.

Un apartado específico de la inclusión de una o dos recetas por cada establecimiento que desee participar siempre que se comprometa a mantenerla en su carta durante al menos un año desde la publicación del recetario.

Un apartado concreto de adaptación de al menos 10 recetas tradicionales a la cocina moderna.

Los textos deben acompañarse con imágenes (fotografías, dibujos, infografías...) de alta calidad en distintos formatos según el diseño elegido.

Traducción en inglés del contenido del recetario.

#### Características:

El recetario debe favorecer el concepto de "guía de bolsillo", fácil de usar y de llevar consigo mientras se viaja.

El tamaño del recetario será el formato cuartilla, A5, 148x210 mm.

Páginas atendiendo al número de recetas, portada, contraportada, créditos e introducción, mínimo de 60 páginas, máximo de 80 páginas.

#### 2.- Folleto desplegable basado en el recetario adaptado al turismo familiar.

Los textos deben acompañarse con imágenes (fotografías, dibujos, infografías...) de alta calidad en distintos tamaños según el diseño elegido.

Traducción del folleto en inglés.

#### Características:

Tamaño: 14,8 alto x 21 cm ancho (plegado)

Tamaño: 44,4 x 63 cm (desplegado)

Impresión: 4/4 tintas

Papel reciclado 115 g/m<sup>2</sup>

Plegado 6 cuerpos

El desplegable incluirá ilustraciones, gráficos, infografías, aplicadas y/o cualquier otro recurso creativo propio de este tipo de publicaciones para el público infantil. Los textos deberán estar adaptados a las edades de referencia (6-12 años) será muy visual y a la vez, didáctico.

Todos los contenidos de texto, grafismo, cartografía e imágenes son contenidos de la prestación y por lo tanto deberán ser realizados por la empresa adjudicataria. Deben ser originales, no publicados anteriormente en ningún medio ni soporte, ya sea en ediciones papel o formato digital. Para todos ellos, desde el texto a las imágenes, el contratista

dispondrá de una relación de autores que podrá ser publicada en el interior de la guía. Cualquier aprovechamiento de una fuente documental externa deberá estar fehacientemente autorizada quedando expresamente prohibidas las acciones de "corta y pega" de cualquiera de estas fuentes.

Las traducciones (interpretadas) deberán ser certificadas y los textos definitivos deberán llevar una corrección gramatical, ortográfica y de estilo, tanto en castellano como en inglés. Textos, imágenes y demás elementos gráficos deberán ser aprobados por el Área de Desarrollo y Turismo Sostenible.

3.- Difusión en redes sociales a través del perfil de la comarca en Facebook, Twitter e Instagram. Durante la vigencia del contrato se realizará una campaña de comunicación para divulgar y promocionar los recursos gastronómicos ligados a este territorio.

La empresa deberá presentar un plan de contenidos y un calendario de publicaciones que deberá ser aprobado por el Área de Desarrollo y Turismo Sostenible.

4.- Eventos gastronómicos: Diseño de dos eventos gastronómicos que se desarrollarán del 15 de mayo al 15 de junio aproximadamente y entre octubre-diciembre en los que se diseñarán actividades dirigidas al sector empresarial, colectivo educativo y al público final resaltando los productos de cada época. El desarrollo de eventos estarán perfectamente detallados y especificados en cuanto a fechas, programación de actividades, destinatarios, etc.

Se mantendrán cuantas reuniones sean necesaria con el Área de Desarrollo y Turismo Sostenible, responsable de la ejecución, para validar todos los trabajos antes de la entrega final.

#### **Entregables.**

#### **Los trabajos a realizar irán plasmados en documento/s y en la entrega final de los siguientes materiales:**

Memoria detallada de los trabajos realizados: incluyendo la metodología para la captación, desarrollo del evento, gestión, detalle de las actividades, datos de participación, ejemplos de cada uno de los soportes y aplicaciones, sugerencias,... y todos aquellos aspectos que sean relevantes. La empresa adjudicataria deberá aportar además original de todas las fichas de inscripción y demás documentación. Plazo máximo de entrega: 10 días desde la finalización de las acciones.

#### **4. Tiempo estimado de ejecución.**

El plazo máximo de ejecución de los trabajos será el 31 de diciembre de 2019.

#### **5. Presupuesto.**

60.000€.

En 2.018: 30.000€.

En 2.018: 30.000€.

**Medida 4.9. Redacción de un proyecto de señalización direccional y ejecución de la instalación y suministro que permita la señalización del patrimonio natural, cultural y patrimonial de forma integral , así como la direccional hacia los servicios y las empresas,**

**acorde a manuales de señalización turística, sumando a la misma la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.**

### **1. Antecedentes.**

Las actuaciones que se describen se enmarcan en el Programa Especial de Cooperación para la Inversión en Planes de Acción Territorial. Diputación Desarrolla.

La propuesta surge de los procesos participativos desarrollados con las organizaciones de la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja en el seno del Plan de Acción Territorial en la Comarca Sierra de Montánchez y Tamuja: PAISAJE GASTRONÓMICO. Línea 4. Promoción y Comercialización de los productos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Una vez definido el eje focal del Plan de Acción territorial, se trata de trabajar sobre el desarrollo de innovaciones empresariales y la generación de proyectos de colaboración entre las empresas, las instituciones y la sociedad (colaboración público / privada) para crear entornos favorables (ecosistema de innovación) al desarrollo de nuevos productos y servicios con los elementos que configuran la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, trabajo en el que han participado los distintos actores institucionales, económicos y sociales de la comarca; se trata ahora de la redacción de un proyecto de señalización direccional y ejecución de la instalación y suministro que permita la señalización del patrimonio natural, cultural y patrimonial de forma integral , así como la direccional hacia los servicios y las empresas, acorde a manuales de señalización turística, sumando a la misma la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Se pretende desarrollar un conjunto de actuaciones para la señalización integral acorde a los estándares establecidos en aras a reforzar su identidad en torno a los elementos que definen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, poniendo en valor al territorio, sus productos y servicios; desde la óptica del fomento territorial para el desarrollo del enorme potencial de los recursos endógenos comarcales.

El proyecto viene a potenciar la innovación y el desarrollo en la comarca, y por ende el valor de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

### **2. Objeto del contrato.**

Para la ejecución de la instalación y suministro que permita la señalización del patrimonio natural, cultural y patrimonial de forma integral , así como la direccional hacia los servicios y las empresas, acorde a manuales de señalización turística, sumando a la misma la marca PAISAJE GASTRONÓMICO; es necesario previamente la redacción de un proyecto de señalización direccional que incluya un inventario de senderos en el que se determine las actuaciones a realizar en ellos.

Proyecto para la señalización del patrimonio natural, cultural y patrimonial. El proyecto ha de incluir el planteamiento de todos los trabajos a desarrollar en la fase de ejecución. El trabajo a desarrollar se deberá coordinar con la Diputación, los ayuntamientos y la entidad ambiental, para cerciorarse de que las intervenciones se realizan en espacios públicos. En el caso de haber intervenciones en espacios privados habrá de contarse con los permisos necesarios o proponer alternativas de paso.

La elaboración del proyecto debe partir de un análisis del patrimonio natural, cultural y patrimonial ya inventariado. Se tendrá en cuenta la normativa turística y medioambiental, debiendo estar los materiales y las actuaciones propuestas y de señalización (FEMEX) homologadas y en consonancia con dicha normativa.

Una vez definidas las intervenciones, se abordará el proyecto, que contendrá la documentación necesaria que defina y cuantifique detalladamente las obras que deberán de llevarse a cabo y los medios técnicos para realizarlas, precisando las características de los materiales a emplear, así como su origen y las especificaciones de las distintas unidades de obra a ejecutar, con el fin de conseguir los resultados óptimos.  
A continuación y en base a lo establecido en el proyecto, se procederá a la ejecución de las obras.

### **3. Trabajos a desarrollar por la empresa adjudicataria.**

El proyecto deberá contar, como mínimo, con los siguientes contenidos:

- Descripción de las intervenciones a realizar.
- Justificación técnica y económica de las obras.
- Normativa aplicable.
- Cálculos y datos básicos que han servido para formar el proyecto.
- Descripción de las obras y dotaciones propuestas, así como todas aquellas otras acciones de índole legal y administrativa..
- Memoria descriptiva de calidades de todos los elementos necesarios para la ejecución de los trabajos propuestos en el proyecto.
- Estudio de impacto ambiental o lo que determine la legislación ambiental vigente.
- Relación de mapas y planos de conjunto y detalle para la ejecución de obras y trabajos.
- Presupuesto por partidas y presupuesto total.

El proyecto técnico de señalización debe incluir información precisa con los lugares de ubicación de las señales, así como su número y calidades, modelo de señal, costes derivados de su producción e instalación. Así como todos aquellos elementos necesarios para llevar a cabo los trabajos de accesibilidad de señalización y adecuación, garantizando la seguridad y orientación.

Una vez realizado el estudio se procederá al desarrollo de los trabajos y a la ejecución de la instalación y suministro que permita la señalización del patrimonio natural, cultural y patrimonial de forma integral , así como la direccional hacia los servicios y las empresas, acorde a manuales de señalización turística, sumando a la misma la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Diseño gráfico de la señalética direccional e interpretativa con resultado adaptado y óptimo para su posterior fabricación.

Producción de las señales.

Trabajos de accesibilidad y acondicionamiento para la instalación de las señales.

Instalación de las señales.

#### **Entregables.**

Los trabajos a realizar irán plasmados en documento/s y en la entrega final de los siguientes contenidos:

Proyecto de señalización.

Documentación digital con el diseño de las señales interpretativas y direccionales.

Informe final del trabajo desarrollado con memoria amplia que incluya imágenes de cada una de las tareas abordadas conforme a lo establecido en el proyecto.

#### 4. Tiempo estimado de ejecución.

El plazo máximo de ejecución de los trabajos será el 31 de diciembre de 2019.

#### 5. Presupuesto.

95.000€.

En 2.018: 15.000€.

En 2.018: 80.000€.

#### 9. Panel de control del Plan de Acción Territorial.

Figura como documento adjunto.

---

## Documento Anexo.

**Informes de las propuestas presentadas por parte de las instituciones y organizaciones del territorio que han sido utilizadas para la confección de las Medidas y Acciones por Línea del PAT.**

En este Anexo recogemos las propuestas realizadas por las entidades e instituciones en el proceso de participación para la elaboración del PAT, en torno a cada una de las cuales elaboramos un informe con los siguientes apartados:

Nombre de la medida.

Formulación de la medida por parte de la organización.

Informe de la medida.

Acciones que contempla la medida.

Anualidades para su realización.

Presupuesto aproximado.

#### Medidas y Acciones tendentes a la creación y desarrollo de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

<b>Medida. Desarrollo de la Marca Territorial de Sierra de Montánchez y Tamuja PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
--

<b>Formulación de la Medida.</b>
----------------------------------

Una vez definido el diseño de la Marca, en lo que han participado los distintos actores sociales, se trata ahora de desarrollar las distintas cartas y requisitos de adhesión para cada uno de los
--

sectores estratégicos en la comarca, así como asimilación del significado de la marca, campaña de difusión y presentaciones públicas.
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Comité de Gestión en sus primeras reuniones de trabajo y configurado por la presidencia y gerencia de la Mancomunidad, ADISMONTA, representantes del tejido económico y social y asistencia técnica, goza de unanimidad por las partes, al apoyarse en los trabajos llevados a cabo de manera conjunta con Diputación de Cáceres tendentes a la focalización de la comarca en torno a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO; un valor que ha de actuar de factor aglutinante para una comarca necesitada de un elemento que refuerce la identidad. PAISAJE GASTRONÓMICO constituye el eje focal del Plan de Acción Territorial que identifique y ponga en valor al territorio, sus productos y servicios.
<b>Acciones de la Medida.</b>
<p>(1) Realización del Estudio para la implantación de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, consistente en un plan para la implantación de la marca.</p> <p>(2) Jornadas de sensibilización con las empresas, ayuntamientos, asociaciones y colectivos de la comarca para el conocimiento del plan.</p> <p>(3) Acciones de asimilación del significado de la marca tales como eventos para la difusión y presentaciones públicas.</p> <p>(3) Adhesiones de empresas y entidades de la comarca al plan a través de un documento de compromiso.</p> <p>(4) Incorporación de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO al etiquetado de los productos y servicios de la comarca.</p> <p>(5) Rotulación de los establecimientos que incorporen en sus instalaciones el logotipo de la marca.</p> <p>(6) Elaboración de videos promocionales de la marca.</p> <p>(7) Elaboración de material promocional (folletos, carteles...).</p> <p>(8) Difusión a través de medios de comunicación, ferias y certámenes promocionales.</p> <p>(9) Creación de un comité de gestión de la marca.</p>
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Realización del estudio y elaboración del plan.
Año 2019: Desarrollo del conjunto de actuaciones.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Realización del estudio y elaboración del plan. 20.000 euros.
Año 2019: Desarrollo del conjunto de actuaciones. 120.000 euros.

<b>Medida. Diseño, construcción e instalación de 5 hitos arquitectónico-esculturales de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO para su ubicación en los principales nodos de comunicación de la comarca.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Para reforzar la Medida 1.1 y reforzar la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, un proceso participado por los distintos actores institucionales, económicos y sociales, se trata ahora de fijar la imagen de marca en el conjunto de personas del territorio, así como de los visitantes y el conjunto de personas que transiten por las principales vías de comunicación de la comarca.
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Comité de Gestión en sus primeras reuniones de trabajo y configurado por la presidencia y gerencia de la Mancomunidad, ADISMONTA, representantes

<p>del tejido económico y social y asistencia técnica, goza de unanimidad por las partes, al apoyarse en los trabajos llevados a cabo de manera conjunta con Diputación de Cáceres tendentes a la focalización de la comarca en torno a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO; un valor que ha de actuar de factor aglutinante para una comarca necesitada de un elemento que refuerce la identidad. La instalación de los hitos constituyen el elemento esencial donde se visualiza y vulgariza la marca PAISAJE GASTRONÓMICO fijándolo en la mente colectiva de los residentes y visitantes.</p> <p>La comarca posee valores extraordinarios que es necesario resaltar y poner en valor como elemento clave para su desarrollo, entre los que cabe destacar y proclamar: la "capitalidad mundial del higo" por calidad y producción, uno de los territorios nacionales más reconocidos en torno al jamón ibérico y los embutidos, un territorio que está dentro de la producción singular de la Torta del Casar. Elementos todos que ponen a la comarca en el mapa del mundo por la especialización en sus producciones.</p>
<p><b>Acciones de la Medida.</b></p> <p>(1) Realización del proyecto de construcción e instalación mediante un concurso de ideas para que las empresas del sector presenten sus proyectos. Los proyectos incluirán la imagen de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, pudiendo conjugar con ella los productos estrella asociados a ella según su ubicación (higo, jamón, queso, aceite, paisajes naturales); de la misma manera se tendrá en cuenta el valor artístico y la integración en el paisaje de las propuestas.</p> <p>El proyecto ganador será el adjudicatario de los trabajos consistentes en:</p> <p>(1) Construcción de los hitos monumentales. (3) Acondicionamiento de los espacios para su instalación. (4) Instalación de los hitos.</p> <p>Observaciones: si es viable utilizar los artísticas locales.</p>
<p><b>Anualidades para su realización.</b></p> <p>Año 2018: Realización del proyecto a través del concurso de ideas. Año 2019: Construcción e instalación de los hitos.</p>
<p><b>Presupuesto aproximado.</b></p> <p>Año 2018: Realización del proyecto a través del concurso de ideas. 0 euros. Año 2019: Construcción e instalación de los hitos. 200.000 euros.</p>

**Medidas y Acciones tendentes a la mejora de infraestructuras y adecuación de recursos de la comarca (turismo y patrimonio).**

<p><b>Medida. Proyecto técnico de diseño y creación de rutas e itinerarios para senderismo y cicloturismo PAISAJE GASTRONÓMICO; y ejecución de infraestructura turística de red de senderos homologados y Centro BTT PAISAJE GASTRONÓMICO.</b></p>
<p><b>Formulación de la Medida.</b></p> <p>Paso previo y necesario para definir las necesidades de la infraestructura propuesta como elemento dinamizador de la demanda turística de interior, así como su valoración económica. A continuación conlleva la ejecución propiamente dicha para el desarrollo del proyecto técnico anterior, incluyendo señalización y homologación de senderos, ampliación del Centro BTT de Sierra de Montánchez, creación de nuevo Centro BTT con rutas para la dehesa y el llano, así como diseño gráfico de paneles y folletos de promoción.</p>

Ruta de BTT que partiendo de las ya existentes en Montánchez transcurra por toda la Comarca y que sirva para poner en valor todas aquellas consideraciones que hemos dicho engloba el concepto de Paisajes Gastronómicos, es decir, que sirva como hilo conductor a través del cual se vayan manifestando, Las Siete Maravillas de la Comarca, el resto de manifestaciones culturales, paisajísticas, culinarias, todo lo que nos hace ser diferentes y a la vez universales. En este momento existe la posibilidad de incorporar a las bicis una batería esto hace que una persona que antes podía andar cinco Km. ahora pueda andar diez veces más si opta por esta solución. Es decir tendría a su alcance de una forma integral un esparcimiento lleno de las mejores sensaciones. En este proyecto se está trabajando desde el Grupo de Acción local, a nivel de estudios preliminares.

Otras inversiones que se podrían incorporar a este proyecto:

Observatorios de estrellas. (3)

Observatorios de aves. (3)

Centros de BTT acondicionamiento (3), promociones.

Poner en marcha todo el trabajo que se hizo en su día desde Adismonta, relacionado con rutas de senderismo, aplicándose a otras disciplinas como pueden ser carreras de montaña.

#### **Informe de la Medida.**

La propuesta realizada por ADISMONTA es complementaria y se ajusta por completo a los objetivos del PAT al incidir en la promoción y desarrollo integral del turismo en toda la comarca, incluyendo en sus actuaciones a un buen número de municipios y contribuyendo a la revalorización de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

#### **Acciones de la Medida.**

(1) Elaboración del proyecto de asistencia técnica para la creación de rutas BTT "Diseño y creación de rutas e itinerarios para senderismo y cicloturismo": Rutas BTT para ampliación y consolidación de Centro BTT "Sierra de Montánchez", rutas BTT para creación de Centro BTT "Meseta Cacerreña", red de rutas senderistas homologadas, creación y desarrollo de cartografía general y de detalle de cada una de las rutas BTT y senderismo, generación de cartografía digital en todos los archivos compatibles para dispositivos GPS de cada una de las rutas cicloturistas y senderistas.

2) Redacción de proyecto de ejecución de obra de señalización que incluye: inventario de las señales necesarias, contabilizadas por ruta y sentido de la marcha de las mismas, estudio de ubicación definida de señalización y carteles informativos, estudio de ubicación de punto de recepción, presupuestos de ejecución material y por contrata.

(3) Elaboración de material gráfico para posterior diseño y maquetación de paneles informativos, folletos y topoguias que incluye: reportaje fotográfico con 100 fotografías por fotógrafo profesional, textos descriptivos de las rutas y los trayectos, diseño de cartografía de los itinerarios.

(4) Organización Jornada de presentación a todos los agentes de la comarca (GAL, Ayuntamientos, clubes ciclistas y senderistas y empresas de turismo activo).

(5) Ejecución de las obras mencionadas contenidas en el proyecto.

Observaciones: hablar con los alcaldes para mostrar el calado comarcal del proyecto.

#### **Anualidades para su realización.**

Año 2018: Proyecto técnico de diseño y creación de rutas.

Año 2019: Ejecución de infraestructuras.

#### **Presupuesto aproximado.**

Año 2018: Proyecto técnico de diseño y creación de rutas. 16.000 euros.

Año 2019: Ejecución de infraestructuras. 140.000 euros.

**Medida. Infraestructura turística (observatorio de aves) para Turismo ornitológico PAISAJE GASTRONÓMICO.**

**Formulación de la Medida.**

Construcción de observatorios permanentes e HIDE-ESPIAS para avistamiento de aves en la ZEPA, y creación de zonas para fotografiar aves de llanura, acuáticas, carroñeras e insectívoras. Puesta en valor de los recursos naturales y culturales de la comarca.

**Informe de la Medida.**

La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Sierra de Fuentes tiene un importante alcance comarcal, al plantear una actuación para la potenciación de los recursos ornitológicos y paisajísticos de la comarca en los amplios espacios naturales protegidos y Zonas de Especial Protección de Aves (Llanos de Cáceres), configurando uno de los principales valores paisajísticos que conforman los elementos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO. La promoción del turismo ornitológico aportaría un importante valor al conjunto de la comarca por tratarse de una modalidad en auge y constituir el territorio un gran activo en esta materia.

**Acciones de la Medida.**

Acciones de la medida:

- (1) Estudio para la identificación y ubicación de los espacios para la instalación de 7 observatorios de aves repartidos por la comarca con especial incidencia en los Llanos de Cáceres.
- (2) Los observatorios serán plataformas móviles (módulos) de madera tratada.
- (3) Transporte e instalación de los módulos.
- (4) Acciones promocionales de divulgación y promoción (web, medios de comunicación, redes sociales...).

**Anualidades para su realización.**

Año 2018: Elaboración del estudio.

Año 2019: Acondicionamiento de espacios e instalación de observatorios.

**Presupuesto aproximado.**

Año 2018: Elaboración del estudio. 5000 euros.

Año 2019: Acondicionamiento de espacios e instalación de observatorios. 49.000 euros.

**Medida. Observatorios celestes ligados a red de senderos (3) bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.**

**Formulación de la Medida.**

Gracias a la total ausencia de contaminación lumínica y atmosférica, sumada a la excelente conservación de su patrimonio natural, la Comarca de la Sierra de Montánchez y Tamuja puede convertirse en un verdadero paraíso para los amantes de la astronomía. Las características demográficas de nuestro territorio nos permiten contar con uno de los mejores y más despejados cielos de Europa. Sin duda, los magníficos y limpios cielos de nuestra comarca se convierten así en un extraordinario recurso endógeno susceptible de generar desarrollo y empleo en la misma, constituyendo un segmento emergente que combina desarrollo económico con sostenibilidad.

En los últimos años hemos venido observando que el perfil de turista ha cambiado radicalmente, evolucionando de la búsqueda de paquetes turísticos tradicionales de sol y playa a la selección minuciosa de experiencias ligadas con su forma de vida y sus aficiones.

Este perfil de turista, valora notablemente las actividades complementarias que le proporcionan un servicio de alto valor añadido y que facilitan el desarrollo de sus aficiones. Ejemplo de este turismo más específico es claramente el turismo astronómico, donde el visitante tiene un perfil de nivel adquisitivo alto, con estudios superiores y con una afición en la que invierten cantidad de tiempo y dinero para disfrutar de cielos nocturnos estrellados.

Los observatorios astronómicos suponen una actividad turística complementaria y novedosa que se sumará a otras acciones y actividades que ya se están llevando a cabo en nuestro territorio, como son el avistamiento de aves o la red de rutas y senderos. Se trata así de una actividad que añadir a la riqueza natural, gastronómica y cultural de la zona. Ofrecer servicios a un segmento tan específico como al turista aficionado a la astronomía diversifica la oferta y mejora la competitividad del sector.

Además, los observatorios pasarían a formar parte de la **Red de Miradores Celestes de Extremadura**, red en la que se encuadrarían, aprovechando las sinergias y recursos con las que ya cuenta la misma.

En relación con las rutas turísticas de la comarca y especialmente para facilitar el acceso, o acercarlo suficientemente, a través de senderos que se encuentren homologados, se proponen pequeñas infraestructuras para la observación de las estrellas, participando así de la red de miradores celestes contemplados en la estrategia de la noche puesta en marcha en Extremadura.

#### **Informe de la Medida.**

La propuesta realizada por ADISMONTA viene a potenciar el atractivo turístico de la comarca, y por ende el valor de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

#### **Acciones de la Medida.**

El turista astronómico busca cielos estrellados y servicios adaptados a sus necesidades de observación, lugares libres de alumbrado público, zonas altas y de fácil acceso, equipo y material para la observación astronómica, etc.

Las acciones consistirían en la instalación de una red de paneles luminosos nocturnos que permiten interpretar el paisaje de las estrellas y disfrutar de la observación astronómica. Estos dispositivos, que se distribuirán estratégicamente por la comarca, están fabricados en piedra artificial para soportar condiciones climatológicas extremas y cuentan con un sistema energético autónomo, basado en una placa solar.

En concreto, se ha evaluado la necesidad de implementar la instalación de, al menos, 3 de estas infraestructuras repartidas estratégicamente por la comarca.

La instalación de los miradores permitirá interpretar los cielos de la región, conocer las diferentes constelaciones y saber cuál es la mejor forma de observar el firmamento. Con esta actividad pionera se promociona nuestra comarca como destino de astroturismo en Europa.

- (1) Estudio para la identificación y ubicación de los espacios para la observación astronómica.
- (2) Adecuación de miradores celestes.
- (3) Acciones promocionales y de divulgación de miradores celestes (web, medios de comunicación, redes sociales...).

#### **Anualidades para su realización.**

Año 2018: Observatorios celestes ligados a red de senderos.
Año 2019: Observatorios celestes ligados a red de senderos.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Observatorios celestes ligados a red de senderos. 26.000 euros.
Año 2019: Observatorios celestes ligados a red de senderos. 26.000 euros.

<b>Medida. Accesibilidad integral y puesta en valor del Yacimiento de Villasviejas del Tamuja bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
<p>El yacimiento arqueológico de Villasviejas del Tamuja es un importante activo cultural para la comarca y para la comunidad autónoma. Tanto es así que fue declarado Bien de Interés Cultural, con categoría de Zona Arqueológica. También se encuentra dentro de las definidas como 7 Maravillas de la Comarca.</p> <p>Para lograr la accesibilidad del yacimiento, el proyecto incluye tres aspectos esenciales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Acondicionar, adecuar y dotar al yacimiento de las instalaciones o infraestructuras necesarias para garantizar su conservación y su transferencia social.</li> <li>- Interpretar el yacimiento a partir de las investigaciones científicas realizadas y difundirlo mediante un discurso accesible a la ciudadanía.</li> <li>- Incorporar el entorno ambiental y el paisaje al discurso museográfico.</li> </ul> <p>Están ya redactados el Plan Director y el Proyecto de Ejecución.</p> <p>La accesibilidad del yacimiento se define como el grado de facilidad, para los públicos que no son profesionales, de poder ver, percibir, comprender y evocar la forma, la funcionalidad y la significación histórica de un sitio excavado.</p> <p>La exposición al público del yacimiento pretende conectar a la sociedad con su pasado y mostrar las transformaciones físicas y culturales acaecidas en nuestra comunidad.</p> <p>Al tratarse de un patrimonio único en su categoría, no solo en la comarca, si no en la provincia (ya que se trata de la única ciudad amurallada del siglo V a.c.), junto con el resto de Bienes de Interés Cultural de los que disponemos, constituye un alto reclamo turístico para la comarca.</p> <p>También se pretende conseguir que además de que estos Bienes sean motor de reclamo turístico, a su vez se conviertan en motor económico, ya que además de autofinanciarse, lleguen a generar empleo directo e indirecto en la comarca. Este Ayuntamiento está comprometido con el posterior mantenimiento de las infraestructuras que se creen.</p>
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Botija incide sobre uno de los principales recursos patrimoniales de la comarca, un baluarte esencial para reforzar el valor de marca PAISAJE GASTRONÓMICO.
<b>Acciones de la Medida.</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>(1) Elaboración de un anteproyecto para determinar las actuaciones.</li> <li>(2) Acondicionamiento del yacimiento para las visitas.</li> <li>(3) Señalización del yacimiento.</li> <li>(4) Interpretación del yacimiento a partir de la base documental y las investigaciones científicas realizadas para su transmisión y difusión a la ciudadanía y los visitantes.</li> <li>(5) Incorporar el entorno ambiental y el paisaje al discurso museográfico.</li> </ol>
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Elaboración de anteproyecto para determinar las actuaciones.

Año 2019: Desarrollo de las actuaciones contempladas.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Elaboración de anteproyecto para determinar las actuaciones. 10.000 euros. Año 2019: Desarrollo de las actuaciones contempladas. 100.000 euros.

<b>Medida. Aula de interpretación del yacimiento de Villasviejas del Tamuja bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Se trata de realizar un aula de interpretación del yacimiento, en aras a su puesta en valor. Exposición de los elementos arqueológicos existentes y recreación de la vida y costumbres de los antiguos habitantes de la ciudad vetona.
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Botija incide sobre uno de los principales recursos patrimoniales de la comarca, un baluarte esencial para reforzar el valor de marca PAISAJE GASTRONÓMICO.
<b>Acciones de la Medida.</b>
(1)Elaboración de proyecto para la creación del centro de interpretación. (2) Acondicionamiento del espacio que albergará el centro de interpretación. (3) Dotación de mobiliario. (4) Producción de materiales gráficos y audiovisuales. (5) Elaboración de material divulgativo y promocional.
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Elaboración del proyecto. Año 2019: Resto de actuaciones.
Año 2018: Elaboración del proyecto. 5.000 euros. Año 2019: Resto de actuaciones. 50.000 euros.

<b>Medida. Las vistas de la Sierra bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO. Mancomunidad y Ayuntamiento de Zarza de Montánchez .</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Aprovechando el valor paisajístico que tienen las Sierras de la Comarca, se pretende ubicar, en puntos estratégicos, miradores para el disfrute de los visitantes y turistas que vienen a nuestra comarca, siendo un reclamo turístico más donde poner en valor la marca comarcal "PAISAJES GASTRONÓMICOS". La ubicación de los prismáticos se realizará en todas las zonas de Sierra de la Comarca, que además tendrán la posibilidad de realizar avistamiento de estrellas, en unos parajes sin contaminación lumínica, lo que facilita la observación y estudio astronómico. Dotar de Equipamiento a las zonas de Sierra de la Comarca para promocionar el paisaje. Promocionar el astroturismo como un reclamo turístico más que complemente los ya existentes. Fomentar el turismo mediante miradores en los parajes "El Sillerete", Fuentes de la Zarza", "Nacimiento del río Tamuja" y "El Radar" mediante la instalación de prismáticos para observar el paisaje.

<b>Informe de la Medida.</b>
<p>La propuesta realizada por Mancomunidad está en sintonía y encaja con otras realizadas desde los ayuntamientos y ADISMONTA para la promoción del turismo y el conjunto de valores comarcales integrados en la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</p> <p>La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Zarza de Montánchez es complementaria y se podría integrar con otras propuestas realizadas desde otros Ayuntamientos, Mancomunidad y Grupo de Acción Local en torno a la puesta en valor de los recursos patrimoniales de la comarca, se trata de una iniciativa de marcado carácter comarcal que pone en valor a los municipios serranos de la comarca, constituyendo las atalayas donde se pueden contemplar los valores paisajísticos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</p> <p>La propuesta tiene encaje con las de otros municipios en relación a la instalación de miradores en puntos estratégicos.</p>
<b>Acciones de la Medida.</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>(1) Elaboración de proyecto para construcción de 3 miradores.</li> <li>(2) Obras de acondicionamiento de los miradores.</li> <li>(3) Señalización de los miradores.</li> <li>(4) Acciones de divulgación y promoción.</li> <li>(5) Instalación de 3 prismáticos.</li> </ol>
<b>Anualidades para su realización.</b>
<p>Año 2018: Elaboración de proyecto.</p> <p>Año 2019: Resto de actuaciones del proyecto.</p>
<b>Presupuesto aproximado.</b>
<p>Año 2018: Elaboración de proyecto. 5.000 euros.</p> <p>Año 2019: Resto de actuaciones del proyecto. 50.000 euros.</p>

<b>Medida. Integración paisajística de puntos limpios en la mancomunidad como imagen de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
<p>Ubicar y señalar los espacios de colocación de todos los contenedores de basura de los municipios en plataformas para mejorar la salubridad y contribuir a la imagen sostenible de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</p> <p>Se trata de mejorar la salubridad y la imagen de la comarca como destino gastronómico manteniendo fijados los contenedores de basura en un mismo punto, evitando su dispersión e impacto visual.</p> <p>Evitar el tremendo impacto visual que producen los multicolores contenedores de basura en aquellos lugares más emblemáticos y turísticos de la comarca que además son los que por lógica suelen tener un mayor tránsito de visitantes. Ponemos como ejemplo de estas ubicaciones monumentos como Iglesias, plazas mayores o lugares de entrada obligatoria a los cascos urbanos.</p> <p>Se trata de un plan piloto que debería abordar un máximo de 40 actuaciones que deberían distribuirse por localidades en función de los siguientes criterios objetivos: número de visitantes y transeúntes, catalogación urbanística especial, número de habitantes.</p> <p>El impacto buscado es el siguiente: mejora visual de lugares de alto tránsito, mejora de la calidad de vida y la autoestima del residente, mejora de la imagen exterior, promoción turística, mejora de la imagen de marca PAISAJE GASTRONÓMICO como promotor de iniciativas de embellecimiento de la comarca.</p>

Trabajos: estudio técnico para selección de ubicaciones, selección de tipos de camuflaje (metal, madera...), instalación de los elementos de camuflaje.

Considerando el turismo como uno de los recursos más importantes con los que cuenta la Comarca, con el fin de conseguir un entorno más atractivo para los turistas y visitantes, y evitar el impacto visual que producen los contenedores de recogida de residuos en los municipios, se prevé la instalación de en torno a 100 cubrecontenedores para paliar los efectos visuales anteriormente mencionados.

Además dichos elementos se utilizarán para exponer paneles de información turística de la comarca, optimizando así el uso de los mismos, a la vez que se evitan efectos visuales negativos para el turismo y optimizan el uso de las instalaciones proyectadas como punto de información turística.

#### **Informe de la Medida.**

La propuesta realizada por el Comité de Gestión en sus primeras reuniones de trabajo y configurado por la presidencia y gerencia de la Mancomunidad, ADISMONTA, representantes del tejido económico y social y asistencia técnica, goza de unanimidad por las partes, al abordar el fortalecimiento de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO desde acciones relacionadas con la sostenibilidad y la economía verde y circular.

La propuesta realizada por la Mancomunidad contribuye al desarrollo integral bajo un marchamo de calidad ambiental de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, tiene alcance comarcal y está secundada por ADISNMONTA y el resto de entidades, contribuyendo a la promoción de una imagen de calidad, a la vez que es un elemento de promoción turística de la comarca.

#### **Acciones de la Medida.**

(1) Elaboración del estudio para la instalación del camuflaje de contenedores, determinando su ubicación y criterios definidos con anterioridad.

(2) Instalación y anclaje de los cubrecontenedores, tomando como referencia los 21 municipios y un presupuesto máximo de 120.000 euros.

#### **Anualidades para su realización.**

Año 2018: Elaboración del estudio para determinar la ubicación y características de los puntos limpios.

Año 2019: Realización de los trabajos de instalación.

#### **Presupuesto aproximado.**

Año 2018: Elaboración del estudio para determinar la ubicación y características de los puntos limpios. 10.000.

Año 2019: Realización de los trabajos de instalación. 100.000

### **Medida. Desarrollo de rutas senderistas por la comarca bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.**

#### **Formulación de la Medida.**

El objetivo es promocionar y dar a conocer el desarrollo turístico comarcal y fomentar las actividades deportivas y turísticas por la comarca, tomando como referencia la naturaleza, los valores paisajísticos, culturales y patrimoniales: Señalizar ruta de los pozos, promocionar las dehesas extremeñas en época de montanera, actividades recreativas, juegos y visitas culturales, carreras populares por las dehesas, ruta senderista a la encina Terrona.

<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Santa Ana se puede integrar con otras propuestas realizadas desde otros Ayuntamientos, Mancomunidad y Grupo de Acción Local en torno al desarrollo de las actividades turísticas comarcales (senderismo, deportes de naturaleza y actividades al aire libre).
<b>Acciones de la Medida.</b>
(1) Realización de un estudio para establecer las rutas senderistas en la comarca que comprenda: diseño de la ruta, itinerarios, duración, valores naturales, cultura... (2) Señalización de las rutas. (3) Elaboración de material divulgativo y de promoción de las rutas (folletos, difusión por medios de comunicación, publicación en webs...
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Elaboración del estudio para establecer las rutas senderistas. Año 2019: Señalización y elaboración de material de difusión.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Elaboración del estudio para establecer las rutas senderistas. 8.000 euros Año 2019: Señalización y elaboración de material de difusión. 35.000 euros.

<b>Medida. Ruta Senderista "Las Tres Gigantes" bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
El objetivo es la creación de una ruta de senderismo comarcal que promueva nuestro paisaje y nuestra naturaleza con la puesta en valor de los tres árboles singulares de nuestra comarca: la Terrona, la Nieta y la Solana, además de proyectar el resto de los atractivos con los que contamos en nuestra mancomunidad.
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Valdefuentes es complementaria y se podría integrar con otras propuestas realizadas desde otros Ayuntamientos, Mancomunidad y Grupo de Acción Local en torno al desarrollo de acciones de creación de rutas turísticas por la comarca.
<b>Acciones de la Medida.</b>
(1) Elaboración de estudio para el establecimiento de la ruta senderista "Las Tres Gigantes". (2) Adecuación de la ruta y accesos. (3) Señalización de la ruta. (4) Elaboración de material promocional (folletos, cartelería). (5) Acciones de divulgación de la ruta (publicación en webs, medios de comunicación, redes sociales...
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Estudio para establecimiento de la ruta. Año 2019: Otras actuaciones.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Estudio para establecimiento de la ruta. 3.000 euros. Año 2019: Otras actuaciones. 22.000 euros.

<b>Medida. Desarrollo de rutas Paisajes Gastronómicos bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
---

<b>Formulación de la Medida.</b>
<p>Desarrollar en el ámbito de los paisajes gastronómicos de Sierra de Montánchez un número de rutas que enlacen los pueblos de la comarca.</p> <p>Guías. Redes sociales. Folletos en varios idiomas. Patrimonio. Culturales. Económicas Resaltar todos los recursos y posibilidades que presenta nuestra comarca.</p>
<b>Informe de la Medida.</b>
<p>La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Aldea del Cano es complementaria con otras propuestas realizadas desde otros Ayuntamientos, Mancomunidad y Grupo de Acción Local en torno a la formación de los recursos turísticos que componen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO. La propuesta se puede integrar y potenciar el resto de propuestas comarcales, aportando el valor de diseñar el conjunto de rutas comarcales asociadas a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</p>
<b>Acciones de la Medida.</b>
<p>Acciones integradas con el resto de propuestas para desarrollar el conjunto de las rutas turísticas de la comarca:</p> <p>(1) Estudio del conjunto de los recursos turísticos de la comarca asociados a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO. (2) Elaboración de material documental y gráfico. (3) Elaboración de guía con las diferentes rutas en varios idiomas. (4) Acciones promocionales y de divulgación de las rutas.</p>
<b>Anualidades para su realización.</b>
<p>Año 2018: Desarrollo de rutas Paisajes Gastronómicos Año 2019: Desarrollo de rutas Paisajes Gastronómicos</p>
<b>Presupuesto aproximado.</b>
<p>Año 2018: Desarrollo de rutas Paisajes Gastronómicos. 6.000 euros. Año 2019: Desarrollo de rutas Paisajes Gastronómicos. 20.000 euros.</p>

**Medidas y Acciones tendentes al desarrollo de la innovación y la creación de valor con los productos de la comarca.**

<b>Medida. Instalación de nave modular prefabricada para albergar el Laboratorio de Innovación PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
<p>Se trata de la instalación de una nave modular prefabricada para albergar el Laboratorio de Innovación con todos los servicios instalados (agua, luz...).</p> <p>Se trata de una nave multiusos que combina las funciones de promoción turística asimilable a un centro de interpretación donde se muestra la historia y las excelencias de sus productos (higo, jamón, queso, aceite); con otras funciones de formación, innovación, diseño y lanzadera empresarial de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO. Se diseña como espacio abierto al público y a todas las empresas y promotores de la comarca donde se van a realizar acciones promocionales en torno a los productos turísticos de la comarca, acciones de aprendizaje</p>

experiencial y práctico asociado a la transformación agroindustrial de los productos (elaboración de conservas y procesos industriales), el diseño de su marca (imagen, logotipo, envase, embalaje...), el diseño de sus instalaciones y el acompañamiento a la ampliación y puesta en marcha de su negocio.

La propuesta que realiza ADISMONTA es instalar la nave en los terrenos de la Mancomunidad en una nave de 120 metros cuadrados con todo el equipamiento necesario para implantar un pequeño taller de innovación destinado a dotar a sectores de la población que decidan emprender pequeñas actividades con una pequeña inversión. Se trataría de una formación y prácticas personalizadas con una duración que no excedería de una semana.

Para el desarrollo de las acciones de capacitación a desarrollar en el Laboratorio de Innovación, ADISMONTA se compromete al mantenimiento de dichas actuaciones con cargo a sus presupuestos de formación (cursos prácticos cortos) donde los participantes realizan en la práctica sus propios productos, diseñan sus marcas, envases, embalajes, instalaciones, proyectos técnicos y planes de negocio.

#### **Informe de la Medida.**

La propuesta realizada por el Comité de Gestión en sus primeras reuniones de trabajo y configurado por la presidencia y gerencia de la Mancomunidad, ADISMONTA, representantes del tejido económico y social y asistencia técnica, goza de unanimidad por las partes, al abordar la innovación empresarial en torno al conjunto de producciones que configuran la marca PAISAJE GASTRONÓMICO; el eje focal del Plan de Acción Territorial que identifica y pone en valor al conjunto del territorio, sus productos y servicios.

La propuesta realizada por ADISMONTA tiene alcance comarcal y encaja plenamente con los objetivos del PAT, además de coincidir con las propuestas realizadas desde el Comité de gestión y algunos ayuntamientos. El desarrollo de la innovación sobre las producciones que constituyen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO y su apertura a las empresas y los emprendedores es esencial para el desarrollo de la comarca.

ADISMONTA garantiza la sostenibilidad de las actividades del Laboratorio de Innovación a través de sus presupuestos.

#### **Acciones de la Medida.**

(1) Elaboración del proyecto para la construcción y el equipamiento del Laboratorio de innovación.

(2) Instalación de nave prefabricada.

(3) Equipamiento de una cocina técnica de pequeñas dimensiones (similar a la de un pequeño restaurante) provista de horno y campana extractora, congelador, nevera, mesa de trabajo de acero inoxidable, balanzas de cocina, brazo turmix, amasadora, centrifugadora de alimentos, marmita que permita hacer autoclave, tamizadora, picadora, embutidora, inyector de alimentos con diferentes diafragmas, bañadora de chocolate y otros fluidos, cortadora de embutidos, envasadora al vacío (se trata de máquinas es de sobremesa, no industriales); periféricos como aparato para medir el PH, detector de temperatura, cuchillos, cazuelas y útiles varios, dotación de juegos de envases y embalajes de todo tipo para pruebas y prototipado (vidrio, plástico, cartón...).

(4) Dotación de mobiliario (mesas, sillas, estanterías...)

(5) Acciones de animación y desarrollo de talleres itinerantes en los municipios de la comarca para el desarrollo de la creatividad y la innovación con los productos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

(6) Visitas experienciales de grupos a iniciativas de innovación que se estén desarrollando en otros territorios. (7) Promoción y divulgación de las acciones del laboratorio.
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Realización del proyecto para la instalación y equipamiento. Año 2019: Equipamiento y puesta en funcionamiento.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Realización del proyecto para la instalación y equipamiento. 10.000 euros. Año 2019: Equipamiento y puesta en funcionamiento. 170.000 euros.

**Nota: Alternativa que presenta el Ayuntamiento de Arroyomolinos al Laboratorio de Innovación**

<b>Medida. Centro de Innovación comarcal dirigido al higo, aceite, jamón y la agricultura bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
<p>Un centro de innovación equipado con mesas de trabajo y equipo suficiente donde las personas mediante propuestas de actuación puedan establecer jornadas de trabajo para generar ideas y desarrollar innovadoras referencias con los productos estrella de nuestra comarca, los higos, el aceite y el jamón, también para el desarrollo de nuevos procesos que mejoren la agricultura y calidad del producto. Proponemos acondicionar este espacio en una zona neutral de la comarca para regular la confidencialidad entre las diferentes entidades. Este segmento de innovación estará dirigido por un consultor/promotor de innovación y un asistente guiarán las actividades para que las personas, organizaciones y empresas que utilicen este servicio alcancen resultados de éxito.</p> <p>Los servicios que se prestarían a las empresas y emprendedores de la comarca:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1)-Servicio de innovación dirigido a cooperativas y empresas que necesitan ampliar su oferta de nuevos productos para alcanzar nuevos mercados.</li> <li>2)-Servicio a grupos de personas con inquietudes que buscan desarrollarse como nuevas empresas a través de descubrir nuevos productos, procesos y servicios.</li> <li>3)-Servicio de apoyo a las personas que hacen cursos para profesionalizarse y necesitan hacer prácticas para descubrir y analizar resultados.</li> <li>4)-Servicio de pruebas de campo para analizar innovadoras propuestas colectivas.</li> <li>5)-Servicios de jornadas para unir los puntos del conocimiento entre la agricultura convencional y las nuevas tecnologías, susceptibles de innovar y potenciar resultados en la agricultura.</li> <li>6)-Servicio de orientación a nuevas iniciativas empresariales a través de la innovación.</li> <li>7)-Servicios de consultoría para alinear intereses comunes a través de la innovación el conocimiento y el cooperativismo del siglo XXI.</li> </ol> <p>Equipamiento de cocina técnica con todos los periféricos necesarios para ensayar las innovaciones y generar la memoria técnica del producto desarrollado.</p> <p>El personal necesario para el centro será: consultor/promotor de innovación, asistente de consultoría o persona relacionada con el cargo.</p> <p>Las instalaciones necesarias para la ubicación del laboratorio de innovación creemos que deberían estar en un lugar neutro, el cruce de La Torre de Santa María podría ser el ideal, pero si tenemos que atender a la disponibilidad de los recursos para hacerlo posible, cabe la posibilidad de instalarlo en un edificio ya existente en Arroyomolinos, las obras necesarias en este caso estarían limitadas a la división del espacio actual para aislar cada actividad, que en</p>

este caso sería la sala de reuniones donde se generarán las tormentas de ideas, esta sala estará provista de una cámara de video una pizarra, espacio y mobiliario suficiente para 20 personas. Otro sector se destinaría a una cocina técnica, donde el equipamiento es profesional no industrial y el espacio suficiente para que un número aproximado de 20 persona puedan observar lo que en ese momento se está desarrollando, en este sector los asistentes pueden acceder al conocimiento pero también mediante un protocolo de actuación, podrán utilizarlo para desarrollar innovadoras ideas y productos de autor, servirá para estudiar oportunidades de desarrollo de nuevos proyectos.

Otro sector sería para el desarrollo de actividades de creación de ideas y prototipado de soluciones, este espacio ya está listo para ser utilizado, tiene todo el mobiliario y acondicionamiento necesario para los fines.

Aunque el aprovechamiento de este edificio resulte ventajoso económicamente, la ubicación neutral es un factor muy importante en nuestra comarca.

Estas instalaciones están dirigidas a personas individuales, cursos que necesitan realizar prácticas, organizaciones en forma de cooperativa o empresa que solicitan servicios para el desarrollo de nuevas ideas. Todos los interesados deben estar asociados a excepción de las personas en prácticas para los cursos, y las mesas de trabajo que desarrollarán ideas y las practicarán, en este caso no están obligados a asociarse, la utilización de los bienes estará controlada por un responsable que exigirá el buen uso y conservación del espacio y los equipos.

En el caso de cooperativas, empresas y personas que deciden adquirir conocimiento práctico de una idea deben estar asociadas para garantizar los recursos necesarios, estas instalaciones le ofrecerán confidencialidad, equipamiento necesario y apoyo de asesoramiento sobre el producto que pretenden desarrollar. Dentro de las prácticas que se llevaran a cabo, surgirá un banco de ideas, información muy valorada por las organizaciones, empresas y personas con inquietud por realizar un proyecto en su localidad. Este espacio necesitará un consultor promotor de innovación, un asistente de innovación o afín y un técnico en industria alimentaria.

La promoción de los productos Paisaje Gastronómico, se realizará mediante la presentación y degustación de productos desarrollados en estas instalaciones y en relación a los actores, estos serán los que presentarán a sus pueblos el trabajo desarrollado a través de degustaciones de los productos que desarrollaron.

Las visitas experienciales, son una opción poco accesible en el sector de la innovación, menos cuando están en proceso de descubrir una oportunidad, pero si se pueden organizar jornadas gastronómicas para grupos atendidos por CHEFS de la cocina internacional de nuestra tierra, que desarrollarán transformaciones e ideas y además atenderán todas las inquietudes y preguntas de los asistentes, esta acción te ofrece una información sobre las oportunidades de un producto difícil de alcanzar en un centro en el que debe proteger las ideas internas. En las ferias gastronómicas se realizan sesiones de crazy room (habitación loca) y después desarrollan todas las ideas en público, la percepción de información y oportunidad de probar el producto son una experiencia real con un producto accesible.

La divulgación y propuestas del laboratorio de innovación estará promocionada mediante su página web, notas de prensa sobre los resultados que se obtienen, la conexión de otras páginas que buscan información fresca en el sector, etc . también se realizarán degustaciones populares y la presentación de los protagonistas que hicieron posible todo el contenido gastronómico de la jornada, en el caso de los trabajos de campo, se realizarán demostraciones de resultados y asesoramiento sobre las ventajas competitivas de los productos o procesos que se utilizaron.

**Informe de la Medida.**

<p>La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Arroyomolinos es complementaria y se podría integrar con otras propuestas realizadas desde otros Ayuntamientos, Mancomunidad y Grupo de Acción Local en torno al desarrollo de la innovación de los productos, encajando perfectamente en la propuesta de Laboratorio de Innovación que aglutinaría al conjunto de acciones de innovación en torno a los productos y servicios que componen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</p>
<p><b>Acciones de la Medida.</b></p> <p>(1) Diseño de las instalaciones del Centro de innovación de innovación (proyecto de obra, edificio, estructura, funcionalidades...).</p> <p>(2) Equipamiento de una cocina técnica de pequeñas dimensiones (similar a la de un pequeño restaurante) provista de horno y campana extractora, congelador, nevera, mesa de trabajo de acero inoxidable, balanzas de cocina, brazo turmix, amasadora, centrifugadora de alimentos, marmita que permita hacer autoclave, tamizadora, picadora, embutidora, inyector de alimentos con diferentes diafragmas, bañadora de chocolate y otros fluidos, cortadora de embutidos, envasadora al vacío (se trata de máquinas es de sobremesa, no industriales); periféricos como aparato para medir el PH, detector de temperatura, cuchillos, cazuelas y útiles varios, dotación de juegos de envases y embalajes de todo tipo para pruebas y prototipado (vidrio, plástico, cartonaje...).</p> <p>(3) Acciones de capacitación práctica y desarrollo de talleres con las empresas y emprendedores.</p> <p>(4) Acciones de animación y desarrollo de talleres itinerantes en los municipios de la comarca para el desarrollo de la creatividad y la innovación con los productos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</p> <p>(5) Visitas experienciales de grupos a iniciativas de innovación que se estén desarrollando en otros territorios.</p> <p>(6) Promoción y divulgación de las acciones del laboratorio.</p>
<p><b>Anualidades para su realización.</b></p> <p>Año 2018: Diseño de las instalaciones y Centro de innovación (proyecto)</p> <p>Año 2019: Ejecución de las actuaciones.</p>
<p><b>Presupuesto aproximado.</b></p> <p>Año 2018: Diseño de las instalaciones y Centro de innovación (proyecto). 10.000 euros</p> <p>Año 2019: Ejecución de las actuaciones. 90.000 euros.</p>

<p><b>Medida. Desarrollo de Centro Virtual de Innovación MOOC PAISAJE GASTRONÓMICO.</b></p>
<p><b>Formulación de la Medida.</b></p> <p>Desarrollo de programas de capacitación sobre la elaboración, transformación, procesos de innovación, diseño de marca, envases, embalajes, instalaciones, proyectos técnicos y planes de negocio. Todos los procesos se elaboran en video y se empaquetan en programas formativos de corta duración (10 horas por programa) en torno a la elaboración de los productos PAISAJE GASTRONÓMICO (fabricación de especialidades del higo, jamón, cocina al vacío, fabricación de queso, producción de aceite). Los programas formativos se ofrecen en abierto a todas las personas de la comarca y como capacitación previa a los usuarios que participan en las actividades del Laboratorio de Innovación.</p>

El proyecto se concreta en la creación de una plataforma MOOC desde donde se ofrecen acciones formativas en video, sin profesor; permitiendo que todas las personas de la comarca se formen en innovación en torno a los productos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

La formación MOOC permite el acceso abierto y masivo a la formación de todo el colectivo de profesionales, autónomos y emprendedores, adaptándose a sus tiempos y necesidades; un plan de formación abierto las 24 horas al día, 365 días al año.

El Plan de formación se centra en el desarrollo de una serie de cursos esenciales para el desempeño de las actividades profesionales de nuestro colectivo (financiación, internacionalización, trámites administrativos, emprendimiento, creación de empresa, liderazgo...).

Puesta en marcha de un espacio de formación MOOC, a través de programas de capacitación en formato audiovisual, el sistema no precisa de profesores ni de personal.

Elaboración de los programas en formato multimedia para su reedición e impartición permanente.

Apertura en abierto a autónomos, empresas, emprendedores y todas las personas de la comarca de manera abierta y masiva.

Desarrollo de las siguientes funcionalidades: canal de formación: desde donde los usuarios conocen en formato audiovisual todas las características de los programas de innovación cursos y la información relativa a los cursos y al plan, canal directo: apoyo puntual al proceso de aprendizaje mediante sesiones presenciales.

Características de los programas de innovación: formato de autoformación (no tienen profesor, va en el vídeo), los programas están conducidos por videos y micropíldoras, para apoyar la acción formativa se dispone de temarios, los participantes disponen de guías de trabajo y ejercicios prácticos que tienen que completar en el proceso, garantizando así un aprendizaje práctico, para completar los conocimientos los participantes disponen de videos complementarios y lecturas, cada programa dispone de una evaluación que completará el participante.

#### **Informe de la Medida.**

La propuesta realizada por el Comité de Gestión en sus primeras reuniones de trabajo y configurado por la presidencia y gerencia de la Mancomunidad, ADISMONTA, representantes del tejido económico y social y asistencia técnica, goza de unanimidad por las partes, al abordar la innovación empresarial en torno al conjunto de producciones que configuran la marca PAISAJE GASTRONÓMICO; el eje focal del Plan de Acción Territorial que identifica y pone en valor al conjunto del territorio, sus productos y servicios.

La propuesta realizada por ADISMONTA tiene alcance comarcal y encaja plenamente con los objetivos del PAT, además de coincidir con las propuestas realizadas desde el Comité de gestión y algunos ayuntamientos. El desarrollo de la innovación sobre las producciones que constituyen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO y su apertura a las empresas y los emprendedores es esencial para el desarrollo de la comarca.

#### **Acciones de la Medida.**

(1) Desarrollo del centro de innovación virtual en formato MOOC.

<p>(2) Elaboración de 6 programas de innovación MOOC de 10 horas de duración cada uno en torno a los productos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO con la siguiente estructura de contenidos: videos, micropíldoras, temarios, videos complementarios, lecturas complementarias, guía del usuario, materiales de evaluación; recopilación de los materiales y tratamiento de los mismos; adaptación de los materiales (guiones, guías didácticas, materiales complementarios...); grabación, montaje y edición de videos y recursos multimedia; montaje de los programas.</p> <p>(3) Desarrollo de las herramientas tecnológicas para el desarrollo del Plan: plataforma MOOC, canal de formación, canal directo.</p> <p>(4) Migración de los servicios al sitio web de ADISMONTA que será la entidad receptora y de mantenimiento del sitio.</p>
<p><b>Anualidades para su realización.</b></p>
<p>Año 2018: Desarrollo de Centro Virtual de Innovación MOOC con todos sus aplicativos, recursos y funcionalidades.</p>
<p>Presupuesto aproximado.</p>
<p>Año 2018: Desarrollo de Centro Virtual de Innovación MOOC. 40.000 euros.</p>

<p><b>Medida. Desarrollo de un plan de innovación comarcal a llevar a cabo en los municipios de la comarca para la creación de innovaciones radicales con los productos y servicios de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b></p>
<p><b>Formulación de la Medida.</b></p> <p>En esta medida integramos el grueso de las propuestas presentadas por los diferentes actores en materia de formación, dando a las mismas una coherencia y enfoque global y estructurado en torno a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</p> <p>Desarrollo de programas de capacitación sobre la elaboración, transformación, procesos de innovación, diseño de marca, envases, embalajes, instalaciones, proyectos técnicos y planes de negocio. Es un plan de innovación a realizar en diversos municipios de la comarca, tomando como referencia los productos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO (higo, jamón, aceite, queso); culminándose en el desarrollo de talleres bajo una metodología y formato que tengan como resultado el diseño de nuevos productos (envases, embalajes, preparaciones...). El objetivo es ir preparando a las personas de la comarca para los retos de la innovación.</p> <p>Se trata de llevar la innovación a todos los municipios de la comarca a través de talleres prácticos de innovación en torno al principal producto de cada municipio relacionado con la marca PAISAJE GASTRONÓMICO (higo en Almoharín y Arroyomolinos, jamón en Montánchez, turismo de naturaleza en Sierra de Fuentes, queso en Valdefuentes...).</p> <p>Se llevará a cabo un taller de innovación abierto a las empresas, emprendedores y población en general de cada municipio, pudiéndose agrupar los talleres en función de la demanda y el tamaño de los municipios.</p> <p>El trabajo de los talleres se realizará en torno a una metodología que contiene los siguientes pasos: creación de ideas innovadoras en torno a productos/servicios de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, desarrollo de técnicas de innovación transversal aplicado, desarrollo de</p>

<p>prototipado y técnica del Desing Thinkin, desarrollo y exposición pública de las innovaciones generadas.</p>
<p><b>Informe de la Medida.</b></p> <p>La propuesta realizada por el Comité de Gestión en sus primeras reuniones de trabajo y configurado por la presidencia y gerencia de la Mancomunidad, ADISMONTA, representantes del tejido económico y social y asistencia técnica, goza de unanimidad por las partes, al abordar la innovación empresarial en torno al conjunto de producciones que configuran la marca PAISAJE GASTRONÓMICO y su trabajo con las empresas y población; el eje focal del Plan de Acción Territorial que identifica y pone en valor al conjunto del territorio, sus productos y servicios.</p>
<p><b>Acciones de la Medida.</b></p> <p>(1) Desarrollo de 21 talleres de innovación comarcal en torno al principal producto o servicio de la localidad con la siguiente metodología de trabajo:</p> <p>(1.1.) Proceso de creación de ideas innovadoras en torno a productos/servicios de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</p> <p>(1.2) Desarrollo de técnicas de innovación transversal aplicado.</p> <p>(1.3) Desarrollo de prototipado y técnica del Desing Thinkin.</p> <p>(1.4) Desarrollo y exposición pública de las innovaciones generadas. Cada taller tendrá una duración de 50 horas (25 presenciales y 25 on-line) y estará ejecutado por consultores expertos en innovación. Para el desarrollo de las actuaciones será necesario la disposición de tecnología y materiales de trabajo a aportar por la empresa adjudicataria de los servicios.</p>
<p><b>Anualidades para su realización.</b></p> <p>Año 2019: Desarrollo de 21 talleres en los municipios de la comarca.</p>
<p>Presupuesto aproximado.</p> <p>Año 2019: Desarrollo de 21 talleres en los municipios de la comarca. 168.000 euros: 8.000 euros por taller (cada taller incluye la realización del mismo por parte de expertos y poner a disposición los recursos materiales para el desarrollo de las acciones.</p>

<p><b>Medida. Aprovechamiento de productos silvestres de la comarca bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b></p>
<p><b>Formulación de la Medida.</b></p> <p>Recolección, producción y comercialización de productos silvestres (espárrago, setas, plantas aromáticas, criadillas...).</p> <p>Nuestra comarca es un enclave idóneo por su naturaleza virgen en gran parte del territorio para la producción espontánea de todo tipo de productos silvestres muy apreciados a nivel gastronómico. Son numerosos los visitantes que recorren nuestros campos recolectando esta riqueza.</p> <p>Se propone la creación de una marca comercial de este tipo de productos bajo el paraguas de "Paisajes Gastronómicos" para incentivar a la recogida de estos productos para su comercialización y la creación de una pequeña industria de elaboración y conservación de los mismos.</p> <p>El objetivo es la creación directa de empleo aprovechando los recursos naturales del territorio y la difusión de otra actividad relacionada directamente con la agricultura pero también con la industria.</p>

60.000 €
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Montánchez tiene un importante calado comarcal ya que se trata de la puesta en valor de los productos silvestres con una gran proyección en todo el territorio por lo que el proyecto posee un elevado interés para la puesta en valor de esta iniciativa en el contexto comarcal. Se trata de una iniciativa de marcado carácter comarcal y una gran conexión con los valores de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, contribuyendo a fortalecer los elementos gastronómicos que la componen desde tiempos ancestrales.
<b>Acciones de la Medida.</b>
(1) Elaboración de un estudio en profundidad sobre el potencial de los productos silvestres (mapeo de producciones, producción, especies, calidades, aplicaciones...).
(2) Elaboración de un estudio para la transformación de las especies y determinación de los procesos de transformación.
(3) Determinación de la viabilidad de cultivos de especies silvestres.
(4) Estudio de mercado sobre la comercialización de las producciones.
(5) Elaboración de material promocional y web sobre las producciones y potencialidades.
(6) Talleres demostrativos del potencial de las especies silvestres y singulares en todos los municipios de la comarca para el estímulo de la población local al desarrollo de pequeñas empresas.
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Aprovechamiento de productos silvestres.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Aprovechamiento de productos silvestres. 45.000 euros.

<b>Medida. Promoción del empleo en torno a los recursos que componen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Asesoramiento sociolaboral a todos los desempleados de la Comarca en búsqueda de empleo, acceso a las fórmulas de la económica social, creación de empresas.....en el marco de los paisajes gastronómicos.
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Aldea del Cano es complementaria con otras propuestas realizadas desde otros Ayuntamientos, Mancomunidad y Grupo de Acción Local en torno a la potenciación económica, empresarial y el apoyo a la creación de empleo en torno a los recursos comprendidos en la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.
<b>Acciones de la Medida.</b>
(1) Estudio del conjunto de los recursos económicos de la comarca susceptibles de generar actividad económica y empleo.

<p>(2) Asesoramiento sociolaboral a todos los desempleados de la comarca a través de la modalidad MOOC.</p> <p>(3) Desarrollo de programas de asesoramiento y formación multimedia.</p> <p>(4) Creación de una plataforma en internet para el desarrollo de los procesos de asesoramiento.</p>
<b>Anualidades para su realización.</b>
<p>Año 2018: Promoción del empleo en el marco de PAISAJE GASTRONÓMICO.</p> <p>Año 2019: Promoción del empleo en el marco de PAISAJE GASTRONÓMICO.</p>
<b>Presupuesto aproximado.</b>
<p>Año 2018: Promoción del empleo en el marco de PAISAJE GASTRONÓMICO. 15.000 euros.</p> <p>Año 2019: Promoción del empleo en el marco de PAISAJE GASTRONÓMICO. 15.000 euros.</p>

<b>Medida. Promoción de actividades económicas y creación de nuevas empresas en torno a los recursos que componen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
<p>Se trata de ofrecer un banco de ideas y proyectos emprendedores a todas las empresas y promotores de la comarca para que puedan orientar sus proyectos e inversiones productivas en torno a actividades emprendedoras con carácter innovador en función de los recursos endógenos de la comarca (higos, aceite, jamón, queso, turismo...).</p>
<b>Informe de la Medida.</b>
<p>La propuesta realizada por el Comité de Gestión en sus primeras reuniones de trabajo y configurado por la presidencia y gerencia de la Mancomunidad, ADISMONTA, representantes del tejido económico y social y asistencia técnica, goza de unanimidad por las partes, constituyendo una necesidad para estimular la actividad empresarial y la creación de empleo en torno a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, sus productos y servicios.</p>
<b>Acciones de la Medida.</b>
<p>(1) Análisis de las actividades innovadoras a desarrollar en torno a los productos y servicios de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</p> <p>(2) Elaboración de un banco de proyectos en materia de innovación en el sector primario.</p> <p>(3) Elaboración de un banco de proyectos en materia de innovación en el sector industrial.</p> <p>(4) Elaboración de un banco de proyectos en materia de innovación en el sector servicios.</p> <p>(5) Elaboración documentada de al menos 40 proyectos innovadores a desarrollar con los productos y servicios de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</p> <p>(6) Elaboración de esos recursos en formato de video y base documental.</p> <p>(7) Creación de una APP y web donde se puedan consultar los recursos generados.</p>
<b>Anualidades para su realización.</b>
<p>Año 2018: Promoción de actividades económicas y creación de nuevas empresas en torno a los recursos que componen la marca.</p>
<b>Presupuesto aproximado.</b>
<p>Año 2018: Promoción de actividades económicas y creación de nuevas empresas en torno a los recursos que componen la marca. 35.000 euros.</p>

--

<p><b>Medida. Desarrollo de un plan de capacitación en materia de liderazgo dirigido a responsables institucionales (alcaldes, concejales), junta directiva del GAL y responsables organizacionales de la comarca en el marco PAISAJE GASTRONÓMICO.</b></p>
<p><b>Formulación de la Medida.</b></p>
<p>Se trata del diseño, elaboración y ejecución de un plan de capacitación para la formación en liderazgo de las personas con responsabilidades institucionales y organizacionales de la comarca, como base necesaria para afrontar los cambios y desafíos del nuevo tiempo. El plan se abordará a través de talleres y acciones prácticas que culminará en que cada participante elabore un plan de liderazgo y acción para su organización.</p>
<p><b>Informe de la Medida.</b></p>
<p>La propuesta realizada por el Comité de Gestión en sus primeras reuniones de trabajo y configurado por la presidencia y gerencia de la Mancomunidad, ADISMONTA, representantes del tejido económico y social y asistencia técnica, goza de unanimidad por las partes, al abordar la necesidad de reforzar el liderazgo y las competencias directivas de los responsables institucionales y organizacionales de la comarca, como refuerzo de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</p>
<p><b>Acciones de la Medida.</b></p>
<p>(1) Desarrollo de un programa de capacitación en liderazgo con una metodología proactiva donde cada participante se compromete a elaborar un plan de liderazgo y un plan estratégico para su organización.  (2) Desarrollo de acciones presenciales a través de acciones presenciales con 50 horas de duración.  (3) Desarrollo de sesiones de mentorización y atención personalizada a cada participante con 50 horas de duración.  (4) Desarrollo de sesiones complementarias on-line con 50 horas de duración que incluirán el diseño de un programa de formación en formato de video por parte de la empresa adjudicataria.  (5) Sesión de clausura con la presentación de los trabajos finales por parte de los participantes.</p>
<p><b>Anualidades para su realización.</b></p>
<p>Año 2018: Desarrollo del plan de capacitación.</p>
<p><b>Presupuesto aproximado.</b></p>
<p>Año 2018: Desarrollo del plan de capacitación. 30.000 euros.</p>

<p><b>Medida. Desarrollo de un plan de capacitación en materia de liderazgo, dirección y gerencia dirigido a personal técnico y directivo de la comarca (agentes de desarrollo, técnicos, personal directivo de empresas y cooperativas...) para el impulso de la comarca en el marco PAISAJE GASTRONÓMICO.</b></p>
<p><b>Formulación de la Medida.</b></p>
<p>Acciones de la medida: se trata del diseño, elaboración y ejecución de un plan de capacitación para la formación en liderazgo, dirección y gerencia dirigido a personal técnico y directivo de la comarca, como base necesaria para afrontar los cambios y desafíos del nuevo tiempo. El plan</p>

se abordará a través de talleres y acciones prácticas que culminará en que cada participante elabore un plan estratégico para su organización y un plan de innovación.
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Comité de Gestión en sus primeras reuniones de trabajo y configurado por la presidencia y gerencia de la Mancomunidad, ADISMONTA, representantes del tejido económico y social y asistencia técnica, goza de unanimidad por las partes, al abordar la necesidad de reforzar el liderazgo y las competencias directivas del personal técnico y directivo de la comarca, como refuerzo de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.
<b>Acciones de la Medida.</b>
(1) Desarrollo de un programa de capacitación en liderazgo con una metodología proactiva donde cada participante se compromete a elaborar un plan de liderazgo y un plan estratégico para su organización. (2) Desarrollo de acciones presenciales a través de acciones presenciales con 50 horas de duración. (3) Desarrollo de sesiones de mentorización y atención personalizada a cada participante con 50 horas de duración. (4) Desarrollo de sesiones complementarias on-line con 50 horas de duración que incluirán el diseño de un programa de formación en formato de video por parte de la empresa adjudicataria. (5) Sesión de clausura con la presentación de los trabajos finales por parte de los participantes.
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2019: Desarrollo del plan de capacitación.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2019: Desarrollo del plan de capacitación. 30.000 euros.

<b>Medida. Acciones derivadas del Grupo Operativo Higos bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Se trata de aglutinar a todas las empresas y actores relacionados con el sector del higo en la comarca para la potenciación y desarrollo de sus actividades (producción agrícola, transformación y comercialización) en aras a convertirlo en una economía de escala para la comarca. En los últimos meses se ha llevado a cabo un gran esfuerzo para aglutinar a los actores del sector, siendo necesarias un conjunto de actuaciones para apuntalar y consolidar este trabajo para convertir a la comarca en referente y "capital mundial del higo".
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Comité de Gestión en sus primeras reuniones de trabajo y configurado por la presidencia y gerencia de la Mancomunidad, ADISMONTA, representantes del tejido económico y social y asistencia técnica, goza de unanimidad por las partes, al abordar la necesidad de trabajar sobre la promoción en torno al higo como producto estrella dentro de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO. Dado el gran número de actuaciones presentadas en torno al higo por parte de los Ayuntamientos y otras instancias comarcales, se hace necesario integrar las mismas una vez recogidas, organizadas y sistematizadas.

<b>Acciones de la Medida.</b>
<p>(1) Desarrollo de un estudio para el establecimiento de las potencialidades del sector en la comarca en torno a los siguientes parámetros: incremento de la superficie de cultivo de higueral en la comarca, incremento de la calidad de las producciones, incremento de la productividad por la mejora varietal y la tecnología aplicada a la producción, mejora de la calidad en los productos destinados al consumo, utilización de la producción residual y rentabilización en la elaboración de piensos para el cerdo ibérico, incorporación de nuevas técnicas para el tratamiento y manejo de los higos, incremento de las rentas de los productores y transformadores, creación de nuevas empresas y empleos en el sector.</p> <p>(2) Acciones de fortalecimiento del grupo operativo mediante talleres de trabajo.</p> <p>(3) Visitas experienciales de los miembros del grupo operativo a casos de éxito en otras regiones.</p> <p>(4) Acciones de promoción y divulgación del grupo operativo.</p>
<b>Anualidades para su realización.</b>
<p>Año 2018: Desarrollo del estudio para el desarrollo del sector.</p> <p>Año 2019: Desarrollo del resto de acciones contempladas.</p>
<b>Presupuesto aproximado.</b>
<p>Año 2018: Desarrollo del estudio para el desarrollo del sector. 20.000</p> <p>Año 2019: Desarrollo del resto de acciones contempladas. 10.000</p>

<b>Medida. Campaña de dinamización de las cooperativas, especialmente dirigida a la producción de un aceite de buena calidad y singularidad geográfica en el marco PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
<p>El aceite, junto al higo, el jamón y el queso; constituyen los principales referentes de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO. Uno de los principales focos para generar innovación y capturar el valor añadido de las producciones de aceite en la comarca se centra en el trabajo con las cooperativas del sector en torno al desarrollo de nuevos envases, embalajes, presentaciones... Todo ello bajo el paraguas de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</p>
<b>Informe de la Medida.</b>
<p>La propuesta realizada por el Comité de Gestión en sus primeras reuniones de trabajo y configurado por la presidencia y gerencia de la Mancomunidad, ADISMONTA, representantes del tejido económico y social y asistencia técnica, goza de unanimidad por las partes, al abordar la necesidad de trabajar la dinamización de los productores y cooperativas del sector dentro de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</p> <p>Se hace necesario integrar las actuaciones presentadas en torno al aceite desde las diferentes propuestas realizadas.</p>
<b>Acciones de la Medida.</b>
<p>(1) Plan de dinamización de los productores, cooperativas y almazaras en torno a la calidad.</p> <p>(2) Desarrollo de acciones de mentorización y demostrativas en las cooperativas.</p> <p>(3) Asesoramiento y dinamización de productores.</p> <p>(4) Elaboración de material promocional y divulgativo (folletos) en torno a la innovación en el sector.</p>
<b>Anualidades para su realización.</b>
<p>Año 2018: Dinamización del sector oleícola.</p> <p>Año 2019: Dinamización del sector oleícola.</p>

**Presupuesto aproximado.**

Año 2018: Dinamización del sector oleícola. 10.000 euros.

Año 2019: Dinamización del sector oleícola. 10.000 euros.

**Medida. Formación de la agrupación de productores de higo bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.**

**Formulación de la Medida.**

Formar una agrupación de productores a nivel comarcal para la regeneración de la agricultura a través de la profesionalización, la innovación, transformación y comercialización de los higos desde la agrupación.

Promover la innovación y el asociacionismo en la comarca y apoyar a las personas de los pueblos en sus iniciativas para la producción de novedosos productos. También planteamos profesionalizar al sector para sustituir a los agricultores que se retiran, de esta manera crear puestos de trabajo, mantener el patrimonio rural y mantener la renta de las personas que cesan en la actividad.

Para las acciones de sensibilización con el asociacionismo, el perfil de nuestros agricultores es bastante reacio a la información explícita, necesita información tácita, de esta manera pueden realizar su propio análisis antes de emprender senderos desconocidos para ellos, en este caso las acciones de sensibilización deben estar respaldadas por los resultados que aportan los beneficios del cooperativismo. Fácil sería realizar jornadas dentro de cooperativas que ya funcionan así, pero difícilmente se lograría que una organización mostrara su estrategia interna y dedicara todo el tiempo necesario para que los sujetos pudiesen adquirir este conocimiento.

Nuestra fórmula para desarrollar el estado emocional del asociacionismo requiere de mentores bien conocidos y reconocidos por los actores, como son alcaldes y profesionales de la administración que informan de la gran oportunidad que ofrece la innovación abierta integrada en el asociacionismo, entendemos que el egocentrismo presente en todos nosotros pierde fuerza cuando protagonizamos la acción como personas en lugar de como pueblo, comunicar el alcance de éxito en las organizaciones existentes y que nosotros pretendemos ir más allá es un buen mensaje, pero si además se les comunica que el conocimiento que tienen es importantísimo para unir los puntos del conocimiento convencional con el tecnológico/científico de nuestros días, que representará su valor profesional y patrimonial necesario para cuando cesa en la actividad, posiblemente esa mayoría con edad avanzada se sienta protagonista y responsable de su futuro y del de las generaciones venideras. Realizar estas charlas y a la vez seleccionar entre tres y ocho voluntarios en cada pueblo para organizar las primeras mesas de trabajo, sería susceptible de conseguir una clave fundamental para nuestros actores, (estímulo - respuesta), es decir, seguido del conocimiento explícito obtendrán lo que más les gusta, el conocimiento tácito, y este conocimiento tácito lo logran en grupos de personas de diferentes pueblos que buscan soluciones comunes. Puede haber pueblos interesados en diferenciar la carne de cerdo de su competencia, otros pueden querer mejorar los suelos o los árboles, otros la recolección, otros la transformación, etc..., la unión de ideas simples de varios interesados que localizan un problema, desembocará en grandes soluciones. Esta es nuestra estrategia para sensibilizar al actor con el asociacionismo del siglo XXI.

Las acciones de formación mediante seminarios y jornadas formativas entendemos que deben estar participadas con alguna/s intervención/es de actores que ya vivieron experiencias en nuestra comarca a través de estas mesas de trabajo, creemos que lo de (*para muestra un botón*) cobraría sentido y atraerá el interés de las personas con inquietud y talento en nuestra comarca para solicitar participación en estas mesas de trabajo, (si entre ellos lo hicieron nosotros también), este comentario en nuestra sociedad es muy posible que se realice, principalmente porque todos suelen conocerse y conocen de las capacidades individuales de cada uno, con esto decir que las primeras acciones en esta dirección serán la invitación a personas que al principio no se atrevieron a exponerse al reto.

Entendemos que al igual que en el texto anterior, las píldoras formativas las podemos construir con experiencias propias, también podemos recurrir a casos y acciones de otros lugares, pero entendemos que debemos construir nosotros y que nuestra capacidad es suficiente para generar estos cortos con experiencias reales y locales.

Los cursos de formación para el asociacionismo y el cooperativismo, entendemos que deben realizarse una vez obtenemos la respuesta de nuestra sociedad de actores, de esta manera medir el alcance de los cursos. En este caso proponemos que los cursos se orienten y titulen como innovación abierta integrada en el asociacionismo y el cooperativismo, ya que el asociacionismo/cooperativismo como tal, aunque está poco integrado en nuestra comarca, sí que es un mecanismo conocido, por esta razón, cursos de asociacionismo y cooperativismo pueden limitar el interés de las personas, cuando lo que pretendemos es alcanzar el interés máximo. Como mentores en estos cursos sería importante destacar la intervención de sujetos directivos de estas organizaciones, ellos pueden transmitir historias reales de los éxitos y fracasos necesarios para alcanzar el conocimiento actual que les ha permitido crear su propio universo.

La visita a experiencias exitosas puede ser clave, se pueden realizar en el Jerte, Campo de San Pedro, La Unidad, etc... , creemos que deben ser fuera de nuestra comarca, o bien con resultados que nosotros podemos obtener, cuando mencionamos en nuestra propuesta que en nuestra comarca tenemos talento en RR.HH. sobrado para afrontar retos, nos referimos a que tenemos capacidad sobrada para generar innovadores procesos de mejora e incluso propiedad intelectual de novedosos medios para mejorar las soluciones actuales, éstas acciones pueden unir a las personas con gran facilidad para lograr objetivos. Creemos que las experiencias exitosas con poder para captar las emociones son mucho más fuertes cuando surgen dentro del edificio que de fuera del edificio. Cuando son de fuera del edificio evidentemente son muy buenas, rápidas y prácticas, pero condicionadas, cuando son de dentro del edificio el conocimiento es tan elevado que te permite incrementar los beneficios emocionales y prácticos de donde surge la motivación para las oportunidades y el asociacionismo.

El asociacionismo surge para satisfacer una necesidad común, en el caso de nuestros actores, para entrar en ese estado emocional se hace necesario realizar acciones de estímulo-respuesta, para el perfil de los actores en nuestra comarca, este estado se alcanza a través del conocimiento práctico y resultado de objetivos, a partir de una primera experiencia descubren que la asociación de ideas simples, desemboca en grandes soluciones, en ese tramo realizarán el siguiente descubrimiento; que en solitario nunca hubiesen alcanzado el objetivo, por lo tanto, todos necesitan a todos.

#### **Informe de la Medida.**

La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Arroyomolinos es complementaria y se podría integrar con otras propuestas realizadas desde otros Ayuntamientos, Mancomunidad y Grupo de Acción Local en torno al fomento del asociacionismo y el cooperativismo de los productores

e industrias de transformación asociados a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO en el marco del higo.
<b>Acciones de la Medida.</b>
(1) Acciones de sensibilización de los productores y transformadores para establecer fórmulas de asociacionismo y desarrollar una cultura de la cooperación. (2) Acciones de formación mediante seminarios y jornadas formativas de corta duración. (3) Elaboración de píldoras formativas de corta duración en formato de video. (4) Curso de corta duración para el desarrollo del asociacionismo y cooperativismo. (5) Visitas a experiencias exitosas.
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Creación de la agrupación de productores.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Creación de la agrupación de productores. 50 .000 euros

<b>Medida. Promoción del higo bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Esta medida se aborda e integra en las acciones de promoción del higo propuesta por ADISMONTA. El objetivo es promociona el higo durante los fines de semana de la temporada de producción. Las actividades se realizaran en los municipios más vinculada a la producción del higo. Apoyo a la promoción de los productos agroalimentarios y la cultura gastronómica en las actividades relacionadas con el turismo rural. Feria del higo comarcal: Jornadas técnicas. Encuentro de empresarios. Comercialización de productos Misión comercial con países árabes Viajes con prensa especializada para el uso gastronómico del higo. Show cooking utilizando el higo como materia prima. Talleres al sector empresarial.
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Almoharín es complementaria y se podría integrar con otras propuestas realizadas desde otros Ayuntamientos, Mancomunidad y Grupo de Acción Local en torno al desarrollo de las actividades de promoción y comercialización del higo.
<b>Acciones de la Medida.</b>
(1) Elaboración de un plan director para la promoción y comercialización del higo que incluya una estrategia para su ejecución. (2) Determinación de los objetivos y el plan de trabajo, actividades a realizar, municipios en los que se llevará a cabo, organizaciones participantes... (3) Ejecución del plan en función de la estrategia y actuaciones diseñadas.

(4) Elaboración de material promocional y de apoyo a la comercialización del higo y sus especialidades.
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Elaboración del plan director para la promoción y comercialización. Año 2019: Ejecución del plan y el resto de actuaciones contempladas.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: 10.000 euros Año 2019: 20.000 euros.

<b>Medida. Formación en la transformación del higo bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
<p>La Medida puede integrarse en la Medida 3.3. aglutinándose en ella el conjunto de propuestas de formación y capacitación.</p> <p>Cursos dirigidos a la transformación del higo y nuevos protocolos de actuación en la producción primaria.</p> <p>Disponer de profesionales con capacidad suficiente para certificar la calidad del producto y transformarlo en novedosos productos, susceptible de generar nuevas iniciativas de fabricación en los pueblos de nuestra comarca.</p> <p>Entendemos un formato para un curso práctico cuando la parte explícita donde se analizan las utilidades y parámetros imprescindibles en las normas de calidad y seguridad alimentaria no supera el 30% del curso, previo examen para garantizar que los protocolos y actuación en este sector son perfectamente comprendidos, se pasa al conocimiento práctico a través de sesiones en las mesas de trabajo en los que los asistentes vuelcan todas sus ideas para definir la acción que pondrán en funcionamiento, posteriormente interactúan en la cocina técnica de las instalaciones poniendo en práctica todo el conocimiento adquirido para alcanzar los resultados, un formato práctico dentro de lo que representa la transformación del higo bien pueden ser higos secos en aguardiente y cazalla en envases de una unidad para postres o bien un preparado de higos al oporto en envases de 6 u 8 unidades, son referencias fáciles de elaborar e innovadoras. Siempre se acompañaran iniciativas para investigar tecnologías que puedan hacer accesible una experiencia sobre un producto a la industria, bien sea para iniciativas de los creadores o buscando alianzas con productores de nuestra comarca.</p>
<b>Informe de la Medida.</b>
<p>La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Arroyomolinos es complementaria y se podría integrar con otras propuestas realizadas desde otros Ayuntamientos, Mancomunidad y Grupo de Acción Local en torno al desarrollo de acciones de formación e innovación de los productos, encajando perfectamente en la propuesta de Laboratorio de Innovación y las acciones de capacitación en torno a la obtención del valor añadido de los productos de la comarca que componen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</p>
<b>Acciones de la Medida.</b>
(1) Realización de un curso de formación para la transformación del higo en un formato práctico.
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Realización del curso.

**Presupuesto aproximado.**

Año 2018: Realización del curso. 18.000 euros.

**Medida. Jornadas para la transformación del higo bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.**

**Formulación de la Medida.**

La Medida puede integrarse en la Medida 3.3. aglutinándose en ella el conjunto de propuestas de formación y capacitación.

Jornadas y acciones para la transformación del higo y sus aplicaciones industriales.

Jornadas de comunicación en los pueblos de la comarca, dirigida y gestionada por los alcaldes y personal técnico de la administración, estas jornadas además de informativas deben aprovecharse para seleccionar a pequeños grupos de personas que muestran interés en saber que se les propone y que grado de protagonismo pueden alcanzar en el medio, también en qué consiste este novedoso proyecto en el que además pueden retener riqueza a través de habilidades individuales y potencialmente necesarias, no solo para ellos, también para su entorno.

Transmitirles lo que pueden lograr con la transformación del higo será una labor fácil, solo con recopilar historias de éxito puestas en los líneales gourmet con referencia al higo tendrían ejemplos a seguir, ya que a este producto le queda un trayecto increíblemente largo en lo referido a la transformación, se hacen necesarias más salsas, combinaciones de vinagres balsámicos con fructosa de higo y frutos rojos, salsas de higo propicias para el pescado, formatos de higo para las pizzas, y un largo etc... inacabable, pero somos conscientes que en la mayoría de pueblos el primer perfil que encontraremos se corresponde con un sujeto que pasa el día entero en el campo, en este caso la comunicación sería más propicia si nos referimos a la innovación en la protección de los suelos, la recolección con nuevos sistemas, la solución del agua en épocas de sequía, la certificación alimentaria certificada en la producción primaria y la identidad del producto que sale de sus tierras, en este caso comunicar con seguridad de acierto que tenemos las respuestas, pero que cada actor tiene una pequeña parte y debemos unir esas partes para alcanzar la solución puede ser el mensaje para la motivación y compromiso necesario. Esta es la transformación que posiblemente despierta emociones en este primer actor, una persona que la mayor parte de su vida transcurre observando y ayudando a mejorar su árboles.

En este caso el chaleco de campo para verano y una gorra personalizada de la agrupación serán productos significativos de participación a la vista de sus vecinos que ayudaría a promocionar la iniciativa.

La difusión de participación y resultados de acciones se difundirán en la pág. web y redes sociales de los actores.

**Informe de la Medida.**

La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Arroyomolinos es complementaria y se podría integrar con otras propuestas realizadas desde otros Ayuntamientos, Mancomunidad y Grupo de Acción Local en torno al desarrollo de acciones de promoción para la transformación del higo y sus aplicaciones, mediante el desarrollo de una estrategia territorial con acciones repartidas por los municipios productores.

**Acciones de la Medida.**

(1) Realización de las jornadas.

(2) Desarrollo de acciones demostrativas sobre nuevas formas de transformación.

(3) Edición de material promocional.
(4) Divulgación a través de medios de comunicación y redes sociales.
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Realización de las Jornadas.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Realización de las Jornadas. 20.000 euros.

<b>Medida. Otras acciones de formación y capacitación del sector del higo bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
<p>La Medida puede integrarse en la Medida 3.3. aglutinándose en ella el conjunto de propuestas de formación y capacitación, así como en las Medidas de capacitación en liderazgo.</p> <p>Formar un equipo de personas a través de mesas de trabajo que sean capaces y dispuestas para afrontar responsabilidades en la producción primaria, transformación y comercialización de los productos.</p> <p>Profesionalizar al sector y localizar profesionales afines en la comarca que buscan una oportunidad para desarrollarse.</p>
<b>Informe de la Medida.</b>
<p>La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Arroyomolinos es complementaria y se podría integrar con otras propuestas realizadas desde otros Ayuntamientos, Mancomunidad y Grupo de Acción Local en torno al desarrollo de acciones de promoción para la transformación del higo y sus aplicaciones, mediante el desarrollo de una estrategia territorial con acciones repartidas por los municipios productores.</p> <p>La propuesta se engloba dentro de las acciones de formación y capacitación en torno al higo enumeradas con anterioridad y que incluye también la capacitación de agricultores para orientar sus actividades hacia el cultivo de la higuera.</p>
<b>Acciones de la Medida.</b>
<p>(1) Realización de las jornadas.</p> <p>(2) Desarrollo de acciones demostrativas sobre nuevas formas de transformación.</p> <p>(3) Edición de material promocional.</p> <p>(4) Divulgación a través de medios de comunicación y redes sociales.</p>
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Desarrollo de otras acciones de formación y capacitación.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Desarrollo de otras acciones de formación y capacitación. 15.000 euros

<b>Medida. Curso de corte, presentación y envasado de jamón bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
---

<p><b>Formulación de la Medida.</b></p> <p>La Medida puede integrarse en la Medida 3.3. aglutinándose en ella el conjunto de propuestas de formación y capacitación.</p> <p>La industria jamonera es un sector muy arraigado en el municipio desde tiempo inmemorial. La tradición chacinera de Montánchez está recogida en la historia y ha sido siempre una pieza de las más importantes de nuestro economía. Este sector está muy regulado y es muy activo en cuanto a la promoción y distribución de sus productos en canales consolidados y atendiendo a una gran variedad de público.</p> <p>No obstante detectamos la falta de profesionales que se dediquen al corte artesano del jamón que también es imprescindible a la hora de la presentación del producto.</p> <p>Conseguir mediante cursos de formación, impartidos por profesionales que actualmente se dedican a esta tarea, se consiga ampliar el número de los mismos.</p> <p>El auge del consumo de jamón loncheado hace que sean necesarios estos trabajos artesanales que imprimen al producto una mayor calidad.</p> <p>La generación de empleo es importante ya que estos trabajadores está muy demandador por el sector de la restauración, las grandes superficies de venta de productos gourmet y las industrias jamoneras.</p> <p>Un curso realizado por el ayuntamiento de Montánchez en 2015 puede darnos una idea de la demanda de este tipo de trabajos (el 80% de los participantes en el mismo se dedican hoy a eso de manera continua o esporádica), habiéndose creado incluso un grupo de cortadores liderados por David Lavado Lázaro que corta exclusivamente jamón en actos de gran repercusión social tanto privada como pública (jornadas gastronómicas del cerdo ibérico de Montánchez, feria del queso de Valdefuentes, bodas y otro tipo de eventos familiares...).</p>
<p><b>Informe de la Medida.</b></p> <p>La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Montánchez tiene un alcance comarcal en todo aquello que está relacionado con el jamón y los productos del cerdo ibérico para la obtención del máximo valor añadido de sus producciones, en línea con el eje focal del PAT desde la transformación y la innovación de los productos que se engloban en la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</p>
<p><b>Acciones de la Medida.</b></p> <p>(1) Contratación de un curso de corte, presentación y envasado de jamón.</p> <p>(2) Captación de alumnos de la comarca.</p> <p>(3) Difusión y publicidad del curso entre las empresas y potenciales emprendedores de la comarca.</p> <p>(4) Impartición del curso.</p>
<p><b>Anualidades para su realización.</b></p> <p>Año 2018: Realización del curso de corte de jamón.</p>
<p><b>Presupuesto aproximado.</b></p> <p>Año 2018: Realización del curso de corte de jamón. 10.000 euros</p>

**Medidas y Acciones encaminadas a la promoción comarcal, acciones promocionales, comercialización de los productos y servicios de la comarca.**

<p><b>Medida. Campaña de promoción y comercialización Ruta del Jamón Ibérico Montánchez-Tamuja bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b></p>
<p><b>Formulación de la Medida.</b></p>
<p>Campaña de promoción y comercialización Ruta del Jamón Ibérico Montánchez-Tamuja.</p>
<p><b>Informe de la Medida.</b></p>
<p>La propuesta realizada por ADISMONTA se enmarca en un ámbito de trabajo que viene desarrollando el Grupo de Acción Local desde hace muchos años en torno al jamón; uno de los buques insignias de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</p> <p>La propuesta de ADISMONTA se complementa y se puede integrar con el resto de propuestas presentadas en torno a la promoción del jamón y de los productos de la dehesa.</p>
<p><b>Acciones de la Medida.</b></p>
<p>(1) Vertebración de la propuesta: Campaña de comunicación y proceso de adhesión comarcal a la Ruta del Jamón ibérico en La comarca Sierra de Montánchez y Tamuja ( Revisión de adhesiones y nueva campaña). Organización y composición del Comité ejecutivo y de gestión a nivel comarcal para el Club de producto Rutas del Jamón Ibérico. Visualización Ruta del Jamón ibérico en la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja. Señalización y elementos interpretativos del jamón y la Dehesa unido a la imagen Club de Producto Rutas del Jamón ibérico . (22 señales y dos elementos interpretativos ) Campaña en redes sociales sobre el Club de Producto Rutas del Jamón Ibérico en la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja (Cuatro campañas de 3 días . Dos en primavera y dos en otoño invierno) Inserción de anuncio y monográfico en revista especializada. Con tirada nacional por ejemplo revista Origen Inserción de vídeo promocional Ruta del Jamón Ibérico en la programación del Metro, Madrid en fechas claves como FITUR</p> <p>(2) Promoción Ruta del jamón ibérico comarca Sierra de Montánchez y Tamuja. Folleto sobre la liturgia del ibérico en nuestro territorio, (montanera, secado natural , elaboraciones, catas y venta directa ) 6000 / 10.000 ejemplares . Puesta en marcha de la plataforma de formación on- line sobre la cultura del ibérico para las nuevas adhesiones. Diseño y edición de un Micro-site de la Ruta del Ibérico en la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja. Incluir micro site Ruta del Ibérico Sierra de Montánchez y Tamuja junto al enlace Club de Producto Rutas del jamón ibérico en las distintas web promocionales (instituciones, organismos, empresas e industrias participantes ). *Merchandising (con temática dehesa/ ibérico) Cuadernos, bolígrafos ,manteles, mandiles, cubre jamones, bolsas .... Viaje de familiarización sobre la temática Jamón ibérico en la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja: Uno a nivel regional con prescriptores en el sector turístico de la ruta y otro a nivel nacional con bloggeros y periodistas. Participación en proyectos regionales y nacionales con el Club de Producto Rutas del Jamón ibérico. Puesta en marcha de la campaña de adhesión Club de Producto Ruta de jamón ibérico / Turismo sostenible ( 15 a 30 Adhesiones ).</p> <p>(3) Comercialización.</p>

<p>Asistencia a ferias regionales. Stand en la feria de Jerez a disposición de los productores de la zona para venta directa.</p> <p>Participación en las jornadas comarcales del Ibérico en Montánchez.</p> <p>Asistencia a ferias nacionales : Madrid fushion con temática general y una feria nacional con peso en el producto ibérico Stand a disposición de productores y restauradores para venta y promoción directa.</p> <p>Dos acciones promocionales en Madrid y Barcelona de la cultura del ibérico en Sierra de Montánchez y Tamuja. Presentación de la liturgia del ibérico y cata ( dos días por localización)</p>
<p><b>Anualidades para su realización.</b></p>
<p>Año 2018: Campaña de promoción y comercialización Ruta del Jamón Ibérico Montánchez-Tamuja.</p> <p>Año 2019: Campaña de promoción y comercialización Ruta del Jamón Ibérico Montánchez-Tamuja.</p>
<p><b>Presupuesto aproximado.</b></p>
<p>Año 2018: Campaña de promoción y comercialización Ruta del Jamón Ibérico Montánchez-Tamuja. 50.000 euros.</p> <p>Año 2019: Campaña de promoción y comercialización Ruta del Jamón Ibérico Montánchez-Tamuja.50.000 euros.</p>

<p><b>Medida. Acciones de promoción, comercialización e innovación "Capital mundial del higo" bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b></p>
<p><b>Formulación de la Medida.</b></p>
<p>Acciones de promoción, comercialización e innovación "Capital mundial del higo".</p>
<p><b>Informe de la Medida.</b></p>
<p>La propuesta realizada por ADISMONTA se enmarca en un ámbito de trabajo que constituye el buque insignia de los productos de la comarca, que la destacan como principal zona productora de higo de la Unión Europea, el elemento principal de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</p> <p>La propuesta de ADISMONTA se complementa y se puede integrar con el resto de propuestas presentadas en torno a la promoción, comercialización e innovación en torno al higo.</p>
<p><b>Acciones de la Medida.</b></p>
<p>Las acciones se complementan y están integradas en una gran batería de propuestas presentadas desde los diferentes actores en la elaboración del PAT.</p> <p>(1) Desarrollo de la semana del higo en la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja, incidiendo en la misma sobre actividades ligadas a la promoción.</p> <p>(2) Inauguración del/de los hito/s-arquitectónico escultural relacionado/s con el higo, fruto de la acción relacionada en la Medida 1.2, que deberá integrarse en la campaña "Capital Mundial del Higo".</p> <p>(3) Edición de un recetario de postres y cocina, atendiendo a criterios saludables y bondades del producto.</p>

<p>(4) Edición de 10 paneles interpretativos sobre el higo en la comarca de Sierra de Montánchez y Tamuja, y las razones por las que se convierte en Capital Mundial del Higo, para exposición itinerante y participación en ferias y eventos internacionales.</p> <p>(5) Contratación de cuñas de radio publicitarias, con el slogan Capital Mundial del Higo, en momentos de programación coincidentes con el resto de eventos relacionados.</p> <p>(6) Spot publicitario con slogan Capital Mundial del Higo, para su difusión por medios de comunicación y redes sociales.</p> <p>(7) participación en eventos internacionales relacionados con la gastronomía.</p> <p>(8) Redacción de proyecto, estudio de mercado y preparación de una 1ª Edición del Salón Internacional del Higo.</p>
<p><b>Anualidades para su realización.</b></p> <p>Año 2018: Acciones de promoción, comercialización e innovación "Capital mundial del higo". Año 2019: Acciones de promoción, comercialización e innovación "Capital mundial del higo".</p>
<p><b>Presupuesto aproximado.</b></p> <p>Año 2018: Acciones de promoción, comercialización e innovación "Capital mundial del higo". 75.000 euros. Año 2019: Acciones de promoción, comercialización e innovación "Capital mundial del higo". 75.000 euros.</p>

<p><b>Medida. Acciones de promoción y comercialización quesos de la comarca como territorio Torta del Casar bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b></p>
<p><b>Formulación de la Medida.</b></p> <p>La propuesta realizada por Adismonta se enmarca en un ámbito de trabajo que constituye uno de los buques insignia de los productos de la comarca, que la destacan como zona dentro de la DOP Torta del Casar , uno de los elementos clave de la marca paisaje gastronómico . La zona geográfica de la Denominación de Origen Protegida "Torta del Casar" está ubicada en una de las provincias más extensas de España: Cáceres. La DOP Torta del Casar se extiende por dos comarcas cacereña; Tajo, Salor ,Almonte y Sierra de Montánchez Tamuja.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los Llanos de Cáceres</li> <li>• Sierra de fuentes</li> <li>• Montánchez</li> </ul> <p>El territorio que abarca la DOP Torta del Casar es de unas 40.000 hectáreas. La población del conjunto de la provincia de Cáceres asciende a 410.275 habitantes. El 34% de la población 141.911hb de la provincia residen bajo el área de influencia de la DOP Destacamos que esta denominación afecta a casi todo el territorio de nuestra comarca en producción láctea principalmente La propuesta de actuación de ADISMONTA en torno a este elemento complementa y se puede integrar en el resto de propuestas presentadas en torno a la promoción , comercialización e innovación en torno al queso.</p>

<p><b>Informe de la Medida.</b></p> <p>La propuesta realizada por ADISMONTA se enmarca en un ámbito de trabajo que constituye uno de los buques insignia de los productos de la comarca, que la destacan como zona dentro de la DOP Torta del Casar, uno de los elementos clave de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO. La propuesta de ADISMONTA se complementa y se puede integrar con el resto de propuestas presentadas en torno a la promoción, comercialización e innovación en torno al queso.</p>
<p><b>Acciones de la Medida.</b></p> <p>Las acciones deben ir dirigidas a la integración de esta oferta en productos regionales( Ruta del Queso en Extremadura) principalmente, para seguir con su participación en proyectos nacionales ( Saborea España) o Europeos ( Itinerario cultural Rutas Europeas del Queso )</p> <p>(1) Vertebración de la propuesta :</p> <p>Campaña de comunicación y proceso de adhesión comarcal a la Ruta del Queso de Extremadura.</p> <p>Visualización Ruta del Queso en la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja.</p> <p>Señalización y elementos interpretativos del queso unido a la imagen regional de la Ruta del Queso de Extremadura. En esta Acción entran a formar parte como elementos a promocionar todas las queserías ya que en la ruta regional esta tanto Torta del Casar como Quesos de Cáceres (esta última sin denominación ).</p> <p>(22 señales y dos elementos interpretativos )</p> <p>(2) Promoción Ruta del Queso comarca Sierra de Montánchez y Tamuja:</p> <p>Folleto sobre la cultura del queso en nuestro territorio (Trashumancia, desarrollo ganadero , elaboración del queso, catas y venta directa ) 6000 / 10.000 ejemplares.</p> <p>Diseño y edición de un Micro-site de la Ruta del Queso en la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja.</p> <p>Incluir microsite Ruta del Queso Sierra de Montánchez y Tamuja junto al enlace de la ruta del queso de Extremadura en las distintas web promocionales (instituciones, organismos , empresas e industrias participantes ).</p> <p>Merchandaising (con temática pastoril y quesera ) Cuadernos, bolígrafos , Tablas de queso, bolsas ....</p> <p>Viaje de familiarización sobre la temática DOP Torta del Casar en la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja: Uno a nivel regional con prescriptores en el sector turístico de la ruta y otro a nivel nacional con bloggeros y periodistas.</p> <p>Participación en proyectos nacionales o internacionales sobre la temática de la cultura pastoril y el queso .</p> <p>Comercialización:</p> <p>Asistencia a ferias regionales. Stand en la feria del queso de Trujillo a disposición de los productores de la zona para venta directa.</p> <p>Asistencia a ferias nacionales : Madrid fashion con temática general y una feria nacional con peso en el producto quesero . Stand a disposición de productores y restauradores para venta y promoción directa.</p>
<p><b>Anualidades para su realización.</b></p> <p>Año 2018: Acciones de promoción y comercialización quesos de la comarca como territorio Torta del Casar.</p>

Año 2019: Acciones de promoción y comercialización quesos de la comarca como territorio Torta del Casar.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Acciones de promoción y comercialización quesos de la comarca como territorio Torta del Casar. 40.000 euros.
Año 2019: Acciones de promoción y comercialización quesos de la comarca como territorio Torta del Casar. 60.000 euros.

<b>Medida. Campaña Maravillas Culturales en la historia de Sierra de Montánchez y Tamuja bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
<p>Las conocidas como las 7 Maravillas de la Sierra de Montánchez y Tamuja son: El Castro prerromano de Villasviejas del Tamuja, Basílica de Santa Lucía del Trampal, el Castillo de Montánchez, Pinturas Murales de la Ermita del Cristo del Amparo, el Claustro Conventual de los Agustinos Recoletos, Encina La Terrona y Ruta de los Molinos.</p> <p>Todas son maravillas culturales a través de las cuáles puede explicarse la historia de los pueblos de la comarca de Sierra de Montánchez y Tamuja, y el uso que se ha venido dando a los recursos de su entorno. Aprovechando la concurrencia del Año Europeo del Patrimonio Cultural, el proyecto consiste en una campaña, en base a productos y resultados utilizables a través de distintos canales y plataformas, que pueda dar lugar a una promoción lo suficientemente duradera en el tiempo.</p>
<b>Informe de la Medida.</b>
<p>La propuesta realizada por ADISMONTA se enmarca en torno a los elementos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</p> <p>La propuesta de ADISMONTA se complementa y se puede integrar con el resto de propuestas presentadas en torno a la promoción turística y económica de la comarca.</p>
<b>Acciones de la Medida.</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>(1) Producción de imágenes 3D e imágenes de 360º para cada una de las 7 maravillas.</li> <li>(2) Edición de un video de corta duración de cada una de las 7 Maravillas.</li> <li>(3) Una audioguía explicativa para cada una de las maravillas.</li> <li>(4) Campaña en redes sociales tomando los anteriores elementos audiovisuales individualmente.</li> <li>(5) Integración de los anteriores elementos en una app, como Guía por la Ruta de las 7 Maravillas.</li> <li>(6) Integración de los elementos en una microsite que presente el ya editado libreto de Ruta por las 7 Maravillas (que describe una ruta específica partiendo de cada maravilla) y, por otro lado, los anteriores recursos y productos en forma de Galería Multimedia.</li> </ol>
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2019: Campaña Maravillas Culturales en la historia de Sierra de Montánchez y Tamuja.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Campaña Maravillas Culturales en la historia de Sierra de Montánchez y Tamuja. 28.000 euros.

--

<b>Medida. Ayudas a ferias y eventos consolidados en la comarca bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Ayudas a ferias y eventos consolidados en la comarca como motores económicos y dinamizadores, dándoles más visibilidad y empuje desde las instituciones.
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por ADISMONTA tiene alcance comarcal en aras a poner en valor las principales ferias y eventos consolidados en la comarca, una propuesta que coincide con otras formuladas por Ayuntamientos, Mancomunidad y otros actores comarcales, como elemento esencial para el desarrollo de los valores de marca PAISAJE GASTRONÓMICO y acicate para el desarrollo turístico de la comarca.
<b>Acciones de la Medida.</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>(1) Promoción y patrocinio de las principales ferias y eventos consolidados en la comarca.</li> <li>(2) Elaboración de un catálogo de las ferias y eventos consolidados en la comarca.</li> <li>(3) Elaboración de base fotográfica y documental de las ferias y eventos consolidados en la comarca.</li> <li>(4) Producción de videos promocionales de las ferias y eventos consolidados en la comarca.</li> <li>(5) Elaboración de una página web para la promoción de las ferias y eventos consolidados en la comarca.</li> <li>(6) Elaboración de una guía de ferias y eventos consolidados con una tirada de 1000 ejemplares.</li> <li>(7) Promoción de las ferias y eventos consolidados en ferias de turismo.</li> <li>(8) Elaboración de folletos y cartelería.</li> <li>(9) Acciones de promoción en diferentes medios de comunicación.</li> </ol>
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Ayudas a ferias y eventos consolidados en la comarca.
Año 2019: Ayudas a ferias y eventos consolidados en la comarca.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Ayudas a ferias y eventos consolidados en la comarca. 40.000 euros.
Año 2019: Ayudas a ferias y eventos consolidados en la comarca. 30.000 euros.

<b>Medida. Elaboración de un estudio y material promocional de los principales eventos festivos de la comarca bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Elaboración de un estudio de los principales eventos festivos de la comarca y su relación con otros de carácter regional, concreción del estudio en una guía y un libro electrónico para su publicación en soporte papel y publicación electrónica.
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada en el Comité de Gestión en sus primeras reuniones de trabajo y configurado por la presidencia y gerencia de la Mancomunidad, ADISMONTA, representantes

<p>del tejido económico y social y asistencia técnica, goza de unanimidad por las partes. La propuesta está ratificada por diferentes Ayuntamientos, pudiendo comprobar el interés generalizado por la elaboración de una guía de eventos festivos que aumente el interés y las visitas por la comarca, contribuyendo al reforzamiento de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO; un valor fundamental que ha de actuar como aglutinante para una comarca necesitada de elementos que refuercen su identidad.</p> <p>Proponemos la fusión de las diferentes propuestas realizadas por los diferentes actores en relación a la promoción de eventos festivos.</p>
<p><b>Acciones de la Medida.</b></p>
<p>(1) Recopilación documental de todos los eventos festivos en los municipios de la comarca.  (2) Elaboración de una guía de eventos festivos de la comarca en soporte electrónico con una extensión de 25 páginas.  (3) Elaboración de un libro electrónico de 200 páginas a todo color para su distribución por Internet.  (4) Promoción de eventos festivos a través de ferias y divulgación por medios de comunicación.  (6) Creación de una página web para divulgación de eventos festivos.</p> <p>Observaciones: el conjunto de actividades planteadas en la medida se incorporarán a la web comarcal.</p>
<p><b>Anualidades para su realización.</b></p>
<p>Año 2018: Elaboración de una guía y material promocional de eventos festivos.</p>
<p><b>Presupuesto aproximado.</b></p>
<p>Año 2018: Elaboración de una guía y material promocional de eventos festivos. 20.000 euros.</p>

<p><b>Medida. Estudio de producto de Naturaleza en Sierra de Montánchez y Tamuja bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b></p>
<p><b>Formulación de la Medida.</b></p>
<p>Mejorar el conocimiento para la adecuada valorización y aprovechamiento del recurso naturaleza de la comarca. Se trata de dar oportunidades y recursos a emprendedores relacionados con negocios e iniciativas de turismo natural, mejorando el conocimiento y la calidad del extraordinario recurso que supone la naturaleza de este enclave como complemento de otros atractivos.</p>
<p><b>Informe de la Medida.</b></p>
<p>La propuesta realizada por el Comité de Gestión en sus primeras reuniones de trabajo y configurado por la presidencia y gerencia de la Mancomunidad, ADISMONTA, representantes del tejido económico y social y asistencia técnica, goza de unanimidad por las partes, al tratarse de poner en valor los recursos naturales del territorio que sostienen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</p>
<p><b>Acciones de la Medida.</b></p>
<p>(1) Estudio del producto de naturaleza en Sierra de Montánchez y Tamuja.  (2) Inventario de los recursos naturales de la comarca.  (3) Elaboración de bases de datos fotográficas y documentales.</p>

<p>(4) Elaboración de una publicación en torno a 150 páginas a todo color en soporte electrónico. (5) Acciones promocionales entre promotores, empresas y potenciales clientes y usuarios. Nota. Escuela profesional está haciendo un inventario de recursos naturales que podríamos sumar al análisis. (inventario) Incluir en el estudio la dehesa (puntos de observación de mayor riqueza, los árboles singulares) Observaciones: el conjunto de actividades planteadas en la medida se incorporarán a la web comarcal.</p>
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Elaboración del estudio.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Elaboración del estudio. 25.000 euros.

<b>Medida. Edición Guía de la Biodiversidad Sierra de Montánchez y Tamuja como refuerzo de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Centrándonos en uno de los principales recursos de Naturaleza de la zona, y uno de los espacios esteparios más importantes y conocidos de Extremadura, se propone la edición de un material de cuidada calidad, a la vez que sencillo y atractivo, como herramienta de promoción y divulgación de la biodiversidad de estos espacios, más allá de las típicas guías de aves.
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Comité de Gestión en sus primeras reuniones de trabajo y configurado por la presidencia y gerencia de la Mancomunidad, ADISMONTA, representantes del tejido económico y social y asistencia técnica, goza de unanimidad por las partes, al tratarse de poner en valor los recursos naturales del territorio que sostienen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.
<b>Acciones de la Medida.</b>
<p>(1) Estudio de la biodiversidad de Sierra de Montánchez y Tamuja. (2) Inventariación de los recursos de Sierra de Montánchez y Tamuja. (3) Elaboración de bases de datos fotográficas y documentales. (4) Elaboración de una publicación en torno a 100 páginas a todo color y edición de 500 ejemplares. (5) Acciones promocionales y de divulgación. Observaciones: el conjunto de actividades planteadas en la medida se incorporarán a la web comarcal.</p>
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Elaboración de la Guía.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Elaboración de la Guía. 23.000 euros.

<b>Medida. Diseño y edición de una Guía de Ocio de Cáceres y su entorno para el refuerzo de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Proyecto en cooperación con la Diputación y Ayuntamiento de Cáceres, con la creación de una guía en distintos soportes y formatos, junto a campaña de difusión en redes sociales. Supone la cooperación rural-urbana y la recopilación de eventos programados y programables.

<b>Informe de la Medida.</b>
<p>La propuesta realizada por el Comité de Gestión en sus primeras reuniones de trabajo y configurado por la presidencia y gerencia de la Mancomunidad, ADISMONTA, representantes del tejido económico y social y asistencia técnica, goza de unanimidad por las partes, al tratarse de poner en juego y desarrollar sinergias entre la capital de provincia (urbano) y el entorno de nuestra comarca (rural), incrementando la oferta turística desde la capital a nuestro territorio y facilitando la información para las visitas, reforzando de esta manera la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</p>
<b>Acciones de la Medida.</b>
<p>(1) Elaboración de la guía de ocio de Cáceres y su entorno.  (2) Elaboración de la guía en torno a 25 páginas a todo color y edición de 2000 ejemplares.  (3) Elaboración de la guía en soporte electrónico.  (4) Acciones promocionales y de divulgación.</p> <p>Observaciones: para el diseño de esta acción primero habría que hablar con el ayuntamiento de Cáceres y Tagus para cerrar el formato que se utiliza.  El conjunto de actividades planteadas en la medida se incorporarán a la web comarcal.</p>
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Elaboración de la guía.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Elaboración del estudio. 22.000 euros.

<b>Medida. Elaboración de la Guía PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
<p>Se trata de la creación de una guía para el conocimiento y difusión del territorio en 3 formatos: libro, libro electrónico y vídeo. La guía contiene una descripción sobre los productos que componen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, su entorno, historia, paisajes, usos... (higo/higueral, jamón/dehesa, aceituna/olivar, productos silvestres/paisajes naturales, queso/ganadería...).</p>
<b>Informe de la Medida.</b>
<p>La propuesta realizada por el Comité de Gestión en su segundo ciclo de reuniones de trabajo y configurado por la gerencia de la Mancomunidad y ADISMONTA, Diputación de Cáceres y asistencia técnica, goza de unanimidad por las partes, al tratarse de material divulgativo del conjunto de la comarca en torno a los valores que vertebran la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</p>
<b>Acciones de la Medida.</b>
<p>(1) Elaboración de la guía PAISAJE GASTRONÓMICO en formato libro impreso, libro electrónico y video.  (2) Elaboración de la guía en torno a 50 páginas a todo color y edición de 1000 ejemplares.  (3) Elaboración del libro electrónico para su difusión web y redes sociales.  (4) Elaboración de un video promocional comarcal en torno a la temática PAISAJE GASTRONÓMICO de 15 minutos de duración segmentado en 5 píldoras temáticas.</p> <p>Observaciones: el conjunto de actividades planteadas en la medida se incorporarán a la web comarcal.</p>

<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Elaboración de la guía PAISAJE GASTRONÓMICO.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Elaboración del estudio. 28.000 euros.

<b>Medida. Desarrollo de la unidad didáctica sobre la comarca para centros educativos y divulgación en general en aras a la potenciación de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Se trata del diseño de los contenidos de una unidad didáctica sobre el conocimiento de la comarca, como un instrumento para construir identidad y su implantación en los centros educativos. La unidad didáctica versará sobre aspectos geográficos, demográficos, sociológicos, históricos, económicos y humanos; la misma se elaborará para su difusión en soporte de papel impreso, digital y video.
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Comité de Gestión en su segundo ciclo de reuniones de trabajo y configurado por la gerencia de la Mancomunidad y ADISMONTA, Diputación de Cáceres y asistencia técnica, goza de unanimidad por las partes, al trabajar sobre un aspecto esencial para reforzar el conocimiento, la identidad y el sentido de pertenencia comarcal en torno a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.
<b>Acciones de la Medida.</b>
(1) Recopilación de la base documental para la elaboración de la unidad didáctica. (2) Elaboración de la unidad didáctica en soporte papel en torno a 25 páginas, a todo color con la edición de 1.000 ejemplares. (3) Elaboración de la unidad didáctica en formato de video (30 minutos). (4) Elaboración de la guía en soporte electrónico para su difusión web y a través de Internet. (5) Difusión y promoción de la unidad didáctica entre centros educativos y otras entidades comarcales. Observaciones: el conjunto de actividades planteadas en la medida se incorporarán a la web comarcal.
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Acciones de desarrollo de la unidad didáctica.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Acciones de desarrollo de la unidad didáctica. 18.000 euros.

<b>Medida. Promoción y evento gastronómico de la comarca para la promoción de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Se trata del desarrollo de un evento gastronómico para su celebración anual que comprende un conjunto de actuaciones: elaboración de un amplio recetario de la comarca, recuperación de la memoria gastronómica, concurso gastronómico, realización de talleres, aunar todos los eventos gastronómicos ya existentes en la comarca. Feria de productos alimentarios procedentes de la dehesa. Feria de la tapa (tapas elaboradas con productos de la dehesa). Jornadas técnicas sobre la dehesa:

<p>aprovechamiento económico, uso de productos silvestres...          Showcooking con productos de la dehesa.          Talleres de maridaje de alimentos.          Promocionar los productos que se obtienen de la dehesa, carnes, quesos, así como productos silvestres para hacer una puesta en valor y apoyar su comercialización dentro y fuera de la comarca.          Igualmente se promociona la dehesa en sí con rutas y actividades varias.</p>
<p><b>Informe de la Medida.</b></p> <p>La propuesta realizada por el Comité de Gestión en su segundo ciclo de reuniones de trabajo y configurado por la gerencia de la Mancomunidad y ADISMONTA, Diputación de Cáceres y asistencia técnica, goza de unanimidad por las partes, al promocionar y poner en valor el eje de especialización comarcal en torno a la gastronomía como elemento focal de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.          La medida se integra con la realizada por el Ayuntamiento de Torre de Santa María en torno a su festival gastronómico</p>
<p><b>Acciones de la Medida.</b></p> <p>(1) Organización de un evento gastronómico comarcal en torno a la gastronomía, concurso de platos elaborados con productos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, show cooking, degustaciones, talleres temáticos.          (2) Elaboración de un recetario gourmet a partir de los productos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.          (3) Publicación del recetario.          (4) Elaboración de videorecetas con los platos del recetario.          (5) Acciones de divulgación y promoción en medios de comunicación (folletos, cartelería, presentaciones públicas).          Observaciones: El conjunto de actividades planteadas en la medida se incorporarán a la web comarcal.</p>
<p><b>Anualidades para su realización.</b></p> <p>Año 2018: Acciones de organización, recetario y promocionales.          Año 2019: Celebración del evento.</p>
<p><b>Presupuesto aproximado.</b></p> <p>Año 2018: Acciones de organización, recetario y promocionales. 18.000 euros.          Año 2019: Celebración del evento. 15.000 euros.</p>

<p><b>Medida. Promoción del turismo ornitológico en el marco de PAISAJE GASTRONÓMICO.</b></p>
<p><b>Formulación de la Medida.</b></p> <p>Realización de un estudio para la promoción del turismo ornitológico en la comarca, con especial énfasis en la Zona de Especial Protección de Aves, encaminado a los posibles turistas ornitológicos de la Unión Europea.          Hacer visible a nivel Europeo la riqueza ornitológica de la comarca.</p>
<p><b>Informe de la Medida.</b></p>

<p>La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Sierra de Fuentes tiene un importante alcance comarcal, al estar comprendidos varios municipios de la comarca en espacios naturales protegidos y Zonas de Especial Protección de Aves (Llanos de Cáceres), configurando uno de los principales valores paisajísticos que conforman los elementos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO. La promoción del turismo ornitológico aportaría un importante valor al conjunto de la comarca por tratarse de una modalidad en auge y constituir el territorio un gran activo en esta materia.</p>
<p><b>Acciones de la Medida.</b></p> <p>(1) Identificación de los espacios naturales de interés ornitológico en la comarca.  (2) Investigación y documentación sobre el potencial ornitológico comarcal.  (3) Elaboración de mapas y cartografía para geolocalización de las zonas de avistamiento.  (4) Elaboración de un catálogo fotográfico de especies y paisajes.  (5) Diseño y desarrollo del estudio que contendrá un análisis de los paisajes, zonas de avistamiento, especies, cartografía, recorridos, servicios, actividades complementarias, alojamientos, restauración.  (6) Elaboración de los contenidos en inglés y castellano.  (7) Divulgación y difusión en diferentes foros y medios de comunicación.  Observaciones: el conjunto de actividades planteadas en la medida se incorporarán a la web comarcal.</p>
<p><b>Anualidades para su realización.</b></p> <p>Año 2018: Desarrollo web y acciones de promoción.</p>
<p><b>Presupuesto aproximado.</b></p> <p>Año 2018: Desarrollo web y acciones de promoción. 20.000 euros.</p>

<p><b>Medida. Promoción de las 7 maravillas de la comarca bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b></p>
<p><b>Formulación de la Medida.</b></p> <p>En nuestra comarca y por elección de los vecinos de nuestros pueblos se eligieron las siete maravillas de nuestra comarca, en las que se conjugan paisaje, tradiciones, cultura, historia, etc., elaborándose un menú 7 maravillas para promocionar nuestra cocina y nuestros excelentes productos agroalimentarios.  Recuperar y promocionar estas 7 maravillas generaría sin duda turismo y empleo en nuestra comarca</p>
<p><b>Informe de la Medida.</b></p> <p>La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Valdefuentes es complementaria y se podría integrar con otras propuestas realizadas desde otros Ayuntamientos, Mancomunidad y Grupo de Acción Local en torno a la puesta en valor de los recursos patrimoniales del conjunto de valores patrimoniales de la comarca, se trata de una iniciativa de mercado carácter comarcal y una gran conexión con los valores de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, contribuyendo a fortalecer los elementos gastronómicos que la componen desde tiempos ancestrales.</p>
<p><b>Acciones de la Medida.</b></p> <p>(1) Elaboración de videos, materiales promocionales, creación de web... en torno a las 7 maravillas de la comarca.  (2) Organización de una agenda de eventos a realizar en cada una de las 7 maravillas.</p>

(3) Acciones de divulgación y comercialización (asistencia a ferias, difusión en webs, medios de comunicación, redes sociales...).
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Promoción 7 Maravillas.
Año 2019: Promoción 7 Maravillas.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Promoción 7 Maravillas. 20.000 euros
Año 2019: Promoción 7 Maravillas. 10.000 euros.

<b>Medida. Identificación y puesta en valor de construcciones de la arquitectura vernácula de la comarca bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
<p>Elaboración de un catálogo de elementos de la arquitectura vernácula comarcal (portalones, chozos, zahurdas, corrales, cuartos de labor...).</p> <p>Recuperación de patrimonio cultural comarcal como testimonio de la historia de nuestro territorio.</p> <p>Detección de nuevos recursos turísticos de la comarca que generen más visitas.</p> <p>Detección de la cultura que nos une como comarca y que nos distingue como territorio que al mismo tiempo genere la sensación de orgullo de pertenencia a la comarca por su singularidad.</p> <p>Generación de empleo directo durante la investigación y la elaboración del catálogo y generación de empleo posterior relacionado con el turismo y las actividades culturales.</p> <p>Frenar el despoblamiento rural.</p>
<b>Informe de la Medida.</b>
<p>La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Montánchez tiene alcance comarcal en aras a recuperar y poner en valor los elementos singulares de la arquitectura tradicional de la comarca desde la elaboración de un catálogo de dichos recursos, que en definitiva se constituyen en elementos integrados en la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, constituyendo un acicate para el desarrollo turístico de la comarca.</p>
<b>Acciones de la Medida.</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>(1) Identificación del conjunto de recursos de la arquitectura tradicional de la comarca.</li> <li>(2) Investigación y documentación sobre su historia.</li> <li>(3) Elaboración de un catálogo y clasificación de los mismos.</li> <li>(4) Elaboración cartográfica con su ubicación.</li> <li>(5) Establecimiento de rutas e itinerarios para su visita.</li> <li>(6) Elaboración de una base fotográfica de los mismos.</li> <li>(7) Elaboración de un libro en soporte papel y edición de 1000 ejemplares con una extensión de 250 páginas a todo color.</li> <li>(8) Elaboración del libro en soporte electrónico para su publicación web.</li> <li>(9) Acciones de difusión y publicidad.</li> </ol>
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Identificación y puesta en valor de construcciones de la arquitectura vernácula.
<b>Presupuesto aproximado.</b>

Año 2018: Identificación y puesta en valor de construcciones de la arquitectura vernácula.  
25.000 euros.

**Medida. Jornadas de puertas abiertas Villasviejas del Tamuja bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.**

**Formulación de la Medida.**

Difusión y puesta en valor del patrimonio arqueológico, vinculando el resto del patrimonio local/comarcal.

En la actualidad son ya 9 las ediciones que se han realizado, con éxito de afluencia de visitantes.

**Informe de la Medida.**

La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Botija incide sobre uno de los principales recursos patrimoniales de la comarca, un baluarte esencial para reforzar el valor de marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

**Acciones de la Medida.**

- 1) Desarrollo de una Jornada de puertas abiertas para la población de la comarca en aras a crear conciencia comarcal desde el conocimiento del valor patrimonial del yacimiento.
- (2) Visitas guiadas al yacimiento.
- (3) Ponencias y proyecciones audiovisuales.
- (4) Elaboración de material divulgativo (folletos, carteles...).
- (5) Difusión en redes sociales y medios de comunicación.

**Anualidades para su realización.**

Año 2018: Jornadas de puertas abiertas Villasviejas del Tamuja.

**Presupuesto aproximado.**

Año 2018: Jornadas de puertas abiertas Villasviejas del Tamuja. 10.000 euros.

**Medida. Desarrollo del conjunto de actuaciones encaminadas a dar publicidad al Plan de Acción Territorial y marca PAISAJE GASTRONÓMICO (redes sociales, medios de comunicación, presentaciones públicas...).**

**Formulación de la Medida.**

Se trata del conjunto de actuaciones encaminadas a dar publicidad al plan de acción y marca en redes sociales, medios de comunicación, presentaciones públicas ... en relación al Plan de acción Territorial durante las anualidades de 2018 y 2019.

**Informe de la Medida.**

La propuesta realizada por el Comité de Gestión en su segundo ciclo de reuniones de trabajo y configurado por la gerencia de la Mancomunidad y ADISMONTA, Diputación de Cáceres y asistencia técnica, goza de unanimidad por las partes, al trabajar sobre la difusión del conjunto de actuaciones del Plan de Acción Territorial en torno a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

**Acciones de la Medida.**

- (1) Elaboración del material promocional (video, folletos, carteles).
- (2) Presentaciones públicas en diversos municipios de la comarca.
- (3) Difusión y promoción a través de medios de comunicación, webs.

Observaciones: el conjunto de acciones planteadas en la medida se incorporarán a la web comarcal.

<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Acciones encaminadas a dar publicidad al Plan de Acción Territorial.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Acciones encaminadas a dar publicidad al Plan de Acción Territorial. 15.000 euros.

<b>Medida. Desarrollo de un portal web promocional de la comarca donde se integren todos los trabajos y estudios llevados a cabo en el PAT bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Se trata del desarrollo de un portal web promocional que aglutine toda la información sobre la comarca, incorporando, además de la información general sobre el territorio: descripción del territorio, geomorfología, paisajes, historia, demografía, economía...; el conjunto de trabajos y estudios comprendidos en el plan de acción territorial para la promoción integral de la comarca. Se trata pues de un macroportal web desde el cual acceder al conjunto de la información y servicios web que se ofrecen del territorio.
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Comité de Gestión en su segundo ciclo de reuniones de trabajo y configurado por la gerencia de la Mancomunidad y ADISMONTA, Diputación de Cáceres y asistencia técnica, goza de unanimidad por las partes, al trabajar sobre la difusión del conjunto de actuaciones del Plan de Acción Territorial en torno a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.
<b>Acciones de la Medida.</b>
(1) Diseño del portal web y sus diferentes funcionalidades bajo la imagen PAISAJE GASTRONÓMICO. (2) Desarrollo y programación Web. (3) Estructuración de las diferentes secciones del portal web en coordinación con el Grupos de Acción Local y la Mancomunidad. (4) Recopilación documental (información y elaboración de imágenes y base fotográfica). (5) Incorporación del conjunto de los trabajos (estudios, acciones promocionales, guías...) que se lleven a cabo en el PAT para su incorporación al portal, incluyendo el tratamiento de los contenidos como secciones del portal. (6) Servicio de alojamiento y servidor (2 años).
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Desarrollo de portal web promocional de la comarca. Año 2019: Desarrollo de portal web promocional de la comarca.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Desarrollo de portal web promocional de la comarca. 30.000 euros. Año 2019: Desarrollo de portal web promocional de la comarca. 30.000 euros.

<b>Medida. Plan para el desarrollo del comercio electrónico y creación de un portal de comercio para los productos y servicios de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>

La Medida aglutina un conjunto de propuestas formuladas desde diferentes ámbitos (Ayuntamientos, Grupo de Acción Local, empresas...) por lo que hemos realizado un ejercicio de integrar las diferentes propuestas en una sola que contempla los trabajos de dinamización empresarial, desarrollo del portal comercial y acciones promocionales.

Se trata de la promoción y comercialización conjunta desde una única plataforma de comercio electrónico de todos los productos y servicios comprendidos en la marca PAISAJE GASTRONÓMICO (higos, aceite, jamón, queso...) PAISAJE GASTRONÓMICO.

Creación de una web bajo la marca paisajes gastronómicos donde poder vender todos los productos y servicios comarcales que cumplan una serie de garantías de calidad.

Agrupar bajo una misma marca distintiva los productos comarcales.

Visibilizar todos los sectores productivos que puedan tener menos trascendencia que el higo, el queso y el jamón.

Ayudar a los pequeños productores sin capacidad de comercialización a vender sus productos.

Generar turismo gastronómico en la comarca asociado la excelente calidad de nuestros productos y servicios.

Incrementar los beneficios de pequeños productores y comercios dando así estabilidad al empleo y pudiendo generar nuevos.

Frenar el despoblamiento rural.

Apuesta por la implantación comarcal de una marca propia que integre los productos de calidad de la zona como el aceite, el higo y el vino.

Actuaciones y proyectos a abordar para desarrollar una marca de calidad que permitan asegurar y ampliar los radios de comercialización.

La propuesta contempla el conjunto de actuaciones de dinamización de las diferentes actividades y empresas para sumarlas al proyecto y desarrollar una estrategia promocional/comercial común.

#### **Informe de la Medida.**

La propuesta realizada por el Comité de Gestión en sus primeras reuniones de trabajo y configurado por la presidencia y gerencia de la Mancomunidad, ADISMONTA, representantes del tejido económico y social y asistencia técnica, goza de unanimidad por las partes, al abordar una estrategia conjunta para todas las empresas y sectores productivos de la comarca que configuran la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Se hace necesario integrar el conjunto de propuestas presentadas en torno a la promoción y comercialización on-line de las producciones de la comarca por parte de los Ayuntamientos y otras instancias comarcales para desarrollar una línea de acción conjunta desde un enfoque comarcal.

#### **Acciones de la Medida.**

- (1) Análisis y relación del conjunto de empresas de la comarca que se engloban en el marco de las producciones comprendidas en PAISAJE GASTRONÓMICO.
- (2) Reuniones de articulación con los diferentes sectores y empresas de la comarca.
- (3) Firma de compromisos y adhesiones de las empresas al proyecto.
- (4) Acciones de formación con las empresas participantes.

- (5) Elaboración del catálogo de empresas que van a formar parte de la plataforma de comercio y establecimiento en categorías: higos, aceite, jamón, queso, vino....
- (6) Incorporación de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO a la imagen y etiquetado de las empresas.
- (7) Elaboración de catálogos de los productos de las empresas.
- (8) Diseño y desarrollo tecnológico del portal.
- (9) Acciones de promoción comercial del producto (ferias, certámenes, medios de comunicación...).
- (10) Elaboración de material promocional (folletos, cartelería...).
- (11) Servicio de mantenimiento, alojamiento y servidor.

**Anualidades para su realización.**

Año 2018: Plan para el desarrollo de comercio electrónico para los productos y servicios de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

Año 2019: Plan para el desarrollo de comercio electrónico para los productos y servicios de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

**Presupuesto aproximado.**

Año 2018: Plan para el desarrollo de comercio electrónico para los productos y servicios de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO. 40.000 euros.

Año 2018: Plan para el desarrollo de comercio electrónico para los productos y servicios de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO. 60.000 euros.

**Medida. Plan para la activación y desarrollo del pequeño comercio en torno a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.**

**Formulación de la Medida.**

Se trata de revitalizar el comercio local y hacer frente a la crisis del comercio tradicional fruto de la venta on-line generalizada (nuevos servicios de distribución al cliente, atención especializada, venta on-line, gestión de pedidos...).

Un problema que arrastran nuestros municipios es la crisis y desaparición del pequeño comercio local, siendo necesario un nuevo planteamiento para su revalorización y actualización a las nuevas tendencias y modalidades del consumo, así como la puesta en valor de los productos comarcales de calidad que constituyen la base de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

**Informe de la Medida.**

La propuesta realizada por el Comité de Gestión en sus primeras reuniones de trabajo y configurado por la presidencia y gerencia de la Mancomunidad, ADISMONTA, representantes del tejido económico y social y asistencia técnica, goza de unanimidad por las partes, al abordar una estrategia conjunta para abordar una problemática que afecta a todo el pequeño comercio en toda la comarca.

Se hace necesario integrar el conjunto de propuestas presentadas en torno al apoyo y recuperación del pequeño comercio en la comarca por parte de los Ayuntamientos y otras instancias comarcales para desarrollar una línea de acción conjunta desde un enfoque comarcal.

**Acciones de la Medida.**

(1) Estudio de la situación del pequeño comercio y comercio de cercanía.

(2) Visitas y encuestas a los establecimientos.

<p>(3) Establecimiento de una estrategia y un plan conjunto para el relanzamiento del comercio local.</p> <p>(4) Promoción conjunta del comercio local a través de una campaña.</p> <p>(5) Incorporación del pequeño comercio y el comercio local a las estrategias del comercio electrónico.</p>
<b>Anualidades para su realización.</b>
<p>Año 2018: Estudio de la situación del pequeño comercio en la comarca.</p> <p>Año 2019: Desarrollo del resto de actuaciones.</p>
<b>Presupuesto aproximado.</b>
<p>Año 2018: Estudio de la situación del pequeño comercio en la comarca. 18.000 euros.</p> <p>Año 2019: Desarrollo del resto de actuaciones. 25.000 euros.</p>

<b>Medida. Feria agroalimentaria comarcal bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
<p>Exposición y venta de los productos agroalimentarios de nuestra comarca.</p> <p>Jornadas técnicas.</p> <p>Comercialización de productos online.</p> <p>Show cooking.</p> <p>Actividades paralelas.</p> <p>Diversas acciones de promoción.</p> <p>El objetivo es promocionar los excelentes productos agroalimentarios que tenemos en nuestra comarca (queso, crema de queso, embutidos, jamón, vino, aceite, higo, dulces, etc.), su puesta en valor a través de la exposición y venta de los mismos, así como la búsqueda de nuevos nichos de mercado, durante los tres días de celebración de la feria.</p>
<b>Informe de la Medida.</b>
<p>La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Valdefuentes es complementaria y se podría integrar con otras propuestas realizadas desde otros Ayuntamientos, Mancomunidad y Grupo de Acción Local en torno al desarrollo de acciones de promoción y comercialización de los productos que componen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</p>
<b>Acciones de la Medida.</b>
<p>(1) Realización de la feria agroalimentaria en torno al foco central de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</p> <p>(2) Acciones de promoción y divulgación (folletos, material divulgativo...).</p>
<b>Anualidades para su realización.</b>
<p>Año 2019: Apoyo a la Feria agroalimentaria comarcal.</p>
<b>Presupuesto aproximado.</b>
<p>Año 2019: Apoyo a la Feria agroalimentaria comarcal. 30.000 euros.</p>

<b>Medida. Potenciación de las fiestas tradicionales en la comarca bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
<p>Fortalecer las fiestas tradicionales de los municipios como nexo de unión en la comarca, apoyando nuestras señas de identidad, elaborando una ruta de las fiestas de los municipios (Pan y Queso, Tableros y/o Tablas de Torre de Santa María, Albalá, Montánchez, Torreorgaz, La Batalla de Arroyomolinos, La Maza de Almoharín...).</p>

<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Zarza de Montánchez es complementaria y se podría integrar con otras propuestas realizadas desde otros Ayuntamientos, Mancomunidad y Grupo de Acción Local en torno a la puesta en valor de los eventos festivos de la comarca, y su especial conexión con los valores de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, contribuyendo a fortalecer los elementos gastronómicos y culturales que la componen desde tiempos ancestrales.
<b>Acciones de la Medida.</b>
(1) Elaboración de un trabajo de investigación y recopilación de los principales eventos festivos. (2) Elaboración de base documental y fotográfica. (3) Elaboración de una guía con todas las fiestas de la comarca. (4) Publicación y tirada de 1000 ejemplares a todo color con una extensión de 50 páginas. (5) Elaboración de la guía en soporte electrónico. (6) Acciones de divulgación (publicación en webs, medios de comunicación, redes sociales...).
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Potenciación de las fiestas tradicionales en la comarca Año 2019: Potenciación de las fiestas tradicionales en la comarca
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Potenciación de las fiestas tradicionales en la comarca 20.000 euros Año 2019: Potenciación de las fiestas tradicionales en la comarca 20.000 euros.

<b>Medida. Urbs Regia – Orígenes de Europa y otros como apoyo a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Se trata de una asociación de la que Adismonta forma parte como socio de pleno derecho. Su finalidad es poner en valor el mundo visigótico y todo ese periodo que supuso el tardorromano. Se está trabajando desde la asociación para poder introducirlo en el catálogo de caminos culturales reconocidos por el Consejo de Europa, este tipo de proyectos atraen un turismo cultural de alto poder adquisitivo. En la Comarca contamos además de otros restos de este periodo, con una joya que es nada más y nada menos que la basílica de Santa Lucía del Trampal. Dotación para este proyecto que englobe también el ya existente de la Ruta de la Plata y otro que se encuentra en ciernes sobre la Orden de Santiago y sus manifestaciones sociales y culturales en la Comarca. También dar un nuevo impulso a Villas Viejas de Tamuja, como proyecto comarcal o a las Corralás de Torrequemada que han sido declaradas bien de interés cultural.
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por ADISMONTA tiene alcance comarcal en aras a poner en valor los principales recursos históricos de la comarca, contribuyendo a su conocimiento y difusión, constituyendo elementos que dotan de valor a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, como acicate para el desarrollo turístico de la comarca.
<b>Acciones de la Medida.</b>
(1) Promoción de los principales recursos turísticos de la comarca (Castillo de Montánchez, Santa Lucía del Trampal, Villas Viejas del Tamuja, Corralás de Torrequemada. (3) Elaboración de

un catálogo de los recursos. (4) Elaboración de una guía para la visita a los recursos e integración en una oferta conjunta de visitas.
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018:Urbs Regia – Orígenes de Europa y otros.
Año 2019:Urbs Regia – Orígenes de Europa y otros.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018:Urbs Regia – Orígenes de Europa y otros. 20.000 euros.
Año 2019Urbs Regia – Orígenes de Europa y otros. 20.000 euros.

<b>Medida. Promoción de la fiesta de los tableros bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
<p>Promoción de la fiesta de los tableros a través de FITUR.</p> <p>Una de las tradiciones más ancestrales y singulares de cuantas se celebran no solo en nuestra provincia sino en España, es la fiesta de los tableros, que en esencia es una ofrenda que se hacía a la Diosa Ceres, pidiéndole abundancia en la cosecha y en el cebo del cerdo, en la que 4 madrinas y 4 tableras acompañadas por sus correspondientes danzadores, al son de la danza del chicurrichi portan sobre sus cabezas una tabla alargada y adornada con los más bellos paños, encaje de bolillos, flores, dulces, etc. con la que realizan la ofrenda a la diosa Ceres. Conservar y fomentar esta tradición sería muy importante para nuestra comarca, para ello haría que darle una figura de protección (fiesta de interés turístico regional), lo que sin duda generaría turismo y empleo.</p>
<b>Informe de la Medida.</b>
<p>La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Valdefuentes es complementaria y se podría integrar con otras propuestas realizadas desde otros Ayuntamientos, Mancomunidad y Grupo de Acción Local en torno a la puesta en valor de los eventos festivos de la comarca, y su especial conexión con los valores de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, contribuyendo a fortalecer los elementos gastronómicos que la componen desde tiempos ancestrales.</p>
<b>Acciones de la Medida.</b>
<p>(1)Promoción de la fiesta en ferias.</p> <p>(2) Inclusión en la guía de eventos festivos de la comarca.</p> <p>(3) Elaboración de material promocional (folletos, video...).</p> <p>(4) Acciones de divulgación de la ruta de los molinos (publicación en webs, medios de comunicación, redes sociales...).</p>
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Promoción de la fiesta de los tableros.
Año 2019: Promoción de la fiesta de los tableros.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Promoción de la fiesta de los tableros. 10.000 euros.
Año 2019: Promoción de la fiesta de los tableros. 10.000 euros.

<b>Medida. Acciones de promoción turística de la comarca bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
<p>Ruta de Santiago: Comarca Sierra de Montánchez (Alcuéscar, Casas de don Antonio y Aldea del Cano, y poblaciones cercanas a la ruta Vía de la Plata).</p> <p>Día del peregrino</p> <p>Señalización.</p> <p>Redes sociales.</p> <p>Folleto e información en varios idiomas.</p> <p>Dotar de acceso a internet en Albergues o alojamiento comarcales.</p> <p>Información de recursos patrimoniales, productos, naturaleza...</p> <p>Platos de gastronomía de los productos de la comarca.</p> <p>Inversión en recurso de albergues municipales.</p> <p>Cartas, venta de productos, empresas rotuladas en inglés.</p> <p>Promover la reconversión de edificios en casas rurales o establecimientos hoteleros.</p> <p>Promocionar turísticamente la ruta Vía de la Plata a su paso por la comarca, nacional e internacionalmente, y la utilización de servicios de restauración, comercio, rutas...</p> <p>(En aldea durante el año 2017, se ha contabilizado unas 2000 peregrinos, 80% de extranjeros, con más de 1000 pernотaciones en albergue y casa rural.</p> <p>50.000</p>
<b>Informe de la Medida.</b>
<p>La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Aldea del Cano tiene un importante alcance comarcal al trabajar sobre el eje de la Vía de la Plata como elemento de vertebración comarcal en torno a un conjunto de elementos que aportan un gran valor a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, y de forma especial a los atractivos turísticos de la misma.</p>
<b>Acciones de la Medida.</b>
<p>(1) Estudio para determinar el potencial de la ruta de Santiago y la ruta Vía de la Plata con sus recursos turísticos.</p> <p>(2) Elaboración de un plan de señalización para ambas rutas en la comarca.</p> <p>(3) Señalización de ambas rutas.</p> <p>(4) Elaboración de mapas y cartografía para geolocalización.</p> <p>(5) Elaboración de un catálogo fotográfico.</p> <p>(6) Elaboración de una guía turística de ambas rutas.</p> <p>(7) Elaboración de material promocional (folletos, cartelería) en español e inglés.</p> <p>(8) Divulgación y difusión de la web en diferentes foros y medios de comunicación.</p> <p>(9) Inversiones en albergues municipales en mobiliario, electrodomésticos, tablón de anuncios, dotación wifi (compromiso de Mantenimiento por ayuntamiento)</p> <p>(10) Señalización de mapa de la localidad, servicios públicos, hostelería, restaurante, comercio Patrimonio cultural, productos gastronómicos, platos típicos, costumbres.</p>
<b>Anualidades para su realización.</b>
<p>Año 2018: Elaboración del estudio y el plan de señalización.</p> <p>Año 2019: Desarrollo del resto de las actuaciones.</p>
<b>Presupuesto aproximado.</b>
<p>Año 2018: Elaboración del estudio y el plan de señalización. 15.000 euros.</p>

Año 2019: Desarrollo del resto de las actuaciones. 25.000 euros.

**Medida. Acciones de promoción cultural bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.**

**Formulación de la Medida.**

Convivencias de jóvenes (menores de 30 años) para conocer la comarca, los instrumentos y medios para el desarrollo económico y social de la comarca, con especial referencia a los "Paisajes Gastronómicos.  
Rotación anual por pueblos o zonas de la comarca.  
Propuesta: 1ª en Aldea del Cano  
Talleres.  
Excursiones.  
Recurso patrimoniales.  
Recursos naturales.  
Afianzamiento de la población.  
Organizar intercambios de jóvenes menores de la comarca para conocer y concienciar sobre los paisajes gastronómicos.

**Informe de la Medida.**

La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Aldea del Cano es complementaria y se podría integrar con otras propuestas realizadas desde otros Ayuntamientos, Mancomunidad y Grupo de Acción Local en torno a la promoción cultural de la comarca, se trata de una iniciativa de marcado carácter comarcal y una gran conexión con los valores de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

**Acciones de la Medida.**

- (1) Desarrollo de convivencias de jóvenes para conocer los elementos económicos y sociales asociados al valor de marca PAISAJE GASTRONÓMICO.
- (2) Desarrollo de excursiones y visitas de escolares para el conocimiento de los recursos de la comarca.
- (3) Elaboración de material educativo y promocional.
- (4) Acciones de divulgación y promoción cultural.
- (5) Promover el emprendimiento económico y cultural.

**Anualidades para su realización.**

Año 2018: Acciones de promoción cultural.

**Presupuesto aproximado.**

Año 2018: Acciones de promoción cultural. 15.000 euros.

**Medida. Talleres con los empresarios turísticos de la comarca sobre los valores ornitológicos de la comarca para el desarrollo de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.**

**Formulación de la Medida.**

Talleres con los empresarios turísticos de la comarca sobre los valores ornitológicos de la comarca. Empresas adheridas a club birding.  
Se trata de convertir el turismo ornitológico en uno de los principales atractivos turísticos de la comarca a través de una serie de talleres para orientar a las empresas de la comarca.

<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por Diputación tiene un importante alcance comarcal, al estar comprendidos varios municipios de la comarca en espacios naturales protegidos y Zonas de Especial Protección de Aves (Llanos de Cáceres), configurando uno de los principales valores paisajísticos que conforman los elementos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.
<b>Acciones de la Medida.</b>
(1) Contratación de talleres para promocionar el turismo ornitológico en la comarca. (2) Captación de participantes para los talleres. (3) Difusión y publicidad de los talleres entre las empresas y potenciales emprendedores de la comarca. (4) Impartición de los talleres.
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Contratación e impartición de los talleres.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Contratación e impartición del curso. 20.000 euros.

<b>Medida. Apoyo y modernización de los mercados de ganado para la mejora de la comercialización de sus productos. Apoyo a la feria de ganado selecto de Albalá en torno a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Se trata de potenciar el mercado ganadero de Albalá mediante su modernización y dotación tecnológica para facilitar las transacciones ganaderas y los servicios de datos e información de lonja. Encuentro de empresarios ganaderos, comercialización de ganado feria incluida en el calendario nacional de certámenes ganaderos de 2018. Es el único mercado de ganado activo en la comarca y en la región de forma semanal. Concurso morfológico de ganado web y app para acceder al evento, inscripciones, compra-venta, etc. El objetivo es promover en la comarca y la región una mayor proyección sobre la ganadería selecta, superando lo meramente festivo del evento, y dotándole de un carácter rico y didáctico, así como introducir el uso de las nuevas tecnologías para hacerlo más directo, rápido y accesible.
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Comité de Gestión en sus primeras reuniones de trabajo y configurado por la presidencia y gerencia de la Mancomunidad, ADISMONTA, representantes del tejido económico y social y asistencia técnica, goza de unanimidad por las partes, al abordar la puesta en valor del comercio del ganado, como un puntal esencial de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO. La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Albalá contribuye al desarrollo y la potenciación de los eventos feriales en la comarca.
<b>Acciones de la Medida.</b>

(1) Promoción de las ferias ganaderas comarcales. (2) Elaboración de material promocional. (3) Acciones de divulgación (publicación en webs, medios de comunicación, redes sociales...) (4) Dotación de paneles para acceso a información de precios en lonja para la lonja de Albalá. (5) Creación de una web y app promocionales.
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Apoyo y modernización de los mercados de ganado.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Apoyo y modernización de los mercados de ganado. 40.000

<b>Medida. Apoyo y modernización de los mercados de ganado para la mejora de la comercialización de sus productos. Apoyo a la feria de ganado selecto a la Feria del Caballo y concurso morfológico nacional de pura raza española de Albalá en torno a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Se trata de potenciar el mercado ganadero de Albalá mediante su modernización y dotación tecnológica para facilitar las transacciones ganaderas y los servicios de datos e información de lonja. Apoyo al encuentro de criadores y aficionados del caballo, comercialización de ejemplares, concurso de ejemplares de pura raza española de categoría nacional. web y app para acceder al evento, inscripciones, compra-venta, actividades lúdicas a caballo, etc. El objetivo es promocionar la cultura del caballo así como la cría de ejemplares de pura raza española, tanto en la comarca como fuera de ella. Otro objetivo es llevar esa pasión por el animal a ofertar actividades lúdicas a caballo de forma que se promocióne el paisaje de la comarca de forma sostenible y poco invasiva.
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Comité de Gestión en sus primeras reuniones de trabajo y configurado por la presidencia y gerencia de la Mancomunidad, ADISMONTA, representantes del tejido económico y social y asistencia técnica, goza de unanimidad por las partes, al abordar la puesta en valor del comercio del ganado, como un puntal esencial de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO. La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Albalá contribuye al desarrollo y la potenciación de los eventos feriales en la comarca. La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Albalá contribuye al desarrollo y la potenciación de los eventos feriales en la comarca.
<b>Acciones de la Medida.</b>
(1) Promoción del encuentro de criadores y aficionados del caballo. (2) Elaboración de material promocional. (3) Acciones de divulgación (publicación en webs, medios de comunicación, redes sociales...) (4) Creación de una web y app promocionales.
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Apoyo y modernización de los mercados de ganado. Feria del caballo y concurso morfológico.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Apoyo y modernización de los mercados de ganado. Feria del caballo y concurso morfológico. 40.000

<b>Medida. Acciones de apoyo a la comercialización bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
<p>Página web – asistencia a ferias internacionales de alimentación – investigación de mercados, seguimiento comercial.</p> <p>Alcanzar mercados internacionales desde la comarca, eliminando intermediarios para lograr retención de riqueza e identidad comarcal, eliminando socios no estratégicos.</p> <p>Creación de una página web donde visualizar datos de nuestro potencial con el higo, progresos extrapolables a otras regiones, información sobre nuevas variedades en nuestra comarca para abrir nuevos mercados, empresas que colaboran y participan para mejorar resultados, transformaciones del higo en nuestra comarca y las novedades que surgirán en el tiempo, también destacar que se pueden realizar jornadas especiales para grupos de otras zonas que solicitan los servicios del centro de innovación para buscar soluciones o nuevas iniciativas de colaboración.</p> <p>La asistencia a ferias nacionales e internacionales permitirá localizar expectativas y nuevas inquietudes, el tipo de asistente de estas ferias es muy variado con intereses muy diferenciados.</p> <p>En nuestros días los estudios de mercado son menos confiables y mucho más complejos que hace 10 años, el avance de las nuevas tecnologías y la demanda que provoca la superpoblación en muchos países potencian sustancialmente los efectos de la globalización, los TLC eliminan fronteras y protocolos que facilitan la comercialización a cualquier lugar del mundo, hoy un estudio de mercado lo realiza un ingeniero informático, que a través de desarrollos de Big Data se crean bases de datos a la medida de lo que necesitas, es posible conocer toda la información de tu consumidor, a qué horas prefiere consumirlos e incluso en qué ocasiones y fechas tu producto les satisface más, la edad, el sexo y el momento del día más propicio para ofrecérselo a través del tel. móvil. Estos servicios posiblemente son difíciles de asumir al inicio de un proyecto, pero sí se tiene que seguir de cerca, pues como en todos los sectores cuanto más ingenieros informáticos más competencia y mejoras en estos servicios.</p> <p>Big Data es un término que describe el gran volumen de datos, tanto estructurados como no estructurados, que inundan los negocios cada día. Pero no es la cantidad de datos lo que es importante. Lo que importa con el Big Data es lo que las organizaciones hacen con los datos. Big Data se puede analizar para obtener ideas que conduzcan a mejores decisiones y movimientos de negocios estratégicos.</p>
<b>Informe de la Medida.</b>
<p>La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Arroyomolinos es complementaria y se podría integrar con otras propuestas realizadas desde otros Ayuntamientos, Mancomunidad y Grupo de Acción Local en torno al desarrollo de acciones de investigación, innovación, promoción y comercialización en torno al higo.</p>
<b>Acciones de la Medida.</b>
<p>(1) Realización de página web temática en torno al higo y desarrollo de las siguientes secciones: producciones, cultivos, especialidades, productos, empresas del sector, oportunidades...</p> <p>(2) Asistencia a ferias nacionales e internacionales.</p> <p>(3) Estudio de mercado para la comercialización del higo (nuevos mercados, producciones, formas de presentación...).</p>
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Acciones de apoyo a la comercialización.

<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Acciones de apoyo a la comercialización. 28.000 euros

<b>Medida. Diseño de un programa de liderazgo para elaborar un plan estratégico por parte de las empresas que constituyen la marca la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Desarrollo de un programa de liderazgo de carácter práctico que concluya en el desarrollo de un plan estratégico por parte de los participantes, dicho programa incidirá en acciones prácticas para el fomento de la cooperación y la colaboración entre las empresas y de éstas con el sector público para la cohesión territorial.
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Comité de Gestión en sus primeras reuniones de trabajo y configurado por la presidencia y gerencia de la Mancomunidad, ADISMONTA, representantes del tejido económico y social y asistencia técnica, goza de unanimidad por las partes, al abordar la necesidad de reforzar el liderazgo y las competencias directivas del personal técnico y directivo de la comarca, como refuerzo de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.
<b>Acciones de la Medida.</b>
(1) Desarrollo de un programa de capacitación en liderazgo con una metodología proactiva donde los participantes se comprometen a desarrollar una estrategia conjunta en torno a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO. (2) Desarrollo de acciones presenciales a través de acciones presenciales con 50 horas de duración. (3) Desarrollo de sesiones de mentorización y atención personalizada a cada participante con 50 horas de duración. (4) Desarrollo de sesiones complementarias on-line con 50 horas de duración que incluirán el diseño de un programa de formación en formato de video por parte de la empresa adjudicataria. (5) Sesión de clausura con la presentación de los trabajos finales por parte de los participantes.
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Desarrollo del plan de capacitación.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Desarrollo del plan de capacitación. 30.000 euros.

<b>Medida. Diseño y desarrollo de un programa para la comercialización e internacionalización de los productos y las empresas comprendidas en la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Desarrollo de un programa de apoyo al diseño de planes de comercialización e internacionalización de las empresas de la comarca, reforzando las actuaciones del Laboratorio de Innovación.
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Comité de Gestión en sus primeras reuniones de trabajo y configurado por la presidencia y gerencia de la Mancomunidad, ADISMONTA, representantes

del tejido económico y social y asistencia técnica, goza de unanimidad por las partes, al abordar la necesidad de trabajar sobre la necesidad de mejora de la comercialización y la internacionalización de los productos y servicios que configuran la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.
<b>Acciones de la Medida.</b>
(1) Desarrollo de un programa de capacitación en materia de comercialización e internacionalización de los productos y servicios que componen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO. (2) Impartición del programa en torno a talleres prácticos con expertos. (3) Desarrollo de un plan para la comercialización e internacionalización de las empresas.
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Desarrollo del plan de capacitación.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Desarrollo del plan de capacitación. 15.000 euros.

<b>Medida. Diseño de marca y comercialización del aceite bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
<p>Estudio de calidad del aceite de producción comarcal.</p> <p>Establecimiento de unas normas de producción, recogida y molienda de la aceituna comunes a todas las almazaras para uniformar la producción de aceite.</p> <p>Estudio de mercado para la salida del producto final.</p> <p>Diseño de botellas y etiquetaje de los envases que se utilizarían para la venta del aceite bajo la marca “paisajes gastronómicos”.</p> <p>Venta y distribución del aceite de excelente calidad por parte de todas las almazaras de la comarca bajo los mismos parámetros de calidad y presentación.</p> <p>Presentación del aceite en el mercado gourmet, asistencia a ferias...</p> <p>Capacitación de los profesionales de las almazaras para conseguir un producto final de calidad.</p> <p>Generación de empleo y beneficios para los agricultores y generación de empleo agrícola que es una de los objetivos del proyecto y que redonda en el freno del despoblamiento rural y en el mantenimiento de las fincas rústicas y la conservación del medio ambiente.</p> <p>El objetivo es producir aceite de calidad excelente, puesto que ya contamos con la materia prima, bajo la marca común de la comarca.</p> <p>No sería necesaria la creación de ningún tipo de infraestructura puesto que serían las almazaras ya existentes o las de nueva creación, que con sus propias instalaciones se encargarían de hacer cumplir los parámetros de calidad y embotellar y etiquetar el aceite final.</p> <p>Se crearía empleo directo durante la fase de estudio de mercado y de diseño y posteriormente ya que se necesitará una gerencia que se ocupe de abrir nuevos mercados, de vigilar el cumplimiento de la norma que se establezca, de organizar presentaciones del aceite en foros adecuados. y de trabajar en la creación de una futura D.O. para el aceite de la comarca.</p> <p>Así mismo se consigue un aumento de precio del aceite embotellado con unas características estéticas acordes con el mercado de productos gourmet.</p>

<p>Otro objetivo es la uniformidad de precios que percibe el productor de la aceituna y que la producción se manufacture y redunde el beneficio en el territorio. Con este incremento de los beneficios las almazaras podrán hacer más contrataciones que generará empleo en sus propios municipios y se mantendrán las instalaciones que cada una posee.</p>
<p><b>Informe de la Medida.</b></p> <p>La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Montánchez tiene un gran alcance comarcal por ser el aceite uno de los productos estrella de de la comarca tanto en producción como en calidad, abarcando su producción a la mayor parte de los municipios de la comarca. Se trata de una iniciativa de mercado carácter comarcal y una gran conexión con los valores de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, contribuyendo a fortalecer los elementos gastronómicos que la componen desde tiempos ancestrales.</p>
<p><b>Acciones de la Medida.</b></p> <p>(1) Establecimiento de unos procedimientos para mejorar la calidad desde las cooperativas. (2) Jornadas de concienciación dirigidas a agricultores e industrias sobre la calidad de la producción. (3) Desarrollo de una estrategia para el etiquetado de las botellas con la marca PAISAJE GASTRONÓMICO. (4) Acciones demostrativas en las cooperativas mediante el desarrollo de talleres de innovación sobre producto (envase, embalaje, etiqueta, presentación...). (5) Acciones de promoción comercial del producto (ferias, certámenes, medios de comunicación...).</p>
<p><b>Anualidades para su realización.</b></p> <p>Año 2018: Diseño de marca y comercialización del aceite. Año 2019: Diseño de marca y comercialización del aceite.</p>
<p><b>Presupuesto aproximado.</b></p> <p>Año 2018: Diseño de marca y comercialización del aceite. 15.000 euros. Año 2019: Diseño de marca y comercialización del aceite. 15.000 euros.</p>

**Medidas y Acciones para consolidar los proyectos planteados, desarrollo de acciones complementarias y seguimiento.**

<p><b>Medida. Gobernanza, acompañamiento, gestión y seguimiento del conjunto de Medidas comprendidas en el PAT en torno a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b></p>
<p><b>Formulación de la Medida.</b></p> <p>El conjunto de Líneas, Medidas y Actuaciones que componen el PAT, así como la complejidad para su implantación y gestión, requieren de un conjunto de acciones de acompañamiento, gestión y seguimiento que es necesario implementar en el tiempo.</p>
<p><b>Informe de la Medida.</b></p> <p>La propuesta surge a petición de los miembros del Comité de Gestión para la continuidad del mismo en sus funciones, así como la implementación de las actuaciones que permitan la máxima eficacia y eficiencia de los fondos.</p>
<p><b>Acciones de la Medida.</b></p>

(1) Contratación de asistencia técnica para el servicio de gestión y mantenimiento durante dos años de los servicios electrónicos generados (portal web, plataforma de comercio electrónico). (2) Contratación de asistencia técnica para el apoyo al resto de las actuaciones.
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Gobernanza, acompañamiento, gestión y seguimiento. Año 2019: Gobernanza, acompañamiento, gestión y seguimiento.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Gobernanza, acompañamiento, gestión y seguimiento. 35.000 euros. Año 2019: Gobernanza, acompañamiento, gestión y seguimiento. 35.000 euros.

<b>Medida. Salvación de la desaparición de los pueblos más pequeños de la comarca a través del turismo. Desarrollo de un estudio y estrategia compartida para luchar contra la despoblación en torno a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
<p>Estudio de viabilidad para Benquerencia y Ruanes como experiencia piloto trasladable después a otros lugares si los resultados son satisfactorios.</p> <p>Estudio previo que nos va a evaluar primero, recursos humanos actuales y potenciales con los que contamos para poner el proyecto en marcha, dotación económica necesaria, diferentes modelos a aplicar, puntos fuertes y débiles a la hora de elegir, transversalidad de los mismos.</p> <p>Recursos materiales, cuantificación de inversiones necesarias, un pequeño estudio de mercado que nos fije el alcance de nuestro plan.</p> <p>Recuperación de los cascos antiguos, una política de restauración, subvenciones al alquiler en colaboración con las políticas puestas en marcha por la Junta de Extremadura, catalogación de casas en poder de la hacienda autonómica como consecuencia de herencias rechazadas para que su aprovechamiento revierta a los municipios, implantación de la fibra óptica como algo vital si queremos acometer cualquier tipo de negocio, su falta nos excluye, no podemos ser competitivos.</p> <p>La propuesta realizada por ADISMONTA tiene alcance comarcal en aras a recuperar y poner en valor los municipios más pequeños de la comarca en serio peligro de despoblación, poniendo en valor sus recursos y potencialidades de cara a su conservación, y por ende, la extensión de las medidas resultantes a otros municipios de la comarca con mayor debilidad demográfica, desde la elaboración de un estudio para orientar las actuaciones a desarrollar en el futuro. La ruralidad y sus esencias constituyen un atributo esencial dentro de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, un acicate más para el desarrollo comarcal.</p>
<b>Informe de la Medida.</b>
<p>La propuesta realizada por ADISMONTA tiene alcance comarcal en aras a recuperar y poner en valor los municipios más pequeños de la comarca en serio peligro de despoblación, poniendo en valor sus recursos y potencialidades de cara a su conservación, y por ende, la extensión de las medidas resultantes a otros municipios de la comarca con mayor debilidad demográfica, desde la elaboración de un estudio para orientar las actuaciones a desarrollar en el futuro. La ruralidad y sus esencias constituyen un atributo esencial dentro de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, un acicate más para el desarrollo comarcal.</p>
<b>Acciones de la Medida.</b>

(1) Contratación del estudio de viabilidad y acciones para la salvación y desarrollo de los municipios de Benquerencia y Ruanes como proyecto piloto para la búsqueda de nuevas alternativas de desarrollo. (2) Análisis de la realidad de los pequeños municipios. (3) Inventariación de recursos. (3) Desarrollo estratégico de nuevas alternativas de carácter sectorializado. (4) Desarrollo de una estrategia común concertada con otros municipios en riesgo de desaparición. (5) Diseño de una serie de proyectos guía para su implementación en los municipios. (5) Elaboración de una publicación del estudio en soporte electrónico y papel (200 ejemplares con una extensión mínima de 150 páginas a todo color). (6) Desarrollo de unas jornadas divulgativas con la presencia de municipios de la comarca y de la región que pueden formar parte de la estrategia.
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Estudio y estrategia compartida para luchar contra la despoblación.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Estudio y estrategia compartida para luchar contra la despoblación. 30.000 euros.

**Relación de otras medidas presentadas que se encuentran recogidas en los informes anteriores o que no son elegibles respecto a las directrices del Plan Diputación Desarrolla.**

<b>Medida. Formación y capacitación de los diferentes sectores productivos de la comarca bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Talleres profesionales y jornadas técnicas de formación sobre la elaboración de los productos.
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Alcuéscar es complementaria con otras propuestas realizadas desde otros Ayuntamientos, Mancomunidad y Grupo de Acción Local en torno a la capacitación de los diferentes sectores productivos de la comarca en torno a los productos y servicios que componen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO. La propuesta se puede integrar con el resto de propuestas comarcales tendentes a la capacitación en la transformación, innovación y comercialización en la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.
<b>Acciones de la Medida.</b>
Acciones integradas con el resto de propuestas formativas que inciden en esta línea.
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Acciones de formación y capacitación de los diferentes sectores productivos de la comarca.
Año 2019: Acciones de formación y capacitación de los diferentes sectores productivos de la comarca.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Acciones de formación y capacitación de los diferentes sectores productivos de la comarca. 20.000 euros.
Año 2019: Acciones de formación y capacitación de los diferentes sectores productivos de la comarca. 20.000 euros.

<b>Medida. Formación en los recursos turísticos y económicos de los paisajes gastronómicos bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Curso de capacitación y formación de “guías locales/comarcales” en recursos patrimoniales, rutas, productos de comarca... Capacitar a un grupo de profesionales en el conocimiento de los recursos y productos (empresas, procesos, venta..) de los paisajes gastronómicos.
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Aldea del Cano es complementaria con otras propuestas realizadas desde otros Ayuntamientos, Mancomunidad y Grupo de Acción Local en torno a la formación de los recursos turísticos que componen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO. La propuesta se puede integrar con el resto de propuestas comarcales.
<b>Acciones de la Medida.</b>
Acciones de la medida: acciones integradas con el resto de propuestas en esta línea que incluyen además: (1) Curso de capacitación de guías comarcales en torno a los recursos y productos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Curso de guías locales.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Curso de guías locales. 10.000 euros.

<b>Medida. Construcción de un centro de actividades turísticas, culturales y agroalimentarias comarcal bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
El objetivo es la construcción de un centro turístico y empresarial en la Ex206, preferentemente en la propia mancomunidad, o en otro lugar que nos pudieran ceder y del que este ayuntamiento dispone, para la proyección, promoción, exposición y venta de los productos de las empresas y de los distintos productos turísticos, culturales, agroalimentarios, etc. que existen en nuestra comarca, además de la formación en los distintos oficios y tradiciones con los que contamos en nuestra mancomunidad, con ello buscamos un espacio aprovechando la oportunidad de negocio que genera la carretera ex206 para la promoción y venta de todos los recursos de nuestra comarca, con la consiguiente generación de empleo, no sólo en este centro de actividades, sino en la distintas empresas, por el aumento de venta de sus productos.
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Valdefuentes es complementaria y se podría integrar con otras propuestas realizadas desde otros Ayuntamientos, Mancomunidad y Grupo de Acción Local en torno al desarrollo de acciones de promoción y comercialización de los productos y servicios que componen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, así como con otras funciones multiuso del laboratorio de innovación.

<b>Acciones de la Medida.</b>
(1) Construcción del centro turístico. (2) Creación de espacios de promoción y venta de los productos y servicios comprendidos en la marca PAISAJE GASTRONÓMICO . (3) Acciones de promoción de las producciones. (4) Acciones de comercialización. (5) Edición de material divulgativo y de promoción...
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Desarrollo del proyecto para la creación del espacio turístico. Año 2019: Construcción del espacio turístico y desarrollo del conjunto de las actuaciones.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Desarrollo del proyecto para la creación del espacio turístico. 10.000 euros Año 2019: Construcción del espacio turístico y desarrollo del conjunto de las actuaciones. 290.000 euros.

<b>Medida. Otras actuaciones turísticas.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Señalización de rutas. Organización de eventos culturales y deportivos. Realización de encuentros comarcales de técnicos en turismo.
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Zarza de Montánchez es complementaria con otras propuestas realizadas desde otros Ayuntamientos, Mancomunidad y Grupo de Acción Local en torno al desarrollo de acciones turísticas comarcales de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO. La propuesta se puede integrar con el resto de propuestas comarcales. Acciones de la medida: acciones integradas con el resto de propuestas en materia turística.
<b>Acciones de la Medida.</b>
Acciones integradas con el resto de propuestas en materia turística.
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Año 2019:
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: .000 euros Año 2019: .000 euros.

<b>Medida. Acondicionamiento de molinos bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
El objetivo es la puesta en marcha de un proyecto comarcal, como es el acondicionamiento , puesta en funcionamiento y musealización de algunos de los molinos con los que contamos en nuestra comarca, promocionando además el turismo ornitológico, cultural, medioambiental y paisajístico, estableciendo una vez acondicionados algunos de estos molinos una ruta donde se pongan en valor el resto de atractivos turísticos, gastronómicos, etc. de la comarca, lo que sin duda además de darle la singularidad, generaría empleo en nuestros pueblos. 500.000 €

<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Valdefuentes es complementaria y se podría integrar con otras propuestas realizadas desde otros Ayuntamientos, Mancomunidad y Grupo de Acción Local en torno a la puesta en valor de los recursos patrimoniales de la comarca para la valorización de los productos y servicios que componen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, pudiendo abordar actuaciones como acondicionamiento, promoción, rutas turísticas, señalización....
<b>Acciones de la Medida.</b>
Acciones de la medida: (1) Elaboración de estudio para el acondicionamiento de los molinos. (2) Tareas de adecuación de la ruta y accesos. (3) Señalización de los molinos. (4) Elaboración de material promocional (folletos, cartelería). (5) Acciones de divulgación de la ruta de los molinos (publicación en webs, medios de comunicación, redes sociales...).
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018:
Año 2019:
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: .000 euros
Año 2019: .000 euros.

<b>Medida. Desarrollo de la industria del vino bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Estudio I+D+I para detectar los posibles cambios en la producción de vino para que tenga más salida de la actual y con mayor calidad para llegar a más mercados. Detectar canales de distribución de la producción actual y la futura. Embotellado y etiquetaje con un diseño atractivo acorde a los nuevos gustos de los consumidores para incrementar las ventas. Aplicando una filosofía parecida a la acción anterior se propone la revitalización del sector vinatero antaño tan apreciado fuera de nuestro territorio. Recuperación de la producción de uva y recuperación de viñedos. Generación de empleo agrícola y técnico (gerentes, enólogos...)
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Montánchez se sustenta en uno de los productos emblemáticos de la comarca cuyo cultivo y producción ha entrado en crisis en las últimas décadas, constituyendo una producción que forma parte de los productos emblemáticos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.
<b>Acciones de la Medida.</b>
(1) Elaboración de un estudio que sirva de base al relanzamiento del sector. (2) Apoyo técnico a los productores para adecuarse a las nuevas necesidades de los mercados. (3) Mejoras en el diseño y presentación de los vinos. (4) Acciones de promoción de los vinos de la comarca.
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Elaboración del estudio.
Año 2019: Desarrollo del resto de actuaciones.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Elaboración del estudio. 20.000 euros.

Año 2019: Desarrollo del resto de actuaciones. 10.000 euros.
<b>Medida. Curso de naturaleza (Guías de naturaleza para el turismo ornitológico) bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Organización de curso de guía de naturaleza y conocimiento de idiomas con el fin de asesorar, o fomentar, empresas que se dediquen al turismo ornitológico.
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Sierra de Fuentes tiene un importante alcance comarcal, al estar comprendidos varios municipios de la comarca en espacios naturales protegidos y Zonas de Especial Protección de Aves (Llanos de Cáceres), configurando uno de los principales valores paisajísticos que conforman los elementos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.
<b>Acciones de la Medida.</b>
Acciones de la medida: (1) Contratación de un curso de Guías de naturaleza para el turismo ornitológico en la ZEPA de los Llanos de Cáceres. (2) Captación de alumnos de la comarca. (3) Difusión y publicidad del curso entre las empresas y potenciales emprendedores de la comarca. (4) Impartición del curso.
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Curso de guía de naturaleza para el turismo ornitológico.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Curso de guía de naturaleza para el turismo ornitológico. 10.000 euros

<b>Medida. Puesta en valor de la iglesia San Miguel Arcángel.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Potenciar el patrimonio cultural y puesta en valor de los arcos de la iglesia Parroquial San Miguel Arcángel.
<b>Informe de la Medida.</b>
<b>Acciones de la Medida.</b>
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018:
Año 2019:
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: .000 euros
Año 2019: .000 euros.

<b>Medida. Construcción de un polígono empresarial e industrial comarcal .</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
<b>Construcción de un polígono empresaria e industrial comarcal</b>

<p>El objetivo es la construcción de un polígono empresarial e industrial junto a la carretera ex206 que vertebrará nuestra mancomunidad, con una superficie de más de 200.000 m<sup>2</sup>, para el desarrollo de la actividad industrial de nuestra comarca, y cuyo es la creación de puesto de trabajo en las industrias que se instalaran, para ello contamos con un anteproyecto realizado por los técnicos de la mancomunidad y que cumple con todas condiciones para su construcción inmediata, desde este ayuntamiento estaríamos dispuestos a valorar la cesión del terreno.</p> <p>La construcción se podría realizar en fases.</p> <p>1.000.000 €</p>
<b>Informe de la Medida.</b>
<b>Acciones de la Medida.</b>
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018:
Año 2019:
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018:
Año 2019:

<b>Medida. Mejora de servicios tecnológicos.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
<p>Dotar a nuestra comarca de banda ancha y wifi.</p> <p>Uno de los déficits que tenemos en nuestra comarca y que más demandan nuestros vecinos es el acceso a las nuevas tecnologías, por lo que proponemos un proyecto comarcal que dote a todos nuestros pueblos de wifi y banda ancha</p>
<b>Informe de la Medida.</b>
<b>Acciones de la Medida.</b>
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018:
Año 2019:
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: .000 euros
Año 2019: .000 euros.

<b>Medida. Dotación de fibra óptica.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
<p>Dotar de fibra óptica a los municipios de la mancomunidad.</p> <p>Mejorar la calidad de las comunicaciones y terminar con el desfase tecnológicos de nuestros pueblos.</p>
<b>Informe de la Medida.</b>
<b>Acciones de la Medida.</b>

<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018:
Año 2019:
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: .000 euros
Año 2019: .000 euros.

<b>Medida. Instalación de placas solares.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Instalación de placas solares en edificios e instalaciones de los municipios de la localidad. Mejora de la eficiencia energética y contribuir a la reducción de emisiones de CO2 al minimizar el consumo de energía eléctrica
<b>Informe de la Medida.</b>
<b>Acciones de la Medida.</b>
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018:
Año 2019:
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: .000 euros
Año 2019: .000 euros.

<b>Medida. Atracción de empresas de energías renovables.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Proyecto para la atracción de empresa de energías renovables en suelo industrial público.
<b>Informe de la Medida.</b>
<b>Acciones de la Medida.</b>
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018:
Año 2019:
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: .000 euros
Año 2019: .000 euros.

<b>Medida. Adquisición de bien inmueble para proyecto de cooperación y asociacionismo.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Acción de compra del bien inmueble (antiguo Resti) situado en la EX382 como centro de creación y desarrollo de proyecto de cooperación y asociacionismo, Investigación e innovación. Generación de industria capaz de procesar las materias primas que genera la comarca así como la transformación de las producciones del sector primario como: aceite, higos, vino 350.000€
<b>Informe de la Medida.</b>

<b>Acciones de la Medida.</b>
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018:
Año 2019:
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: .000 euros
Año 2019: .000 euros.

<b>Medida. Inversiones en promoción cultural.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
<p>Creación de un Museo etnográfico comarcal en Aldea del Cano.          Habilitar edificio catalogado "Casa del cura", cedido al ayuntamiento por 50 años, contamos con que el Museo Emilio Mariño cedería fondos por el mismo periodo, o por el que se ampliase.          Aldea tiene intención de la compra, con lo cual la cesión sería indefinida.          Exposiciones.          Actividades relacionadas con Museo en la Comarca.          Exposiciones de fondos en ciudades extremeñas y fuera de la región.          Recoger cesiones o donaciones de entidades.          El ayuntamiento de Aldea aseguraría la atención de personal y mantenimiento.          Esta oferta se complementaría con dos museos de trajes y recursos e instrumentos asociados a los productos de los paisajes gastronómicos.          Exponer las costumbres, profesiones y tradiciones del pasado y el entorno comarcal, como foco de atracción turística.</p>
<b>Informe de la Medida.</b>
<b>Acciones de la Medida.</b>
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018:
Año 2019:
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: .000 euros
Año 2019: .000 euros.

<b>Medida. Construcción de albergue turístico.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
<p>Construcción de albergue en la zona de la Sierra para potenciar las pernотaciones en la comarca, construcción de merenderos para observar el paisaje.</p>
<b>Informe de la Medida.</b>
<b>Acciones de la Medida.</b>
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018:

Año 2019:
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: .000 euros
Año 2019: .000 euros.

<b>Medida. Construcción de campamento municipal.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
<p>Se trata de la construcción de un campamento municipal, construcción que ya tiene dos de sus fases realizadas, dentro del entorno natural del ecosistema de la Dehesa Boyal de Salvatierra de Santiago. Infraestructuras que contará con todos los servicios para el disfrute del entorno natural en el que se enclava. El alojamiento podrá ser en bungalows o en tienda de campaña, además de piscina y pistas polideportivas o naves cocina comedor y multiservicios. Para ello ya existe proyecto redactado por técnico competente. Estas obras ya empezaron en el año 2005. Las acciones de promoción serán llevadas a cabo por la posible oficina de Promoción Comarcal y desde el propio Ayuntamiento de Salvatierra de Santiago.</p> <p>Acciones de comercialización. Promoción en redes sociales, prensa. Promoción en oficina de promoción Comarcal. Venta de nuestros productos. El campamento se publicitará en las redes sociales, así como también ADISMONTA y cualquier otro medio apto para su promoción. Se podrá ofrecer a los clientes la posibilidad de compra de nuestros productos comarcales, como son los ibéricos, dulces típicos, miel de encina, y también la promoción de nuestra Comarca en general. Este proyecto pretende dar solución a la demanda de este tipo de turismo que busca actividades de ocio y tiempo libre en nuestra Comarca y en contacto continuo con la naturaleza. Nuestra situación geográfica privilegiada en el centro de la Región Extremeña ofrece las mejores alternativas tanto para el disfrute de la naturaleza como para el desplazamiento a otros centros de interés turístico. Otro de sus objetivos es la creación de empleo estable en nuestra comarca, no solo en este proyecto, sino en otros que podrían crearse para ofrecer otras demandas del turista que nos visite. En definitiva, sería una posible vía de desarrollo de nuestra comarca aprovechando la situación geográfica y recursos turísticos de nuestros pueblos. Se podrán realizar actividades enfocadas a la promoción turística de nuestra Comarca destinada a este tipo de turista y otros que todavía no lo hayan probado. Asimismo ya existe en localidad vecina un camping naturista, de tal forma que cada vez va aumentando en número de clientes y por lo tanto es un recurso que debemos aprovechar para la atracción del turista no sólo de paso. Estas acciones de promoción serán desarrolladas por la posible oficina de promoción Comarcal.</p>
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Salvatierra de Santiago tiene por objeto finalizar las obras de construcción del campamento municipal.
<b>Acciones de la Medida.</b>
<b>Anualidades para su realización.</b>

Año 2018:
Año 2019:
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: .000 euros
Año 2019: .000 euros.

<b>Medida. Inversiones industriales.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
<p>El municipio de Torrequemada consciente de la importancia de una adecuada oferta de suelo industrial y de una política de apoyo al tejido empresarial y el autoempleo para el desarrollo socio-económico de nuestra comarca, cuenta con un polígono industrial situado estratégicamente en la Comarca, en la carretera EX206, eje que vertebra las comunicaciones entre Cáceres, Miajadas, Don Benito y Villanueva de la Serena, principales núcleos productivos con referencia Regional.</p> <p>El Polígono ya existente requiere de unas inversiones necesarias para poder promover la instalación de nuevas empresas en la Comarca, tales como una depuradora de residuales, para poder dar licencias de obras y apertura a estas nuevas empresas, las cuales están incluidas en fondos Leader a la espera de poder ejecutar sus infraestructuras.</p> <p>La finalidad de estas inversiones es dotar al polígono industrial ya existente en la Comarca de los servicios que actualmente carece, lo cual impide que se puedan dar licencias y permisos a las empresas que pretenden instalarse en nuestra Comarca, favoreciendo la creación de empleo y el desarrollo del tejido empresarial.</p> <p>120.000 euros</p>
<b>Informe de la Medida.</b>
<p>La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Torrequemada tiene por objeto finalizar las obras con la instalación de depuradora que haga posible el asentamiento de empresas de la comarca en el mismo.</p>
<b>Acciones de la Medida.</b>
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018:
Año 2019:
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: .000 euros
Año 2019: .000 euros.

<b>Medida. Otras actuaciones turísticas.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
<p>Señalización de rutas.</p> <p>Organización de eventos culturales y deportivos.</p> <p>Realización de encuentros comarcales de técnicos en turismo.</p>
<b>Informe de la Medida.</b>
<p>La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Zarza de Montánchez es complementaria con otras propuestas realizadas desde otros Ayuntamientos, Mancomunidad y Grupo de Acción</p>

Local en torno al desarrollo de acciones turísticas comarcales de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO. La propuesta se puede integrar con el resto de propuestas comarcales. Acciones de la medida: acciones integradas con el resto de propuestas en materia turística.
<b>Acciones de la Medida.</b>
Acciones integradas con el resto de propuestas en materia turística.
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018:
Año 2019:
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: .000 euros
Año 2019: .000 euros.

<b>Medida. Museo de arte moderno.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Creación de un Museo de arte moderno para la Mancomunidad. El Ayuntamiento aportaría el terreno y el personal para la gestión del centro. Disponer de un punto que centralice la promoción de los artistas de la Mancomunidad.
<b>Informe de la Medida.</b>
<b>Acciones de la Medida.</b>
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018:
Año 2019:
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: .000 euros
Año 2019: .000 euros.

<b>Medida. Centro de interpretación del higo bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Poner en valor el patrimonio rural mediante la creación de un Centro de Interpretación del producto estrella de la localidad "El higo" y así incrementar el atractivo de la comarca y el valor de sus recursos. Apoyo a la creación de museos y centros de interpretación. Adquisición de bien inmueble para la creación de Centro de Interpretación del Higo.
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Almoharín es complementaria y se podría integrar con otras propuestas realizadas desde otros Ayuntamientos, Mancomunidad y Grupo de Acción Local en torno a la creación de espacios o centros de interpretación de los productos asociados a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO. El proyecto se podría abordar como espacio temático independiente o como un espacio compartido conjunto con otros espacios de interpretación (jamón, queso, aceite); o incluso en el espacio Laboratorio de Innovación.

La creación del Centro de interpretación quedaría condicionada al aporte de infraestructuras para su ubicación y al mantenimiento posterior por parte del ayuntamiento u otras instancias que financiarían esos costes.
<b>Acciones de la Medida.</b>
Acciones de la medida: (1) Elaboración del proyecto para la creación del centro de interpretación del higo con la determinación de elementos audiovisuales, disposición del espacio, mobiliario, paneles expositivos, experiencias sensoriales, elaboración de videos, material promocional. (2) Construcción o adecuación del espacio, elaboración de material promocional (web, folletos, difusión en medios de comunicación...).
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Elaboración del proyecto para la creación del Centro de interpretación. Año 2019: Construcción y adecuación del espacio.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Elaboración del proyecto para la creación del Centro de interpretación. 10.000 euros. Año 2019: Construcción y adecuación del espacio. 400.000 euros.

<b>Medida. Promoción de granja avícola. Activación económica de los municipios en riesgo de desaparición bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
<p>El objetivo principal es la creación de industria productora tanto de aves y huevos ecológicos criados en total libertad en nuestro entorno natural como es la dehesa extremeña, para el consumo alimentario para la creación de puestos de trabajo para desempleados de nuestra zona, tanto en ésta como en otras empresas que se crearían para mantener la demanda de esta principal.</p> <p>El costo de la inversión que se repercutirá a la posible oficina de promoción Comarcal será el de la promoción del proyecto, ya que se trata de un inversor particular.</p> <p>Uno de los aspectos fundamentales en el proyecto, la salida para la venta del producto para la obtención de beneficios y el buen funcionamiento de la empresa, para lo cual se contará con la ayuda de nuestra oficina de promoción, así como con comerciales de la empresa para la colocación de los productos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicidad en redes sociales, prensa, radio y televisión.</li> <li>- Apoyo a la comercialización.</li> <li>- Apoyo a la formación de personal de la granja.</li> <li>- Talleres para actividades escolares para el contacto con la naturaleza.</li> <li>- Actividades guiadas enfocadas al turismo rural y su correspondiente promoción al exterior.</li> </ul>
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Ruanes tiene cabida dentro del apoyo a la actividad económica y creación de empresa y empleo en los municipios más despoblados de la comarca, en aras a poner en valor las posibilidades en torno a las ganaderías y producciones ecológicas.
<b>Acciones de la Medida.</b>
(1) Estudio de oportunidades para la creación de nuevas actividades económicas en los municipios con mayor riesgo de despoblación. (2) Acciones de estímulo y visualización de las oportunidades. (3) Análisis de oportunidades comerciales. (4) Elaboración de una página web

para difundir las oportunidades. (5) Acciones de formación MOOC para formación y orientación a promotores.
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Promoción de granja avícola. Activación económica de los municipios en riesgo de desaparición.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Promoción de granja avícola. Activación económica de los municipios en riesgo de desaparición. 30.000 euros.

<b>Medida. Apoyo al turismo en casa rural. Activación económica de los municipios en riesgo de desaparición bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
<p>Se trata de una casa rural ya en funcionamiento en la localidad de Ruanes, inversión realizada por promotora en el año 2017.</p> <p>Las acciones de promoción serán llevadas a cabo por la posible oficina de Promoción Comarcal.</p> <p>Acciones de comercialización: promoción en redes sociales, prensa., promoción en oficina de promoción Comarcal, venta de nuestros productos.</p> <p>Acciones de formación y capacitación.</p> <p>La casa ofrece servicios al turista que demanda actividades de ocio y tiempo libre en nuestra Comarca, que por su situación privilegiada en el centro de la Región Extremeña ofrece las mejores alternativas tanto para el disfrute de la naturaleza como para el desplazamiento a otros centros de interés turístico.</p> <p>Se pretende crear una red de casas de turismo rural enclavadas en nuestra comarca, casas que cada vez van aumentando en número y por lo tanto es un recurso que debemos aprovechar para la atracción del turista no sólo de paso.</p> <p>Estas acciones de promoción serán desarrolladas por la posible oficina de promoción Comarcal.</p> <p>La casa está publicitada en las redes sociales, así como también se pondrán en contacto con ADISMONTA y cualquier otro medio apto para su promoción.</p> <p>Se podrá ofrecer a los clientes de las Casas de turismo rural la posibilidad de compra de nuestros productos comarcales, como son los ibéricos, dulces típicos, miel de encina, y también la promoción de nuestra Comarca en general.</p>
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Ruanes tiene cabida dentro del apoyo a la actividad económica y creación de empresa y empleo en los municipios más despoblados de la comarca, en aras a poner en valor las posibilidades en torno a la promoción del turismo rural.
<b>Acciones de la Medida.</b>
(1) Acciones de estímulo para la promoción del turismo rural y visualización de las oportunidades. (2) Análisis de oportunidades comerciales y de habilitación de viviendas vacías (3) Acciones de promoción y estímulo al turismo rural.
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Apoyo al turismo en casa rural. Activación económica de los municipios en riesgo de desaparición.

**Presupuesto aproximado.**

Año 2018: Apoyo al turismo en casa rural. Activación económica de los municipios en riesgo de desaparición. 24.000 euros.

**Medida. Convocatoria-concurso elección ferias y eventos consolidados en la comarca bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.(consignación de ayudas).**

**Formulación de la Medida.**

En la comarca de Sierra de Montánchez y Tamuja se celebran a lo largo del año determinadas ferias y eventos que gozan de una cada vez mayor popularidad. Algunos de ellos han venido consolidándose año a año, no sin un gran esfuerzo de los Ayuntamientos de la localidad en la que se celebran y el apoyo y participación de diferentes colectivos y la ciudadanía.

El proyecto consiste en una convocatoria-concurso de las ferias y eventos de la comarca de Sierra de Montánchez y Tamuja, para elección por concurso de los 7 Mejores Eventos de la Comarca de Sierra de Montánchez y Tamuja, más un 8º premio a la Mejor idea de evento a desarrollar.

**Informe de la Medida.**

La propuesta realizada por ADISMONTA se enmarca en torno a los elementos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.

La propuesta de ADISMONTA se complementa y se puede integrar con el resto de propuestas presentadas en torno a la promoción turística y económica de la comarca.

**Acciones de la Medida.**

(1) Fase 1.- Recepción de propuestas (una por cada municipio interesados en participar), con la descripción, méritos alegados y aportación de elementos audiovisuales (fotos y videos), y Proyecto de ejecución para siguiente edición (que es la que será objeto del concurso).

(2) Fase 2.- Integración de cada Evento que concurre (con descripción y elementos audiovisuales) en una microsite para el concurso.

(3) Fase 3.- Campaña del concurso con elementos seguros para votación on line (la votación conformará al menos el 60 % de los criterios valorados en un Jurado)

(4) Fase 4.- Acto de entrega de premios. Campaña final de difusión.

(5) Fase 5.- Ejecución de los proyectos

(6) Premios: 1º Premios dotado con 14.000,00 €. 2º a 4º premio dotados cada uno con 10.000 €. 5º a 7º premio dotados cada uno con 7.000 €. 8º premio a la Mejor idea de evento a desarrollar (requisito: sin desarrollar, o no consolidado aunque recientemente iniciado con no más de una edición): dotado con 5.000 €. (premio a pagar tras la celebración del mismo).

**Anualidades para su realización.**

Año 2018: Convocatoria-concurso elección ferias y eventos consolidados en la comarca (consignación de ayudas): Fases 1 a 4 ó 5.

Año 2019: Convocatoria-concurso elección ferias y eventos consolidados en la comarca (consignación de ayudas): Fase 5
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Convocatoria-concurso elección ferias y eventos consolidados en la comarca (consignación de ayudas). 70.000 euros.
Año 2019: Acciones de promoción, comercialización e innovación "Capital mundial del higo".

<b>Medida. Comercialización de los recursos patrimoniales bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Desarrollo de proyectos con visión comarcal sobre la problemática de los recursos naturales y patrimoniales.
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Alcuéscar es complementaria con otras propuestas realizadas desde otros Ayuntamientos, Mancomunidad y Grupo de Acción Local en torno a la comercialización de los recursos patrimoniales y el turismo que componen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO. La propuesta se puede integrar con el resto de propuestas comarcales.
<b>Acciones de la Medida.</b>
Acciones integradas con el resto de propuestas en esta línea.
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018:
Año 2019:
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: .000 euros
Año 2019: .000 euros.

<b>Medida. Potenciar las ferias y mercados de interés comarcal bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Mercado Medieval de Zarza de Montánchez, Festival El Tuero de Aldea del Cano, Feria Jamón de Montánchez, Feria Agroalimentaria de Valdefuentes...
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Zarza de Montánchez es complementaria y se podría integrar con otras propuestas realizadas desde otros Ayuntamientos, Mancomunidad y Grupo de Acción Local en torno a la puesta en valor de las ferias y mercados, desde su conexión con los valores de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, contribuyendo a fortalecer los elementos gastronómicos y culturales que la componen desde tiempos ancestrales.
<b>Acciones de la Medida.</b>
(1) Elaboración de un catálogo de ferias y mercados. (2) Elaboración de material promocional. (3) Acciones de divulgación (publicación en webs, medios de comunicación, redes sociales...).
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018:

Año 2019:
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: .000 euros
Año 2019: .000 euros.

<b>Medida. Potenciación de las fiestas tradicionales en la comarca bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Fortalecer las fiestas tradicionales de los municipios como nexo de unión en la comarca, apoyando nuestras señas de identidad, elaborando una ruta de las fiestas de los municipios (Pan y Queso, Tableros y/o Tablas de Torre de Santa María, Albalá, Montánchez, Torreorgaz, La Batalla de Arroyomolinos, La Maza de Almoharín....).
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Zarza de Montánchez es complementaria y se podría integrar con otras propuestas realizadas desde otros Ayuntamientos, Mancomunidad y Grupo de Acción Local en torno a la puesta en valor de los eventos festivos de la comarca, y su especial conexión con los valores de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, contribuyendo a fortalecer los elementos gastronómicos y culturales que la componen desde tiempos ancestrales.
<b>Acciones de la Medida.</b>
(1) Elaboración de un trabajo de investigación y recopilación de los principales eventos festivos. (2) Elaboración de base documental y fotográfica. (3) Elaboración de una guía con todas las fiestas de la comarca. (4) Publicación y tirada de 1000 ejemplares a todo color con una extensión de 50 páginas. (5) Elaboración de la guía en soporte electrónico. (6) Acciones de divulgación (publicación en webs, medios de comunicación, redes sociales...).
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018:
Año 2019:
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: .000 euros
Año 2019: .000 euros.

<b>Medida. Ruta en bicicleta por los árboles singulares de la comarca bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Ruta en bicicleta para visitar La Terrona, La Nieta y La Solana, instalación de un sistema de alquiler de bicicletas.
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Zarza de Montánchez se integra y complementa con otras propuestas realizadas desde otros Ayuntamientos, Mancomunidad y Grupo de Acción Local en torno a la creación de rutas turísticas con incidencia especial en los árboles singulares de la comarca como elementos emblemáticos de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.
<b>Acciones de la Medida.</b>

Acciones integradas con el resto de propuestas para desarrollar el conjunto de las rutas turísticas de la comarca, pudiendo incorporar el alquiler de bicicletas.
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Ruta en bicicleta por los árboles singulares de la comarca. Año 2019: Ruta en bicicleta por los árboles singulares de la comarca.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: .000 euros Año 2019: .000 euros.

<b>Medida. Avistamiento de aves en Navarredonda bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Potenciar las actividades para el avistamiento de aves en la zona del pantano de Navarredonda.
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Zarza de Montánchez tiene un importante alcance comarcal, al plantear una actuación para la potenciación de los recursos ornitológicos y paisajísticos de la comarca que complementa las propuestas realizadas para los espacios naturales protegidos y Zonas de Especial Protección de Aves (Llanos de Cáceres), como uno de los elementos más destacados de la marca PAISAJE GASTRONÓMICO. La promoción del turismo ornitológico aportaría un importante valor al conjunto de la comarca por tratarse de una modalidad en auge y constituir el territorio un gran activo en esta materia. La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Zarza de Montánchez se puede integrar con la realizada por el Ayuntamiento de Sierra de Fuentes para instalación de observatorios de aves en la comarca.
<b>Acciones de la Medida.</b>
(1) Identificación del espacio para ubicación de observatorio de aves. (2) El observatorio será una plataforma móvil (módulo) de madera tratada. (3) Transporte e instalación del módulo. (4) Acciones promocionales de divulgación y promoción (web, medios de comunicación, redes sociales...).
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Año 2019:
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: .000 euros Año 2019: .000 euros.

<b>Medida. Desarrollo de rutas Paisajes Gastronómicos bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Desarrollar en el ámbito de los paisajes gastronómicos de Sierra de Montánchez un número de rutas que enlacen los pueblos de la comarca. Guías. Redes sociales. Folletos en varios idiomas. Patrimonio.

<p>Culturales. Económicas Resaltar todos los recursos y posibilidades que presenta nuestra comarca.</p>
<p><b>Informe de la Medida.</b></p> <p>La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Aldea del Cano es complementaria con otras propuestas realizadas desde otros Ayuntamientos, Mancomunidad y Grupo de Acción Local en torno a la formación de los recursos turísticos que componen la marca PAISAJE GASTRONÓMICO. La propuesta se puede integrar y potenciar el resto de propuestas comarcales, aportando el valor de diseñar el conjunto de rutas comarcales asociadas a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</p>
<p><b>Acciones de la Medida.</b></p> <p>Acciones integradas con el resto de propuestas para desarrollar el conjunto de las rutas turísticas de la comarca:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) Estudio del conjunto de los recursos turísticos de la comarca asociados a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</li> <li>(2) Elaboración de material documental y gráfico.</li> <li>(3) Elaboración de guía con las diferentes rutas en varios idiomas.</li> <li>(4) Acciones promocionales y de divulgación de las rutas.</li> <li>(5) Elaboración en Aldea del Cano de Rutas medioambientales (riqueza ornitológicas, ZEPA, mirador)...y patrimonial (tumbas, presa romana, restos romano, calzadas) y señalización.</li> </ol>
<p><b>Anualidades para su realización.</b></p> <p>Año 2018: Desarrollo de rutas paisajes gastronómicos.</p>
<p><b>Presupuesto aproximado.</b></p> <p>Año 2018: Desarrollo de rutas paisajes gastronómicos. 25.000.</p>

<p><b>Medida. Inversiones en promoción cultural. Creación de un Museo etnográfico comarcal en Aldea del Cano bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b></p>
<p><b>Formulación de la Medida.</b></p> <p>Creación de un Museo etnográfico comarcal en Aldea del Cano. Habilitar edificio catalogado “Casa del cura”, cedido al ayuntamiento por 50 años, contamos con que el Museo Emilio Mariño cedería fondos por el mismo periodo, o por el que se ampliase. Aldea tiene intención de la compra, con lo cual la cesión sería indefinida. Exposiciones de miles de piezas de costumbres y tradiciones del entorno comarcal, y de profesiones y servicios el mundo rural (escuela, ultramarino, correo, segador, herrero, zapatero, trilla...). Actividades relacionadas con Museo en la Comarca. Exposiciones de fondos en ciudades extremeñas y fuera de la región. Recoger cesiones o donaciones de entidades. El ayuntamiento de Aldea aseguraría la atención de personal y mantenimiento. Esta oferta se complementarían con dos museos de trajes y recursos e instrumentos asociados a los productos de los paisajes gastronómicos.</p>

Exponer las costumbres, profesiones y tradiciones del pasado y el entorno comarcal, como foco de atracción turística.
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Aldea del Cano se basa en la creación de un museo etnográfico comarcal como elemento de vertebración comarcal en torno a un conjunto de elementos que aportan un gran valor a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, y de forma especial a los atractivos turísticos de la misma. La sostenibilidad mantenimiento, instalaciones, personal, la financiara el ayuntamiento de Aldea del Cano.
<b>Acciones de la Medida.</b>
(1)Inversión en rehabilitación del edificio. (2) Servir de centro de información, catalogación, inventario de recursos comarcales, exposiciones, de estudio de fondos etnográficos, tradiciones y culturas que son historia de los paisajes Gastronómicos. (3)Reunir las iniciativas privadas y públicas de la Comarca Sierra de Montánchez.
<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2019: Desarrollo de las actuaciones.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2019: Desarrollo de las actuaciones. 50.000.

<b>Medida. Polígono industrial en Aldea del Cano bajo la marca PAISAJE GASTRONÓMICO.</b>
<b>Formulación de la Medida.</b>
Esta nueva propuesta viene justificada porque la apertura del polígono es viable. En Cáceres los dos polígonos que existen, en las Capellanías no hay suelo nuevo, y en la Mejostilla la ocupación supera más del 90%. No hay polígonos en la zona. Aprovechar este plan de desarrollo comarcal para incentivar la instalación de industrias y empresas en Polígono industrial de Aldea del Cano.  El polígono industrial está bien comunicado, a menos de 20 minutos de cualquier población comarcal. Por A-66, N-630, Carretera a Torremocha. Oferta inicial de 50.000 metros cuadrados A 15 minutos de Cáceres y a 20 de Mérida Espacios desde 200 metros cuadrados. A 2 minutos de estación ferrocarril de Aldea del Cano.
<b>Informe de la Medida.</b>
La propuesta realizada por el Ayuntamiento de Aldea del Cano se basa en la creación de un museo etnográfico comarcal como elemento de vertebración comarcal en torno a un conjunto de elementos que aportan un gran valor a la marca PAISAJE GASTRONÓMICO, y de forma especial a los atractivos turísticos de la misma. La sostenibilidad mantenimiento, instalaciones, personal, la financiara el ayuntamiento de Aldea del Cano.
<b>Acciones de la Medida.</b>
Promoción comarcal, provincial, regional y nacional para la instalación de empresas.



PROGRAMA ESPECIAL DE COOPERACIÓN PARA LA INVERSIÓN EN  
PLANES DE ACCIÓN TERRITORIAL

<b>Anualidades para su realización.</b>
Año 2018: Desarrollo de las actuaciones.
<b>Presupuesto aproximado.</b>
Año 2018: Desarrollo de las actuaciones. 20.000.