

PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ – CÁPARRA



1. Entidad solicitante	5
2. Descripción del territorio	10
2.1 Localización dentro de Extremadura	11
2.2 Términos municipales y núcleos urbanos del territorio	12
2.3 Principales características geográficas	14
2.4 Características sociodemográficas	23
2.5 Características socioeconómicas	28
2.6 Accesibilidad y comunicaciones	44
3. Situación de partida. El turismo en el destino Ambroz-Cáparra	46
3.1 Contexto histórico del territorio	47
3.2 Recursos turísticos	51
3.3 Productos turísticos	109
3.4 Análisis de la oferta turística	121
3.5 Singularidad y autenticidad	124
3.6 Sostenibilidad	127
3.7 Análisis de la demanda turística	128
3.8 Imagen y posicionamiento	131

4. Gobernanza turística	134
4.1 Proceso participativo	135
4.2 Entidad gestora del turismo	136
4.3 Asociacionismo y cooperación empresarial	137
4.4 Planificación turística	138
5. Análisis DAFO	139
5.1 Metodología de trabajo	140
5.2. Matriz DAFO	141
6. Justificación de la necesidad del plan	147
6.1 Introducción	148
6.2 Objetivos	150
7. Estrategia de turismo sostenible	157
7.1 Introducción	158
7.2 Líneas estratégicas	162
7.3 Estrategia de imagen y posicionamiento	163
7.4 Estrategia de productos	168
7.5 Estrategia de mercado	173
7.6 Estrategia de promoción y comercialización	179
8. Plan de acción propuesto	181
8.1 Definición del plan	182
8.2 Fichas de actuaciones	184

9. Resultados previstos	260
9.1 Relación de resultados por objetivos	261
9.2 Medición de impactos	263
10. Cronograma de actuaciones	268
11. Presupuesto del Plan de Sostenibilidad Turística	273
11.1 Presupuesto del plan	274
12. Correlación del plan con los criterios de la Secretaría General de Turismo	278
13. Proceso de comunicación y participación	285
14. Evaluación del plan	289

ANEXOS

1. Cartas de Apoyo
2. Diseño y ejecución del plan de creación de producto turístico de turismo en bicicleta y senderismo en Tierras de Granadilla y Ambroz
3. Estudio de Viabilidad de Centros BTT en el Valle del Ambroz y Tierras de Granadilla
4. Estudio para el Desarrollo del Turismo de Agua en la Provincia de Cáceres
5. Estudio de Viabilidad empresarial del embalse Gabriel y Galán
6. Informe de las inversiones realizadas en la comarca Ambroz-Cáparra dentro del Programa de Inversiones Diputación Desarrolla
7. Plan Comarcal de recogida de residuos en el Valle del Ambroz
8. Plan de Promoción y Comercialización turística de la Comarca de Ambroz-Tierras de Granadilla
9. Desarrollo del Turismo Náutico en las Comarcas del Valle del AMbroz y Cáparra, plan de producto
10. Plan estratégico de marketing turístico sostenible de la provincia de Cáceres.
11. Mapa turístico Ambroz-Cáparra
12. Proceso participativo Plan de Sostenibilidad Turística 2020

ENTIDAD SOLICITANTE

01.



El despoblamiento es un riesgo que tiene que ver con muchos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030, en el sentido de que antes que operar positivamente en su favor, produce una regresión no deseada: allí donde el despoblamiento es una tendencia un incremento de la pobreza y de los índices de desarrollo son visibles, se verifica mayor desigualdad de acceso a servicios de salud y educativos de calidad, no se visibiliza correctamente el papel de la mujer, decrecen las oportunidades de empleo o, más allá, de empleo inclusivo, cuesta mantener las infraestructuras necesarias para la resiliencia, disminuye el diálogo rural-urbano, se desvalorizan las funciones, recursos y trabajos propios del medio rural, no se cuida de manera coherente el medio ambiente generando riesgos de incendios o contra los ecosistemas, se pierde biodiversidad y se incrementan los efectos del cambio climático.

Por tanto y buscando el progreso de la provincia de Cáceres se propone una política seria de coherencia entre el medio rural y su entorno natural o no reclaman la responsabilidad de cada ciudad con su medio rural. La Diputación de Cáceres es una institución decididamente comprometida con la sostenibilidad del desarrollo. El carácter rural y el proceso de despoblamiento de muchos de nuestros pueblos de la provincia son dos elementos que focalizan la atención de esta administración ya que son determinantes de cara a lograr la sostenibilidad de nuestro territorio. Toda nuestra actividad está enfocada a facilitar a la población que reside en el mundo rural las mismas oportunidades que la población urbana.

La Diputación de Cáceres a través del Área de Reto Demográfico, Desarrollo Sostenible, Juventud y Turismo, con otras denominaciones anteriores, acumula una experiencia de más de 30 años en gestión financiera de proyectos cofinanciados con fondos europeos, nacionales y regionales (Iniciativas comunitarias

como LEADER y LEADER II, INTERREG, FEDER (EDUSI) ADAPT, YOUTHSTAR, NOW, EQUAL (2 ediciones), programas europeos como ARCO, LEONARDO, SOCRATES (2 ediciones), y programas nacionales de FSE como Subvención Global (3 ediciones), Iniciativa Empresarial y Formación Continua (3 ediciones), Escuelas Taller, Casas de Oficios y Talleres de Empleo (10 proyectos), Acciones OPEA, AEDL, etc). También mantiene convenios de cofinanciación con los Grupos de Acción Local de la provincia de Cáceres, con REDEX, con la Universidad de Extremadura, etc.

Actualmente está ejecutando un total de 13 proyectos con cofinanciación europea procedente de diferentes fondos estructurales, así como otros 5 proyectos territoriales que se abordan con fondos propios y cuyos objetivos tienen que ver con el desarrollo sostenible de toda la provincia o de comarcas específicas.

En el diseño y la ejecución de estos proyectos la intervención está aglutinada en cuatro ámbitos: Reto Demográfico, Proyectos de Cooperación Transfronteriza, Desarrollo Urbano y Emprendimientos y Empresas. De forma transversal se trabaja en todos ellos acciones de apoyo al sector turístico, mediante la mejora de infraestructuras, la capacitación del empresariado y agentes clave y la apuesta decidida por la mejora de la gobernanza con enfoque de abajo a arriba.

El objetivo general del Área es contribuir al desarrollo sostenible de la provincia de Cáceres con acciones que permitan afrontar el reto demográfico creando espacios atractivos para las personas y las empresas. Diseñar proyectos que contribuyan a revertir la situación actual de desempleo, fomentar el emprendimiento, propiciando la mejora de las condiciones socioeconómicas de nuestros pueblos y ciudades, con especial incidencia en la promoción

empresarial y las condiciones de vida de las personas que permitan la estabilización de la población actual o reviertan la situación de pérdidas en las zonas rurales más desfavorecidas.

Las líneas generales en las que se centran las acciones son: de **promoción del empleo**, destinado a las personas, **promoción empresarial**, destinada al acompañamiento y apoyo a la creación de empresas o mejora de la competitividad de las existentes y **desarrollo sostenible** aplicado a los territorios, que se conforman en estrategias territoriales diseñadas desde la participación.

En lo que se refiere al turismo la institución continúa apostando por este sector como uno de los estratégicos de la provincia capaz de generar empleo y riqueza con aún un largo recorrido de desarrollo y crecimiento. Prueba de ello ha sido el número de acciones que se han realizado a través de diversos programas para mejorar la competitividad turística de la provincia como destino de naturaleza, cultural y gastronómico, entre otros. Desde inversiones en infraestructuras de uso público para disfrute del turista o visitante (senderos, mejoras en zonas de baño, la construcción de embarcaderos, señalización turística, inversiones en centros de interpretación, etc.), acciones de promoción nacional e internacional con campañas en medios de comunicación, organización de viajes de familiarización para periodistas internacionales, colaboraciones con medios de comunicación extranjeros, asistencia a ferias nacionales e internacionales, entre las que destacan las del sudeste asiático como JATA en Japón, KOFTA en Corea o ITB Asia en Singapur. También se han realizado convenios con las DOP/IGP y la asociación extremeña de Artesanos para la promoción de sus productos; concedidas ayudas a los municipios a través del Plan Activa Turismo, para las fiestas de Interés Turístico o para la contratación de personal en la Red de Centros de Interpretación.

Otra acción estratégica y de enorme alcance ha sido la elaboración del Plan Estratégico de Marketing Turístico Sostenible 2030 de la provincia. Un plan de acción provincial y 14 planes territoriales que nos darán una hoja de ruta para una mejor promoción y comercialización de la provincia y sus territorios.

Muchas de estas inversiones han sido realizadas a través del programa de inversión **Diputación Desarrolla** que, bajo la focalización que cada territorio ha decidido y a través de planes territoriales contruidos desde la participación ciudadana, aglutina un elenco de medidas para poner en valor oportunidades y recursos locales, vertebrar el territorio, crear tejidos sociales y económicos que defiendan, conozcan, valoren y aprovechen sus recursos culturales y naturales.

Hablando de sostenibilidad y de planes territoriales no se puede dejar de mencionar el esfuerzo que la diputación realiza en los territorios **UNESCO**: las Reservas de la Biosfera Tajo Internacional y Monfragüe, y el Geoparque Villuercas – Ibores – Jara, a través de inversiones que favorezcan la creación y consolidación de empresas y por tanto la fijación de la población local al territorio. Acciones de apoyo al sector empresarial, organización de eventos como el Mes de las Reservas o Naturarte que ayuden a divulgar los valores culturales y naturales de estos espacios para atraer a más visitantes, la edición de material promocional especializado y divulgativo, como el documental El lenguaje de la vida de Monfragüe que en menos de un año ya ha tenido más de un millón de espectadores en TVE2, la revalidación del Geoparque Mundial UNESCO Villuercas-Ibores-Jara como Geoparque Mundial de la Unesco o las inversiones en infraestructuras en estos territorios como la mejora del acceso al pico de La Villuercas.

Por último, la Diputación dispone de una amplia experiencia en la ejecución de Planes de intervención turística específica, en coordinación con las administraciones competentes en el sector, con el siguiente resultado:

2004, Plan de Dinamización Turística de la Comarca de La Vera (720.000,00€)

2005, Plan de Dinamización Turística de las Comarcas de Sierra de San Pedro, Sierra Gata y Las Hurdes (720.000,00€)

2007, el Plan de Dinamización del Producto Turístico de Villuercas-Ibores-Jara (2.700.000,00€)

2009, Plan de Competitividad de la Reserva de la Biosfera de Monfragüe (3.000.000€)

Las intervenciones de esta administración, con amplio bagaje en ejecución de fondos europeos apuestan por proyectos que trabajan en la capacitación y formación de los desempleados, incidiendo en aquellas cualificaciones de mayor demanda, entre las que están las relacionadas con el sector turístico. En esta materia, apoyados en financiación europea se viene trabajando desde hace años, estando ahora en ejecución el proyecto ISLA IV, cofinanciado al 80% por el Fondo Social Europeo en el marco del Programa Operativo de Empleo, Formación y Educación (POEFE) 2014-2020, tiene como objetivo la inserción de las personas más vulnerables. A través del Programa ISLA la Diputación de Cáceres desarrolla itinerarios formativos de inserción socio-laboral mediante acciones de orientación, formación y prácticas en empresas, que pone a disposición de las personas desempleadas de la provincia de Cáceres en colaboración con las mancomunidades y otros agentes clave en materia de empleo.

Juventas Emprende, Juventas Emplea y Juventas Forma son otras medidas puestas a disposición de los jóvenes que quieran emprender o mejorar su formación para el emprendimiento y de las empresas que contraten a jóvenes menores de 30 años por un período de al menos un año.

En cuanto a las **Estrategias de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado**, las EDUSU que se están ejecutando en Plasencia, Cáceres y sus municipios limítrofes, con 12,5 y 6,25 millones de euros respectivamente. En ambas estrategias las intervenciones en recuperación del patrimonio cultural y natural y de incorporación de nuevas tecnologías al sector turístico.

La Diputación de Cáceres a través de los Proyectos de Cooperación Transfronteriza aborda los retos transfronterizos más importantes relacionados con la implementación de la estrategia Europa 2020 en la región de la frontera hispano-portuguesa. Bajo la rúbrica «crecimiento inteligente», los programas tienen como objetivo el fortalecimiento de la capacidad innovadora de la región transfronteriza y el aumento de la cooperación entre las pymes, así como de la investigación y el desarrollo a ambos lados de la frontera. Bajo la rúbrica «crecimiento sostenible», el programa tiene como objetivo promover la adaptación al cambio climático, la prevención y la gestión de riesgos, la reducción del impacto medioambiental del desarrollo económico y la promoción del uso eficiente de los recursos.

Los proyectos con los que la Diputación aborda estos retos transfronterizos son:

CETEIS. Centros Transfronterizos de apoyo al Emprendimiento Innovador. 254.957,30 € (Prestación de servicios avanzados para el emprendimiento y la innovación en la PYME de la EUROACE).

REDTI. Rajo Internacional REDE. 2.450.260,80 € (Crecimiento Sostenible de la Reserva Transfronteriza de la Biosfera Tajo-Tejo Internacional).

TERPAT. Territorio y Patrimonio. 646.378,92 € (Sierra de Gata - Las Hurdes)

CAMINOS. Caminos Jacobeos del Oeste Peninsular. 404.656,68 € (Recuperación de caminos para uso turístico)

LOCALCIR. Promoción del Emprendedurismo y la innovación de empresas en Economía Circular. 280.000,00 € (Economía Circular)

GLOBALTUR. Estrategia Global de Desarrollo Turístico. 421.341,47 (Turismo de naturaleza, astroturismo, etc.)

Retener el talento juvenil y ofrecer una experiencia laboral en Europa, ha sido el objetivo de las **Becas Europa**, iniciativa puesta en marcha por vez primera en esta diputación en 2019 y en la que están participando 15 jóvenes de la provincia.



DESCRIPCIÓN DEL
TERRITORIO

02.



02. Descripción del territorio

2.1 Localización

El territorio Ambroz-Cáparra ocupa una superficie de 941,9 km², y se localiza en el extremo norte de Extremadura, en el centro del conjunto de sierras del Sistema Central, siendo el paso natural hacia la Meseta Central. Esta posición septentrional dentro de la región extremeña y, por consiguiente, de la provincia de Cáceres la sitúa como comarca fronteriza respecto a la provincia de Salamanca.

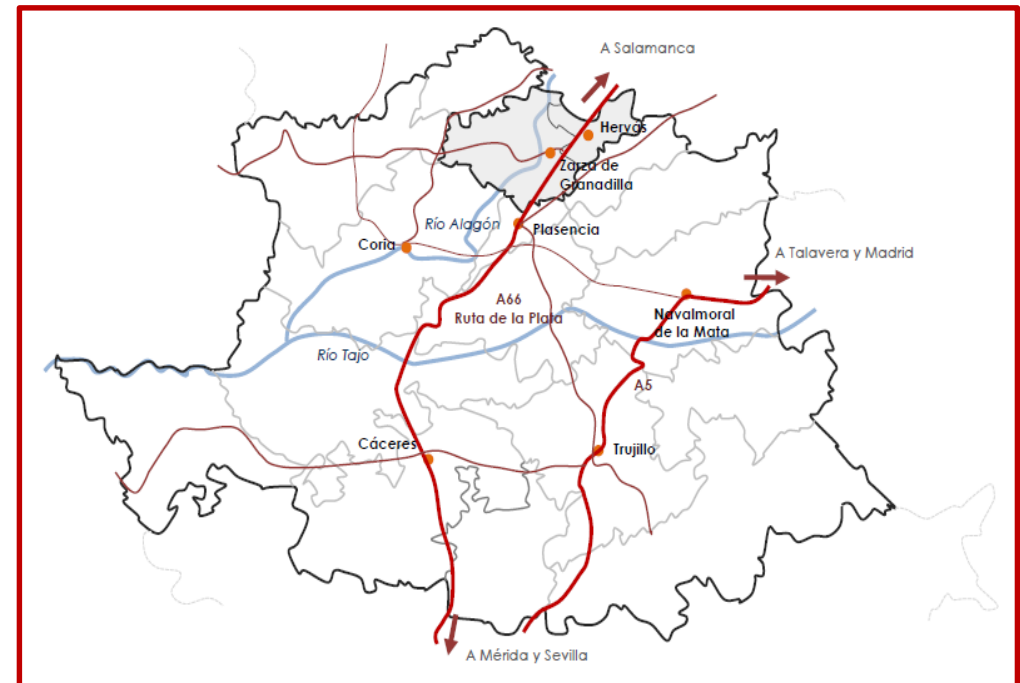
Enclavado en el corazón de las sierras del Norte de Extremadura, el territorio Ambroz-Cáparra se encuentra flanqueado por el Valle del Jerte al este, Las Hurdes y Sierra de Gata al Oeste, el Valle del Alagón y Plasencia al Sur y la Sierra de Béjar al Norte, constituyendo una zona de transición entre la Meseta Central y las llanuras extremeñas.

Esta característica permite que los paisajes evolucionen de forma muy marcada: en el suroeste se encuentran nuevos regadíos y la dehesa extremeña de encina y alcornoque, un ecosistema mediterráneo con altitudes en torno a los 400 m. sobre el nivel del mar. A medida que ascendemos hacia el noreste vamos ganando altitud y aparecen los castaños y robles en un ecosistema atlántico, que finalmente dejan paso al pino y a la vegetación de montaña –piornos y escobas principalmente—. La presencia de las Sierras de Béjar, como frontera septentrional, permite que toda la zona se encuentre al abrigo de los vientos del norte, disfrutando de veranos suaves e inviernos no muy rigurosos. La media de precipitaciones es alta, superior a los 1000 litros por metro cuadrado.

La superficie en relación a la provincia de Cáceres es del 4,73% siendo los municipios de mayor extensión Zarza de Granadilla (133,6 km²), Oliva de Plasencia (88,7 km²) y Santa Cruz de

Paniagua (83,6 km²), quedando Segura de Toro (14,7 km²) y Marchagaz (9,5 km²) como las poblaciones con los términos municipales de menor tamaño. Una diferencia de tamaño que se debe, en gran parte, a la existencia de dos zonas geográficas diferenciadas: las sierras y laderas, con superficies de minifundio, y las zonas de llanuras y vegas de los ríos Ambroz y Alagón, donde predominan las explotaciones latifundistas.

Mapa 2.1.1. Localización del territorio Ambroz-Cáparra en el contexto de la provincia de Cáceres



El territorio Ambroz-Cáparra está integrado por un total de 23 municipios: Abadía, Ahigal, Aldeanueva del Camino, Baños de Montemayor, Cabezabellosa, Casas del Monte, Cerezo, Gargantilla, Guijo de Granadilla, Hervás, Jarilla, La Garganta, La Granja, Marchagaz, Mohedas de Granadilla, Oliva de Plasencia, Palomero, La Pesga, Santa Cruz de Paniagua, Santibáñez el Bajo, Segura de Toro, Villar de Plasencia y Zarza de Granadilla.

La comarca está afectada por un claro retroceso poblacional, de forma desigual en los distintos municipios. La densidad de habitantes no refleja la evolución en la dinámica demográfica de los últimos 50 años, que ha reducido en más de la mitad los efectivos de esta comarca, como podemos ver en apartados posteriores. Así, el despoblamiento es uno de los retos a los que se enfrenta la comarca.

Se trata de una zona eminentemente rural, ya que no existe ningún núcleo urbano superior a 5.000 habitantes, siendo Hervás el municipio más poblado y que ejerce una mayor atracción como centro administrativo, económico y turístico del territorio. En un escalón inferior a Hervás, aparece Zarza de Granadilla con algo menos de 2.000 habitantes y que polariza varios servicios de la zona Oeste. El resto de pueblos son núcleos rurales con diferentes estructuras urbanas y dinámicas históricas (donde juega una clara influencia su posición geográfica en el contexto comarcal) pero con una característica común: un continuo descenso poblacional, factor determinante que nos lleva a una actuación urgente para afrontar con optimismo el reto demográfico.

La tabla siguiente nos muestra un territorio que presenta una gran diversidad de situaciones en cuanto a la densidad de población. Hay pueblos como Oliva de Plasencia, con un amplio territorio y muy poca población, dándonos el índice más bajo de densidad, y pueblos como La Pesga con poco terreno y bastante población, lo que eleva el índice a niveles muy superiores en la zona e incluso la región.

02. Descripción del territorio

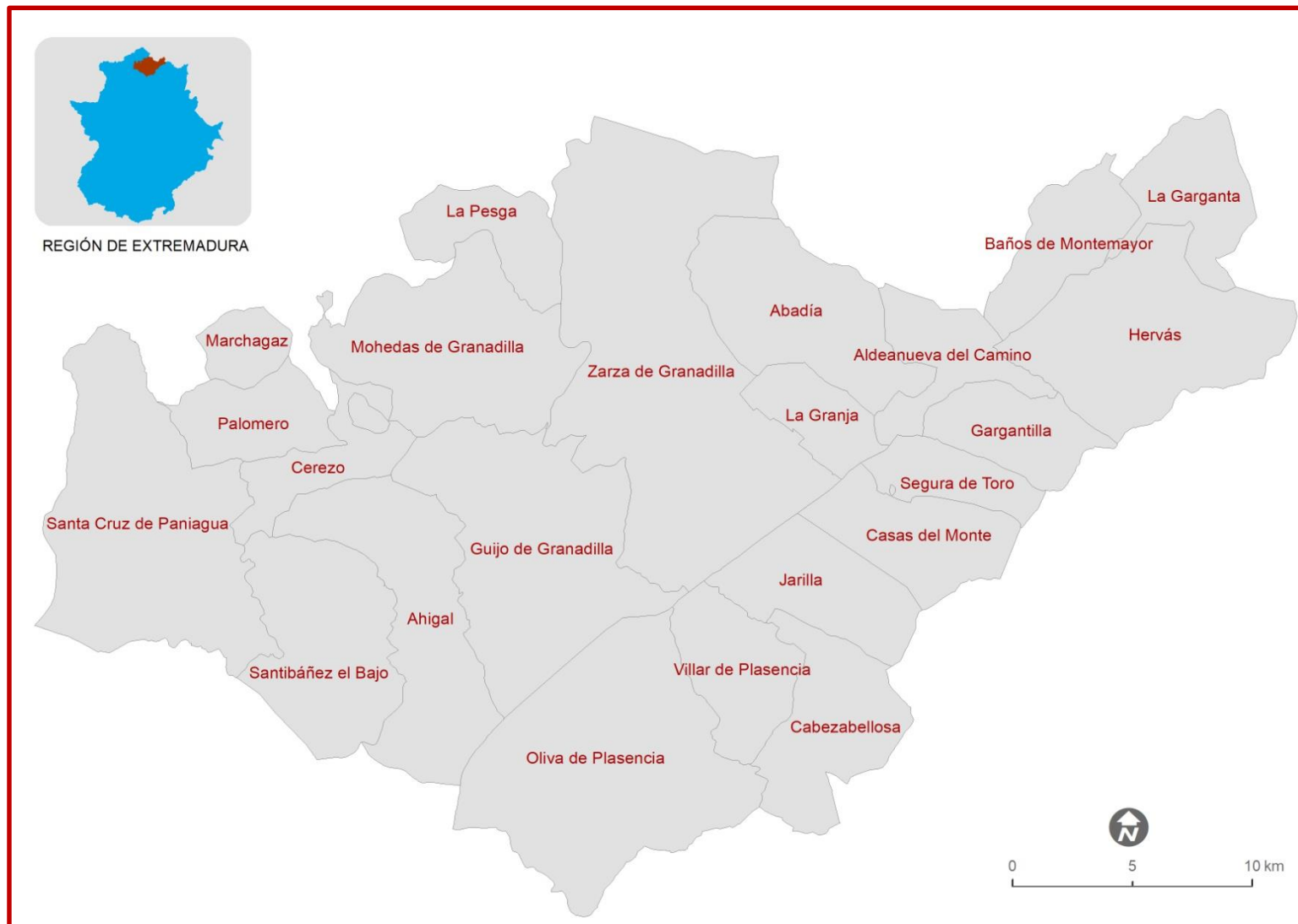
2.2 Términos municipales y núcleos urbanos

**Tabla 2.2.1 Densidad de población de los municipios
Territorio Ambroz-Cáparra (2019)**

Municipio	Habitantes	Superficie (km ²)	Densidad (hab/km ²)
Abadía	331	45,1	7,3
Ahigal	1.372	52,1	26,3
Aldeanueva del Camino	735	20,1	36,7
Baños de Montemayor	759	22,0	34,5
Cabezabellosa	344	33,6	10,3
Casas del Monte	820	27,6	29,7
Cerezo	165	18,1	9,1
Garganta, La	378	24,1	15,7
Gargantilla	389	20,9	18,6
Granja, La	328	14,9	22,0
Guijo de Granadilla	530	75,0	7,1
Hervás	3.976	59,8	66,5
Jarilla	136	28,5	4,8
Marchagaz	207	9,5	21,9
Mohedas de Granadilla	836	58,7	14,2
Oliva de Plasencia	303	88,7	3,4
Palomero	406	20,3	20,0
Pesga, La	1.034	19,9	52,0
Santa Cruz de Paniagua	323	83,8	3,9
Santibáñez el Bajo	756	46,2	16,4
Segura de Toro	183	14,7	12,4
Villar de Plasencia	235	25,0	9,4
Zarza de Granadilla	1.805	133,6	13,5
TOTAL	16.351	941,9	17,36

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Mapa 2.2.1 Términos municipales de los 23 municipios del territorio Ambroz-Cáparra



Fuente: elaboración propia

Relieve y geología del territorio Ambroz-Cáparra

El relieve del territorio Ambroz-Cáparra está condicionado por la presencia de los sistemas montañosos del Sistema Central, con una gran variedad de materiales, estructuras y una larguísima historia geológica. De este modo, el Valle del Ambroz se caracteriza por tener una organización estructural "en gradería" con una serie de bloques escalonados a distintas altitudes entre 550 m del fondo de valle (zona del replano) y los 2.000-2.200 de las cumbres. Enormes desniveles que se traducen en bruscas rupturas y fuertes pendientes. Hay que hablar, por lo tanto, para su explicación de una estructura geológica de tipo germánico caracterizándola por una tectónica dominante de fractura. Una segunda nota característica es la isoaltitud y las superficies de erosión de cumbres. Las superficies de erosión dan cumbres aplanadas, con amplios espacios prácticamente llanos a 1.200 m.; 1.800 m.; 2.200 m.; aunque de difícil aprovechamiento agrícola por su inaccesibilidad y rigores climáticos. Tanto la isoaltitud como las superficies de cumbres hacen referencia a largos procesos erosivos de explanación y el posterior rejuvenecimiento por levantamiento vertical de estos bloques.

Existe una orientación general E-W, relacionada con la orogenia alpina y toda una complicada red de fracturas que aprovecha la red fluvial, con predominio de las de componente NW-SE y SW-NE., modificada por la orogenia herciana. Es un macizo intensamente fallado, fracturado y diaclasado por el efecto de estas dos orogenias, que debido a sus respectivos sistemas conjugados de fracturas crean un complejo entramado de bloques y valles, con distintas direcciones, cambios continuos de orientación y a distintas altitudes.

Un profundo encajamiento de la red fluvial, que aprovechando estas líneas de debilidad tectónica ha excavado profundos valles, muy estrechos, hasta las mismas proximidades de las cumbres, debido a los enormes desniveles, la intensidad de las precipitaciones y la proximidad de su nivel de base. Prácticamente no existen huellas derivadas de la acción glacial en el Cuaternario, por lo que hay que conferir a la acción fluvial la máxima importancia en el modelado actual de estos relieves, juntamente a la tectónica de fractura.

Derivado, pues, de esos enormes saltos de falla y del profundo encajamiento de la red fluvial, las pendientes adquieren frecuentemente valores superiores al 50%. Sin embargo, en la parte más occidental, en Tierras de Granadilla, las características más comunes son que las cumbres presentan líneas suavizadas debido a la fuerte erosión que han sufrido estas sierras y por la tectónica de fracturas alpinas y postalpinas. Este arrasamiento sufrido por las líneas de cumbres se debe a la antigüedad de los materiales que las constituyen y a sus características físicas y químicas.

Abandonando las sierras del Sistema Central, el relieve más característico son las llanuras, planicies alomadas que sufren los encajamientos de los ríos Ambroz y Alagón, que aprovechan la red de fracturas para ir erosionando y encajándose. Los elementos más representativos de esta unidad son los Llanos de La Jarilla y de Zarza de Granadilla y las llanuras alomadas de Guijo de Granadilla. El conjunto de sierras, así como la red fluvial, siguen líneas de facturación tardihercínica, aunque están bastante influidas por la orogenia alpina.

Relieve y geología del territorio Ambroz-Cáparra

En las sierras graníticas orientales predominan los roquedos en las cumbres y las pedrizas en las laderas. Otro elemento característico son los fuertes desniveles de las laderas, por donde se deslizan innumerables arroyos y gargantas. Estas sierras, como la mayoría de las sierras del Sistema Central, tienen una peculiaridad que consiste en que, en contraste con el fuerte desnivel de las laderas, presentan planicies en las cumbres consecuencia de la fuerte erosión que han sufrido a lo largo de los millones de años transcurridos desde la orogenia, lo que configura un paisaje singular sobre la llanura que las acoge.

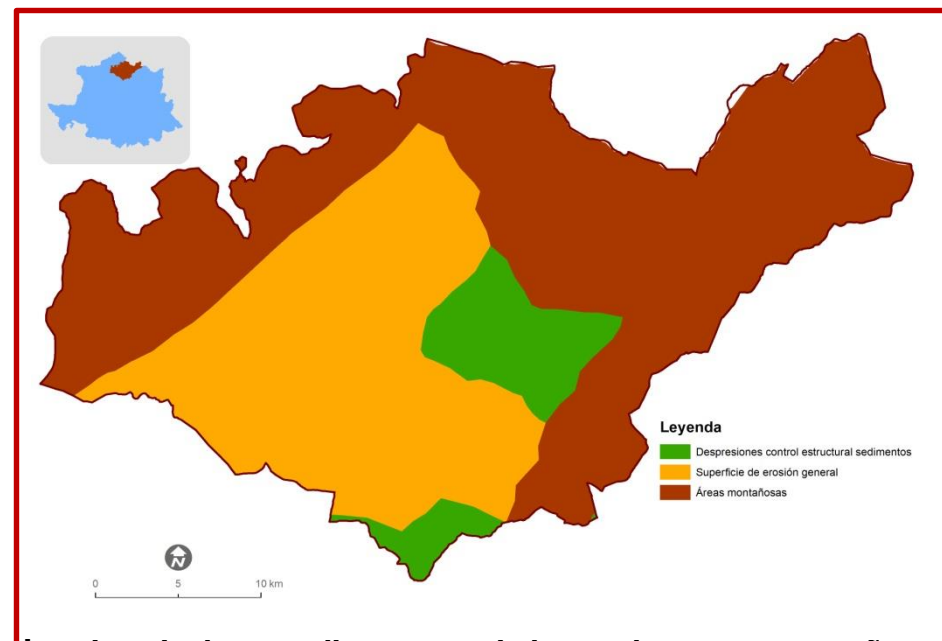
Las llanuras del centro y sur de la comarca de Cáparra presentan una continuidad topográfica que tan solo se perturba por los encajamientos de los ríos Alagón y Ambroz y de los arroyos que desembocan en estos. En estas llanuras se elevan pequeños cerros testigos, como el de Valdelajara, desde los que se puede divisar la llanura de las Tierras de Granadilla. Estas llanuras están formadas por depósitos terciarios y cuaternarios que dan un aspecto de continuidad en el espacio.

Tabla 2.3.1 Estadísticas de clases geomorfológicas Territorio Ambroz-Cáparra

Leyenda	Superficie (km2)	Porcentaje
Depresiones control estructural sedimentos	81,8	8,7
Superficie de erosión general	330,1	35,0
Áreas montañosas	530,3	56,3
Total general	942,1	100,0

Otra zona a destacar son las áreas ocupadas por el Complejo Esquisto-Grauváquico, con pendientes suaves resultado de la erosión, que constituye la prolongación hacia el norte de la penillanura cacereña.

Mapa 2.3.1 Mapa de estructuras de relieve Territorio Ambroz-Cáparra



La existencia de este relieve tan particular en el contexto extremeño está relacionada con una geología no menos particular. De este modo, el territorio Ambroz-Cáparra se asienta sobre la unidad o «región geológica» peninsular denominada «Macizo Hespérico», también «Conjunto Hercínico Individualizado».

Relieve y geología del territorio Ambroz-Cáparra

Esta evolución geológica hace que su morfología esté condicionada tanto por la estructura de plegamiento y fracturación antiguos, como por las grandes superficies de erosión desniveladas por la tectónica de reactivación reciente.

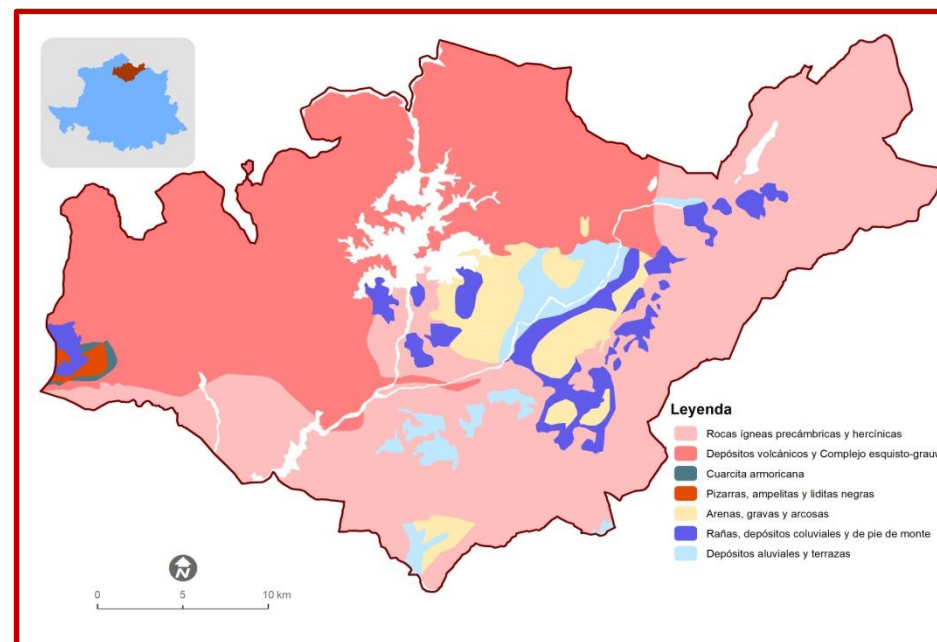
La litología del Valle del Ambroz, y algunas áreas orientales de Cáparra, se caracterizan por la presencia de rocas graníticas pertenecientes al área granítica Béjar-Plasencia (Rocas ígneas precámbricas y hercínicas). Según el libro “La Minería en Extremadura” (Junta de Extremadura, 1993) “...el macizo granítico de Montehermoso-Plasencia se extiende al norte de la provincia de Cáceres, desde Montehermoso (W) hasta el límite con las provincias de Ávila y Salamanca (E). Gran parte de esta zona la constituyen los montes de Tras la Sierra, que se extienden desde el valle del río Jerte(S), hasta Aldeanueva del Camino y Hervás”.

Respecto a los materiales sedimentarios que aparecen en el mapa (depósitos volcánicos del Complejo Esquisto Grauváquico, CEG), cabe decir que son la segunda litología más repetida el área analizada. Estos materiales ocupan gran parte de la zona septentrional y occidental del territorio, se corresponde con los terrenos que ocupan las sierras que lo bordean y que lo separan de Gata, Hurdes y de la provincia de Salamanca. Además los materiales del CEG ocupan amplias zonas de llanuras alomadas en la margen derecha del Río Alagón.

**Tabla 2.3.2 Estadísticas de terrenos geológicos
Territorio Ambroz-Cáparra**

Leyenda	Superficie (km2)	Porcentaje
Rocas ígneas precámbricas y hercínicas	383,9	40,7
Depósitos volcánicos y complejo esquisto-grauw.	374,4	39,7
Cuarcitas armoricanas	2,1	0,2
Pizarras, ampelitas y liditas negras	3,5	0,4
Arenas, gravas y arcosas	49,8	5,3
Rañas, depósitos coluviales y de pie de monte	48,6	5,2
Depósitos aluviales y terrazas	33,5	3,6
Embalses	46,3	4,9
Total general	942,1	100,0

**Mapa 2.3.2 Mapa geológico
Territorio Ambroz-Cáparra**



El clima del territorio Ambroz-Cáparra

El territorio Ambroz-Cáparra aparece encuadrado dentro del clima **templado con inviernos moderados y sequía estival**. Posee numerosos microclimas locales, debido en gran parte a sus contrastes orográficos, a su diversidad vegetal y a la influencia que ejerce la gran masa de agua que acoge el Embalse de Gabriel y Galán en el clima de la zona.

Las precipitaciones medias se sitúan en torno a 700 mm anuales, incrementándose a 900 mm en zonas de sierra, precipitaciones elevadas con respecto a la media de Extremadura derivadas de las zonas montañosas que facilitan la descarga de humedad procedente del atlántico.

En función de las variables termopluviométricas pueden hallarse los siguientes pisos bioclimáticos (Rivas Martínez, 1990):

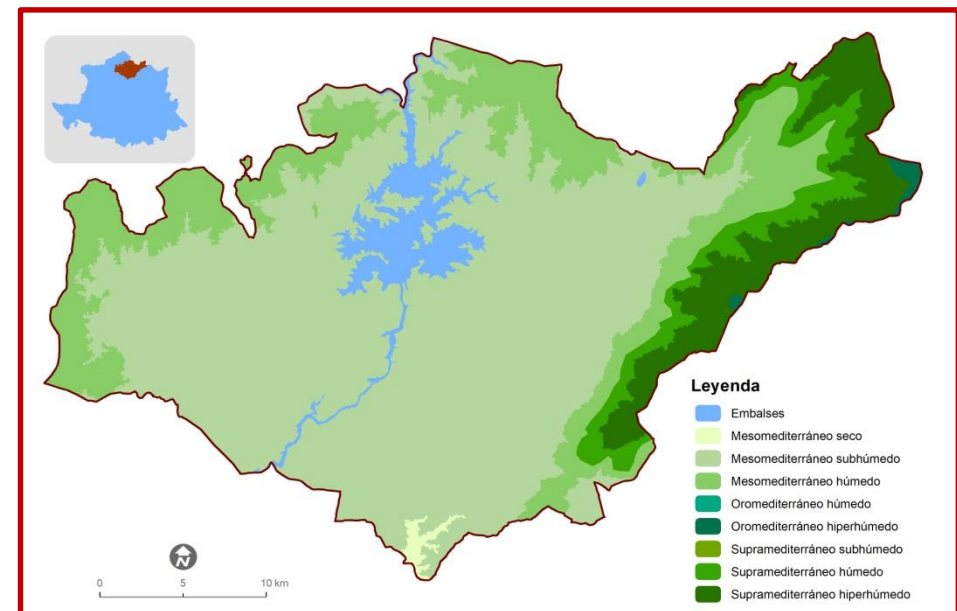
- **Mesomediterráneo:** Caracterizado por una temperatura media ente 13° y 17°C, unas precipitaciones anuales superiores a 600 mm y un periodo de heladas entre noviembre y abril. Este piso bioclimático es el más amplio y característico de la región ya que se extiende por toda la zona central hasta alcanzar los piedemontes de las diferentes sierras que rodean a la misma.
- **Supramediterráneo:** Singular por una temperatura media anual que oscila entre los 8° y 13°C, por un período de heladas que comienza en octubre y finaliza en abril y precipitaciones anuales superiores a 1000 mm. Esta zona comprende los territorios que superan los 800 metros de altura sobre el nivel del mar y se corresponden con las zonas más altas de la región.

Podemos afirmar, por tanto, que la distribución de los distintos tipos de clima está relacionada con el relieve, de manera que la

tipología de clima predominante que ocupa más extensión en la región es el mesomediterráneo subhúmedo localizado en la zona central de la región con relieve más suave y menores alturas.

En los límites norte y este de esta región, coincidiendo con zonas de relieve más pronunciado y mayores alturas, se localizan los tipos de climas más húmedos. Influidos por la orientación de las laderas en las zonas de relieve y sobre todo conforme aumentan las alturas van sucediéndose los siguientes tipos de climas: supramediterráneo subhúmedo, supramediterráneo húmedo, supramediterráneo superhúmedo y oromediterráneo húmedo.

Mapa 2.3.3 Mapa de pisos bioclimáticos Territorio Ambroz-Cáparra



La red hidrológica del territorio Ambroz-Cáparra

El **Embalse de Gabriel y Galán** es sin duda, el más destacado del territorio. Situado en el curso alto del río Alagón, fue construido en los años cincuenta del siglo pasado, con el objetivo de dedicar sus aguas al abastecimiento humano, el regadío y el aprovechamiento eléctrico. De este modo, adosado al muro se construyó una central hidroeléctrica reversible con una potencia de 110 MW. El área ocupada por el embalse es de 4.750 Has. y su capacidad máxima es de 924 hectómetros cúbicos, con una presa de gravedad de 73 metros de altura.

A unos 15 kilómetros aguas debajo de la presa de Gabriel y Galán encontramos el **Embalse de Valdeobispo**, construido en los años 60 sobre las aguas del Alagón para un uso fundamentalmente de riego e hidroeléctrico. Este embalse, con una presa de 51 metros de altura, ocupa una superficie de 357 Has. para albergar una capacidad máxima de 53 hectómetros cúbicos.

La tercera masa de agua importante del territorio Ambroz-Cáparra es el pantano de **Baños de Montemayor**, construido en 1992 sobre el río de Baños, tributario del Ambroz. Este embalse, que ocupa una superficie de 211 Has. y un volumen de 40,9 hectómetros cúbicos, se dedica al abastecimiento humano y el regadío.

Por último, encontramos el **Embalse de Las Cumbres** en Ahigal, cuya presa de 19,9 metros de altura se construyó en el año 1986 sobre el cauce del río Palomero, afluente del Alagón por su margen derecha. Con una superficie inundada de 98,7 Has. y un volumen máximo de 4,7 hectómetros cúbicos, sus aguas deberían destinarse al riego, pero actualmente se utilizan para abastecimiento humano y pesca deportiva.

Tabla 2.3.3 Características de los principales embalses Territorio Ambroz-Cáparra

NOMBRE	TITULAR	Superficie Has.	Capacidad Hm ³	USOS	CAUCE	MUNICIPIO
Hervás (Azud)	Estado	0,2	0,0	Riego	Río Ambroz	Hervás
Hervás	Junta de Extremadura	3,0	0,2	Abastecimiento	Río Hervás	Hervás
Baños	Estado	211,0	40,9	Riego	Río Baños	Baños de Montem.
Valdeobispo	Estado	357,0	53,0	Hidroeléctrico , Riego	Río Alagón	Ahigal
Garganta de la Oliva	Estado	1,2	0,1	Abastecimiento	Garganta de la Oliva	Villar de Plasencia
Bronco, El	Estado	15,6	0,6	Abastecimiento	Arroyo del Bronco	Santa Cruz de Paniagua
Charco Azaol	Junta de Extremadura	6,5	0,2	Abastecimiento	Rivera del Bronco	Santa Cruz de Paniagua
Las Cumbres	Junta de Extremadura	98,7	4,7	Riego	Arroyo del Palomero	Ahigal
Gabriel y Galán	Estado	4683,0	910,9	Hidroeléctrico , Riego	Río Alagón	Mohedas de Granadilla
Guijo	Estado	124	13	Hidroeléctrico	Río Alagón	Guijo de Granadilla

Fuente: Confederación Hidrográfica del Tajo

La red hidrológica del territorio Ambroz-Cáparra

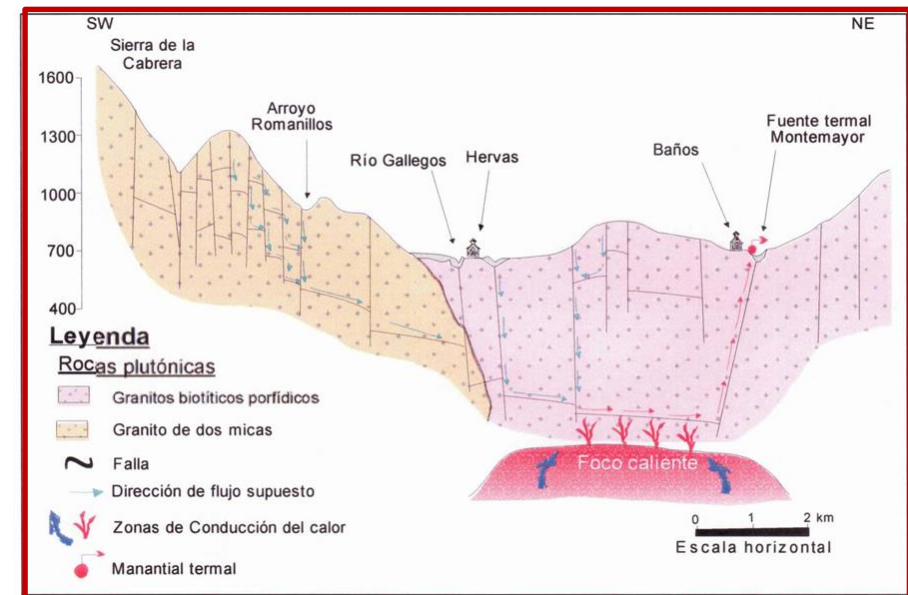
La red hidrográfica del territorio Ambroz-Cáparra se completa con un conjunto de aguas subterráneas de gran interés e importancia por sus valores medicinales y termales, aguas subterráneas que forman parte indisoluble de la historia y el desarrollo turístico de la comarca.

La existencia de continuas fracturas en el material granítico que compone gran parte de este territorio permite la surgencia de manantiales de aguas hipotermales de elevada mineralización en el entorno de Baños de Montemayor y Hervás, manantiales con las siguientes características químicas:

Baños de Montemayor: provenientes de dos manantiales llamados “columna” y “arqueta”, se trata de aguas de tipo sulfatadas, en las que predomina el anión sulfato asociado con cationes de calcio, sodio o magnesio. Se clasifican como aguas sulfuradas, sódicas y oligometálicas. Su temperatura de surgencia es de 43° C. Las indicaciones principales de las aguas son para procesos reumatológicos, artrosis y artritis o afecciones del aparato respiratorio. Son además tonificantes y embellecedoras de la piel.

El Salugral: aguas minero-medicinales que surgen del manantial del antiguo balneario de El Salugral y que fueron declaradas de utilidad pública en 1889. Se trata de aguas hipotermales de elevada mineralización; bicarbonatadas, litínicas, fluoradas y sulfatadas sódicas, que emergen a 17 grados durante todo el año. Por su calidad y composición poseen efectos beneficiosos para tratamientos de enfermedades reumatológicas y problemas respiratorios crónicos así como para las alergias contando, además, con un marcado efecto embellecedor sobre la piel.

Gráfica 2.3.1 Corte topográfico de los manantiales de Baños de Montemayor



Fuente: Junta Protectora del Balneario de Baños (PROBAÑOS)

Las magníficas propiedades de estas aguas medicinales fueron conocidas y aprovechadas ya en época romana, siendo utilizadas y veneradas por militares y funcionarios romanos, como punto fundamental de descanso de la Vía de la Plata. A partir de entonces y hasta la actualidad, las aguas termales han sido aprovechadas por las diferentes civilizaciones que han habitado estas tierras, realizando continuas mejoras en las instalaciones e infraestructuras de baño, hasta convertir su aprovechamiento en uno de los usos más importantes de las aguas de Ambroz-Cáparra.

Flora y fauna del territorio Ambroz-Cáparra

La vegetación del territorio Ambroz-Cáparra se compone principalmente por formaciones de matorral abierto en las zonas más altas, bosques de frondosas caducifolias como los robles y castaños en las laderas de transición hacia las zonas más bajas, y dehesas abiertas en la penillanura, con la encina como especie predominante.

En las cumbres de las montañas aparecen los brezales, zonas de matorral que confieren al paisaje un aspecto muy peculiar, sobre todo en primavera, encontrándose con frecuencia relacionado con las turberas.

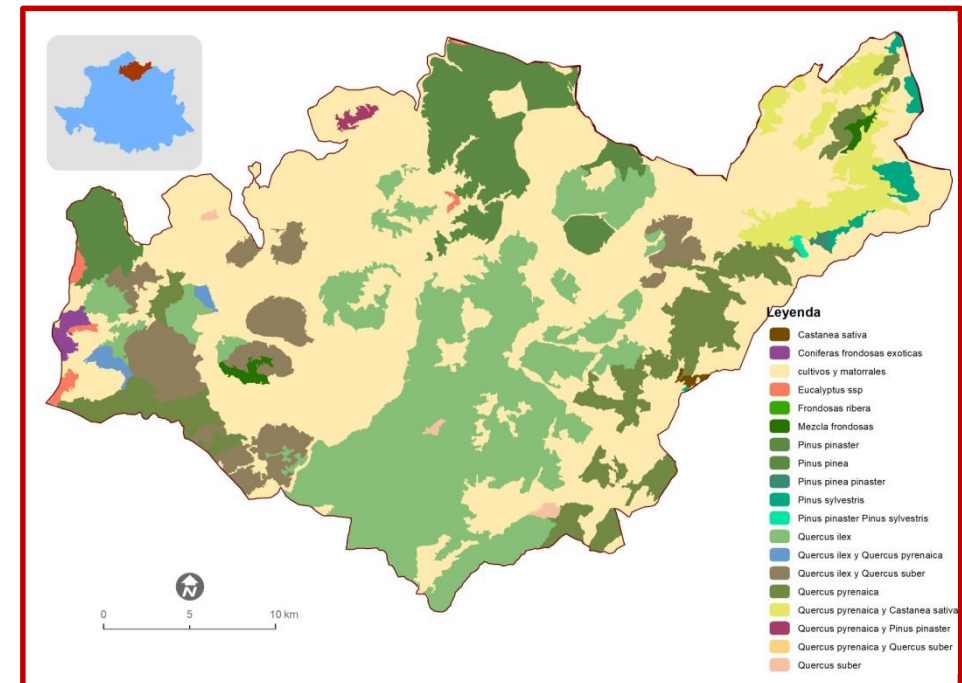
Un poco más abajo, las formaciones forestales arboladas cuenta con una especie dominante, el roble melojo (*Quercus pyrenaica*) acompañado del castaño (*Castanea sativa*). Cuando el robledal se degrada aparecen algunos arbustos dominados por el madroño (*Arbutus unedo*), al que suelen acompañar la cornicabra (*Pistacia terebinthus*), el brezo blanco (*Erica arborea*), la zarza (*Rubus ulmifolius*) y la lentisquilla (*Phillyrea angustifolia*), entre otras especies. En zonas de umbría, aparecen también el durillo (*Viburnum tinus*) y el helecho común (*Pteridium aquilinum*).

En las zonas de solana de estos robledales se han llevado a cabo reforestaciones de pino resinero (*Pinus pinaster*) cultivándose, además, extensas superficies de olivo (*Olea europaea*).

En los terrenos menos accidentados, las dehesas se presentan como el ecosistema fundamental, con la encina (*Quercus ilex*) y el alcornoque (*Quercus suber*) como especies arbóreas fundamentales, acompañadas de un matorral mediterráneo de jaras (*Cistus ladanifer*) y retamas (*Cytisus scoparius*).

La existencia de una amplia y variada red de cursos de agua permite la existencia de formaciones vegetales denominadas “bosque-galería” con especies arbóreas como el fresno (*Fraxinus angustifolia*), el aliso (*Alnus glutinosa*), el álamo (*Populus alba*) o el sauce (*Salix alba*) y un abundante conjunto de matorrales entre los que destacan majuelos (*Crataegus monogyna*), juncos (*Juncus acutus*) y zarzas (*Rubus ulmifolius*).

Mapa 2.3.5 Mapa de especies vegetales
Territorio Ambroz-Cáparra



Flora y fauna del territorio Ambroz-Cáparra

La variedad de ecosistemas y paisajes presentes en el territorio Ambroz-Cáparra se traduce en una amplia diversidad faunística, aves, mamíferos, peces o reptiles que crían, se alimentan o resguardan en diferentes puntos del destino. De este modo, podemos encontrar:

Aves:

-Grandes rapaces en cumbres y bosques como el buitre leonado (*Gyps fulvus*), el alimoche (*Neophron percnopterus*), el águila real (*Aquila chrysaetos*) o el águila culebrera (*Circaetus gallicus*).

-En dehesas y zonas de cultivos aparecen pequeñas rapaces como el águila calzada (*Hieraetus pannatus*), el elanio azul (*Elanus caeruleus*), el halcón peregrino (*Falco peregrinus*), el cárabo (*Strix aluco*), el búho chico (*Asio otis*) y el cernícalo vulgar (*Falco tinnunculus*). Junto a ellas, grandes bandadas de grullas (*Grus grus*) se establecen en el invierno en las dehesas y embalses, acompañando a córvidos como la urraca (*Pica pica*) y el rabilargo (*Cyanopica ciana*).

-Los bosques-galería cuentan con una comunidad ornitológica muy amplia con pequeñas especies como el mirlo común (*Aegithalos caudatus*), el trepador azul (*Sitta europaea*), el agateador común (*Certhia brachidactyla*) o la oropéndola (*Oriolus oriolus*)

-Avifauna asociada a humedales como el somormujo lavanco (*Podiceps cristatus*), el zampullín chico (*Tachibaptus ruficollis*), la garza real (*Ardea cinerea*), el ánade real (*Anas platyrhynchos*), la focha común (*Fulica atra*), el martín pescador (*Alcedo atthis*), el mirlo acuático (*Cinclus cinclus*), la lavandera cascadeña (*Motacilla cinerea*) y la cigüeña negra (*Ciconia nigra*).

Mamíferos:

-Pequeños depredadores en dehesas y bosques como la comadreja (*Mustela nivalis*), la gineta (*Genetta genetta*), el gato montés (*Felis silvestris*), el tejón (*Meles meles*) o el zorro (*Vulpes vulpes*), acompañando a insectívoros como el erizo común (*Eriaceus europeaeus*) o el topo ibérico (*Talpa occidentalis*).

-Diferentes especies cinegéticas como el ciervo (*Cervus elaphus*), el jabalí (*Sus scrofa*), el corzo (*Capreolus capreolus*), el conejo (*Oryctolagus cuniculus*) o la liebre (*Lepus europaeus*).

-Especies en peligro como la nutria (*Lutra lutra*), el desmán ibérico (*Galemys pygmaeus*) y, sobre todo, el lince ibérico (*Lynx pardinus*)

Reptiles y anfibios:

-Diferentes especies de reptiles como el lagarto verdinegro (*Lacerta schreiberi*) o el galápago leproso (*Mauremys caspica*)

-Anfibios como la rana común (*Rana perezi*), la rana de San Antonio (*Hyla arborea*) o el tritón ibérico (*Lissotriton boscai*)

Peces:

-En embalses y ríos de Ambroz-Cáparra habitan especies de gran valor deportivo y gastronómico como la tenca (*Tinca tinca*), el lucio (*Esox lucius*), el barbo (*Barbus bocagel*), la carpa (*Cyprinus carpio*), la boga (*Chondrostoma polylepsis*) y el black-bass (*Micropterus salmoides*).

La población en el territorio Ambroz-Cáparra

El territorio Ambroz-Cáparra se encuentra constituido por 23 municipios y 4 pedanías. Según el Padrón de habitantes de 2019, en la zona estaban empadronadas 16.351 personas, siendo 8.310 varones y 8.041 mujeres, lo que supone un 1,53% de la población de Extremadura y un 4,15% de la población provincial. Nos encontramos, por lo tanto, ante un territorio muy poco poblado, donde la mayor parte de sus municipios son de pequeño tamaño, ya que 19 de ellos (82,6%) no superan los 1.000 habitantes.

En este panorama general de escasa población, el municipio que rompe la tendencia general es Hervás que, con casi 4.000 habitantes, aglutina el 24,3% de la población de la comarca. En el caso contrario, encontramos a municipios como Segura de Toro, Cerezo o Jarilla, los tres con menos de 200 habitantes empadronados.

La densidad de la comarca, calculada sobre los datos de población del 2019, es de 17,36 hab/km². Un indicador que define a la misma como predominantemente rural, siendo muy inferior a la regional (25,53 hab/km²) y nacional (93,54 hab/km²). Para una mejor contextualización del dato comarcal, señalar que Extremadura presenta una de las densidades más bajas de España junto con Castilla – La Mancha y, a su vez, España posee una de las más bajas de la Unión Europea.

Tabla 2.4.1 Núcleos de población y habitantes en Ambroz-Cáparra

Municipio	Unidad poblacional	Habitantes	Hombres	Mujeres
Abadía	Abadía	331	184	147
Ahigal	Ahigal	1.372	706	666
Aldeanueva del Camino	Aldeanueva del Camino	735	361	374
Baños de Montemayor	Baños de Montemayor	759	354	405
Cabezabellosa	Cabezabellosa	344	174	170
Casas del Monte	Casas del Monte	820	424	396
Cerezo	Cerezo	165	81	84
Garganta, La	Garganta, La	378	208	170
Gargantilla	Gargantilla	389	204	185
Granja, La	Granja, La	328	168	160
Guijo de Granadilla	Guijo de Granadilla Pantano de G. y Galán	530	274 0	256 0
Hervás	Hervás	3.976	1.952	2.024
Jarilla	Jarilla	136	65	71
Marchagaz	Marchagaz	207	105	102
Mohedas de Granadilla	Mohedas de Granadilla	836	422	414
Oliva de Plasencia	Almendral	0	0	0
	Oliva de Plasencia	303	173	130
Palomero	Palomero	406	215	191
Pesga, La	Pesga, La	1.034	543	491
Santa Cruz de Paniagua	El Bronco	43	27	16
	Santa Cruz de Paniagua	280	153	127
Santibáñez el Bajo	Santibáñez el Bajo	756	756	385
Segura de Toro	Segura de Toro	183	183	90
Villar de Plasencia	Villar de Plasencia	235	235	127
Zarza de Granadilla	Granadilla	0	0	0
	Zarza de Granadilla	1.805	915	890
TOTAL		16.351	8.310	8.041

La población en el territorio Ambroz-Cáparra

La evolución de la población en el territorio Ambroz-Cáparra en el período 2010-2019 ha sido claramente negativo. Si al inicio de la década el territorio contaba con 17.466 habitantes, al final de la misma el padrón de habitantes recogía 16.351 inscritos, lo que supone 1.115 habitantes menos, el 6,8% del total comarcal. Se trata de una tendencia similar a lo ocurrido en el resto de Extremadura, que perdió en este periodo el 3,7% de la población; un fenómeno generalizado en la región que se traduce en un proceso de despoblación paulatino pero imparable.

Si analizamos las cifras por municipios, en el período 2010-2019, 17 de los 23 municipios del territorio han perdido población, con datos tan preocupantes como los de La Garganta, que en una década ha sufrido la pérdida del 33,6% de sus habitantes o Cabezabellosa, con un 20,3% menos de población en una década.

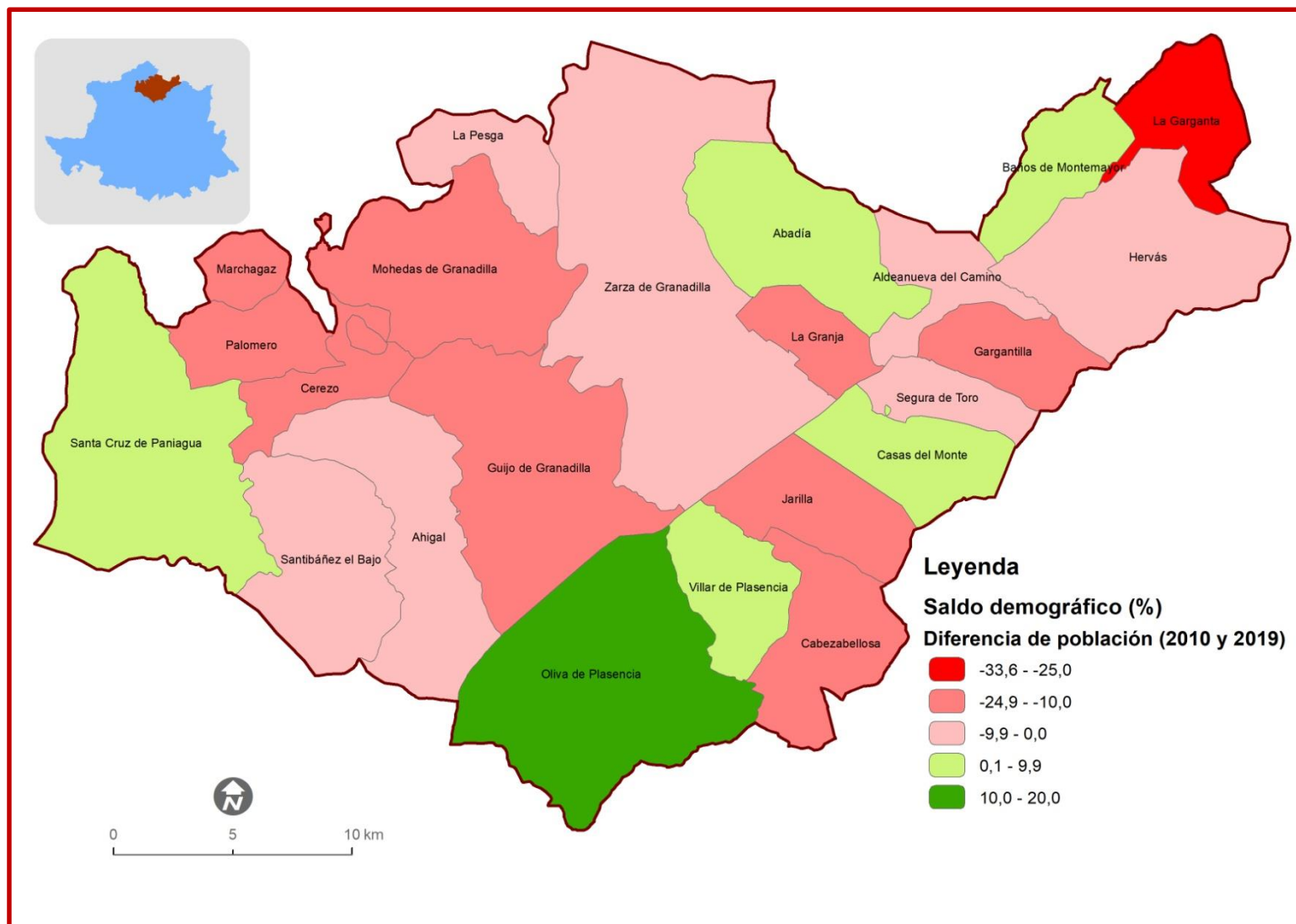
En el extremo contrario, no podemos dejar de consignar el aumento poblacional (muy limitado pero al fin al cabo aumento) de las localidades de Oliva de Plasencia (13,5%), Santa Cruz de Paniagua (4,95%), Villar de Plasencia (3,4%), Abadía (1,5%), Casas del Monte (1,5%) y Baños de Montemayor (1%).

Estamos, por consiguiente, ante una dinámica demográfica regresiva en el contexto general del destino, motivada fundamentalmente por un crecimiento natural negativo, ya que las cifras de natalidad siempre se encuentran por debajo de las tasas de mortalidad, fruto del elevado envejecimiento de la población comarcal.

Tabla 2.4.2 Evolución demográfica en Ambroz-Cáparra (2010-2019)

Municipio	Población 2010	Población 2019	Saldo demográfico	%Saldo demográfico
Abadía	326	331	5	1,51
Ahigal	1.451	1.372	-79	-5,76
Aldeanueva del Camino	797	735	-62	-8,44
Baños de Montemayor	751	759	8	1,05
Cabezabellosa	414	344	-70	-20,35
Casas del Monte	808	820	12	1,46
Cerezo	193	165	-28	-16,97
Garganta, La	505	378	-127	-33,60
Gargantilla	432	389	-43	-11,05
Granja, La	366	328	-38	-11,59
Guijo de Granadilla	620	530	-90	-16,98
Hervás	4.156	3.976	-180	-4,53
Jarilla	153	136	-17	-12,50
Marchagaz	246	207	-39	-18,84
Mohedas de Granadilla	990	836	-154	-18,42
Oliva de Plasencia	262	303	41	13,53
Palomero	450	406	-44	-10,84
Pesga, La	1.124	1.034	-90	-8,70
Santa Cruz de Paniagua	307	323	16	4,95
Santibáñez el Bajo	823	756	-67	-8,86
Segura de Toro	192	183	-9	-4,92
Villar de Plasencia	227	235	8	3,40
Zarza de Granadilla	1.873	1.805	-68	-3,77
TOTAL	17.466	16.351	-1.115	-6,80

Mapa 2.4.1 Evolución demográfica por municipios en el territorio Ambroz-Cáparra (2010-2019)



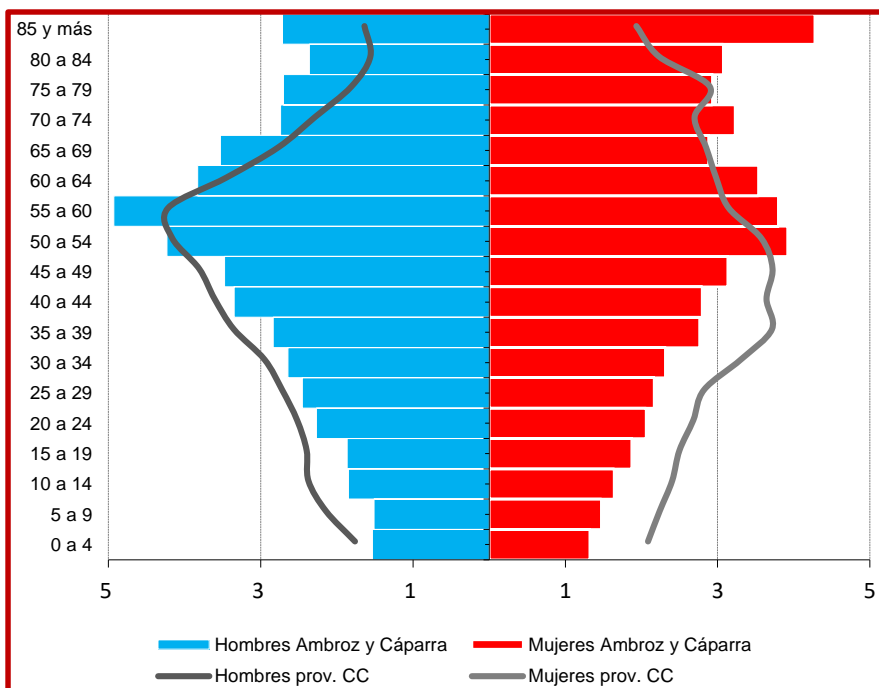
Fuente: elaboración propia

La población en el territorio Ambroz-Cáparra

El territorio Ambroz-Cáparra presenta una estructura poblacional típica de muchas comarcas rurales, al menos de la provincia de Cáceres: los nacimientos tienden a caer como resultado de la disminución de la natalidad y abunda la población entre 50 y 65 años, lo que indica que se trata de una población madura. Destaca el estrechamiento de la base de la pirámide, fruto de la baja natalidad sostenida desde la década de los años ochenta de la anterior centuria y durante todos los años del siglo XXI.

La población joven menor de 16 años tiene un peso reducido del 9,3% provocado por la baja natalidad en el territorio, y ha ido descendiendo de forma significativa en los últimos años. La mayoría de los municipios apenas tiene población joven, exceptuando Hervás, siendo el único municipio que mantiene una dinámica de población joven estable. Se muestra una base de la pirámide cada vez más estrecha donde los nacimientos disminuyen con el paso del tiempo, lo que traerá consecuencias negativas a medio y largo plazo.

Gráfica 2.4.1 Pirámide de población (año 2019)
Territorio Ambroz-Cáparra



El 60,2% corresponde a residentes entre 16 y 65 años en edad de trabajar. Es la franja de población laboralmente activa, siendo una parte importante ya que mantiene a todo el sistema de población dependiente. En este sentido, la pirámide poblacional nos muestra que dentro del grupo 16-65 años las cohortes superiores son las más nutridas, un numeroso contingente de población que pronto formará parte del grupo de personas ancianas.

Las personas mayores de 65 años representan casi el 30,4% de la población, como consecuencia del aumento de la calidad de vida de las zonas rurales y el incremento en la esperanza de vida. Se trata de una altísima tasa de población de personas mayores lo que unido a la falta de efectivos jóvenes está provocando un aumento exponencial de la tasa de dependencia (66%), señalando que por cada 10 personas activas en el territorio ya hay casi 7 personas dependientes. Un dato preocupante que nos indica el gran envejecimiento demográfico en el territorio Ambroz-Cáparra, el mayor reto al que se enfrenta esta zona rural en los próximos años y que va a provocar un amplio retroceso poblacional.

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del INE

La población en el territorio Ambroz-Cáparra

Tabla 2.4.3 Índices de estructura demográfica (2019)
Territorio Ambroz-Cáparra

Índices	Porcentaje	Indicadores
Infancia	9,4	Población envejecida, cuando el % de población menor de 16 años no supera el 15%
Juventud	12,75	Población envejecida, cuando el % de población entre 16 y 29 no supera el 14,6%
Envejecimiento	30,25	Población envejecida, cuando el % de mayores de 65 años supera el 7%
Sobre envejecimiento	6,95	Población envejecida, cuando el % de mayores de 85 años supera el 6% sobre el total de mayores de 65 años
Dependencia general	65,85	Población envejecida cuando el % de dependientes respecto a activos supera el 50%
Maternidad	16,7	Población en riesgo cuando el número de niños de 0-4 por 1000 mujeres es inferior a 25
Coefficiente de sustitución	48,55	Dinámica negativa cuando los valores son inferiores a 100

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del INE

Con el análisis de los diferentes índices demográficos, podemos afirmar que el territorio Ambroz-Cáparra presenta un serio problema demográfico, fruto del paulatino descenso poblacional, la caída constante de las tasas de natalidad en las últimas décadas y el progresivo envejecimiento de la pirámide demográfica.

Todos los indicadores analizados en este estudio coinciden en señalar una evolución negativa de los efectivos poblaciones del territorio, ya que las cohortes inferiores (infancia y juventud) se van reduciendo de forma alarmante en relación a la población mayor, tal y como se comprueba en índices como infancia, juventud y maternidad.

En este sentido, es especialmente preocupante los resultados que arroja el coeficiente de sustitución, que relaciona la población que entra en edad activa (<16 años) y la que sale de la misma >64 años en %. En el año 2019 el coeficiente de sustitución de la comarca es del 38,84%. Es un valor negativo, debido a que por cada 100 personas que salgan del mercado de trabajo entraran 48, es decir, que en el transcurso de menos de una década el mercado de trabajo comarcal tendrá problemas para cubrir los puestos de trabajo de las personas trabajadoras jubiladas por falta de activos, al menos con población autóctona.

La población activa en el territorio Ambroz-Cáparra - Desempleo

Con el fin de obtener una radiografía exacta de la población activa del territorio Ambroz-Cáparra, dedicamos este apartado a analizar el mercado laboral, entendiéndolo como el conformado por la población que está en disposición de ejercer una actividad profesional y que se encuentra en el tramo de edad permitido para ejercerla, es decir, que sea mayor de 16 años. De este modo, se procede a revisar la situación de variables relevantes en el mercado laboral como el paro, la afiliación a la Seguridad Social y la actividad económica, con toda la información disponible en el Servicio Extremeño Público de Empleo (SEXPE) a julio de 2020.

PARO REGISTRADO

Tomando como referencia los resultados obtenidos del paro registrado a julio de 2020, se observa como el territorio Ambroz y Cáparra ha tenido un aumento interanual del paro registrado de un 22,9% (+276 personas) respecto a julio del 2019. Un comportamiento parecido al presentado en la Comunidad Autónoma, que tuvo una variación interanual del paro de 15,28% (14.048 personas paradas más). Estos datos tan negativos del desempleo, generado por la pandemia de la covid-19, constatan que estamos ante una crisis sin precedentes.

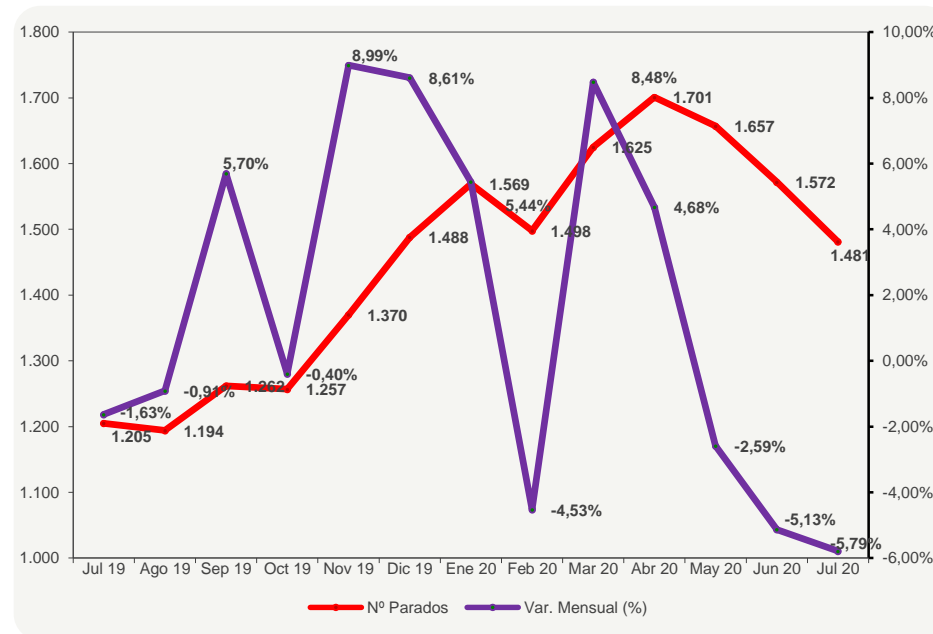
Tabla 2.5.1 Paro registrado (julio 2019 - julio 2020)
Territorio Ambroz-Cáparra

Territorio	Nº Parados/as	Nº Parados/as año anterior	% Variación anual
Ambroz-Cáparra	1.481	1.205	22,90%
Extremadura	106.007	91.959	15,28%

Fuente: Servicio Extremeño Público de Empleo

Discriminando el análisis por los meses del año corrido 2019/2020 se observa que los meses de primavera (marzo, abril y mayo) tienen un crecimiento del desempleo anormalmente alto, producido por el impacto del covid-19. Sin embargo, en los meses de junio y sobre todo julio se ha revertido la tendencia, produciéndose un descenso del desempleo que deja abierta la esperanza para recuperar las cifras de empleo anteriores a la pandemia.

Gráfica 2.5.1 Evolución mensual de paro (julio 2019 - julio 2020)
Territorio Ambroz-Cáparra



Fuente: Servicio Extremeño Público de Empleo

La población activa en el territorio Ambroz-Cáparra - Desempleo

La situación del paro se refleja al revisar las personas paradas según su género pues, para este mes, los hombres aumentaron un 23,66% respecto a julio de 2019, mientras que las mujeres lo hicieron un 22,29%.

Son cifras muy similares, sin embargo, se debe tener en cuenta que las mujeres representan más de la mitad (54,8%) de los parados de la comarca, razón por la que se deben considerar las medidas pertinentes para seguir promoviendo la igualdad de oportunidades laborales para ellas.

Tabla 2.5.2 Paro registrado por géneros (julio 2019 - julio 2020)
Territorio Ambroz-Cáparra

		Hervás	Zarza de G.	Moheda de G.	La Pesga	Alhigal	Casas del M.	Santibáñez el Bajo	Aldea-nueva del Camino	Abadía	Guijo de G.	Gargantilla	Baños de M.	La Garganta	Marchagaz	La Granja	Palomero	Oliva de Plasencia	Santa Cruz de P.	Villar de Pl.	Cabezabellosa	Jarilla	Segura de Toro	Cerezo	TOTAL
Hombres	Parados	168	67	50	42	36	33	39	28	16	23	21	26	16	16	11	14	9	13	7	12	9	6	7	669
	Variación anual %	28,24	42,55	16,28	31,25	24,14	26,92	34,48	3,70	128,5	15,00	10,53	100,5	23,08	14,29	83,33	16,67	-55,00	0,00	-12,5	33,33	125,0	-40,0	40,00	23,66
	Peso %	25,11	10,01	7,47	6,28	5,38	4,93	5,83	4,19	2,39	3,44	3,14	3,89	2,39	2,39	1,64	2,09	1,35	1,94	1,05	1,79	1,35	0,90	1,05	100
Mujeres	Parados	242	103	44	43	48	45	35	39	30	19	19	12	19	12	16	11	14	10	16	9	8	11	7	812
	Variación anual %	28,72	11,96	12,82	79,17	11,63	18,42	25,00	0,00	50,00	11,76	11,76	71,43	11,76	33,33	33,33	8,33	27,27	11,11	33,33	28,57	33,33	37,5	-22,22	100
	Peso %	29,80	12,68	5,42	5,30	5,91	5,54	4,31	4,80	3,69	2,34	2,34	1,48	2,34	1,48	1,97	1,35	1,72	1,23	1,97	1,11	0,99	1,35	0,86	100
Total	Parados	410	170	94	85	84	78	74	67	46	42	40	38	35	28	27	25	23	23	23	21	17	17	14	1481
	Variación anual %	28,53	22,30	14,63	51,79	16,67	21,88	29,82	1,52	70,37	13,51	11,11	58,33	16,67	21,74	50,00	4,17	-25,81	4,55	15,00	31,25	70,00	-5,56	0	22,90
	Peso %	27,68	11,48	6,35	5,74	5,67	5,27	5,00	4,52	3,11	2,84	2,70	2,57	2,36	1,89	1,82	1,69	1,55	1,55	1,55	1,42	1,15	1,15	0,95	100

La población activa en el territorio Ambroz-Cáparra - Desempleo

Desde el punto de vista de los parados según franjas de edad de manera general podemos asegurar que todos los segmentos poblacionales en edad de trabajar encontraron un aumento de las personas que se encontraban en situación de paro, con la excepción de la población entre 16 y 20 años (-20% interanual).

Analizando los datos detenidamente, observamos que las franjas de edad de 20 a 25 años (66,67% de variación interanual) y de 35 a 40 años (48% de aumento interanual) son las que ha registrado un mayor aumento del desempleo.

Pero posiblemente el dato más preocupante es que un 36,1% de la población en edad de trabajar (tanto hombres como mujeres) que se encuentra en situación de paro, corresponde a la considerada joven y/o en etapas productivas, entendida ésta como el segmento de individuos en edad de trabajar entre los 16 y los 40 años. Se debe considerar esta situación dado que eventualmente traería consecuencias en términos no solo económicos o sociales, sino migratorios. Es decir, dicha población en edad productiva al no encontrar una actividad donde emplearse (o no encontrar las oportunidades para emprender una actividad productiva por su propia cuenta) podría considerar la alternativa de migrar a territorios que les brinden mejores oportunidades laborales, debilitando el tejido poblacional del territorio.

Tabla 2.5.3 Paro registrado por edades (julio 2019 - julio 2020)
Territorio Ambroz-Cáparra

Rangos de edad	Hombres		Mujeres		Total	
	Nº Parados	Var. Anual %	Nº Paradas	Var. Anual %	Nº Parados/as	Var. Anual %
>= 16 y < 20 años	13	-7,14	3	-50,00	16	-20,00
>= 20 y < 25 años	50	100,00	50	42,86	100	66,67
>= 25 y < 30 años	60	33,33	68	30,77	128	31,96
>= 30 y < 35 años	47	56,67	96	31,51	143	38,83
>= 35 y < 40 años	49	44,12	99	50,00	148	48,00
>= 40 y < 45 años	51	0,00	78	34,48	129	18,35
>= 45 y < 50 años	68	65,85	77	-7,23	145	16,94
>= 50 y < 55 años	87	10,13	107	2,88	194	6,01
>= 55 y < 60 años	133	-1,48	124	21,57	257	8,44
>= 60 años	111	27,59	110	29,41	221	28,49
Total	669	23,66	812	22,29	1481	22,90

Fuente: Servicio Extremeño Público de Empleo

La población activa en el territorio Ambroz-Cáparra - Desempleo

Si se analiza la situación de los parados según su nivel de formación, se evidencia que el 17% de los desempleados del territorio Ambroz-Cáparra sólo cuentan con estudios primarios, un porcentaje que sube hasta el 79,3% de parados que han cursado únicamente el primer ciclo de educación secundaria. Se constata con estos datos la imperiosa necesidad de luchar contra el abandono escolar como mejor forma para encontrar un empleo digno y estable.

Este factor es fundamental si se considera que la baja cualificación de la mano de obra podría tener repercusiones a nivel personal y colectivo en el seno de la población comarcal. A nivel personal implica emplearse en trabajos de poca calidad, mal remunerados o en condiciones poco favorables para su desarrollo. A nivel colectivo significa pocas posibilidades de diversificar las actividades productivas llevadas a cabo en el territorio (haciendo énfasis en el sector agrario, que ya no se erige sólo como productor de alimentos en un mundo en el que las demandas de los núcleos urbanos vienen cambiando rápidamente y exigiendo mayores aportes del medio rural), desaprovechando las oportunidades que el medio viene ofreciendo para nuevas ideas emprendedoras.

Un hecho que salta a la vista y que es necesario reseñar es la situación en que se encuentran las mujeres con mayores niveles de formación. A pesar de que el número de parados de sexo femenino con muy baja cualificación (sin título, ni en primaria ni en el primer nivel de secundaria) es más bajo que el de los de sexo masculino (las mujeres ascienden a 269 mientras que los hombres a 324); en niveles superiores (como la enseñanza de formación profesional y universitaria) las cifras se invierten

Considerablemente, y las mujeres paradas son más de 3 veces mayores a los hombre. Una prueba evidente de que el capital humano femenino en el territorio Ambroz-Cáparra está siendo totalmente desaprovechado.

Tabla 2.5.4 Paro registrado por nivel formativo (julio 2019/2020)
Territorio Ambroz-Cáparra

Nivel formativo	Hombres		Mujeres		Total	
	Nº Parados	Peso %	Nº Paradas	Peso %	Nº Parados/as	Peso %
1ª Etapa Educación Secundaria con Título	197	29,45	277	34,11	474	32,01
1ª Etapa Educación Secundaria Sin Título	181	27,06	160	19,70	341	23,02
Estudios Primarios Completos	70	10,46	67	8,25	137	9,25
Estudios Primarios Incompletos	71	10,61	38	4,68	109	7,36
Formación Prof. Grado Medio	41	6,13	66	8,13	107	7,22
Formación Prof. Grado Superior	37	5,53	67	8,25	104	7,02
Bachillerato	35	5,23	36	4,43	71	4,79
Ens. Universitarias 1º Ciclo	17	2,54	53	6,53	70	4,73
Ens. Universitarias 2º y 3º Ciclo	15	2,24	43	5,30	58	3,92
Sin Estudios	2	0,30	4	0,49	6	0,41
Prog. Formación e Inserción Laboral	3	0,45	1	0,12	4	0,27
Total	669	100	812	100	1481	100

Fuente: Servicio Extremeño Público de Empleo

La población activa en el territorio Ambroz-Cáparra - Desempleo

Tomando como referencia ahora el sector económico en el que se ocupaban las personas paradas del territorio, los datos nos arrojan un aumento general de desempleados en todos los sectores de actividad.

El sector servicios ha sido el más castigado por el impacto de la pandemia: la hostelería, bares, restaurantes, hoteles y comercio, han experimentado un aumento de desempleo del 23,5% con respecto al año anterior, situándose como el sector con mayor incidencia de paro en Ambroz Cáparra (64% del total de personas desempleadas). Especialmente relevante, en este sentido, es el altísimo peso que el sector servicios tiene en el desempleo femenino, ya que 80 de cada 100 mujeres inscritas como

demandantes de empleo están encuadradas en las actividades del sector terciario.

El sector de la construcción incrementó el desempleo en un 10,9%. Se trata del segundo sector que más paro representa en la zona, que no termina de recuperarse del período de crisis de la construcción que terminó, a nivel nacional, hace un lustro y que ahora ha sido afectada por la crisis del Covid-19.

La agricultura, que mostró un incremento del 38,3%, se sitúa como el tercer sector por número de personas desempleadas del territorio Ambroz-Cáparra, como consecuencia del parón económico producido por la crisis de la pandemia.

Tabla 2.5 5 Paro registrado por actividad económica (julio 2019/2020). Territorio Ambroz-Cáparra

Sector	Hombres			Mujeres			Total		
	Nº Parados	Var. Anual %	Peso %	Nº Paradas	Var. Anual %	Peso %	Nº Parados/as	Var. Anual %	Peso %
SERVICIOS	331	19,93	49,48	653	25,34	80,42	984	23,46	66,44
CONSTRUCCIÓN	145	13,28	21,67	17	70,00	2,09	162	17,39	10,94
AGRICULTURA	111	44,16	16,59	48	26,32	5,91	159	38,26	10,74
INDUSTRIA	69	35,29	10,31	62	-8,82	7,64	131	10,08	8,85
SIN ACTIVIDAD	13	44,44	1,94	32	18,52	3,94	45	25,00	3,04
Total	669	23,66	100	812	22,29	100	1481	22,90	100

Fuente: Servicio Extremeño Público de Empleo

La población activa en el territorio Ambroz-Cáparra - Contrataciones

CONTRATACIONES

Uno de los elementos que permiten establecer (así sea de manera parcial) la calidad del empleo dentro del mercado laboral de cualquier territorio es el factor de la contratación. A este respecto, se puede decir que la comarca ha registrado reducciones tanto en el número de contratos (655 contratos menos) como en el número de personas contratadas (251 personas contratadas menos) respecto al año anterior, siguiendo los patrones de sus términos territoriales inmediatamente superiores.

Tabla 2.5.6 Volumen de contratos (julio 2019/2020)
Territorio Ambroz-Cáparra

	Nº Contratos	Nº Contratos 2019	Var. Anual contratos	Nº Personas	Nº Personas 2019	Var. Anual personas
Ambroz y Cáparra	6.693	7.348	-8,91%	3.177	3.428	-7,32%
Extremadura	581.969	686.277	-15,20%	207.188	227.562	-8,95%

Fuente: Servicio Extremeño Público de Empleo

Otro de los elementos destacable en la dinámica de contrataciones es el mayor número de contratos efectuados en comparación con el número de personas contratadas en el territorio Ambroz-Cáparra, que nos habla de un aumento de la estacionalidad del empleo, ya que la media es que cada persona contratada acumula un total de 2 contratos; es decir, que una mismo trabajador o trabajadora ha tenido que firmar más de un contrato temporal (durante el año) para desempeñar alguna actividad productiva.

En cuanto a la proporción de las contrataciones por sectores, es evidente el peso del sector servicios (54,4%) seguido de la agricultura, que aglutina casi el 40% de los contratos efectuados. Sin embargo, todos los sectores han visto reducidos los contratos producidos, siendo destacable la caída en el sector servicios (-11,6%) y la construcción (-11,6%); consecuencias evidentes del parón económico provocado por la pandemia de Covid-19.

Tabla 2.5.7 Volumen de contratos por actividad (julio 2019/2020)
Territorio Ambroz-Cáparra

Sector	Nº Contratos 2020	Nº Contratos 2019	Var. Anual contratos %	Peso de contratos %	Nº Personas 2020	Nº Personas 2019
SERVICIOS	2.007	2.062	-2,67	29,99	1.000	979
CONSTRUCCIÓN	336	366	-8,20	5,02	233	240
AGRICULTURA	708	801	-11,61	10,58	547	644
INDUSTRIA	3.642	4.119	-11,58	54,42	1.809	2.074
TOTAL	6.693	7.348	-8,91	100,00	3.589	3.937

Fuente: Servicio Extremeño Público de Empleo

A pesar de todo lo expuesto, la inestabilidad e incertidumbre generadas por la pandemia de coronavirus nos obligan a tomar con cautela los datos expuestos. Las secuelas provocadas por el parón económico, la ralentización de la actividad y los diferentes procesos de emergencia sanitaria, nos impide conocer la situación real del empleo y como será su evolución, sobre todo en sectores estratégicos para el territorio como el turismo.

La población activa en el territorio Ambroz-Cáparra - Afiliaciones

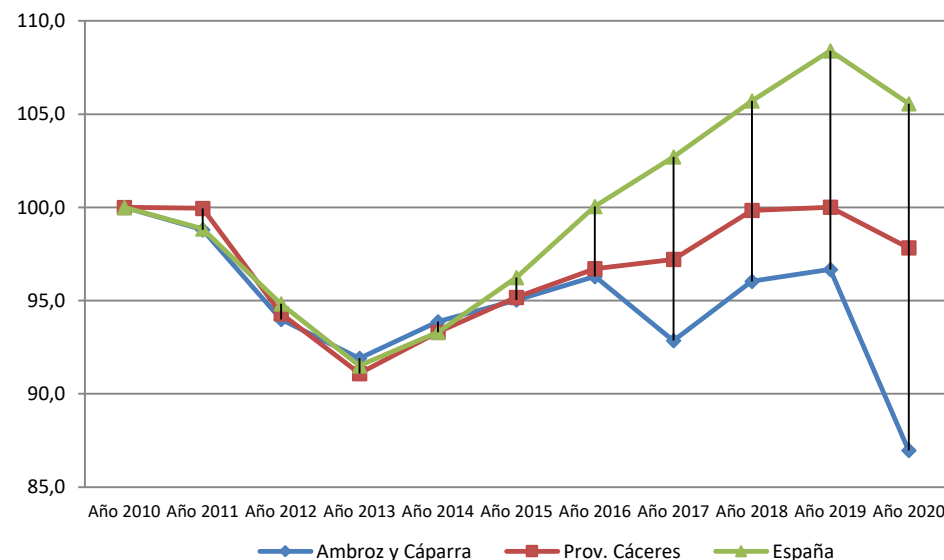
AFILIACIONES A LA SEGURIDAD SOCIAL

En junio de 2020, el territorio contaba con 3.200 personas afiliadas a la Seguridad Social en sus distintos regímenes, representando el 0,75% de los afiliados de la región extremeña.

Si trazamos la evolución en la última década, podemos ver que, desde 2010 y hasta 2013, siguiendo la misma tendencia que la región y España, el número de personas afiliadas a la Seguridad Social descendió casi un 10% con la pérdida de más de 400 empleos. Fueron los años más duros de la crisis económica producida por el “boom del ladrillo”.

A partir de ese momento, la evolución de las afiliaciones muestra una línea ascendente, en un periodo de clara recuperación del empleo. Sin embargo, la aparición de la epidemia de COVID-19 y la consiguiente crisis económica, ha provocado una caída muy fuerte, perdiendo un 10% de afiliaciones; un descenso de consecuencias imprevisibles en el corto y medio plazo.

Gráfica 2.5.1 Evolución de afiliaciones a la S.Social (2010-2020)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INSS

Tabla 2.5.8 Evolución de afiliaciones a la S.Social (2010-2020)

Fecha	Comarca	Prov. Cáceres	España
2010/2011	4933	146.745	17.591.403
2012/2013	4589	133.744	16.284.726
2014/2015	4745	139.741	17.127.908
2016/2017	4636	142.735	18.276.939
2018/2019	4827	146.844	19.290.343
Julio 2020	4342	143.634	18.785.554
Variación 2010/2020	-13,04%	-2,17%	+5,56%
Variación 2019/2020	-10,05%	-2,19%	-2,62%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INSS

En cuanto a la distribución de las afiliaciones por sexos las tasas se sitúan en los siguientes porcentajes: la tasa de empleo femenino se sitúa en el 43,18 % frente al 56,82% masculino. Las mayores disparidades entre sexos las encontramos en Cabezabellosa y Palomero. En ningún caso se muestran tasas de ocupación femenina superiores a la masculina. El mayor número de afiliaciones se producen, con mucha ventaja, en el municipio con mayor población de la comarca: como es Hervás, que concentra también gran parte de los servicios turísticos y empresas de comercio de la comarca.

La población activa en el territorio Ambroz-Cáparra - Afiliaciones

Tabla 2.5.9 Afiliados a la S. Social por sexos y municipios. Junio 2020

Municipio	Hombres	Mujeres	Total	%hombres	%mujeres
Abadía	45	26	71	63,38	36,62
Ahigal	227	136	363	62,53	37,47
Aldeanueva del Camino	111	82	193	57,51	42,49
Baños de Montemayor	67	82	149	44,97	55,03
Cabezabellosa	47	26	73	64,38	35,62
Casas del Monte	126	87	213	59,15	40,85
Cerezo	10	12	22	45,45	54,55
Garganta, La	34	27	61	55,74	44,26
Gargantilla	47	29	76	61,84	38,16
Granja, La	56	34	90	62,22	37,78
Guijo de Granadilla	67	50	117	57,26	42,74
Hervás	569	555	1.124	50,62	49,38
Jarilla	19	13	32	59,38	40,63
Marchagaz	26	18	44	59,09	40,91
Mohedas de Granadilla	115	82	197	58,38	41,62
Oliva de Plasencia	45	28	73	61,64	38,36
Palomero	59	33	92	64,13	35,87
Pesga, La	125	92	217	57,60	42,40
Santa Cruz de Paniagua	31	21	52	59,62	40,38
Santibáñez el Bajo	102	64	166	61,45	38,55
Segura de Toro	25	22	47	53,19	46,81
Villar de Plasencia	39	25	64	60,94	39,06
Zarza de Granadilla	316	210	526	60,08	39,92
TOTAL	2.308	1.754	4.062	56,82	43,18

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Observatorio de la Diputación de Cáceres

En cuanto a la estructura ocupacional del empleo, el sector servicios acapara al mayor número de afiliaciones, con el 48,47 %. A continuación, el sector del comercio, con el 15,5%, la agricultura el 13,44%, la industria el 12,4% y la construcción el 10,2%. Hace unas décadas, la distribución de trabajadores y trabajadoras por actividad en el mundo rural era diferente ya que había una clara primacía de la actividad agraria sobre el resto de sectores en los municipios rurales. En la actualidad, la clasificación sectorial de los activos, y de las empresas (como veremos más adelante), nos lleva a considerar al territorio Ambroz-Cáparra con una importante representación del sector servicios.

Según observamos en el siguiente cuadro, se han registrado caídas interanuales en el número de afiliaciones en todos los sectores. Especialmente fuertes son en la agricultura y los servicios, con más de un 11% en ambos casos respecto al año anterior. El parón de la economía debido a la pandemia por covid-19 ha pasado factura en general a todos los sectores, pero especialmente a estos dos.

Tabla 2.5.10 Evolución afiliaciones por sectores económicos (Junio 2019 – Junio 2020)

Sector	Junio 2019	Junio 2020	Peso% 2020	Var. absoluta 2019-2020	Variación % 2019-2020
AGRICULTURA	619	546	13,44	-73	-11,79
INDUSTRIA	541	504	12,41	-37	-6,84
CONSTRUCCIÓN	433	413	10,17	-20	-4,62
COMERCIO	668	630	15,51	-38	-5,69
SERVICIOS	2226	1969	48,47	-257	-11,55
TOTAL	4487	4062	100	-425	-9,47

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Observatorio de la Diputación de Cáceres

La actividad económica en el territorio Ambroz-Cáparra – Tejido empresarial

EMPRESAS Y TERRITORIO

La cultura tradicionalmente agraria del mundo rural ha ido perdiendo espacio, dejando paso a una economía más diversificada y orientada cada vez más al sector servicios. En esta línea comienza a producirse una progresiva diversificación de las actividades de las empresas y de la estructura empresarial cuyas causas son, entre otras:

- Los procesos de intensificación y mejora agroganadera, que suelen derivar en la creación de agroindustrias.
- Las iniciativas empresariales locales apoyadas desde los Grupos de Acción Local o las administraciones con competencias en esta materia.
- La aparición de nuevas funciones en los espacios rurales, como el turismo, el ocio y las segundas residencias.

Asistimos, por lo tanto, a un claro proceso de reestructuración rural en lo referente al mercado de trabajo y a las actividades de las empresas, tendente a la innovación y la puesta en valor de nuevos recursos. Un proceso que, lamentablemente, se ha visto frenado en seco por la actual crisis económica, producida por la pandemia por el covid-19, con la consiguiente destrucción de una gran parte del tejido productivo y sus efectos: caída de la actividad económica que desencadena un descenso de la producción de las empresas, cierres y destrucción de empleo, descenso de la renta nacional y de la renta disponible de los agentes económicos. Todo ello se ha traducido en la pérdida de confianza, que se conlleva una caída de la inversión y del consumo.

En el territorio Ambroz-Cáparra las consecuencias económicas producidas por la epidemia de coronavirus se ven reflejadas en un descenso tanto en el número de empresas (205 empresas menos en el período junio 2019/junio 2020) como en el de trabajadores, con una pérdida de 371 empleos en un año (un -15,44% de variación interanual).

Tabla 2.5.11 Variación de autónomos, empresas y trabajadores/as Ambroz-Cáparra (Junio 2019 – Junio 2020)

Junio de 2019	Autónomos/as	1537
	Empresas	849
	Trabajadores/as	2403
Junio de 2020	Autónomos/as	1506
	Empresas	644
	Trabajadores/as	2032
Variación absoluta 2019-2020	Autónomos/as	-31
	Empresas	-205
	Trabajadores/as	-371
Variación % 2019-2020	Autónomos/as	-2,02
	Empresas	-21,79
	Trabajadores/as	-15,44

Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social

Analizando los datos, la pandemia ha provocado que 1/5 parte de las empresas y 1/7 parte del empleo existentes en el territorio hayan desaparecido, un porcentaje realmente preocupante sobre todo en los municipios más pequeños, donde las dificultades para los emprendedores y el éxito de las empresas se reduce.

La actividad económica en el territorio Ambroz-Cáparra – Tejido empresarial

Si analizamos la evolución por municipios, Hervás, que agrupa el 25% de las personas autónomas, el 23,45% y el 30% de los trabajadores y trabajadoras, fue, sin lugar a dudas, el municipio más afectado en términos absolutos por la crisis generada por la pandemia, perdiendo 14 personas autónomas (-3,66%), 34 empresas (-22,51%) y 112 trabajadores y trabajadoras (-18,31%). También es reseñable lo ocurrido en Zarza de Granadilla con 19

empresas (-26,8%), 19 personas autónomas (-9,65%) y 20 trabajadores y trabajadoras menos. 0 Baños de Montemayor, que a pesar de tener un peso porcentual de empresas pequeño (5,6% de las empresas de la comarca) tuvo una pérdida de 10 empresas y 75 trabajadores menos. El cierre de servicios turísticos debido al parón económico y las cuarentenas ha afectado profundamente a la estructura productiva de este municipio, con una importante dependencia del sector turístico.

Tabla 2.5.12 Variación de autónomos/as, empresas y trabajadores/as por municipios. Territorio Ambroz-Cáparra (Junio 2019 – Junio 2020)

		Aboñía	Ahigal	Aldeanueva del Camino	Baños de M.	Cabezabellosa	Casas del M.	Cerezo	La Garganta	Gargantilla	La Granja	Gujío de Gr.	Hervás	Jarilla	Marchagaz	Moedas de Gr.	Oliva de Plasencia	Palomero	La Pesga	Santa Cruz de Paniagua	Santibáñez el Bajo	Segurade Toro	Villar de Pl.	Zarza de Gr.	Total
Junio 2019	Autónomos/as	22	147	81	57	34	59	9	29	39	30	42	383	13	8	72	19	41	95	14	74	16	22	231	1543
	Empresas	11	67	44	50	15	36	11	12	19	16	33	185	9	12	49	24	26	39	31	39	11	21	90	849
	Trabajadores/as	30	136	189	271	22	216	5	18	27	51	86	723	20	17	87	69	30	63	41	48	29	28	197	2403
Junio 2020	Autónomos/as	20	145	79	55	33	58	9	27	38	28	41	369	12	11	73	17	40	97	13	71	15	22	233	1506
	Empresas	8	47	34	36	10	31	7	9	13	10	24	151	7	9	40	22	18	26	23	24	7	17	71	644
	Trabajadores/as	18	129	144	196	15	168	4	17	25	39	73	611	15	25	76	45	24	53	71	50	26	31	177	2032
Variación absoluta 2019/2020	Autónomo/as	-2	-2	-2	-2	-1	-1	0	-2	-1	-2	-1	-14	-1	3	1	-2	-1	2	-1	-3	-1	0	-19	-37
	Empresas	-3	-20	-10	-14	-5	-5	-4	-3	-6	-6	-9	-34	-2	-3	-9	-2	-8	-13	-8	-14	-4	-4	-19	-205
	Trabajadores/as	-12	-7	-45	-75	-7	-48	-1	-1	-2	-12	-13	-112	-5	+8	-11	-24	-6	-10	+30	+2	-3	+3	-20	-371
Peso % 2020	Autónomos/as																								
	Empresas	1,24	7,30	5,28	5,59	1,55	4,81	1,09	1,40	2,02	1,55	3,73	23,45	1,09	1,40	6,21	3,42	2,80	4,04	3,57	3,73	1,09	2,64	11,02	100
	Trabajadores/as	0,89	6,35	7,09	9,65	0,74	8,27	0,20	0,84	1,23	1,92	3,59	30,07	0,74	1,23	3,74	2,21	1,18	2,61	3,49	2,46	1,28	1,53	8,71	100

Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social

La actividad económica en el territorio Ambroz-Cáparra – Tejido empresarial

Por sectores económicos, las empresas del territorio Ambroz- Cáparra registran variaciones interanuales negativas en todos los sectores. A destacar el sector servicios, que representa el 61,3% de las empresas y el 32,7% de los autónomos y que cayó un 15,9%. Y un 1,2% respectivamente, muy afectado por las consecuencias de la cuarentena impuesta para frenar el Covid-19.

El otro sector seriamente afectado por la crisis económica en estos meses ha sido el agroganadero, que representando al 19,3%

de todas las empresas del territorio, se desplomó un 39%, perdiendo un total de 82 empresas.

Destacable también es, en este sentido, la sensible pérdida de autónomos en el sector comercial, con el cierre de 15 establecimientos comerciales en los últimos meses, debido a la crisis generada por la pandemia.

La crisis se percibió en menor medida en la industria, que cayó un 6,8%, si bien aumentó el número de trabajadores y trabajadoras en un 3,9%

Tabla 2.5.13 Variación de autónomos/as, empresas y trabajadores/as por sectores económicos. Ambroz-Cáparra (Junio 2019 – Junio 2020)

Sector	Junio 2019			Junio 2020			Var. absoluta 2019-2020			Variación % 2019-2020			Peso% 2020		
	Autónomos/as	Empresas	Empleo	Autónomos/as	Empresas	Empleo	Autónomos/as	Empresas	Empleo	Autónomos/as	Empresas	Empleo	Autónomos/as	Empresas	Empleo
AGRICULTURA	336	210	190	336	128	164	0	-82	-26	0,00	-39,05	-13,68	22,25	19,28	8,07
INDUSTRIA	140	96	208	217	74	182	-5	-22	-26	-3,57	-22,92	-12,50	8,94	11,14	8,96
CONSTRUCCIÓN	223	59	381	135	55	396	-6	-4	15	-2,69	-6,78	3,94	14,37	8,28	19,49
SERVICIOS	843	484	1.624	822	407	1.290	-21	-77	-334	-5,57	-15,91	-20,57	54,54	61,30	63,48
TOTAL	1.542	849	2.403	1.510	664	2.032	-32	-185	-371	-2,08	-21,79	-15,44	100	100	100

Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social

La actividad económica en el territorio Ambroz-Cáparra – Sector primario

CARACTERÍSTICAS GENERALES

La diversidad de paisajes y ecosistemas existentes en el territorio Ambroz-Cáparra ha posibilitado, desde tiempos inmemoriales, un importante aprovechamiento agro-silvo-pastoril por parte del ser humano, que ha ido configurando y modificando el paisaje original para mejorar los aprovechamientos agrarios.

De este modo, en las faldas de las montañas se creó un paisaje de terrazas para permitir la siembra de árboles frutales, como el cerezo y el ciruelo de la variedad Reina Claudia. Mientras, las zonas de solana de las sierras concentran grandes olivares de manzanilla cacereña, quedando las vegas para la siembra de productos como el pimiento o la fresa.

La modificación del paisaje tiene en las dehesas uno de sus ecosistemas principales, estando destinadas a la producción de excelentes pastos para el ganado, tanto vacuno como porcino. Esta clara vocación ganadera del territorio, el pasado muy vinculada a la en la práctica de la trashumancia, con la presencia de la Cañada Real de la Plata y la Cañada Soriana Occidental atravesando la zona para llevar los rebaños de ovejas merinas y vacas avileñas de las montañas norteñas.

Por último, la existencia de grandes masas boscosas de robles, castaños y alcornoques posibilitaron un aprovechamiento forestal muy importante en el destino, con productos tan valiosos como el corcho o las maderas de castaño y roble dedicadas a la fabricación de muebles y la construcción tradicional.

Tabla 2.5.14 Distribución de la superficie cultivada

Municipio	Cultivos secano	Cultivos regadío	Total (Has)
Abadía	174	6	180
Ahigal	1124	2	1126
Aldeanueva del Camino	49	20	69
Baños de Montemayor	60	0	60
Cabezabellosa	73	3	76
Casas del Monte	128	6	134
Cerezo	679	9	688
Garganta, La	4	0	4
Gargantilla	92	60	152
Granja, La	141	147	288
Guijo de Granadilla	1024	4	1028
Hervás	319	27	346
Jarilla	1	20	21
Marchagaz	646	2	648
Mohedas de Granadilla	3255	3	3258
Oliva de Plasencia	21	227	248
Palomero	1846	1	1847
Pesga, La	2017	1	2018
Santa Cruz de Paniagua	2243	4	2247
Santibáñez el Bajo	275	0	275
Segura de Toro	19	5	24
Villar de Plasencia	17	0	17
Zarza de Granadilla	193	696	890
TOTAL	16.281	1.243	17.524

Fuente: Atlas estadístico de Extremadura y elaboración propia

La actividad económica en el territorio Ambroz-Cáparra – Sector primario

CULTIVOS PRINCIPALES

Si analizamos las principales producciones agrícolas, existe un cultivo predominante en el territorio, el olivar, que ocupa un total de 14.500 Has, ocupando vastas áreas de laderas de sierras y solanas; un auténtico “mar de olivos” que se convierte en una de las principales producciones del destino, con las siguientes características:

- Los olivos son de la variedad manzanilla cacereña, una especie autóctona de gran calidad. Ambroz-Cáparra cuenta con el 42% del total de manzanilla cacereña de la provincia, y una producción anual de 30.000.000 de kilogramos.

- Se trata de explotaciones familiares de reducido tamaño, ya que el 75% de los olivares tienen una superficie inferior a las 10 Has

- Una gran parte de la aceituna cosechada se destina a aceituna de mesa, con un producto final de aceitunas verdes, de color cambiante, ennegrecidas por oxidación o negras, todas ellas aderezadas, aunque las aceitunas en salmuera (es decir, las naturales) representan más del 60% de la producción.

- El resto de producción se dedica a la fabricación de aceite de oliva, fundamentalmente virgen extra, con algunas empresas de reconocido prestigio a nivel nacional e internacional

- La comercialización de la mayor parte de la cosecha de aceitunas se realiza a través de cooperativas del territorio, existiendo un total de 20 cooperativas (19 de primer grado y 1 de segundo) que engloban a un total de más de 3000 olivareros.

- Es necesaria una mayor profesionalización del sector, y convertir el olivar en una actividad que satisfaga necesidades de carácter ambiental, ordenación del territorio y desarrollo turístico



Junto al olivar, existen otras producciones hortofrutícolas de gran calidad en el territorio, principalmente fruta de hueso, con las siguientes características:

CEREZA: se sitúa en las faldas de las montañas del Ambroz, con una superficie y producción en aumento desde la última década. En 2019 se recolectaron 1.800.000 kgs comercializadas a través de las cooperativas de Hervás, Gargantilla y Casas del Monte.

CIRUELA: se produce en las laderas y valles del Ambroz, con una variedad específica denominada “Claudia”, con tanta calidad que se han realizado estudios para su posible declaración como DOP. En 2019 se obtuvieron 380.000 kgs casi todos en Gargantilla

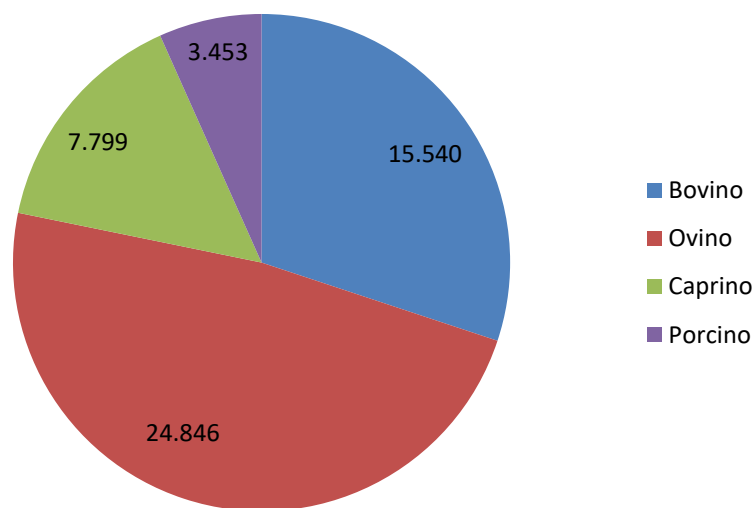
FRESA: sembradas en las vegas de Casas del Monte, se producen unos 60.000 kgs anuales al aire libre, lo que proporciona sabor y autenticidad a las fresas.

La actividad económica en el territorio Ambroz-Cáparra – Sector primario

APROVECHAMIENTO GANADERO

Dentro del territorio Ambroz-Cáparra, la diversidad de paisajes y hábitats favorece la existencia de una variada cabaña ganadera. Así, mientras en las áreas montañosas prevalece el ganado ovino y, sobre todo, caprino, en las dehesas de la comarca pastan vacas de carne, razas autóctonas (avileña, blanca cacereña, morucha, retinta) que han visto mejorado su rendimiento con el cruce con razas cárnicas (limousine, charolesa).

Gráfico 2.5.1 Distribución de la cabaña ganadera Territorio Ambroz-Cáparra (2018)



Fuente: Atlas estadístico de Extremadura y elaboración propia

El sistema de explotación ganadero se basa en la extensividad, donde la base de la alimentación del ganado es el aprovechamiento de rastrojeras (llanos) y pastos de montaña en verano y del pasto de la dehesa y monte bajo en el resto del año, consiguiendo así un engorde natural y de gran calidad tanto en terneros como en corderos y cabritos. Sin embargo, al no existir mataderos en la comarca ni estructuras para el cebo y engorde de las crías, casi toda la producción cárnica se vende “en vivo” a cebaderos o mataderos fuera de Extremadura, lo que elimina la posibilidad de obtener un valor añadido a la producción y lastra la comercialización de carnes de calidad del destino Ambroz-Cáparra.

Las únicas carnes que se procesan y comercializan en el territorio son las de cerdo ibérico, ya que existen varias empresas dedicadas a la fabricación de embutidos (lomos, chorizos, salchichones, patateras) y de jamones, estando la producción asociada a la DOP “Dehesa de Extremadura”

El otro producto ganadero que tiene un proceso de transformación en el territorio es la leche de cabra y oveja, con la que se fabrican excelentes quesos en las 3 queserías existentes en Ambroz-Cáparra, elaborados a base de leche cruda de oveja/cabra, cuajo y sal, añadiendo ingredientes durante el proceso de maduración como el aceite de oliva, el pimentón, el orégano o el romero.

De especial interés son las variedades de queso de cabra “al carbón”, “mousse con arándanos”, “bombones de queso” o tortitas de delicados matices, cuyo sabor y aromas recuerdan a las sierras y montes en los que pastan las cabras.

La actividad económica en el territorio Ambroz-Cáparra – Sector industrial

LA INDUSTRIA EN AMBROZ-CÁPARRA

En el territorio Ambroz-Cáparra, la actividad industrial se ha centrado en dos sectores fundamentales, al agroalimentario y la fabricación de muebles de madera, claro reflejo del aprovechamiento de los productos agro-silvo-pastoriles existentes en el destino.

En el caso de la transformación de productos agrícolas y ganaderos, nos encontramos con un total de 39 establecimientos de transformación, cooperativas que fabrican aceite de oliva o bien pequeñas empresas (queserías, chacinerías, panaderías, fábricas de pimentón, fábricas de cerveza) repartidas por diferentes municipios de la zona.

**Tabla 2.5.15 Industria agroalimentaria
Territorio Ambroz-Cáparra (2019)**

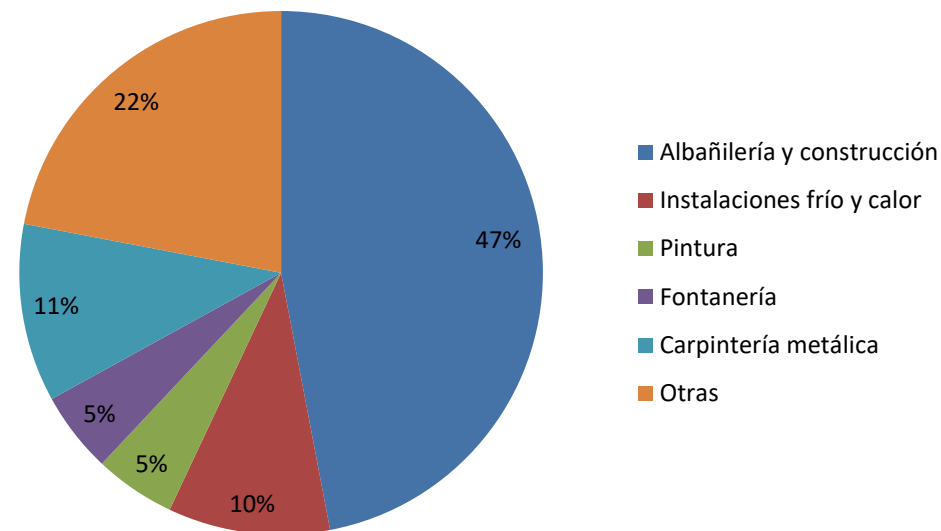
Tipología	Pimentón	Aceite	Queserías	Chacinerías	Panaderías	Cerveza
Número	4	7	3	9	15	1

La industria asociada a la madera ha contado siempre con una gran tradición en el territorio Ambroz-Cáparra, debido a la existencia de bosques atlánticos de castaño, roble y pino. Hasta hace una década, la actividad maderera más importante estaba dedicada a la fabricación y venta de muebles, pero en los últimos años se ha producido un descenso en estas fábricas, incrementándose a su vez, el número de carpinterías, asociadas al subsector de la construcción.

El subsector de la construcción es el más importante dentro del tejido industrial de Ambroz-Cáparra, tanto en empresas que se dedican a la edificación como en licencias auxiliares (pintores, ebanistas, cerrajería, electricistas, fontaneros, climatización...)

En general, es un sector muy atomizado, con numerosas personas autónomas con no más de tres personas empleadas en la mayoría de los casos,

**Gráfico 2.5.2 Distribución de las empresas de construcción
Territorio Ambroz-Cáparra (2018)**



Fuente: Grupos de acción local DIVA y CEDER Cáparra

La actividad económica en el territorio Ambroz-Cáparra – Sector comercio y servicios

COMERCIO Y SERVICIOS EN AMBROZ-CÁPARRA

Como consecuencia de los cambios en el tejido productivo de las últimas décadas, el territorio Ambroz-Cáparra se ha convertido en una comarca donde el comercio y los servicios ocupan una parte primordial en el número de empresas (61%) y empleo (63%), asociando ambas actividades a los servicios a la población local (administrativos, culturales y asistenciales) y a los negocios y establecimientos turísticos, que hasta la epidemia de COVID 19 habían incrementado su peso en la economía comarcal de forma notable.

El subsector comercial se centra, fundamentalmente, en pequeños comercios con venta al por menor. En las localidades más pequeñas para atender a la población local en la venta de todo tipo de productos. Sin embargo, en los municipios más grandes y con mayor desarrollo turístico, existe un comercio especializado para atender al creciente número de visitantes.

En cuanto a los servicios, forman una amalgama de personas autónomas, profesionales liberales y pequeñas empresas que dan servicio sanitario, jurídico, educativo y asistencial a la población de la comarca.

Tabla 2.5.16 Empresas y empleos en el sector servicios y comercio por tipos de actividad Territorio Ambroz-Cáparra (2020)

Tipos de actividad	Empresas	Empleo
Administración Pública y defensa, Seguridad Social obligatoria	79	303
Servicios de comidas y bebidas	80	258
Comercio al por menor	52	112
Actividades de servicios sociales sin alojamiento	6	90
Asistencia en establecimientos residenciales	4	75
Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos	29	71
Servicios de alojamiento	30	65
Otros servicios personales	10	52
Transporte terrestre y por tubería	14	49
Educación	6	43
Servicios técnicos de arquitectura e ingeniería, ensayos y análisis técnicos	2	29
Recogida, tratamiento y eliminación de residuos, valorización	2	26
Actividades jurídicas y de contabilidad	4	12
Actividades sanitarias	5	9
TOTAL	323	1.194

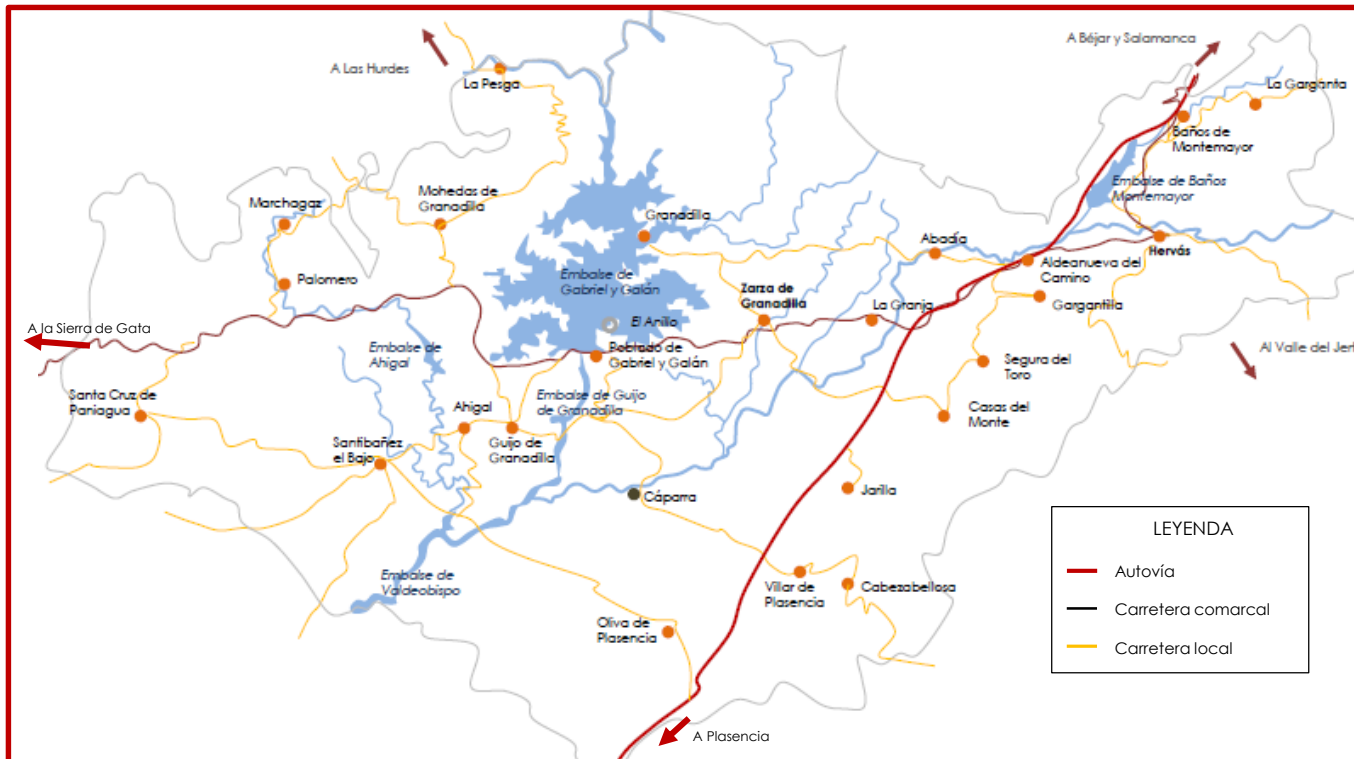
Fuente: Instituto Nacional de la Seguridad Social

Accesos y comunicaciones del territorio Ambroz-Cáparra

El territorio Ambroz-Cáparra cuenta con un gran eje de acceso por carretera, la autovía A-66 o "Ruta de la Plata" que, siguiendo el trazado de la antigua carretera N-630 (Gijón-Sevilla) atraviesa la zona de Norte a Sur, vertebrando toda la red de carreteras secundarias para un cómodo y rápido acceso a los municipios por parte de turistas y visitantes procedentes de los principales centros emisores (Madrid, Castilla y León, Andalucía).

Junto al acceso principal de la autovía A-66, el territorio cuenta con otras carreteras, comarcales y locales, que permiten conectar con las comarcas situadas hacia el Oeste EX_205, (Hurdos y Sierra de Gata) y el Este (Valle del Jerte) y que ayudan a distribuir los flujos turísticos entre los diferentes destinos del norte de Extremadura, permitiendo una conectividad óptima.

Mapa 2.6.1 Red de carreteras del territorio Ambroz-Cáparra

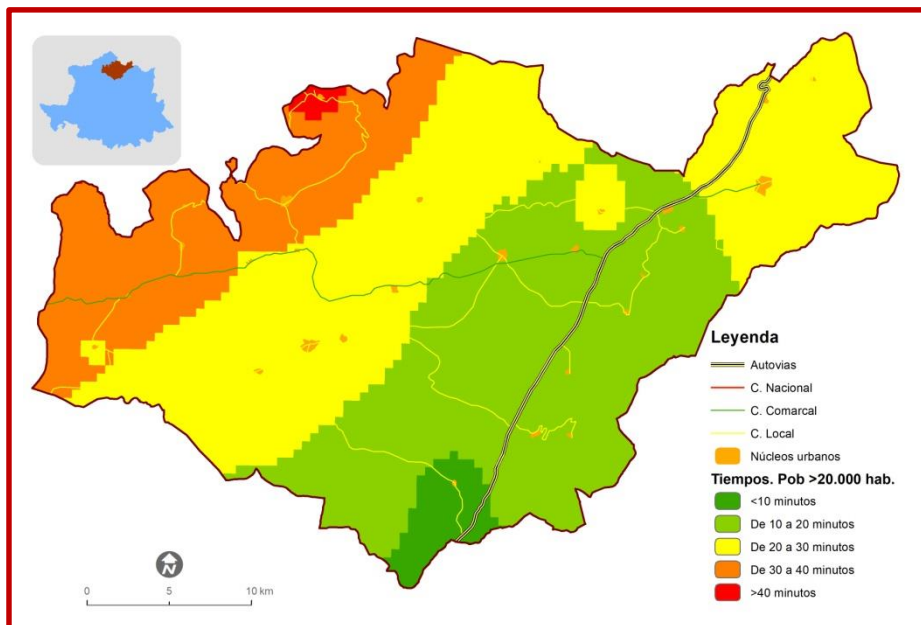


Fuente: elaboración propia

Accesos y comunicaciones del territorio Ambroz-Cáparra

Analizando los tiempos de desplazamiento desde los diferentes municipios del territorio Ambroz-Cáparra a Plasencia, capital administrativa y económica del Norte de Extremadura, y nodo de comunicaciones hacia otras comarcas podemos afirmar que existe una buena conectividad por carretera, ya que la mayoría de municipios se encuentran a menos de 30 minutos de la ciudad (en vehículo privado).

Mapa 2.6.2 Accesibilidad respecto a Plasencia.
 Territorio Ambroz-Cáparra



Fuente: Elaboración a partir de cartografía del proyecto OTALEX C. Diputación de Cáceres.

Si la accesibilidad por carretera y vehículo privado en el territorio Ambroz-Cáparra ha mejorado de forma notoria en las últimas décadas, existe un déficit muy importante en lo relativo a las comunicaciones ferroviarias, como consecuencia de la desaparición, en el año 1985, de la línea férrea Plasencia-Astorga que, al igual que la autovía A-66, atravesaba la zona de Sur a Norte, siendo el medio de transporte fundamental para los desplazamientos humanos, pero también de ganado y mercancías.

El cierre de esta línea férrea supuso un impacto muy negativo para el desarrollo del destino, limitando la conectividad y eliminando alternativas de transporte colectivo, dejando como única opción de accesibilidad las carreteras y el vehículo privado.



SITUACIÓN DE PARTIDA.
**EL TURISMO EN EL DESTINO AMBROZ-
CÁPARRA**

03.



Desde los tiempos remotos este territorio fue una comarca natural como nos demuestra su principal actividad económica, la ganadería. En una geografía dividida casi a partes iguales entre la sierra y el llano esta ocupación humana fue la principal fuente de subsistencia del hombre prehistórico, donde se precisaban extensos territorios comunales y se practicaba ya la trasterminancia o corta trashumancia. Lo podemos comprobar con los restos arqueológicos dejados por los vetones en ambas mancomunidades.

En efecto, fueron los vetones, ese pueblo celta de inquietos y aguerridos ganaderos los que poblaron estos parajes dejándonos sus huellas culturales más destacadas en piedra, en forma de toro y verracos toscamente tallados en la localidad de Segura de Toro y en las inmediaciones de Cáparra y de Cabezabellosa. Según los expertos datan de entre los siglos III y IV antes de Cristo y suponen que responden a unas creencias religiosas totémicas, que convertían los prados y los bosques en auténticos santuarios. Estos asentamientos de corte naturalistas repartidos indistintamente por las dos mancomunidades hacen pensar que en esta época existió una élite pastoril con una jerarquía y un sentido comunal de la propiedad.

A este pueblo ganadero le sucedieron los romanos en el dominio de la comarca, como dan muestra evidente los yacimientos de Cáparra, pero también los hallados en la necrópolis de la Granjuela, cerca de Casas del Monte y en las termas de Baños de Montemayor. En general son muchos los restos romanos esparcidos por el territorio como muestra la toponimia en Hervás (“Romañazo” o “La Romana”), en Abadía en el “Hornacinos”, etc., que nos aseguran la presencia de estos nuevos conquistadores por toda esta comarca natural.

03. El turismo en Ambroz-Cáparra

3.1 Contexto histórico del territorio



Luego llegarían los visigodos, los cuales también se repartieron indistintamente por este territorio, como nos mostraron hace tiempo los hallazgos del tesoro de Zarza de Granadilla, actualmente visible en el Museo Arqueológico Provincial de Cáceres, pero también los últimos estudios hechos en el término municipal de Hervás, donde se ha hallado la “Pizarra de Terencia” que en una cursiva romana perfecta nos narra los hechos referidos a un litigio por el robo de siete cabras perpetrado sobre una noble hispano-visigoda-romana llamada Terencia.

Después llegarían los árabes, que seguramente no fueron tan numerosos como se había pensado, pues no supusieron una repoblación en sentido pleno, ya que los escasos guerreros que llegaron, posiblemente por la antigua calzada romana de Plata, fueron bereberes enfrentados a los árabes. Sin embargo, hicieron que la población autóctona se retirara en desbandada hacia el norte, lo que dejaba pendiente la repoblación y reconquista definitiva por los cristianos a finales del siglo XII, que es cuando podemos decir que se crea la red básica de poblamiento que ha

03. El turismo en Ambroz-Cáparra

3.1 Contexto histórico del territorio

perdurado hasta hoy.

En efecto, no será hasta 1185-1195, cuando este territorio pasa a manos cristianas de forma definitiva. Anteriormente solo hubo “razzias” por ambas partes de invasión y pillaje, ya que el Sistema Central desde siempre había sido una frontera natural difícil de dominar. No será hasta esa fecha cuando se produzca la repoblación y reconquista de esta comarca. Se produce en un contexto histórico muy peculiar, ya que el hecho fronterizo entre el reino de León y Castilla marcará una división también particular en este territorio en momento decisivo para la configuración territorial.



Unos años antes, en 1158, habían acordado Fernando II de León y su hermano Sancho, rey de Castilla marcar la frontera de ambos reinos por la antigua Vía de la Plata. Esta división tendrá una importancia decisiva en el territorio que nos ocupa, porque cuando se produce la reconquista y repoblación casi simultánea de la llamada *Transierra* (término afortunado para definir los territorios

que estaban detrás del Sistema Central y que llegaban hasta el Tajo), tanto en la parte castellana como en la leonesa, esta comarca se verá dividida en varias porciones según correspondan a una u otra comunidad de villa y tierra, ya que nacerán en este momento como modelo repoblador para asentar población y se mantendrán hasta casi mediados del siglo XIX como unidades jurídicas administradoras de una villa y su correspondiente alfoz, que es donde irán naciendo las aldeas después de fundada la villa.

En la parte leonesa del Valle del Ambroz tendrá especial relevancia la villa de Granadilla, que con su extenso alfoz ocupó una demarcación que, de norte a sur, iba desde La Alberca hasta Santibáñez el Bajo y, de este a oeste, ocupaba todas Las Hurdes hasta la Vía de la Plata, dividiendo a Aldeanueva en dos pueblos completamente diferentes con jurisdicción y moneda distintas.

Aproximadamente por las mismas fechas que el rey leonés Alfonso IX repoblaba esta franja territorial, su primo Alfonso VIII de Castilla se encontraba inmerso en la conquista y repoblación de la otra mitad del valle del Ambroz. Este empezó fundando Plasencia para dirigirse posteriormente hacia el norte donde nacerían La Oliva y Segura de Toro.

Pero, para complicarse todavía más el asunto territorial en estos momentos decisivos, Alfonso VIII después de Plasencia conquista Béjar, a la cual asigna un nuevo alfoz al que pertenecerán Hervás, La Garganta y Baños. Tan precisa será la línea marcada por la Vía de la Plata que, como ocurriera con Aldeanueva, también Baños quedará dividido en dos: una parte pertenecerá a la Comunidad de Villa y Tierra de Béjar y la otra a la de Montemayor del Río.

Como vemos, este modelo tan peculiar de conquista y repoblación tendrá una importancia primordial en la configuración de esta

03. El turismo en Ambroz-Cáparra

3.1 Contexto histórico del territorio

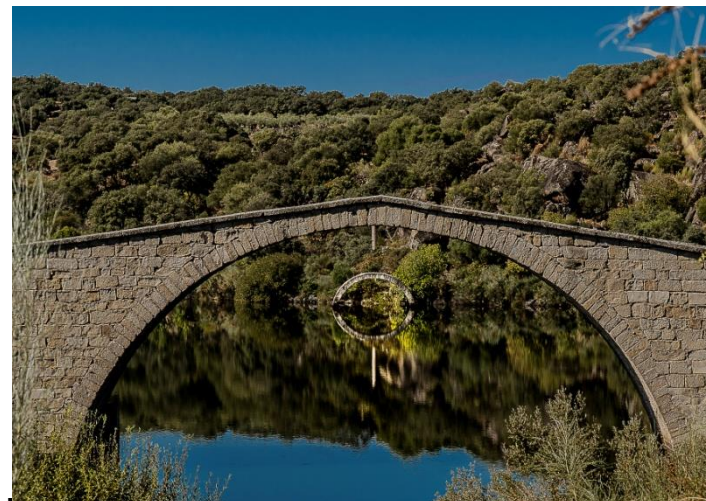
comarca, pues si bien los reinos de Castilla y León se unirían definitivamente en 1230 con Fernando III, la división de la comarca permaneció tal y como se habían configurado las Comunidades de Villa y Tierra de Granadilla, Plasencia, Béjar y Montemayor. Y así permanecerían hasta casi la primera mitad del siglo XIX, cuando llega la revolución liberal burguesa.

Teniendo en cuenta que fueron varios siglos los que estuvieron vigentes estas comunidades de villa y tierra, hay que precisar que en el territorio que nos ocupa quedó de la siguiente manera: a la Comunidad de Villa y Tierra de Granadilla pertenecieron Abadía, Aldea del Camino, Granja, Cerezo, Mohedas, La Pesga, Santibáñez el Bajo, Ahigal, Guijo y Zarza de Granadilla; a la de Plasencia, La Oliva y Segura de Toro, a las que después se añadirían Villar de Plasencia, Jarilla, Casas del Monte, Gargantilla y Casas de Aldeanueva. Por su parte Béjar incluía Hervás, La Garganta y una parte de Baños, pues la otra mitad, como señalamos, perteneció a la Comunidad de Villa y Tierra de Montemayor.

Hay que tener en cuenta que estas comunidades de villa y tierra perduraron por espacio de casi siete siglos y eran como pequeños estados con su jurisdicción y fiscalidad propia, sin embargo en lo económico eran mucho más permeables, como lo atestiguan los numerosos tratados de vecindad entre ellas para facilitar el intercambio comercial. Todo ello a pesar de que entre 1396 y 1444 se transformarían en señoríos dependiente de distintos magnates gracias a las llamadas “mercedes enriqueñas”.

Todos los pobladores que por aquí pasaron, con la villa y señoríos que se instituyeron sobre ellas, nos fueron legando un significativo patrimonio monumental todavía visible, pero también promovieron importantes infraestructuras para poder articular el territorio, entre ellas una importante red de caminos vecinales con varios puentes

sobre el río Ambroz y el Alagón, como los del Pontón del Guijo (1484) y el de Granadilla (1529), los dos por iniciativa del duque de Alba.



Con la revolución liberal burguesa, que se inicia prácticamente con la Guerra de la Independencia y más concretamente con la muerte de Fernando VII en 1833, asistimos a un nuevo orden territorial, pues desaparecen las antiguas comunidades de villa y tierra y con ellas también los señoríos dominantes de los Alba y los Zúñiga. En su lugar aparecerán las provincias con una nueva organización. Esta nueva configuración administrativa social y política será un proceso lento, pues prolongará durante todo el siglo XIX.

Un poco antes, aprovechando el centralismo de la administración borbónica, Floridablanca implantarían el régimen de intendencias en Extremadura con capital en Badajoz. De esta manera se intentaba contrarrestar el poder señorial creando la provincia única de Extremadura, cuyo contenido territorial quedaba fijado en ocho partidos judiciales, siendo uno de ellos el de Plasencia, donde

03. El turismo en Ambroz-Cáparra

3.1 Contexto histórico del territorio

quedará integrada la Comunidades de Villa y Tierra de Granadilla.

Después en 1791 se creará la Real Audiencia de Extremadura con sede en Cáceres y, a partir de aquí, se confirmará el modelo de provincia extremeña única, que va a perdurar hasta el final del Antiguo Régimen, e incluso algunos años después. Con todo, esta comarca sufrirá una configuración administrativa diferente como consecuencia de los avatares políticos y sociales que se vivieron.

Según la orden dada por la Regencia del Reino el 30 de noviembre de 1813, que trataba de la nueva distribución de partidos en la provincia de Extremadura para el establecimiento de juzgados, todos los pueblos de Comunidad de Villa y tierra de Granadilla quedaban integrados en el partido de Plasencia.

Pero, como venía siendo habitual, los avatares políticos impidieron llevarlo a efecto y hubo de ser aplazada la tramitación del proyecto hasta después de la muerte de Fernando VII, cuando la regente María Cristina encargó al ministro de Fomento, Javier del Burgos, un nuevo plan de ordenación territorial donde se respetaron casi todos los acuerdos de la Real Audiencia de Extremadura, manteniendo la división en las dos provincias de Cáceres y Badajoz y, lo más importante, se mantuvo la comarca de Las Hurdes en la provincia de Cáceres y La Alberca en la Salamanca; mientras que Hervás, Baños y La Garganta pasaban a formar parte de la provincia de Cáceres.

En el norte extremeño las consecuencias de esta división provincial tuvo nefastas consecuencia para Plasencia, ya que no sólo vio frustrada las aspiraciones de ser capital de provincia, sino que perdió también la hegemonía que desde finales del siglo XVIII tenía como cabeza de uno de los ocho partidos creados por los ilustrados cuando se instauró el sistema de intendencias con la provincia única de Extremadura. Esta antigua Comunidad de Villa

y Tierra de Granadilla, que desde aquellos años fue dependiente de esta ciudad, vuelve a retomar el poder jurisdiccional a partir de 1834 como consecuencia del aumento demográfico y de la reducción del mínimo poblacional exigido para crear un juzgado, lo cual llevó a fraccionar el de Plasencia en otros nuevos como el de Hoyos, Navalморal de la Mata, Jarandilla y éste mismo de Granadilla, que sumarán con otros nueve más los trece partidos judiciales en que quedaba dividida la provincia de Cáceres. Después el Juzgado de Primera Instancia se inauguraría oficialmente en Hervás el 8 de enero de 1872 en detrimento de Granadilla, que empieza a presentar algunos síntomas de cierta decadencia.

En esos años a Hervás le llegaría una nueva notaría y más tarde se convertiría en la sede del Registro de la Propiedad, por lo que los vecinos de toda la comarca se vieron obligados a desplazarse a Hervás para hacer sus gestiones administrativas. Después, en 1988, perdería la sede del Juzgado de Instrucción en favor de Plasencia, aunque todavía hoy Hervás cuenta con una secretaría que agrupa a los Juzgados de Paz de catorce municipios de la comarca.

Recursos vertebradores del territorio Ambroz-Cáparra

El territorio Ambroz-Cáparra dispone de un conjunto de recursos turísticos que lo sitúan como uno de los destinos principales de la provincia de Cáceres por cantidad y variedad de espacios naturales protegidos, monumentos y vestigios históricos, manifestaciones culturales, productos gastronómicos y elementos de interpretación y exposición diseminados a lo largo y ancho de toda la zona.

Aunque en las próximas páginas vamos a desarrollar una clasificación por categorías (medioambientales, patrimoniales, culturales, gastronómicos e interpretativos), consideramos que todos los recursos pueden encuadrarse en tres grandes bloques, que vertebran y otorgan un claro elemento diferenciador de este destino con respecto a comarcas y territorios limítrofes:

- **EL AGUA**, elemento de vida y que en Ambroz-Cáparra se encuentra en múltiples formas y elementos (ríos, gargantas, piscinas naturales, embalses, charcas, aguas termales, neveros)
- **CAMINOS CON HISTORIA**, con la Vía de la Plata como ruta vertebradora de la historia del territorio, a la que acompañan las cañadas reales de la Plata y la Soriano Occidental, la Vía Verde Plasencia-Béjar y una red de senderos y caminos repletos de naturaleza, historia y cultura
- **UN MOSAICO DE PAISAJES**, desde la alta montaña a las vegas, pasando por sierras, dehesas y cursos de agua, que posibilita la presencia de especies emblemáticas de la flora y la fauna ibéricas, así como una variedad de productos agropecuarios, protagonistas de los fogones y la historia de un destino singular.



Recursos vertebradores del territorio Ambroz-Cáparra EL AGUA

Ambroz-Cáparra es un territorio hecho de agua, de embalses, de piscinas naturales, de ríos y gargantas, de lagunas y charcas, de molinos, neveros, lagares y pozos, de balnearios y termas: el agua del embalse Gabriel y Galán, el agua de los balnearios de Baños, el agua del Ambroz, del Cáparra, del Alagón...

Ya la cultura vetona, asentada en estos lares en época prerromana, tenía en el agua uno de los motivos de mayor simbolismo religioso. Hasta en la propia roca excavaban los vetones saunas, que les servían para realizar ritos de purificación a través del agua y el calor. Y el resto de civilizaciones que llegaron después siguieron explotando y utilizando los recursos hídricos: los romanos con las termas de Baños, en la Vía de la Plata; los trashumantes generando abrevaderos para sus ganados; los judíos y árabes creando canalizaciones y norias destinadas al riego de huertas y bancales; los comerciantes creando pozos de la nieve para conservar frescos los productos; los municipios construyendo molinos de agua para garantizar el abastecimiento de harina como alimento básico... hasta llegar a nuestros días, donde se construyen enormes embalses para la producción hidroeléctrica y se crean piscinas naturales en entornos de gran belleza para el disfrute de vecinos y visitantes.

Porque el agua es vida y gracias a la abundancia de agua, nuestro destino es un lugar privilegiado para especies ornitológicas tan vulnerables como el fumarel común, peces en peligro como la colmilleja o el calandino y mamíferos como el lince ibérico. Facilitando, además, el crecimiento y la vida de árboles singulares, vetustos testimonios del reino del agua.

Catálogo de recursos asociados al elemento vertebrador AGUA

Espacios naturales y paisajes de interés

- LIC Granadilla
- LIC Sierra de Gredos y Valle del Jerte
- LIC Ríos Alagón y Jerte
- LIC Sierras de Risco Viejo
- ZEPA Embalse de Gabriel y Galán
- Árboles singulares: castaños del Temblar, roble del Acarreadero, castaño del Corbiche, alcornoque de La Fresneda, abedul del Puerto de Honduras
- La Chorrera de Hervás
- Piscinas naturales: Abadía, Casas del Monte, Gargantilla, La Buitrera, Jarilla, La Granja, Santa Cruz de Paniagua, La Alisea, Segura de Toro

Patrimonio histórico-artístico y etnográfico

- Termas romanas de Baños de Montemayor
- Granadilla
- Jardines de Sotofermoso
- Molino de Baños de Montemayor
- Pozo Cinojal en Ahigal
- Pozo de la Nieve en La Garganta

Productos gastronómicos

- Cerdo ibérico, carnes de vacuno, corderos y cabritos
- Quesos de cabra y oveja
- Aceite de oliva y aceitunas de mesa Manzanilla Cacerieña
- Pimentón
- Frutas: cerezas, fresas, ciruelas, castañas

Recursos vertebradores del territorio Ambroz-Cáparra CAMINOS CON HISTORIA

Situado en el paso natural del Sistema Central entre las dehesas de Extremadura y las amplias mesetas de Castilla, el territorio Ambroz-Cáparra se ha visto surcado a lo largo de la historia por diferentes vías y caminos, utilizados ya en la época vetona para el tránsito de sus ganados.

Durante su dominación, los romanos crearán el “Iter ab Emerita Asturicam”, la calzada romana más importante de Hispania y que, desde el siglo I d.C. sirvió para el paso por estas tierras de legiones, sacerdotes, metales preciosos y comerciantes, dejando a su paso testimonios tan valiosos como Cáparra y las termas de Baños de Montemayor.

Denominada desde finales de la Edad Media “Vía de la Plata”, la antigua calzada servirá para el paso de ejércitos, comerciantes, rebaños trashumantes y peregrinos hacia Santiago de Compostela, posibilitando el intercambio demográfico, económico y cultural en el territorio Ambroz-Cáparra.

Junto a la Vía de la Plata, existe en la zona un conjunto de caminos de la trashumancia, cañadas, cordeles y veredas generados a partir de la Baja Edad Media para facilitar el tránsito de los rebaños trashumantes y que se convierten en auténticos corredores de intercambio entre los pastores serranos y la población estante.

La instalación de la línea férrea Plasencia-Astorga a finales del siglo XIX posibilitó un claro avance para la modernización del territorio, línea férrea que fue desmantelada en el último tercio del siglo XX y convertida en la actualidad en una magnífica vía verde, otro de los caminos con historia vertebradores de nuestro destino.

Para aprovechar la existencia de estos caminos, conectarlos entre sí y facilitar el acceso a recursos, en los últimos años se ha creado una red de senderos, ideales para caminantes, cicloturistas y jinetes, senderos que permiten sumergirse de manera respetuosa en la naturaleza y la cultura de un territorio mágico.

Catálogo de recursos asociados al elemento vertebrador CAMINOS CON HISTORIA

Espacios naturales y paisajes de interés

- LIC Sierras de Risco Viejo
- ZEPA Embalse de Gabriel y Galán
- Árboles singulares: castaños del Temblar, roble del Acarreadero, castaño del Corbiche, alcornoque de La Fresneda, abedular del Puerto de Honduras
- La Chorrera de Hervás

Patrimonio histórico-artístico y etnográfico

- Restos romanos: Vía de la Plata, Cáparra, termas de Baños, piedras labradas de Jarilla
- Granadilla
- Jardines de Sotofermoso
- Restos vetones: verraco y estela de Segura de Toro
- Templos de Santa María en Baños y San Andrés en
- Barrio judío de Hervás

Productos gastronómicos

- Carnes de vacuno, corderos y cabritos
- Quesos de cabra y oveja
- Aceite de oliva y aceitunas de mesa
- Pimentón

Eventos y manifestaciones culturales

- Los Conversos
- Termarium

Recursos vertebradores del territorio Ambroz-Cáparra MOSAICO DE PAISAJES

La singular posición geográfica del territorio Ambroz-Cáparra, en la vertiente sur del Sistema Central, al abrigo de los vientos septentrionales, posibilita la aparición de bosques y hábitats atlánticos, grandes formaciones boscosas donde el roble y el castaño conviven con especies de alta montaña como el acebo, el enebro, el abedul o el serbal.

La existencia de sierras y otras formaciones montañosas con condiciones de luminosidad y humedad particulares ha permitido la creación de un paisaje antropizado en torno al cultivo oleícola; un auténtico “mar de olivos” de la variedad manzanilla cacereña cuyos frutos se convierten en uno de los principales productos del destino.

En las áreas más llanas y alejadas de las montañas, la dehesa sustituye al bosque atlántico para convertirse en el paisaje predominante. Grandes formaciones de encinas y alcornoques se extienden por la zona central y sur del destino, creando excelentes pastos para el ganado y generando un hábitat ideal para numerosas especies animales.

Este mosaico de paisajes se completa en las orillas de ríos y arroyos, donde la fertilidad de la tierra y la abundancia de agua permiten el cultivo de verduras, como el pimiento que se convertirá en el preciado pimentón, o frutas como fresas o ciruelas.

Catálogo de recursos asociados al elemento vertebrador MOSAICO DE PAISAJES

Espacios naturales y paisajes de interés

- LIC Granadilla
- LIC Sierra de Gredos y Valle del Jerte
- LIC Ríos Alagón y Jerte
- LIC Sierras de Risco Viejo
- ZEPA Embalse de Gabriel y Galán
- La Chorrera de Hervás
- Árboles singulares: castaños del Temblar, roble del Acarreadero, castaño del Corbiche, alcornoque de La Fresneda, abedular del Puerto de Honduras

Patrimonio histórico-artístico y etnográfico

- Vía de la Plata
- Granadilla
- Barrio judío de Hervás

Productos gastronómicos

- Carnes de vacuno, corderos y cabritos
- Quesos de cabra y oveja
- Aceite de oliva y aceitunas de mesa
- Pimentón
- Frutales: cereza, ciruelas, fresas

Eventos y manifestaciones culturales

- Otoño mágico
- Primavera viva

Recursos medioambientales del territorio Ambroz-Cáparra

El territorio Ambroz-Cáparra presenta un importante conjunto de espacios naturales y recursos medioambientales, fruto de la amplia diversidad de ecosistemas y paisajes: montañas, sierras, llanuras, dehesas, ríos, embalses, lagunas y grandes masas forestales, que dan lugar a una importante y variada cantidad de espacios y especies naturales.

Casi el 49% del territorio se encuentra bajo alguna figura de protección medioambiental autonómica o europea, con un total de 10 espacios protegidos, idóneos para el desarrollo de actividades de ecoturismo (*birding*, fotografía, senderismo) y deportivas (caza, pesca, deportes acuáticos, BTT).

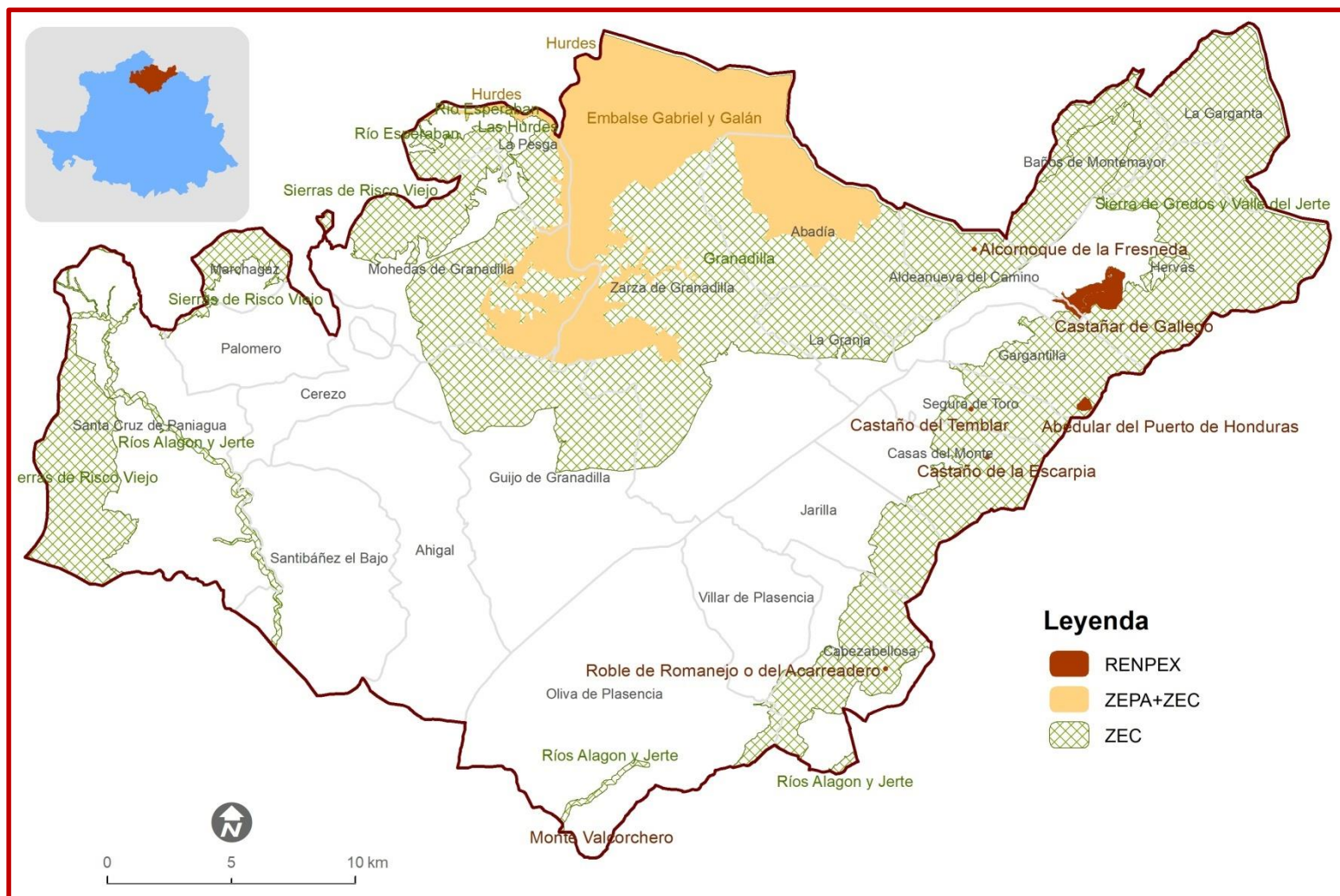
**Tabla 3.2.1 Red de espacios naturales protegidos
Territorio Ambroz-Cáparra**

Nombre	Figura de protección	Atractivos principales
Granadilla	LIC	Senderismo, cicloturismo, turismo cultural, observación de flora y fauna
Sierra de Gredos y Valle del Jerte	LIC	Senderismo, cicloturismo, observación de flora y fauna, fotografía, deportes
Ríos Alagón y Jerte	LIC	Ornitología, actividades acuáticas, paisajismo
Sierras de Risco Viejo	LIC	Ornitología, senderismo, observación naturaleza
Embalse de Gabriel y Galán	ZEPA	Ornitología, actividades acuáticas, paisajismo
Castañar Gallego	Paisaje protegido	Senderismo, cicloturismo, observación de flora y fauna, fotografía
Castaños del Temblar	Árbol singular	Paisajismo, fotografía
Castaño del Corbiche o La Escarpia	Árbol singular	Paisajismo, fotografía
Abedular del Puerto de Honduras	Árbol singular	Paisajismo, fotografía
Roble del Acarreadero	Árbol singular	Paisajismo, fotografía
Alcornoque de La Fresneda	Árbol singular	Paisajismo, fotografía

Fuente: Junta de Extremadura y elaboración propia

Recursos medioambientales del territorio Ambroz-Cáparra

Mapa 3.2.1 Mapa de los espacios naturales protegidos
Territorio Ambroz-Cáparra



Fuente: Junta de Extremadura y elaboración propia

Recursos medioambientales del territorio Ambroz-Cáparra – LIC GRANADILLA

Nombre	Granadilla
Figura de protección	Lugar de Interés Comunitario (LIC)
Fecha de declaración	Diciembre de 1997
Superficie	24.429,53 Has
Usos tradicionales	Agricultura, ganadería, pesca, explotación forestal
Elementos vertebradores	El agua – Los paisajes

EL ESPACIO

Se trata del espacio más septentrional del territorio, que sirve de frontera con la provincia de Salamanca, extendiéndose hacia el sureste por distintas serranías (de la Laguilla, el Collado del Sapo y de la Pesga, su vertiente más meridional), englobando el Embalse de Gabriel y Galán que está prácticamente en su límite sur, hasta finalizar limitando con la Sierra de Gredos. Se corresponde con un área con altitudes comprendidas entre los 400 y los 1.600 m. s. n. m, lo que condiciona su relieve, definido por la presencia de laderas con pendientes pronunciadas y cursos de agua de tamaño mediano a pequeño.

Su declaración como Lugar de Interés Comunitario obedece a la existencia de numerosos espacios paisajísticos de gran valor natural, donde se concentran especies vegetales de interés (cañuela elegante, silenes) y animales en peligro de extinción como el lince ibérico.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

La diversidad de hábitats presentes en el LIC “Granadilla” permite la práctica de numerosas actividades ecoturísticas: senderismo, cicloturismo, observación de aves, fotografía de naturaleza, recogida de frutos silvestres, etc. Además, la existencia de diferentes especies cinegéticas y piscícolas posibilita la práctica de caza y pesca deportiva

El espacio incluye la lámina de agua del Embalse de Gabriel y Galán, idóneo para la práctica de actividades náuticas, la villa medieval de Granadilla, uno de los enclaves patrimoniales más importantes del territorio Ambroz-Cáparra, así como el centro de innovación deportiva “El Anillo” y el centro de recuperación y cría del lince ibérico.



Recursos medioambientales del territorio Ambroz-Cáparra – LIC SIERRA DE GREDOS Y VALLE DEL JERTE

Nombre	Sierra de Gredos y Valle del Jerte
Figura de protección	Lugar de Interés Comunitario (LIC)
Fecha de declaración	Septiembre de 2016
Superficie	69.528,61 Has
Usos tradicionales	ganadería, pesca, explotación forestal
Elementos vertebradores	El agua – Los paisajes

EL ESPACIO

Se trata de un área de alta montaña al noreste del territorio Ambroz-Cáparra, haciendo frontera con Salamanca y un fragmento de Ávila. Incluye todo el valle del Ambroz, con altitudes que varían desde los 800 metros sobre el nivel del mar hasta superar ampliamente los 2000 metros en las cumbres más norteñas de este espacio. Más allá de los límites de nuestra zona, este espacio protegido se extiende por el Valle del Jerte, la Sierra de Gredos y el río Tiétar, conectando con la Reserva de la Biosfera de Monfragüe.

Su declaración como Lugar de Interés Comunitario se basa en la protección de hábitats de especial vulnerabilidad, como formaciones de genista de montaña, arboledas de enebros, turberas, bosques atlánticos y piornos, así como especies en peligro de extinción como la veronica michranta, el narciso de los prados, el desmán ibérico, la lagartija serrana o el topillo de Cabrera.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

La diversidad de hábitats presentes en el LIC “Sierra de Gredos y Valle del Jerte” permite la práctica de numerosas actividades ecoturísticas: senderismo, cicloturismo, observación de aves, fotografía de naturaleza, recogida de frutos silvestres, etc. Además, la existencia de diferentes especies cinegéticas posibilita la práctica de caza deportiva.



Recursos medioambientales del territorio Ambroz-Cáparra – LIC RÍOS ALAGÓN Y JERTE

Nombre	Ríos Alagón y Jerte
Figura de protección	Lugar de Interés Comunitario (LIC)
Fecha de declaración	Diciembre de 2000
Superficie	2.593,08 Has
Usos tradicionales	Pesca tradicional, pastoreo, molienda de grano
Elementos vertebradores	El agua – Los paisajes – caminos con historia

EL ESPACIO

Espacio que incluye los cursos fluviales medios de los ríos Alagón y Jerte, conectando los espacios de Sierras de Risco Viejo y Gredos. En el territorio Ambroz-Cáparra, afecta fundamentalmente a uno de los tributarios del río Alagón, la Rivera del Bronco, situada en la zona suroeste del destino, desde su nacimiento en las Sierras de Risco Viejo hasta su desembocadura cerca de Montehermoso.

Su declaración como Lugar de Interés Comunitario se articula en torno al papel que estos cauces fluviales juegan como corredores y conectores entre áreas serranas, permitiendo el paso de especies tan sensibles como el lince ibérico.

Además, la vulnerabilidad de las aguas por la presión agrícola y los vertidos incontrolados da lugar a la protección de varias especies piscícolas (barbos, pardillas, rutilo y colmilleja).

ATRATIVOS TURÍSTICOS

La existencia de diferentes cauces fluviales, con aguas nítidas y fácil acceso permite la práctica de la pesca deportiva en numerosos tramos del Alagón y el Jerte. Además, la presencia de formaciones vegetales en las orillas posibilita la observación de numerosas especies ornitológicas asociadas a los humedales.

Por último, las riveras y orillas de estos ríos son idóneas para la práctica de actividades como el senderismo, el cicloturismo o los descensos en canoa.



Recursos medioambientales del territorio Ambroz-Cáparra – LIC SIERRAS DE RISCO VIEJO

Nombre	Sierras de Risco Viejo
Figura de protección	Lugar de Interés Comunitario (LIC)
Fecha de declaración	Julio de 2006
Superficie	11.951,60 Has
Usos tradicionales	Pesca tradicional, pastoreo, molienda de grano
Elementos vertebradores	El agua – Los paisajes

EL ESPACIO

Se trata de un área montañosa situada en el Este del territorio Ambroz-Cáparra, incluyendo las sierras del Gorrero, Dios Padre, Santa Bárbara, el Cancho, el Castillejo y la Pesga.

Este conjunto de sierras presentan alturas entre los 500 y los 900 metros y pendientes pronunciadas, fruto de la antigüedad de los materiales y la intensa erosión sufrida. Las vaguadas y desfiladeros son aprovechadas por pequeños cursos de agua y torrentes, tributarios de la rivera del Bronco y el río Alagón.

Su declaración como Lugar de Interés Comunitario se articula fundamentalmente como lugar de alimentación, paso y reproducción del lince ibérico, la especie más amenazada de la fauna ibérica y que encuentra en este espacio un hábitat ideal para su conservación.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

Estos terrenos serranos son idóneos para la práctica de actividades ecoturísticas: senderismo, cicloturismo, fotografía de naturaleza o turismo ornitológico.

La existencia de numerosas construcciones asociadas al aprovechamiento agro-ganadero tradicional (chozos, cercados, molinos, lagares...) permiten el desarrollo de actividades de turismo cultural y patrimonial.



Recursos medioambientales del territorio Ambroz-Cáparra – ZEPA EMBALSE GABRIEL Y GALÁN

Nombre	Embalse de Gabriel y Galán
Figura de protección	Zona de Especial Protección para Aves (ZEPA)
Fecha de declaración	Diciembre de 2004
Superficie	8.401,68 Has
Usos tradicionales	Pesca tradicional, aprovechamiento forestal, abastecimiento humano, regadío
Elementos vertebradores	El agua – Los paisajes – Caminos con historia

EL ESPACIO

El embalse está ubicado en el valle del río Alagón, en una zona en la que confluyen diversos cursos fluviales, lo que configura un terreno accidentado, con muchos entrantes y salientes, denominados ancones, y con varias penínsulas. Precisamente en una de ellas, la más próxima al poblado de Gabriel y Galán, construido para albergar a los obreros que trabajaron en la edificación de la presa del pantano, se encuentra el Centro de Actividades Deportivas en el medio natural, más conocido como El Anillo, abierto en 2011 por la Junta de Extremadura.

En la zona norte el embalse está enmarcado por los montes de Las Hurdes, Trasierra y las estribaciones de la Sierra de Gredos, mientras que al oeste predominan los olivares y hacia el sur se extienden las dehesas.

Su declaración como Zona de Especial Protección para Aves se basa en la presencia de grandes bandadas de grullas, que utilizan el embalse como dormitorio invernal y numerosas aves asociadas al medio acuático (ánades, fochas, somormujos) entre las que destaca el fumarel común, en peligro de extinción.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

El embalse es uno de los grandes atractivos turísticos del territorio, en especial para los amantes de los deportes acuáticos. Su lámina de agua está preparada para la realización de actividades como el piragüismo, el windsurf, la vela, el remo y, en determinadas condiciones y bajo estricto control, la navegación a motor.

La pesca es otro de los atractivos organizándose diversas clases de concursos y competiciones, siendo la carpa royal, el lucio, la boga, el barbo y el black-bass, las especies más abundantes. Los visitantes también pueden disfrutar de la observación ornitológica y, en verano el pantano se convierte en zona habitual de baño, destacando la denominada playa de Los Membrillares.



Recursos medioambientales del territorio Ambroz-Cáparra – PAISAJE PROTEGIDO CASTAÑAR GALLEGO

Nombre	Castañar Gallego
Figura de protección	Paisaje protegido
Fecha de declaración	Abril de 2015
Superficie	263,92 Has
Usos tradicionales	Ganadería caprina, recogida de frutos silvestres, explotación maderera
Elementos vertebradores	El agua – Los paisajes – Caminos con historia

EL ESPACIO

El Castañar Gallego es una de las más importantes formaciones de castaño del sur peninsular y una de las mejor conservadas de Extremadura, reuniendo destacados valores estéticos, culturales y naturales. Este espacio se encuentra dentro del LIC de Sierra de Gredos y Valle del Jerte, integrándose en la Red Natura 2000.

En términos vegetales, la especie que predomina en este lugar es, como su propio nombre indica, el castaño. El Paisaje Protegido tiene una cobertura del 76 al 100 % y un estado de conservación excelente. Dentro de su flora, también destacan algunas especies de Orquídeas como la *Neottia nidus-avis* o la *Dactylorhiza sulfúrea*, catalogadas ambas como “Vulnerables”.

Con respecto a la fauna del Castañar Gallego, cabe mencionar la presencia de 4 especies catalogadas de “En peligro de extinción” dentro del Catálogo Regional de Especies Amenazadas de Extremadura, que son: el murciélago ratonero forestal, el murciélago mediano de herradura, el murciélago mediterráneo de herradura y el desmán ibérico.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

La singularidad de contar con este bosque de castaños tan bien conservado y de tanto valor paisajístico constituye un atractivo para el visitante, que puede realizar en este entorno actividades de ecoturismo tan diversas como el senderismo, el cicloturismo, la fotografía de naturaleza o la observación de flora y fauna.



Recursos medioambientales del territorio Ambroz-Cáparra – ÁRBOL SINGULAR CASTAÑOS DEL TEMPLAR

Nombre	Castaños del Temblar
Figura de protección	Árbol singular de Extremadura
Fecha de declaración	Marzo de 2001
Superficie	3 Has
Usos tradicionales	Aprovechamiento ganadero y forestal
Elementos vertebradores	El agua – Los paisajes – caminos con historia

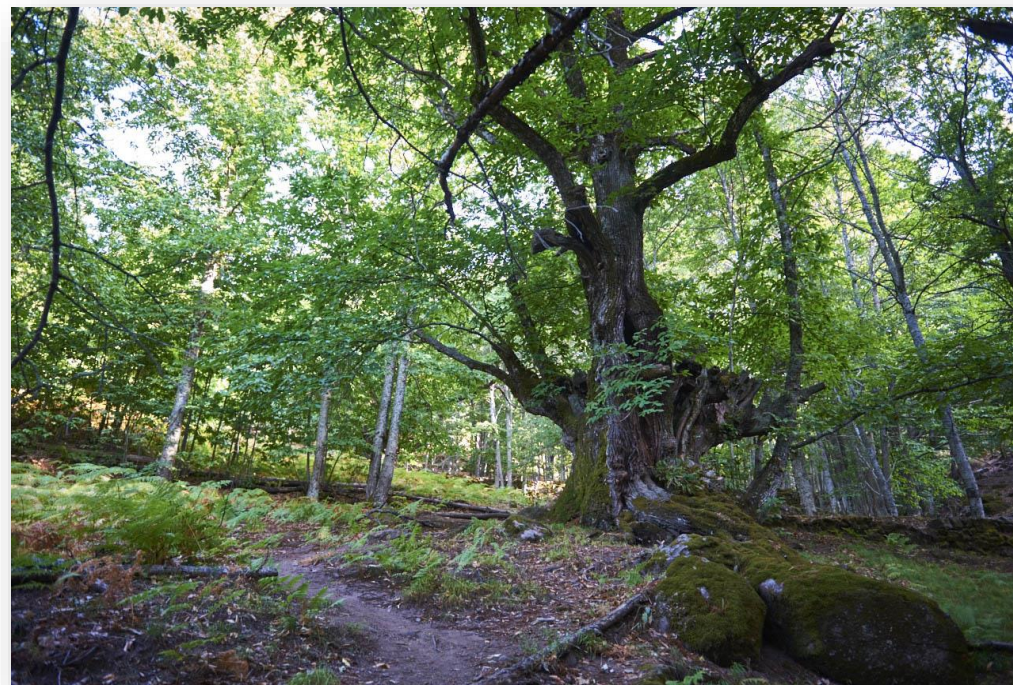
EL ESPACIO

Se trata de un castañar ubicado en un huerto serrano, en el paraje conocido como “Castaños de la Sierra”, en el que sobresalen 5 ejemplares de castaño (*castanea sativa miller*) que, en conjunto, son los que han recibido la declaración de Árboles Singulares de Extremadura: el Castaño “Hondanero”, el Castaño “del Arroyo”, el Castaño “El Bronco”, el Castaño “El retorcío” y el Castaño “El Menuero”, con edades comprendidas entre los 500 y los 800 años.

Los castaños se hallan en la cercanía del arroyo del Temblar, una de las zonas más húmedas y umbrías del Valle del Ambroz. Hace siglos las pendientes de la sierra se aterrizaron, creando bancales con muros de piedra para el cultivo de hortalizas y castaños. De estos últimos, se explotan sus frutos, y se obtiene madera para carpintería y varas para la cestería. La existencia de robledales y de prados permite también la actividad ganadera.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

La singularidad de contar con cinco ejemplares de castaños de tanta antigüedad en un espacio reducido constituye un atractivo para el visitante, que puede realizar en este entorno actividades de ecoturismo tan diversas como el senderismo, el cicloturismo, la fotografía de naturaleza o la observación de flora y fauna.



Recursos medioambientales del territorio Ambroz-Cáparra – ÁRBOL SINGULAR CASTAÑO DEL CORBICHE

Nombre	Castaña del Corbiche – Escarpia – Marotera
Figura de protección	Árbol singular de Extremadura
Fecha de declaración	Marzo de 2001
Superficie	3 Has
Usos tradicionales	Aprovechamiento ganadero y forestal
Elementos vertebradores	El agua – Los paisajes – caminos con historia

EL ESPACIO

El castaño del Corbiche (también conocido como Castaña de la Escarpia o de la Marotera) es un vetusto ejemplar de *Castanea sativa* de aproximadamente 800 años de antigüedad, alcanzando una altura de 16 metros y un perímetro en la base de 15 metros, convirtiéndolo en el ejemplar más grueso de toda Extremadura.

El árbol se localiza en la zona de Garganta Ancha, en los parajes más umbríos de Trasierra, con numerosos abedules, tejos, serbales y acebos. Los robles dominan las partes más altas y, en las partes más llanas, en las faldas de la sierra, los huertos de cerezos han sustituido poco a poco los castañares, de los que solo perviven algunos ejemplares notables, como el del Corbiche, y los restos de castaños muertos.

Su declaración como árbol singular está relacionada con su antigüedad y su íntima relación con los habitantes de Casas del Monte, ya que se cuenta que, en plena Guerra de la Independencia, su majestuosa copa dio cobijo a todos los habitantes del pueblo, que se refugiaron en ella huyendo de las tropas napoleónicas.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

La singularidad de contar con este enorme ejemplar de castaño en un espacio natural de gran valor, constituye un atractivo para el visitante, que puede realizar en este entorno actividades de ecoturismo tan diversas como el senderismo, el cicloturismo, la fotografía de naturaleza o la observación de flora y fauna.



Recursos medioambientales del territorio Ambroz-Cáparra – ÁRBOL SINGULAR ABEDULAR DEL PUERTO DE HONDURAS

Nombre	Abedular del Puerto de Honduras
Figura de protección	Árbol singular de Extremadura
Fecha de declaración	Mayo de 2004
Superficie	260 Has
Usos tradicionales	Aprovechamiento ganadero y forestal
Elementos vertebradores	El agua – Los paisajes – caminos con historia

EL ESPACIO

Es el conjunto de abedules más importante de toda Extremadura, reuniendo a 52 árboles, entre ellos algunos ejemplares jóvenes, de la especie Abedul (*Betula pubescens, subespecie celtibérica*), pudiendo alcanzar alturas de hasta 15 metros.

El bosque de abedules se sitúa en la cabecera de la denominada Garganta Buitrera, en el Puerto de Honduras, en un entorno en el que predomina vegetación típica de montaña. Así podemos encontrar especies como la manzanilla de Gredos –un endemismo de esa sierra-, la violeta amarilla, el narciso asturiano, helechos o serbales de cazador de gran porte.

La declaración como árboles singulares se basa en la rareza del abedul como especie arbórea en Extremadura, encontrando aquí su mayor concentración y mejor estado de conservación de la región.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

La singularidad de contar con 52 ejemplares de abedul en buen estado de conservación en un espacio reducido constituye un atractivo para el visitante, que puede realizar en este entorno actividades de ecoturismo tan diversas como el senderismo, el cicloturismo, la fotografía de naturaleza o la observación de flora y fauna, pudiendo disfrutar de pequeñas aves de montaña como el pechiazul, el acentor alpino o el escribano hortelano.



Recursos medioambientales del territorio Ambroz-Cáparra – ÁRBOL SINGULAR ROBLE DEL ACARREADERO

Nombre	Roble del Acarreadero o de Romanejo
Figura de protección	Árbol singular de Extremadura
Fecha de declaración	Marzo de 2001
Superficie	3 Has
Usos tradicionales	Aprovechamiento ganadero y forestal
Elementos vertebradores	El agua – Los paisajes – caminos con historia

EL ESPACIO

El roble del Acarreadero (o Romanejo) es el rebollo más grande de Extremadura y uno de los más importantes de la Península Ibérica, siendo uno de los primeros ocho árboles que obtuvieron la catalogación de singular por parte de la Junta de Extremadura.

Perteneciente a la especie Roble melojo (*Quercus pireanica*), se trata de un ejemplar de unos 600 años, presentando más de 20 metros de altura y 32 metros de diámetro de copa, llegando a ocupar una superficie de arboleda superior a 800 m². Debido a su mal estado de conservación, se han realizado tareas de conservación y se ha instalado una valla perimetral para evitar aproximarse al tronco y una señalización con una serie de indicaciones para respetar el árbol.

El árbol está ubicado en la zona de tránsito entre los valles del Ambroz y del Jerte, a las faldas de pico Pitolero y dentro de los Baldíos de Cabezabellosa. Se trata de un terreno de suelos profundos y húmedos, lo que favorece el crecimiento de zarzales y helechos, también los torviscos y las escobas. Destacan los robledales, aclarados para proporcionar pasto al ganado.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

La singularidad de contar con este enorme roble en un espacio natural de gran valor, constituye un atractivo para el visitante, que puede realizar en este entorno actividades de ecoturismo tan diversas como el senderismo, el cicloturismo, la fotografía de naturaleza o la observación de flora y fauna.



Recursos medioambientales del territorio Ambroz-Cáparra – ÁRBOL SINGULAR ALCORNOQUE DE LA FRESNEDA

Nombre	Alcornoque de La Fresneda
Figura de protección	Árbol singular de Extremadura
Fecha de declaración	Marzo de 2001
Superficie	3 Has
Usos tradicionales	Aprovechamiento ganadero y forestal
Elementos vertebradores	El agua – Los paisajes – caminos con historia

EL ESPACIO

El alcornoque de La Fresneda es el ejemplar de *Quercus suber* más grande de toda Extremadura, alcanzando una altura de 20 metros y una superficie arbolada de 780 m². Con una antigüedad aproximada de 500 años, era un árbol relativamente desconocido, salvo para los corcheros. La última vez que se le hizo una saca fue en 1997, dando todavía una producción de 22 quintales de corcho.

El árbol se localiza en una suave vaguada en el paraje conocido como “Cerca de la Fresneda”, una dehesa en la que abundan los fresnos (de ahí el topónimo que da nombre al paraje). Junto a los fresnos, aparecen también numerosas encinas y robles rebollos.

Su declaración como árbol singular de Extremadura está motivada por sus enormes proporciones y la necesidad imperiosa de conservación, ya que las sacas de corcho mal hechas habían producido un deterioro progresivo del estado de salud del árbol.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

La singularidad de contar con este enorme alcornoque en un espacio natural de gran valor, constituye un atractivo para el visitante, que puede realizar en este entorno actividades de ecoturismo tan diversas como el senderismo, el cicloturismo, la fotografía de naturaleza o la observación de flora y fauna.



Recursos histórico-artísticos del territorio Ambroz-Cáparra

El territorio Ambroz-Cáparra cuenta con un patrimonio histórico-artístico de gran valor cultural y turístico, ya que las numerosas civilizaciones que han pasado por estas tierras, han dejado continuas huellas en el territorio. Se pueden encontrar elementos tangibles cuya cronología va desde la época prerromana hasta la Edad Contemporánea diseminados por los diferentes pueblos.

Esta variedad de elementos patrimoniales tiene como principal causa la existencia de una ruta de comunicación, la Vía de la Plata,

utilizada ya en época celta, convertida por los romanos en la principal calzada de Hispania y usada por árabes, cristianos, judíos en diferentes épocas históricas. Un camino de valor incalculable, que ha propiciado el rico patrimonio histórico del destino Ambroz-Cáparra, dejando a su paso una vía que siguió utilizándose en la Edad Media. Existe un total de 10 monumentos protegidos, a lo que se suman otros recursos que actualmente ocupan una posición relevante en el desarrollo turístico del territorio.

**Tabla 3.3.2 Relación de monumentos históricos protegidos
Territorio Ambroz-Cáparra**

Nombre	Protección	Datación	Tipo de recurso
Vía de la Plata	BIC - Sitio histórico	Siglo I-XX	Patrimonio arqueológico
Yacimiento arqueológico de Cáparra	BIC - Monumento	Siglos I-IV	Patrimonio arqueológico
Granadilla	BIC - Conjunto histórico	Siglo IX	Patrimonio militar/civil
Barrio judío de Hervás	BIC - Conjunto histórico	Siglos XIII-XVI	Patrimonio civil
Convento de la Bien Parada - Abadía	BIC - Monumento	Siglo XVI	Patrimonio religioso
Iglesia de San Andrés Guijo de Granadilla	BIC - Monumento	Siglos XV-XVI	Patrimonio religioso
Palacio de Sotofermoso - Abadía	BIC - Monumento	Siglo XVI	Patrimonio civil
Jardines del palacio de Sotofermoso - Abadía	BIC - Monumento	Siglo XVI	Patrimonio civil
Balneario de Baños de Montemayor	BIC - Monumento	Siglos I-XIX	Patrimonio arqueológico/civil
Iglesia de Santa María - Baños de Montemayor	BIC - Monumento	Siglos XVI-XVII	Patrimonio religioso

Recursos histórico-artísticos del territorio Ambroz-Cáparra – SITIO HISTÓRICO DE LA VÍA DE LA PLATA

Nombre	Vía de la Plata
Figura de protección	Bien de Interés Cultural – Sitio histórico
Fecha de declaración	Noviembre de 1997
Época de creación	Desde el siglo I a.C. hasta el siglo XX
Tipología	Patrimonio arqueológico
Elementos vertebradores	Los paisajes – caminos con historia

EL MONUMENTO

La Vía de la Plata fue la calzada más importante de la Hispania romana, comunicando Emérita Augusta (Mérida) con Astúrica Augusta (Astorga) con el objetivo de controlar militarmente y favorecer la romanización de todo el Occidente peninsular.

El itinerario romano (denominado *Iter ab Emeritam Asturicam*) atravesaba todo el territorio Ambroz-Cáparra de Sur a Norte buscando el paso natural para acceder a la meseta central, dejando a su paso numerosas huellas en forma de milenarios, mansios, termas, villas y puentes.

Con el paso de los siglos, la calzada romana se convirtió en camino militar, cañada trashumante y camino de herradura, favoreciendo los intercambios en nuestro destino; finalmente, gracias a diversos proyectos de recuperación y puesta en valor, la Vía de la Plata se ha convertido en un itinerario de gran valor turístico, asociado a su condición de Camino de Santiago.

Su declaración como Sitio histórico se basa, sin duda, en sus valores arqueológicos como calzada romana, valores que deben ser protegidos para evitar su expolio y destrucción.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

La Vía de la Plata es uno de los recursos turísticos más importantes del destino Ambroz-Cáparra, pudiendo desarrollarse numerosas actividades culturales (visitas e interpretación del patrimonio, peregrinaciones) y de ecoturismo (senderismo, cicloturismo, turismo ecuestre)



Recursos histórico-artísticos del territorio Ambroz-Cáparra – MONUMENTO DE LA CIUDAD ROMANA DE CÁPARRA

Nombre	Cáparra
Figura de protección	Bien de Interés Cultural – Monumento
Fecha de declaración	Mayo de 1931
Época de creación	Desde el siglo I al IV d.C.
Tipología	Patrimonio arqueológico
Elementos vertebradores	Caminos con historia

EL MONUMENTO

La ciudad de Cáparra se sitúa en el trazado de la Vía de la Plata, constituyéndose primero como una mansio para, en época de Vespasiano, alcanzar el estatus de municipio e iniciar un crecimiento urbano y monumental de gran interés, levantándose numerosos edificios (termas, anfiteatro, murallas, foro) entre los que destaca el arco tetrápilo, el único de sus características existente en la Península Ibérica.

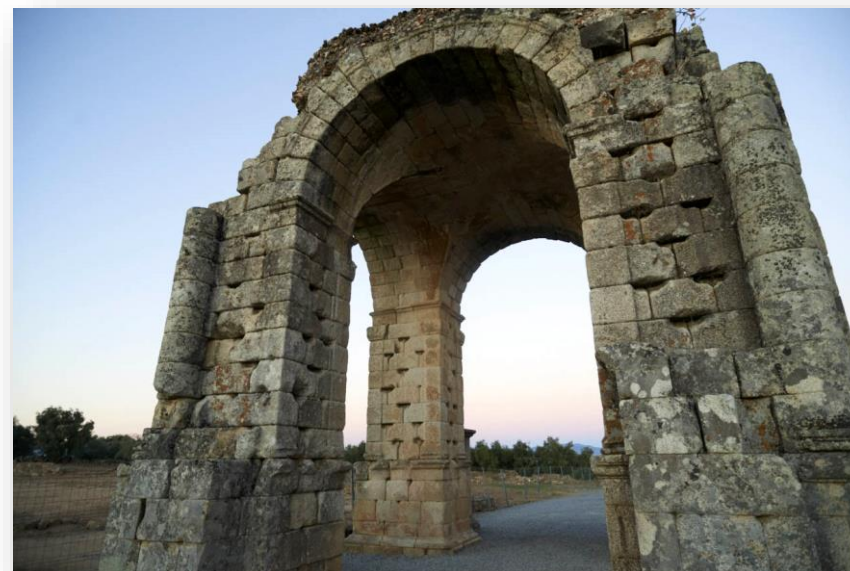
A partir del siglo IV se inicia el abandono de la ciudad, que va perdiendo progresivamente importancia hasta convertirse en un conjunto de ruinas al pie del Camino de la Plata. Desde hace algunas décadas, el impulso dado a la Vía de la Plata ha permitido una continua campaña de excavaciones arqueológicas, sacando a la luz parte de la ciudad romana-

Su declaración como monumento en el año 1931 obedecía a la necesidad de conservar y evitar el sistemático expolio al que se había visto sometido el enclave de Cáparra en siglos precedentes. Una declaración que nos permite en la actualidad disfrutar de uno de los yacimientos romanos de mayor interés en Extremadura.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

El yacimiento arqueológico de Cáparra es uno de los recursos turísticos de mayor valor en el territorio, pudiendo desarrollarse numerosas actividades culturales (visitas guiadas e interpretación del patrimonio, obras de teatro, festivales, peregrinaciones). Además, los valores del entorno que rodea la ciudad permite el desarrollo de actividades de ecoturismo como el senderismo, el cicloturismo, el turismo ecuestre o la observación de flora y fauna.

Para un correcto acceso a todos los recursos de Cáparra, se dispone de un Centro de Interpretación donde se realiza un recorrido virtual para situar al visitante y orientarle en el recorrido que posteriormente va a realizar por las Ruinas. También cuenta con una exposición donde se exhiben réplicas de objetos rescatados de las Ruinas.



Recursos histórico-artísticos del territorio Ambroz-Cáparra – CONJUNTO HISTÓRICO-ARTÍSTICO VILLA DE GRANADILLA

Nombre	Granadilla
Figura de protección	Bien de Interés Cultural – Conjunto histórico-artístico
Fecha de declaración	Abril de 1980
Época de creación	Siglos IX-XIX
Tipología	Patrimonio militar y civil
Elementos vertebradores	El agua – Los paisajes – caminos con historia

EL MONUMENTO

El actual pueblo abandonado de Granadilla fue fundado por los musulmanes en el siglo IX y conquistado por los cristianos de la mano de Fernando II de León en 1170. Hasta 1492 recibió el nombre de Granada, pero adoptó el diminutivo tras la reconquista de la ciudad nazarí por los Reyes Católicos.

Debido a su posición estratégica, se convirtió en una villa-fortaleza en manos de los Duques de Alba, completamente amurallada y con una estructura radial, con la Plaza Mayor en el centro de la población, en la que se reunían los principales edificios. (ayuntamiento, cárcel, escuela, casa-pósito, aljibe...) Junto a la Puerta de la Villa se ubica el castillo, muestra singular de castillo-palacio y torre de señorío.

A mediados del siglo XX la construcción del embalse de Gabriel y Galán conllevó la expropiación de los terrenos de Granadilla y el posterior abandono de la población, declarada conjunto-histórico en 1980 para evitar su expolio. Desde 1984, Granadilla forma parte del Programa de Recuperación de Pueblos Abandonados.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

La villa de Granadilla se ha convertido en uno de los recursos turísticos más importantes del territorio Ambroz-Cáparra, siendo lugar idóneo para la realización de actividades culturales (visitas guiadas e interpretación del patrimonio). Su situación privilegiada en las orillas del embalse de Gabriel y Galán y de las sierras de Granadilla permiten, además, el desarrollo de numerosas actividades de ecoturismo (senderismo, cicloturismo, turismo ecuestre, recogida de frutos silvestres) y turismo náutico



Recursos histórico-artísticos del territorio Ambroz-Cáparra – CONJUNTO HISTÓRICO-ARTÍSTICO BARRIO JUDÍO DE HERVÁS

Nombre	Barrio judío de Hervás
Figura de protección	Bien de Interés Cultural – Conjunto histórico-artístico
Fecha de declaración	Marzo de 1969
Época de creación	Siglos XIII-XVI
Tipología	Patrimonio civil y religioso
Elementos vertebradores	Los paisajes – caminos con historia

EL MONUMENTO

El barrio judío de Hervás se crea en la Baja Edad Media para acoger a la notable comunidad judía (unas 45 familias) que dependían de la aljama de Béjar. Hasta su expulsión en 1492, los judíos destacaron como tejedores, médicos y mercaderes, creando un barrio de calles estrechas y formando desniveles, formando un barrio sin simetría pero óptimo para protegerse del frío invierno y el caluroso estío. En este barrio las casas, de dos o tres pisos, siguen la arquitectura popular entramada, con la presencia de madera de castaño en balconadas, galerías y entramados de muros. Una de las casas más notables es la Casa de la Cofradía, donde estaba la sala de reuniones de la comunidad judía y el lagar donde producía el vino *kosher*.

Aunque desde finales del siglo XVII no quedaron en Hervás familias de ascendencia judía, su barrio se mantuvo prácticamente inalterable a lo largo del tiempo hasta su calificación como conjunto histórico-artístico en 1969, lo que ha permitido el mantenimiento de las principales características urbanas y arquitectónicas de un espacio único en Extremadura.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

El barrio judío de Hervás es uno de los recursos turísticos de mayor interés en el territorio Ambroz-Cáparra, convirtiéndose en escenario ideal para la realización de actividades culturales (visitas guiadas e interpretación del patrimonio) y gastronómicas.

Para potenciar el componente cultural, Hervás conmemora todos los años su pasado judío con “Los Conversos”, un festival que se celebra a comienzos de julio y en el que los vecinos y vecinas se visten con las indumentarias propias de la época para participar en representaciones teatrales de recreación histórica.



Recursos histórico-artísticos del territorio Ambroz-Cáparra – BIEN DE INTERÉS CULTURAL CONVENTO DE LA BIEN PARADA

Nombre	Convento de la Bien Parada
Figura de protección	Bien de Interés Cultural - Monumento
Fecha de declaración	Mayo de 2012
Época de creación	Siglo XVI
Tipología	Patrimonio religioso
Elementos vertebradores	Caminos con historia

EL MONUMENTO

El antiguo Convento de la Bien Parada está situado en las afueras del núcleo urbano de Abadía, localidad asociada al Ducado de Alba, auténticos patrocinadores de muchos edificios y monumentos de este territorio desde la Baja Edad Media. Así sucedió con este convento, erigido en el primer tercio del siglo XVII bajo la protección de los Duques de Alba para acoger a una importante comunidad franciscana, encargada de velar a los enfermos y promocionar la enseñanza de los más pequeños.

El conjunto se compone de un templo, de estilo barroco, con fachadas de sillería y escudos nobiliarios; el claustro, cuadrado y con dos pisos; y las dependencias conventuales, en cuyo interior se albergaba una cátedra de Teología y Música.

El convento fue perdiendo importancia a lo largo del siglo XVIII para, posteriormente, sufrir un duro proceso desamortizador, causante del abandono y deterioro del convento.

Para evitar su destrucción total y el expolio, la administración regional lo declaró Bien de Interés Cultural en el año 2012, estando pendientes de acciones de consolidación y restauración.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

A pesar de su evidente deterioro, el convento de la Bien Parada es un interesante ejemplo de patrimonio religioso del territorio Ambroz-Cáparra, pudiendo desarrollarse actividades culturales (interpretación del patrimonio).

Situado en un bello entorno cercano al río Ambroz, se pueden realizar actividades de ecoturismo, como senderismo, cicloturismo, fotografía de naturaleza o descenso en canoas.



Recursos histórico-artísticos del territorio Ambroz-Cáparra – BIEN DE INTERÉS CULTURAL IGLESIA DE SAN ANDRÉS

Nombre	Templo parroquial de San Andrés
Figura de protección	Bien de Interés Cultural - Monumento
Fecha de declaración	Julio de 1986
Época de creación	Siglo XVI
Tipología	Patrimonio religioso
Elementos vertebradores	Caminos con historia

EL MONUMENTO

El templo parroquial de San Andrés está ubicado en el municipio de Guijo de Granadilla, situándose como una de las iglesias de porte más noble de todas las existentes en el destino Ambroz-Cáparra. Construida enteramente de piedra de cantería, consta de una sola nave, que se estrecha desde la cabeza a los pies. La espadaña exterior no se corresponde con las proporciones monumentales del templo.

La capilla mayor es la parte más relevante de la iglesia. Es poligonal y está cubierta con bóvedas de terceletes. La construcción del conjunto pasó por varias etapas, desde la primera mitad del XVI en la capilla mayor, hasta finales del XVII en la torre. En el interior del templo destaca el retablo mayor, de mediados del XVII, y una talla del siglo XVI dedicada a una Virgen sedente amamantando al Niño, la Virgen de la Hojaranza.

La calidad artística e importancia histórica del templo propiciaron su declaración como Bien de Interés Cultural en el año 1986.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

Debido a sus extraordinarias condiciones de conservación y su evidente valor artístico, se trata de un recurso con un elevado atractivo turístico para la realización de actividades culturales (visitas guiadas, interpretación del patrimonio, conciertos, exposiciones)



Recursos histórico-artísticos del territorio Ambroz-Cáparra – BIEN DE INTERÉS CULTURAL PALACIO DE SOTOFERMOSO

Nombre	Palacio y jardines de Sotofermoso
Figura de protección	Bien de Interés Cultural - Monumento
Fecha de declaración	Julio de 1986
Época de creación	Siglo XVI
Tipología	Patrimonio religioso
Elementos vertebradores	El agua - Caminos con historia

EL MONUMENTO

El complejo palaciego de Sotofermoso, situado en Abadía, guarda en su interior los restos de una de las maravillas de la España renacentista. La que fue fortaleza musulmana, enclave templario y abadía cisterciense, se convirtió en el siglo XV en palacio del duque de Alba, donde se reunió una corte de poetas y literatos.

El palacio tiene un patio mudéjar, de dos pisos, con cuatro galerías. El piso bajo, del siglo XV, propiamente mudéjar, tiene arcos de herradura tumbados. El piso superior, de mediados del XVI, está formado por arcos escarzanos. Reformado a mediados del siglo XVI, se diseñó en él el mejor jardín renacentista de la época, bautizado por el mismo Lope de Vega como “la octava de las siete maravillas”.

Lamentablemente, el paso del tiempo y la nefasta gestión de los propietarios conllevó un gran deterioro del jardín, del que sólo quedan restos de las seis puertas, algún muro de sillares de granito rosa, bancos de piedra, trozos de escultura y el rastro de arbustos y vegetales extraños en esta zona. En 1931 fue declarado monumento histórico artístico, pero esa distinción no ha evitado su deterioro. Sólo el patio ha sido recientemente restaurado.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

A pesar de su regular estado de conservación, si se realizan las labores oportunas y se mejora la gestión de acceso al monumento, el palacio de Sotofermoso cuenta con un indudable atractivo turístico para la realización de actividades culturales (visitas guiadas, interpretación del patrimonio, festivales de música, obras de teatro...)

Situado en un bello entorno cercano al río Ambroz, se pueden realizar actividades de ecoturismo, como senderismo, cicloturismo, fotografía de naturaleza o descenso en canoas.



Recursos histórico-artísticos del territorio Ambroz-Cáparra – BIEN DE INTERÉS CULTURAL IGLESIA DE SANTA MARÍA

Nombre	Iglesia de Santa María de la Asunción
Figura de protección	Bien de Interés Cultural – Monumento
Fecha de declaración	Octubre de 1982
Época de creación	Siglo XVI
Tipología	Patrimonio religioso
Elementos vertebradores	Caminos con historia

EL MONUMENTO

El templo parroquial de Santa María de la Asunción se sitúa en el núcleo urbano de Baños de Montemayor, perteneciendo a la Diócesis de Coria. Construida entre los siglos XVI y XVII, externamente destaca su torre construida en sillería, de planta cuadrada que se transforma en romboidal a partir del segundo cuerpo, adornada con escamas y motivos heráldicos. El tramo inferior ofrece la particularidad de tener adosado un cuerpo de escalera exterior que hace variar todo el perfil del conjunto en su ángulo noreste, donde presenta remates con moldura.

Merece la pena contemplar la portada norte que se abre en un arco de medio punto, flanqueado por pilastras sobre las que se organiza un entablamiento con un relieve en mármol del emblema mariano (jarrón con lirios) y floreros a ambos lados. Rematan el conjunto unos medallones dedicados a San Pedro y San Pablo junto con un relieve de la Asunción de la Virgen. En su interior, destaca un retablo de estilo barroco clasicista realizado por el escultor Diego de Salcedo en 1612, junto con un órgano con caja barroca del siglo XVIII.

La calidad artística e importancia histórica del templo propiciaron su declaración como Bien de Interés Cultural en el año 1982.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

Debido a sus extraordinarias condiciones de conservación y su evidente valor artístico, se trata de un recurso con un elevado atractivo turístico para la realización de actividades culturales (visitas guiadas, interpretación del patrimonio, conciertos, exposiciones)



Recursos histórico-artísticos del territorio Ambroz-Cáparra – BIEN DE INTERÉS CULTURAL BALNEARIO DE BAÑOS DE MONTEMAYOR

Nombre	Balneario de Baños de Montemayor
Figura de protección	Bien de Interés Cultural - Monumento
Fecha de declaración	Enero de 1995
Época de creación	Siglos I - XIX
Tipología	Patrimonio arqueológico y civil
Elementos vertebradores	El agua - Caminos con historia

EL MONUMENTO

La importancia de las aguas termales del territorio Ambroz-Cáparra hizo que ya desde la época romana, fuesen aprovechadas por militares, sacerdotes y funcionarios romanos en torno a la Vía de la Plata y la ciudad de Cáparra, generando una serie de edificios termales, continuamente mejorados y ampliados por los obispos de Coria a partir del siglo XVII y transformados en uno de los balnearios más famosos de España en el siglo XIX.

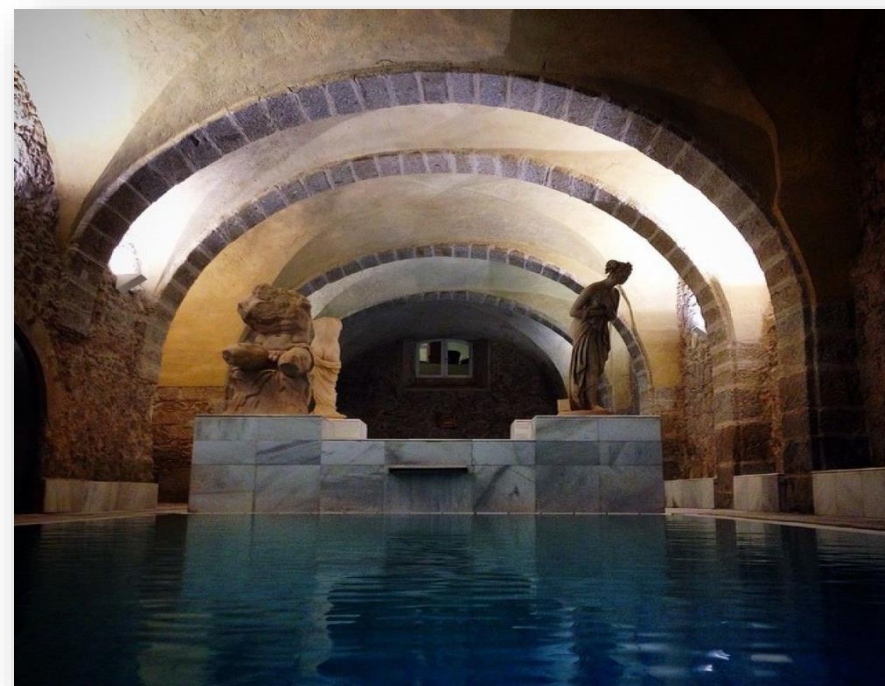
Fruto de esta dilatada historia aparece un conjunto de edificaciones de origen romano, como el espacio donde se halla el manantial de agua termal, una gran nave, con bóveda de medio cañón cubierta con lunetos fruto de las obras del siglo XVII y otros de finales del siglo XIX, de estilo colonial, con bellas rejas de fundición y bañeras de mármol bellamente labradas.

La importancia histórica y artística de este balneario posibilitó su protección como Bien de Interés Cultural por parte de la administración regional en el año 1995.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

El balneario de Baños de Montemayor es uno de los principales recursos turísticos existentes en el territorio Ambroz-Cáparra, con una gran capacidad de atracción turística en torno a actividades de bienestar y salud (balneroterapia). Además, su importancia histórica permite desarrollar actividades turísticas culturales (visitas guiadas, interpretación del patrimonio, exposiciones, conciertos,...)

En los últimos años, en Baños de Montemayor se desarrolla el festival Termarium, que busca la atracción de visitantes interesados en la recreación histórica del mundo romano.



Recursos culturales y festivos del territorio Ambroz-Cáparra

El territorio Ambroz-Cáparra cuenta con un importante conjunto de fiestas y eventos de carácter cultural y lúdico, que ayudan en la puesta en valor de los recursos patrimoniales y medioambientales del destino y facilitan la diversificación de los flujos turísticos por diferentes puntos del territorio.

Debemos destacar, entre todas ellas, la celebración del Otoño Mágico en el Valle del Ambroz, que en 2020 cumplirá 23 ediciones, y que posee el reconocimiento como Fiesta de Interés Turístico Nacional desde el año 2018.

Junto a estos eventos de gran trascendencia turística, las fiestas y manifestaciones culturales en el territorio Ambroz-Cáparra se basan en celebraciones religiosas, romerías, mercados y fiestas patronales, que se reparten a lo largo de las diferentes estaciones del año por todos los municipios del destino.

Dentro de la amplísima relación de eventos, hay fiestas con mucha tradición, como el Jueves de Comadres, de Ahigal, y el Martes de Carnaval, de Zarza de Granadilla, y otras de reciente creación, pero a las que se augura un buen futuro, como la Semana Cultural en honor a José María Gabriel y Galán, en Guijo de Granadilla o el Festival de cine, El Novelísimo, de Hervás.

**Tabla 3.2.3 Relación de eventos culturales de interés
Territorio Ambroz-Cáparra**

Nombre	Fecha de celebración	Lugar de celebración	Número de ediciones	Actos principales
Otoño mágico	Octubre y noviembre	Valle del Ambroz	22	Rutas, exposiciones, conciertos, maratón fotográfico
Los Conversos	Verano	Hervás	24	Representación teatral, recreación histórica, visitas guiadas
Festival de teatro en Cáparra	Verano	Cáparra	4	Representaciones teatrales
Termarium	Marzo o abril	Baños de Montemayor	5	Recreación histórica, rutas, mercado, música y teatro
Primavera viva	Primavera	Tierras de Granadilla	15	Rutas, exposiciones, conciertos, degustaciones, visitas guiadas

Recursos culturales y festivos del territorio Ambroz-Cáparra – FIESTA DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL OTOÑO MÁGICO

Nombre	Otoño mágico
Fecha de celebración	Octubre y noviembre
Año de la 1ª edición	1997
Localización	Comarcal
Reconocimientos	Fiesta de Interés turístico regional (2010) Fiesta de Interés turístico nacional (2018)
Recursos principales	Cultura – deportes – naturaleza – gastronomía
Elementos vertebradores	El agua – Los paisajes - Caminos con historia

EL EVENTO

A finales de octubre y durante el mes de noviembre, los pueblos del Valle de Ambroz celebran numerosas actividades culturales, deportivas y recreativas en torno al Otoño Mágico, un evento que atrae a más de 20.000 visitantes y que en 2018 fue declarado Fiesta de Interés Turístico Nacional.

Las actividades (más de medio centenar) se concentran en fines de semana, y están diseñadas para dar a conocer todos los recursos del territorio: los naturales con paseos interpretativos, paseos micológicos, rutas senderistas, marchas de bicicleta, carreras de atletismo o carreras por montaña; los gastronómicos, con catas de queso, concursos de repostería y showcookings; y los culturales con música en directo, representaciones teatrales o exposiciones.

Cada año, se insertan dentro de la programación del Otoño mágico actividades ya consolidadas como la Fiesta de la Trashumancia, el Rally Fotográfico o la Gran Calbotá (muestra gastronómica tradicional de castañas asadas, higos pasos, etc.)

ATRATIVOS TURÍSTICOS

Con la marca de Fiesta de Interés Turístico Nacional, el Otoño mágico se ha convertido en uno de los eventos de mayor interés turístico en todo el territorio Ambroz-Cáparra, posibilitando la llegada de un gran número de turistas interesados en la realización de las actividades culturales, deportivas, gastronómicas y ecoturísticas que se incluyen en la programación cada año.



Recursos culturales y festivos del territorio Ambroz-Cáparra – LOS CONVERSOS

Nombre	Los Conversos
Fecha de celebración	Julio
Año de la 1ª edición	1997
Localización	Barrio judío de Hervás
Recursos principales	Cultura – gastronomía – patrimonio
Elementos vertebradores	Caminos con historia

EL EVENTO

El pasado judío de Hervás es el núcleo argumental de la fiesta de Los Conversos que en 2020 celebró su edición número 24. Nacida en 1997 a impulso del Ayuntamiento de Hervás, se celebra uno de los primeros fines de semana del verano, como fiesta eminentemente popular, en la que la participación de los vecinos y vecinas es la clave. El Barrio Judío se llena de personas vestidas de época, que recrean la integración entre judíos y cristianos a finales del siglo XV, antes del decreto de expulsión.

Además, el programa de actividades incluye exposiciones, concursos fotográficos, taller de repostería sefardí, mercado artesano, certamen de pintura rápida, música sefardí, tragicomédias itinerantes, y animación en la calle.

La actividad principal de la fiesta es la representación durante tres días seguidos de una obra de teatro histórico en la que también son los propios vecinos y vecinas, habitualmente en número de quinientos, quienes forman el elenco teatral. La obra representada ha cambiado a lo largo de los casi veinte años de celebraciones, llevándose a cabo en la actualidad la obra “Alma negra” del dramaturgo Miguel Gómez Andrea.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

El festival de Los Conversos se ha situado como una de las manifestaciones culturales de mayor relevancia en el territorio Ambroz-Cáparra, posibilitando la llegada de un gran número de turistas interesados en la realización de las actividades culturales y gastronómicas que se incluyen en la programación cada año.



Recursos culturales y festivos del territorio Ambroz-Cáparra – FESTIVAL DE TEATRO CLÁSICO DE MÉRIDA EN CÁPARRA

Nombre	Festival de teatro clásico de Mérida en Cáparra
Fecha de celebración	Julio-Agosto
Año de la 1ª edición	2017
Localización	Local – anfiteatro de la ciudad romana de Cáparra
Recursos principales	Cultura – patrimonio
Elementos vertebradores	Caminos con historia

EL EVENTO

La existencia de un yacimiento arqueológico tan valioso como el de Cáparra, excavándose y adecuándose en los últimos años el antiguo anfiteatro de la ciudad romana, ha posibilitado que desde 2017, se representen algunas de las obras que forman parte del Festival de Teatro de Mérida, el evento cultural más importante de los que se celebran en toda Extremadura.

De este modo, en los días centrales del mes de agosto se programan para su puesta en escena obras de origen y/o temática greco-latina, llenando las noches de verano de Cáparra de dioses y héroes, comedias y tragedias escritas por autores emblemáticos como Esquilo, Sófocles o Shakespeare e interpretadas por actrices y actores de la talla de Natalia Millán, Ángela Molina, Estrella Morente o Rafael Álvarez “El Brujo”.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

La llegada del Festival de Teatro de Mérida a la ciudad romana de Cáparra ha multiplicado el atractivo turístico del propio yacimiento arqueológico, posibilitando la llegada de un gran número de turistas interesados en las diferentes representaciones teatrales que cada año se incluyen en la programación del festival



Recursos culturales y festivos del territorio Ambroz-Cáparra – FESTIVAL TERMARIUM

Nombre	Termarium
Fecha de celebración	Finales de marzo o principios de abril
Año de la 1ª edición	2015
Localización	Local – Baños de Montemayor
Recursos principales	Cultura – patrimonio – gastronomía
Elementos vertebradores	El agua – Caminos con historia

EL EVENTO

Con el objetivo de fomentar la puesta en valor de los elementos patrimoniales de Baños de Montemayor y generar un evento de inauguración para la temporada termal, se creó en 2015 el festival “Termarium, la historia cobra vida”, con múltiples actividades para todos los públicos: Mercatum, visitas guiadas a las Termas Romanas, pasacalles, talleres infantiles, cetrería, ruta de la tapa romana, exposiciones romanas en playmobil, combate de gladiadores, en un espacio repleto de colorido y con gran parte de la ciudadanía ataviada de romanos.

El punto central del programa Termarium es la representación teatral de la obra “Fons salutis”, escrita por el dramaturgo Miguel Gómez Andrea, que se ambienta en el esplendor de las termas de Baños en la época imperial romana.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

La creación de este festival, que se está consolidando en el calendario de eventos del destino, multiplica el valor de los recursos patrimoniales romanos existentes (Cáparra, Vía de la Plata, termas de Baños...) lo que genera una capacidad de atracción de visitantes interesados en la realización de actividades culturales y gastronómicas asociadas a estos recursos



13 de ABRIL 2019
TERMARIUM
LA HISTORIA COBRA VIDA

PROGRAMA #TERMARIUM 2019

Sábado 13/04/2019

- 11.00 Apertura de la exposición Roma en Playmobil (edificio Bulevar)
- 11.00 Inauguración del Mercatum (Barrio de San Ramón)
- 11.30 Inicio de las visitas a las Termas Romanas (hasta las 14.00 con una frecuencia de treinta minutos)
- 12.00 Pasacalles teatralizado “Baños Romano” (Salida del Bañerío)
- 12.00 -13.30 Talleres infantiles de mosaico (Edificio Boulevard)
- 13.30 Demostración de cetrería en el barrio de San Ramón
- 16.30 Inicio de las visitas a las Termas Romanas (hasta las 20.00 con una frecuencia de treinta minutos)
- 17.00 Demostración de cetrería en el barrio de San Ramón
- 17.00 Talleres infantiles (Hasta las 19.00 en el parque municipal)
- 18.00 Pasacalles teatralizado “Baños Romano” (Salida del Bañerío)
- 19.30 Charla y exhibición de lucha de gladiadores a cargo de Jano Reconstrucción Histórica (Jardín del Bañerío)
- 21.00 *Obra de teatro “Fons Salutis” (Auditorio)

* Las entradas para la obra de teatro se pondrán a la venta el mismo sábado 13 en el punto de información a partir de las 10.00h

Recursos culturales y festivos del territorio Ambroz-Cáparra – PRIMAVERA VIVA

Nombre	Primavera viva
Fecha de celebración	Abril – mayo – junio
Año de la 1ª edición	2004
Localización	Comarcal
Recursos principales	Cultura – patrimonio – gastronomía – deportes – naturaleza
Elementos vertebradores	El agua – Los paisajes - Caminos con historia

EL EVENTO

En los meses de primavera se celebra en el territorio el evento Primavera Viva, creado en 2005 con el objetivo de promocionar los recursos del territorio y distribuir los flujos turísticos de forma ordenada. De este modo, entre mediados de marzo y mediados de mayo, se desarrolla una gran variedad de actividades deportivas (torneos de pádel, rutas cicloturistas, descensos en piragua, deporte en familia, campeonatos de pesca, encuentros de vela, rallys...), culturales (conciertos, exposiciones, representaciones teatrales...), recreativas (encuentros gastronómicos, encuentros intergeneracionales), y de naturaleza (rutas ornitológicas, observaciones astronómicas...).

Con el objetivo de fomentar el sentimiento de identidad común, el programa de Primavera Viva incluye la celebración del Día de la Comarca, que va rotando por las diferentes localidades del territorio.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

Primavera Viva se ha situado como un evento de interés turístico en agua en el territorio Ambroz-Cáparra, dando lugar a la atracción de visitantes interesados en las actividades culturales, deportivas, gastronómicas y ecoturísticas que se incluyen en la programación cada año.



Recursos gastronómicos del territorio Ambroz-Cáparra

Las producciones naturales del territorio Ambroz-Cáparra y su gastronomía están directamente condicionadas por el contexto geofísico y la ubicación geográfica. Como lugar de tránsito entre las mesetas norte y sur de la Península Ibérica, se trata de una zona en la que se conjugan ecosistemas suficientemente dispares, que la proveen de gran variedad de productos, presentes tanto en la artesanía como en los fogones. Así nos encontramos con zonas eminentemente de montaña, que se contraponen a los terrenos llanos y ondulados, adhesionados, del centro del territorio. Al ya de por sí importante ámbito fluvial originario, con las posibilidades que ofrece al regadío, se ha venido a unir el incremento del espacio lacustre artificial, en el que destaca el embalse de Gabriel y Galán.

Su ubicación geográfica, con la histórica Vía de la Plata como eje estructurante norte-sur de todo el territorio, ha convertido las tierras de Ambroz-Cáparra en zona de tránsito de todo tipo de culturas y civilizaciones: romanos, musulmanes, judíos, cántabros, astures, los trashumantes castellanoleoneses, portugueses... Y todos, de una forma u otra, dejaron su huella, en los usos y costumbres gastronómicas y culinarias de la zona. A todo ello se unió el influjo generalizado que produjeron los nuevos productos llegados del continente americano, sin los que hoy sería casi imposible entender y reconocer la cocina de este territorio y de gran parte de Europa.

Esta realidad se plasma en la variedad de productos locales de la zona, con uso tanto en la elaboración artesana, como en la gastronómica: aceituna y aceite; castañas y madera para la producción de muebles; ganadería vacuna, ovina y porcina, tanto

para la elaboración de quesos, carnes en fresco o chacinas, como para la utilización de sus pieles en la industria de la moda; frutos de montaña, peces de río, hortalizas, especias, miel, setas, vinos de pitarra...

Productos en gran medida de origen humilde, utilizados desde antaño para atender las necesidades cotidianas de los habitantes de la zona. Productos que hoy en día, al amparo de la búsqueda de la autenticidad y calidad, no exenta de actualización y modernización, se convierten en una importante tarjeta de presentación de Ambroz-Cáparra y en un elemento más de atracción para el visitante.

**Tabla 3.2.4 Relación de recursos gastronómicos de interés
Territorio Ambroz-Cáparra**

Recurso	Productos fundamentales	Marca de calidad
Cerdo ibérico	Embutidos, jamones	D.O. "Dehesa de Extremadura"
Vacuno extensivo	Carnes	I.G.P. "Vaca de Extremadura"
Ovino y caprino extensivo	Carnes de cordero y cabrito Quesos	I.G.P. "Corderex"
Pimentón	Pimentón	D.O. "Pimentón de la Vera"
Olivo	Aceite Aceituna de mesa	-
Frutales	Cerezas, ciruelas, fresas, castañas	D.O. "Cereza del Jerte"

Recursos gastronómicos del territorio Ambroz-Cáparra – CERDO IBÉRICO

Recurso	Cerdo ibérico
Productos principales	Embutidos típicos, jamones
Marca de calidad	D.O. “Dehesa de Extremadura”
Localización	Comarcal
Elementos vertebradores	El agua – Los paisajes

EL PRODUCTO

el cerdo ibérico ofrece una variada gama de productos gastronómicos en el territorio Ambroz-Cáparra. En especial, las zonas serranas del Ambroz ofrecen unas condiciones óptimas para el curado de la joya gastronómica que es el jamón ibérico alimentado con bellota. Entre esta producción destaca la que está adscrita a la Denominación de Origen “Dehesa de Extremadura”. A partir del cerdo ibérico, auténtico tesoro genético, se obtiene un producto natural y exquisito, a raíz de la combinación entre raza y ecosistema. Hervás, Baños de Montemayor y Aldeanueva del Camino son algunas de las localidades en las que podemos encontrar fábricas dedicadas a su producción y venta, así como de otros embutidos como los lomos, chorizos blancos y rojos o salchichones.

A ellas hay que unir otras localidades chacineras, como Zarza de Granadilla o Ahigal, en las que también hay otras elaboraciones típicas como son las morcillas de calabaza o de patata, más conocida como patatera, dado que en su composición puede llevar hasta un 50% de este tubérculo pelado y cocido. Un producto de enorme humildad, que está viviendo un auténtico renacer con nuevas combinaciones culinarias, como la que lo acompaña con miel, de la más pujante modernidad.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

El reconocido prestigio que han alcanzado los productos del cerdo ibérico adscritos a la D.O. “Dehesa de Extremadura” proporciona un atractivo turístico innegable, con la atracción de visitantes al territorio que pueden degustar y adquirir una amplia gama de embutidos en tiendas, fábricas y restaurantes del destino Ambroz-Cáparra.



Recursos gastronómicos del territorio Ambroz-Cáparra – VACUNO EXTENSIVO DE CARNE

Recurso	Vacuno extensivo de carne
Productos principales	Carnes
Marca de calidad	I.G.P. “Vaca de Extremadura”
Localización	Dehesas de la zona de Cáparra
Elementos vertebradores	El agua – Los paisajes – Caminos con historia

EL PRODUCTO

En las zonas más llanas del territorio Ambroz-Cáparra el ecosistema fundamental es la dehesa de encinas y alcornoques, un hábitat destinado tradicionalmente a la cría de ganado, antiguamente ovejas trashumantes y, a partir de la década de los años 60, ganado vacuno en régimen extensivo.

Fruto de la calidad de los pastos, las condiciones climáticas benignas y las mejoras genéticas de las razas existentes (con cruces entre especies autóctonas como la avileña, la berrenda o la blanca cacereña con razas cárnicas como limousine o charolesa), el aprovechamiento del ganado bovino se traduce en una producción de carne de ternera de gran calidad, acogida a la Indicación Geográfica Protegida “Ternera de Extremadura”. Especialmente destacable, en este sentido, es la existencia de producción de carne ecológica en Oliva de Plasencia, un proyecto que apuesta por las razas autóctonas y la alimentación natural como medios más eficientes para regenerar la dehesa extremeña.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

La calidad de las carnes de ternera existentes en el destino Ambroz-Cáparra se convierte en un importante recurso gastronómico, pudiendo los visitantes que se acercan al territorio adquirir el producto en las carnicerías locales o degustarlo de diversas formas en bares y restaurantes de la zona.



Recursos gastronómicos del territorio Ambroz-Cáparra – OVINO Y CAPRINO EXTENSIVO

Recurso	Ovino y caprino extensivo
Productos principales	Carnes - quesos
Marca de calidad	I.G.P. "Corderex"
Localización	Dehesas y sierras
Elementos vertebradores	El agua – Los paisajes

EL PRODUCTO

La existencia de zonas de buenos pastos tanto en la montaña como en las áreas llanas del territorio Ambroz-Cáparra ha posibilitado el desarrollo de la ganadería ovina y caprina a lo largo de la historia, ovejas y cabras que han sido la base fundamental de la economía de muchas familias de la zona, aprovechando la carne de cabritos y corderos, la extraordinaria leche para la elaboración de quesos y las lanas y cueros para la artesanía.

Fruto de esta actividad tradicional, actualmente podemos encontrar en el destino excelentes carnes de cordero (con ganaderías inscritas en la I.G.P. "Corderex") y de cabrito, así como una amplia variedad de quesos artesanos, elaborados a base de leche cruda de oveja/cabra, cuajo y sal, añadiendo ingredientes durante el proceso de maduración como el aceite de oliva, el pimentón, el orégano o el romero.

De especial interés son las variedades de queso de cabra "al carbón", "mousse con arándanos", "bombones de queso" o tortitas de delicados matices, cuyo sabor y aromas recuerdan a las sierras y montes en los que pastan las cabras.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

La calidad de las carnes de cordero y cabrito, así como el exquisito sabor de los quesos existentes en el destino Ambroz-Cáparra se convierte en un importante recurso gastronómico, pudiendo los visitantes que se acercan al territorio adquirir los productos en las carnicerías y queserías locales o degustarlos de diversas formas en bares y restaurantes de la zona.



Recursos gastronómicos del territorio Ambroz-Cáparra – OLIVARES DE MANZANILLA CACEREÑA

Recurso	Olivar de la variedad manzanilla cacereña
Productos principales	Aceite de oliva – aceitunas de mesa
Marca de calidad	En trámites la DOP Manzanilla cacereña
Localización	Zona oeste del territorio Ambroz-Cáparra
Elementos vertebradores	El agua – Los paisajes – Caminos con historia

EL PRODUCTO

El olivar es uno de los principales productos agrarios del territorio Ambroz-Cáparra, en especial en las zonas correspondientes a la Trasierra y a las Tierras de Granadilla. La variedad que se cultiva es la manzanilla cacereña, que está en trámites de obtener la denominación de origen, contando con una producción anual que supera los 30 millones de kilos. Se trata de una variedad autóctona del norte de la provincia de Cáceres, de color negro verde y su carne resulta dura, de textura muy fina y hueso pequeño, que produce uno de los aceites de más calidad de Extremadura. Se le atribuyen propiedades curativas que ya eran conocidas por el emperador Carlos V quien, enfermo de gota, se aficionó a estas aceitunas para remediar sus males.

Existen en la zona diecinueve cooperativas aceitunerías de primer grado y una de segundo grado. La producción se destina mayoritariamente para la venta a granel, aunque algunas tienen tienda de venta minorista. Son destacables la producción tanto de aceituna como de aceite en Guijo de Granadilla, de aceite en Mohedas de Granadilla, así como la existencia en Casas del Monte de una importante industria dedicada al aderezo y envasado de aceitunas de mesa, en sus múltiples variedades.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

La calidad del aceite y las aceitunas que se producen en el territorio Ambroz-Cáparra le otorga un atractivo turístico importante, pudiendo los visitantes adquirir los productos enalmazaras y tiendas o degustarlos en bares y restaurantes.

Además, la riqueza paisajística de los olivares posibilita el desarrollo de actividades ecoturísticas, como el senderismo, el cicloturismo, el turismo ecuestre o la observación de aves.



Recursos gastronómicos del territorio Ambroz-Cáparra – PIMENTÓN

Recurso	Pimentón
Productos principales	Pimentón
Marca de calidad	D.O. "Pimentón de la Vera"
Localización	Vegas del entorno del río Ambroz
Elementos vertebradores	El agua – Los paisajes

EL PRODUCTO

Estamos en una de las zonas de producción que están acogidas bajo la DOP Pimentón de La Vera, tanto para el cultivo de los pimientos, como para su posterior transformación en pimentón. Los municipios en los que se cultivan son los Zarza de Granadilla, Abadía, Guijo de Granadilla, La Granja y Aldeanueva del Camino, concentrándose en esta última las industrias elaboradoras.

El pimentón llegó de América en el año 1493, entre los productos ofrendados por Cristóbal Colón a los Reyes Católicos en el Monasterio de Guadalupe. Tras iniciarse su cultivo en los huertos monacales, fueron los frailes jerónimos los que comenzaron su expansión por el norte de la provincia cacereña, entusiasmados por sus bondades y características culinarias.

El tipo de pimiento que se cultiva es del género *Capsicum*, en tres variedades que son las que dan lugar a las tres clases de pimentón: dulce, agriculce y picante. El punto diferencial del pimentón de Extremadura consiste en el proceso de secado. A diferencia de otras zonas, se hace al humo de leña de encina o roble, lo que le aporta sus peculiares características de aroma, sabor y color. Esto lo ha convertido en condimento indispensable de la cocina y la industria alimentaria.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

La existencia de varias empresas en el territorio que comercializan este producto de reconocido prestigio a través de la DOP "Pimentón de la Vera" otorga un importante atractivo al pimentón, que puede ser adquirido en diferentes establecimientos del territorio Ambroz-Cáparra convirtiéndose, además, en ingrediente básico de los platos típicos del destino.



Recursos gastronómicos del territorio Ambroz-Cáparra – FRUTALES

Recurso	Frutales
Productos principales	Fresas – Ciruelas – Cerezas – Castañas
Localización	Vegas del entorno del río Ambroz
Elementos vertebradores	El agua – Los paisajes – Caminos con historia

EL PRODUCTO

Las particulares condiciones climatológicas y orográficas del territorio posibilitan el cultivo de frutas tan apreciadas como la cereza, la ciruela y el fresón, a lo que debemos sumar la recolección de castañas en los bosques atlánticos montañosos.

Las cerezas han ido adquiriendo protagonismo con los años, ante el aumento de la demanda en los mercados, e influidos también por el potencial de este cultivo en el vecino Valle del Jerte, consiguiendo la marca de Denominación de Origen. La variedad más típica de la zona es la ambrunés, aunque también tiene una presencia importante la picota.

Las ciruelas tienen también un peso importante en la economía de la zona, siendo especialmente valoradas las de la localidad de Gargantilla, de la variedad Reina Claudia, para las que incluso ha habido iniciativas para conseguir la denominación de origen.

En cuanto a los fresones, la localidad de Casas del Monte es la que tienen la producción más importante de este fruto en Extremadura. La principal característica del mismo es que su cultivo se hace al aire libre, no bajo invernaderos. Al recibir la luz directa del sol y el contacto con el aire libre, le confieren unas propiedades organolépticas, de sabor, olor y color, muy particulares, que las acercan a las fresas silvestres.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

La variedad y calidad de los productos frutales que se recolectan en el territorio suponen un atractivo para el visitante, que puede degustarlos o adquirirlos en las cooperativas y establecimientos turísticos.

Además, la belleza paisajística de los hábitats en los que se cultivan estos productos (bosques, bancales de ladera) posibilitan la realización de actividades ecoturísticas como el senderismo, el cicloturismo o el turismo ecuestre.



Recursos interpretativos del territorio Ambroz-Cáparra

Para una mejor comprensión de todos los recursos medioambientales, patrimoniales y culturales existentes en el territorio Ambroz-Cáparra, existe un total de 11 espacios interpretativos y expositivos, repartidos por diferentes municipios del destino y de muy diferentes características: museos como el Pérez-Comendador en Hervás, la casa de Gabriel y Galán en Guijo de Granadilla, el Balneario de Baños de Montemayor o el museo de la Moto y el coche clásico en Hervás; centros de interpretación

como el del yacimiento de Cáparra, el de la Vía de la Plata en Baños de Montemayor, el del ferrocarril en Hervás o los de la molinería y la artesanía del castaño, también en Baños.

Finalmente, el territorio cuenta con un notable recurso turístico complementario en el Centro de innovación deportiva “El Anillo”, que además de las actividades deportivas e interpretativas que aloja, posee varios premios de arquitectura.

**Tabla 3.2.5 Relación de centros interpretativos y expositivos
Territorio Ambroz-Cáparra**

Nombre	Temática	Ubicación	Tipología	Elementos principales
Museo Pérez-Comendador	Arte	Hervás	Museo	Obras escultóricas y pictóricas
Casa-museo Gabriel y Galán	Historia	Guijo de Granadilla	Museo	Casa natal del poeta José M ^o Gabriel y Galán
Balneario de Baños	Historia	Baños de Montemayor	Museo	Antiguas termas romanas y edificios del balneario
Museo de la moto y el coche clásicos	Automoción	Hervás	Museo	Colección de vehículos antiguos
Proyecto “M”	Arte	Zarza de Granadilla	Museo	Obras escultóricas y pictóricas
El Anillo	Deporte y naturaleza	Embalse Gabriel y Galán	Centro expositivo	Información sobre recursos naturales y deportivos del territorio
Vía de la Plata	Historia	Baños de Montemayor	Centro de Interpretación	Información sobre la calzada romana Vía de la Plata en Extremadura
Ciudad romana de Cáparra	Historia	Yacimiento de Cáparra	Centro de Interpretación	Información, interpretación y exposición de la ciudad de Cáparra y la Vía de la Plata
Centro del Ferrocarril	Historia	Hervás	Centro de Interpretación	Información sobre la vía férrea Astorga-Plasencia
Centro de visitantes del lobo	H ^a y natural	La Garganta	Centro de información y visitantes	Información sobre el lobo y su relación con el territorio
Molino de “Las Pozas”	Etnografía	Baños de Montemayor	Centro de Interpretación	Antiguo molino harinero rehabilitado situado en un paraje natural de interés

Recursos interpretativos del territorio Ambroz-Cáparra – MUSEO PÉREZ COMENDADOR-LEROUX

Recurso	Museo Pérez Comendador-Leroux
Temática	Arte
Localización	Hervás
Elementos vertebradores	Caminos con historia

EL ESPACIO

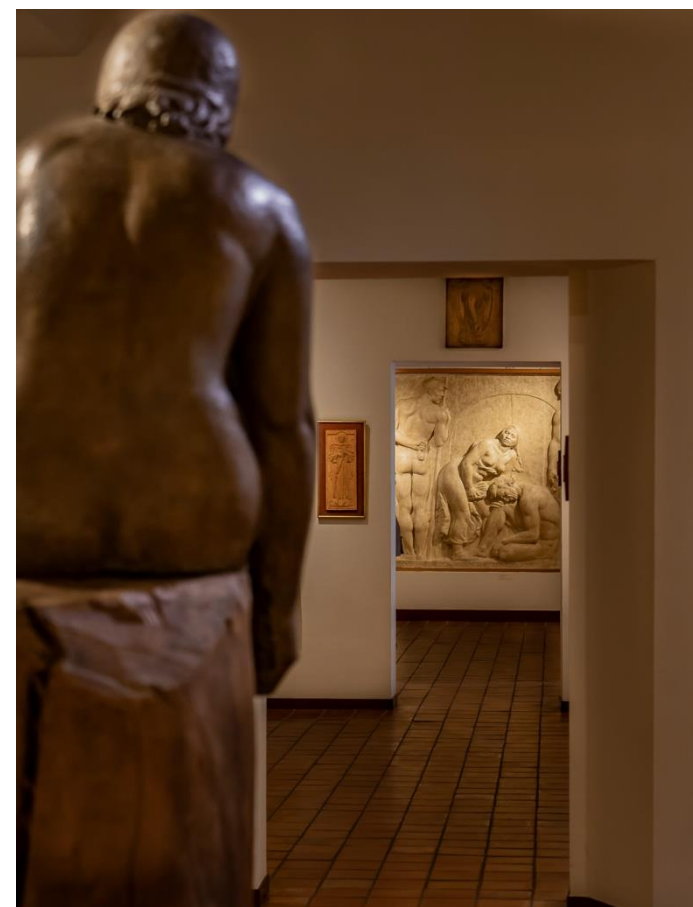
El museo pertenece a la Red de Museos de Extremadura y está dedicado al escultor Enrique Pérez Comendador, natural de Hervás (1900-1981), y a su esposa, la pintora Magdalena Leroux-Morel, natural de París (1902-1985). Está ubicado en un edificio civil del siglo XVIII, la Casa de los Dávila y se abrió al público en octubre de 1986.

La colección permanente del museo está integrada por unas 600 piezas de escultura y pintura. La escultura clásica de Pérez Comendador convive con la pintura de ciudades de Magdalena Leroux, en un completísimo recorrido por la obra de ambos artistas. Además, en los últimos años se han incorporado también muestras del trabajo de Ángel Duarte Jiménez (Aldeanueva del Camino, 1939-2007), Javier de Winthuysen Losada (Sevilla, 1874-1956) y de algunos amigos del matrimonio, como Hermoso, Grosso o Zuloaga.

Junto a la colección permanente, el museo ofrece una sala de exposiciones temporales abierta a artistas jóvenes de Extremadura y una colección de *ex-libris*. Además, dispone de otros servicios culturales, como una biblioteca pública y una escuela de música, que lo convierten en un centro cultural completo, vivo e inserto plenamente en la vida cultural de Hervás.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

La existencia de un recurso museístico de tanto valor aumenta el atractivo turístico de Hervás, posibilitando la realización de actividades culturales (visitas guiadas, exposiciones, conciertos) que ayudan a incrementar el tiempo de estancia del visitante.



Recursos interpretativos del territorio Ambroz-Cáparra – CASA MUSEO JOSÉ MARÍA GABRIEL Y GALÁN

Recurso	Casa-Museo José María Gabriel y Galán
Temática	Historia
Localización	Guijo de Granadilla
Elementos vertebradores	Caminos con historia

EL ESPACIO

Aunque natural de Frades de la Sierra (Salamanca), el poeta José María Gabriel y Galán, casado con una natural de Granadilla, vivió los últimos años de su vida en Guijo de Granadilla, en la misma casa que ahora está dedicada a museo en su memoria. Sus descendientes la legaron en 1980, y desde 1985 está abierta al público. Consta de dos plantas, en las que se distribuyen los muebles y objetos personales del escritor. Una de las habitaciones está dedicada a uno de sus poemas más renombrados: “El embargo”. Los libros y documentos cedidos por la familia a la Junta de Extremadura están en la Biblioteca Pública del Estado “Antonio Rodríguez Moñino/María Brey” de Cáceres. En el centro de la misma plaza donde se ubica la casa-museo hay un busto del poeta. La visita puede completarse con otra a su tumba, en el panteón de la familia del cementerio de Guijo de Granadilla.

Además de los recuerdos del poeta, la casa tiene interés etnográfico por la cocina y otras estancias y objetos conservados.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

La existencia de un recurso museístico de valor proporciona un atractivo turístico en torno a la figura del poeta Gabriel y Galán, uno de los personajes ilustres de Extremadura, pudiendo desarrollarse actividades culturales (visitas guiadas, certámenes poéticos, conciertos, exposiciones...) que atraen a turistas y visitantes al territorio.



Recursos interpretativos del territorio Ambroz-Cáparra – BALNEARIO DE BAÑOS DE MONTEMAYOR

Nombre	Balneario de Baños de Montemayor
Temática	Historia
Localización	Baños de Montemayor
Elementos vertebradores	El agua - Caminos con historia

EL ESPACIO

La importancia de las aguas termales del territorio Ambroz-Cáparra hizo que ya desde la época romana, fuesen aprovechadas por militares, sacerdotes y funcionarios romanos en torno a la Vía de la Plata y la ciudad de Cáparra, generando una serie de edificios termales, continuamente mejorados y ampliados por los obispos de Coria a partir del siglo XVII y transformados en uno de los balnearios más famosos de España en el siglo XIX.

Fruto de esta dilatada historia aparece un conjunto de edificaciones de origen romano, como el espacio donde se halla el manantial de agua termal, una gran nave, con bóveda de medio cañón cubierta con lunetos fruto de las obras del siglo XVII y otros de finales del siglo XIX, de estilo colonial, con bellas rejas de fundición y bañeras de mármol bellamente labradas.

Para mejorar el conocimiento de estas instalaciones y facilitar su puesta en valor, los responsables del balneario han realizado una importante labor de musealización, con un servicio de visitas guiadas como complemento perfecto a las actividades de balneoterapia.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

El balneario de Baños de Montemayor es uno de los principales recursos turísticos existentes en el territorio Ambroz-Cáparra, con una gran capacidad de atracción turística en torno a actividades de bienestar y salud (balneoterapia). Además, su importancia histórica permite desarrollar actividades turísticas culturales (visitas guiadas, interpretación del patrimonio, exposiciones, conciertos,...)



Recursos interpretativos del territorio Ambroz-Cáparra – MUSEO DE LA MOTO Y EL COCHE CLÁSICOS

Nombre	Museo de la moto y el coche clásicos
Temática	Automoción
Localización	Hervás
Elementos vertebradores	Caminos con historia

EL ESPACIO

Se trata de un museo de titularidad privada, creado por el ebanista y empresario de Hervás Juan Gil Moreno. Consta de ocho pabellones, donde se encuentra casi todo aquello relacionado con los medios de locomoción, coches, motos, carruajes de época, triciclos, cochecitos de muñecas, etc... Reflejo fiel de la vida y costumbres de la sociedad de los tres primeros cuartos del siglo pasado y finales del siglo anterior.

De este modo, aparecen fantásticas motos y esos coches europeos y americanos de entre los años 1920 - 70. Recuerdos de los "felices veinte", la guerra del '36, las dos grandes guerras y los "prósperos '60 y '70. Se dejan ver en estos "viejos cacharros". Todo ello dentro de una arquitectura maravillosa y en un espectacular paisaje Ofrece servicios de alquiler y venta de automóviles clásicos.

Además de los servicios propios del museo, cuenta con un parque infantil y un mirador con espléndidas vistas del Valle del Ambroz.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

La existencia de un recurso museístico tan singular aumenta el atractivo turístico de Hervás, posibilitando la realización de actividades culturales (visitas guiadas, exposiciones, conciertos) que ayudan a incrementar el tiempo de estancia del visitante.



Recursos interpretativos del territorio Ambroz-Cáparra – CI DE LA CIUDAD ROMANA DE CÁPARRA

Nombre	Centro de interpretación de la ciudad romana de Cáparra
Temática	Historia
Localización	Yacimiento arqueológico de Cáparra
Elementos vertebradores	Caminos con historia

EL ESPACIO

Este centro es el espacio explicativo e interpretativo de la ciudad romana de Cáparra, del siglo I d. C. Se encuentra a la entrada del propio yacimiento, de 14/16 has. de extensión, atravesado por la Vía de la Plata y con su famoso arco tetrápilo como símbolo inconfundible.

De reciente construcción, el centro está dotado de paneles, una maqueta, objetos y medios audiovisuales que, de manera didáctica, explican la función y estructura de esta ciudad romana. Los autores de la obra y los contenidos del centro son el arquitecto Carlos Javier Gómez García y la arqueóloga Ana Bejarano Osorio, que diseñaron un contenedor neutro, de desarrollo horizontal, con dos espacios unidos por una techumbre común: el centro propiamente dicho y una zona de almacén, tienda, aseos y espacio de trabajo de los arqueólogos. Los cerramientos son paneles de hormigón blanco prefabricado con arlita. La función interpretativa del centro se completa con un itinerario por la ciudad jalonado con paneles informativos.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

La existencia de un recurso museístico en el yacimiento arqueológico ayuda de forma notable a comprender mejor la importancia histórica de la ciudad de Cáparra en el contexto espacial de la Vía de la Plata, posibilitando la realización de actividades culturales (visitas guiadas, talleres escolares)



Recursos interpretativos del territorio Ambroz-Cáparra – CI DE LA VÍA DE LA PLATA

Nombre	Centro de interpretación de la Vía de la Plata
Temática	Historia
Localización	Baños de Montemayor
Elementos vertebradores	Caminos con historia

EL ESPACIO

Fue inaugurado en 2001 como uno más de los centros de la red Alba Plata, proyecto impulsado por la Junta de Extremadura. Está ubicado en una vivienda tradicional y dotado con paneles informativos y medios audiovisuales mediante los que se obtiene una información detallada sobre la Vía de la Plata a su paso por la región. Además de la información, también tendrás la posibilidad de realizar una visita virtual a los enclaves extremeños gracias a la zona interactiva de la que está dotado el centro.

Este centro de interpretación de la Vía de la Plata tiene un carácter general, y es parejo al instalado en Monesterio, con el que abre y cierra el tramo de esta ruta histórica por Extremadura. Anexo al centro se encuentra uno de los albergues turísticos creados para dar apoyo a los peregrinos y viajeros de la vía.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

La existencia de un recurso interpretativo en el itinerario de la Vía de la Plata ayuda de forma notable a comprender mejor la importancia histórica de esta calzada romana, camino medieval y cañada trashumante, posibilitando la realización de actividades culturales (visitas guiadas, talleres escolares)



Recursos interpretativos del territorio Ambroz-Cáparra – EL ANILLO

Nombre	Centro de innovación deportiva en el medio natural El Anillo
Temática	Naturaleza y deportes
Localización	Embalse de Gabriel y Galán
Elementos vertebradores	Agua – Mosaico de paisajes

EL ESPACIO

Es un centro de innovación deportiva situado en el Pantano de Gabriel y Galán. Situado en un entorno natural de gran valor, lo integran unas instalaciones en forma de anillo dedicadas a la práctica, formación e investigación de diversas disciplinas deportivas: campo a través, ciclismo de montaña, natación en aguas abiertas, piragüismo, remo, triatlón, vela... Inaugurado en 2011, "El Anillo" depende de la Junta de Extremadura y cuenta con unos 5.000 m² interiores y alrededor de 250.000 m² en la península en la que se ubica.

La singularidad de su diseño y estilo constructivo ha sido reconocido con los premios Architectural Review Awards for Emerging Architecture 2009 y Premio Ascensores ENOR de Arquitectura Joven, ambos otorgados al arquitecto extremeño José María Sánchez.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

La existencia de un recurso expositivo, formativo y de actividades tan importante en el centro del destino, genera un atractivo turístico de gran valor para el desarrollo de productos y actividades en torno al agua, el deporte y el ecoturismo.



Recursos interpretativos del territorio Ambroz-Cáparra – CENTRO DE RECEPCIÓN DE VISITANTES EL LOBO

Nombre	Centro de recepción de visitantes El Lobo
Temática	Historia y naturaleza
Localización	La Garganta
Elementos vertebradores	Mosaico de paisajes – caminos con historia

EL ESPACIO

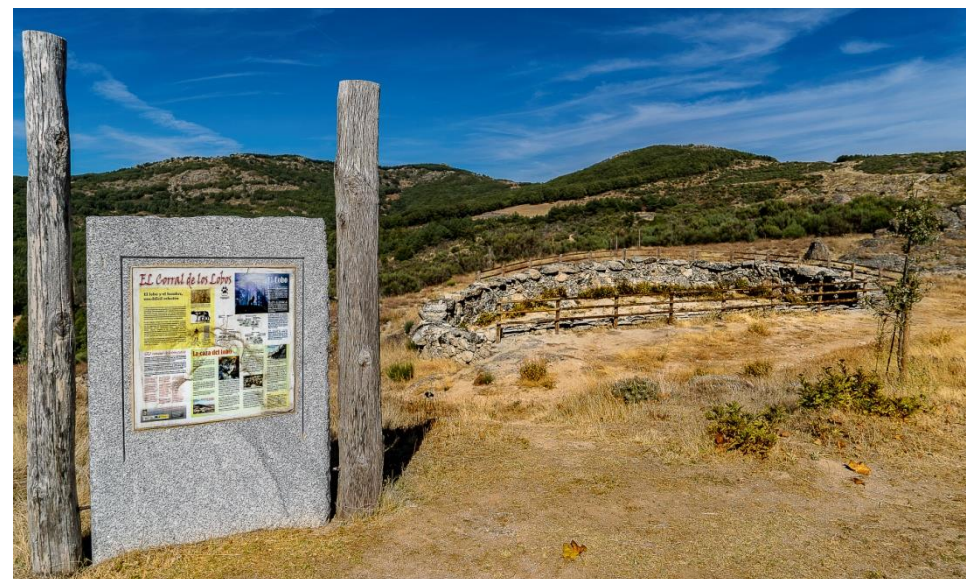
Este moderno centro fue inaugurado en julio de 2016 siendo el único de su tipología en Extremadura y el tercero en España.

Habilitado con el asesoramiento de Carlos Sanz, antiguo colaborador de Félix Rodríguez de la Fuente, y construido en la antigua casa del cura del pueblo, el Centro de Recepción de Visitantes El Lobo dispone de 3 plantas dotadas de sala de proyecciones, impresionantes fotografías, esculturas, paneles informativos y objetos relacionados con el mundo del lobo, un animal iconográfico casi en cualquier cultura y tiempo de la historia humana.

La visita al centro se puede completar con un recorrido por el “Corral de los Lobos”, situado a unos 2 kilómetros de La Garganta, antigua construcción destinada a acorralar y matar a los lobos que habitaban las montañas del Sistema Central, en lucha permanente con los pastores trashumantes hasta su casi completa desaparición en los años 70 del siglo pasado.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

La existencia de un recurso expositivo e interpretativo sobre una de las especies totémicas de la naturaleza ibérica mejora el atractivo turístico de las montañas y paisajes del territorio, posibilitando la realización de actividades culturales (visitas guiadas, talleres escolares) y ecoturísticas (senderismo, cicloturismo, fotografía de naturaleza)



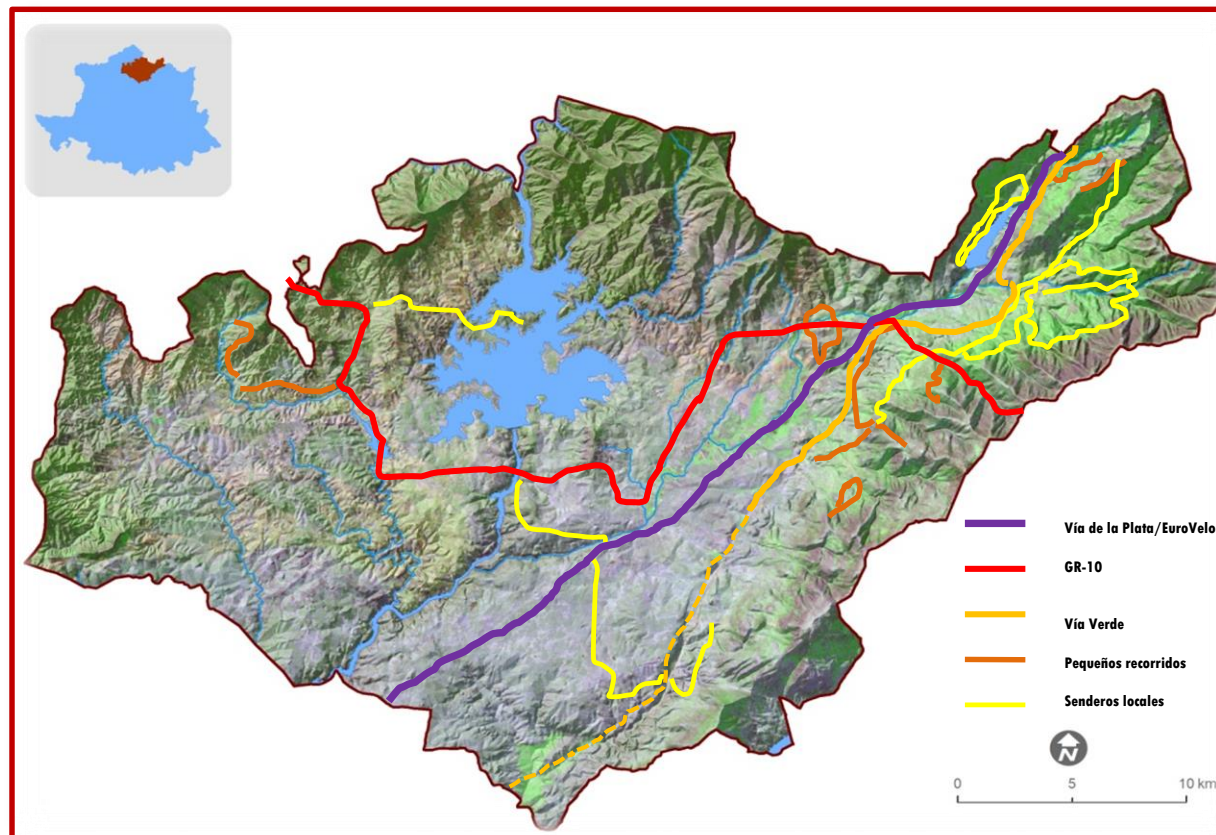
Camino singulares del territorio Ambroz-Cáparra

Uno de los principales atractivos del territorio Ambroz-Cáparra lo constituyen el extraordinario conjunto de caminos singulares, senderos-pistas-cañadas-calzadas que atraviesan los espacios protegidos conectando, además, los principales monumentos históricos e interpretativos del destino.

Esta red singular de caminos está organizada en torno a las dos

rutas principales, la Vía de la Plata y la Vía Verde Plasencia-Béjar, que atraviesan toda la comarca de Sur a Norte, vertebrando el acceso al resto de senderos y rutas. Se trata, por consiguiente, de una red de fácil acceso, ideada para el disfrute de todo tipo de público (familias, amantes de la naturaleza, cicloturistas...) al contar con rutas de diferentes longitudes y grado de dificultad.

Mapa: 3.2.2 Red de caminos singulares. Territorio Ambroz-Cáparra



Caminos singulares del territorio Ambroz-Cáparra

Tabla 3.2.6 Red de caminos singulares. Territorio Ambroz-Cáparra

Nombre	Distancia (comarca)	Duración (a pie)	Tipo sendero	Elementos principales
Vía de la Plata	37 kms	2 días	Lineal	Yacimiento de Cáparra – puentes romanos – termas de Baños
Vía Verde Plasencia-Béjar	28 kms	1 día	Lineal	Hervás, Baños de Montemayor, puentes metálicos, paisajes protegidos
GR-10 Valencia-Lisboa	54 kms	2-3 días	Lineal	Recorrer todo el territorio en sentido Este-Oeste atravesando los espacios protegidos
PR-CC 36 La Chorrera	12 kms	4 horas	Lineal	La Chorrera, espacios naturales (bancales, bosques, bosque-galería), central eléctrica
PR-CC 37 Bosques del Ambroz	24 kms	6 horas	Lineal	Itinerario serrano, a más de 1.000 metros de altitud, que desciende atravesando piornos, coníferas, praderas, bosques caduciformes y frutales,
PR-CC 38 Pista Heidi	30 kms	8 horas	Circular	Pista forestal que atraviesa toda la montaña, con espléndidas vistas del territorio
PR-CC 39 El castañar del Duque	16 kms	4 horas	Circular	Recorrido por el Castañar Gallego, espacio protegido
PR-CC 40 Pantano de Baños	12 kms	3 horas	Circular	Patrimonio histórico de Baños de M. Observación de aves y recursos paisajísticos
PR-CC 201 Camino del Poeta	18 kms	4,5 horas	Lineal	Casa del Poeta Gabriel y Galán. Yacimiento de Cáparra
PR-CC 202 Camino Vespasiano	15 kms	3,5 horas	Lineal	Yacimiento de Cáparra
PR-CC 203 Camino de Talaván	17,5 kms	4,5 horas	Lineal	Embalse de Gabriel y Galán, dehesas, Granadilla
SL-CC 92 Camino de Arrieros	9 kms	90 min	Lineal	Calzada romana, Vía Verde, Pozo de la Nieve, paisajes
SL-CC 93 Castaños del Temblar	4 kms	70 min	Lineal	Árboles singulares, restos vettones, miradores paisajísticos
SL-CC 95 Convento de la Bien Parada	6 kms	90 min	Circular	Convento de la Bien Parada, Piscina natural de Abadía
SL-CC 94 Collado de Enmedio	7 kms	2 horas	Lineal	Recursos paisajísticos, piscina natural de Gargantilla
SL-CC 96 El Moralejo	5,7 kms	2 horas	Circular	Arquitectura tradicional, bosques de robles, piscina natural Casas del Monte
SL-CC 97 El Nevero	6,3 kms	2 horas	Circular	Pozo de la Nieve, Corral de los Lobos, recursos paisajísticos
SL-CC 98 La Bulla	7 kms	2 horas	Lineal	Restos vettones y romanos, Vía de la Plata
SL-CC 101 Lagares celtas	5,6 kms	2 horas	Circular	Mirador panorámico, restos vettones/romanos
SL-CC 221 Camino de Cerezo a Palomero	5,2 kms	2,5 horas	Lineal	Mosaico de paisajes (bosques, olivares, robles, castaños)
SL-CC 223 Camino del Verdeo	4,5 kms	2 horas	Lineal	Vistas panorámicas, Embalse de Gabriel y Galán

Caminos singulares del territorio Ambroz-Cáparra – VÍA VERDE RUTA DE LA PLATA (Casas del Monte-Béjar)

Nombre	Vía Verde Ruta de la Plata (tramo Casas del Monte – Béjar)
Longitud	28 kilómetros
Tipo de vía	Antiguo trazado del ferrocarril Plasencia-Astorga. Ruta lineal
Elementos vertebradores	Mosaico de paisajes – caminos con historia

EL ESPACIO

Siguiendo las huellas del antiguo ferrocarril Astorga - Plasencia más conocido como el "ferrocarril de la Vía de la Plata", la Vía Verde discurre a través de un idílico paisaje situado a media ladera por las faldas de las sierras del territorio Ambroz-Cáparra, atravesando los municipios de Casas del Monte, Hervás y Baños de Montemayor para adentrarse en tierras salmantinas de la Sierra de Béjar.

A lo largo de los 28 kilómetros pertenecientes a nuestro destino, la Vía Verde se adentra por espacios naturales de gran valor, protegidos como Lugares de Interés Comunitario (Granadilla, Sierra de Gredos y río Jerte) y Paisaje Protegido (Castañar Gallego), bosques de robles, castaños, arces, serbales y avellanos, con un cromatismo realmente espectacular en cualquier época del año.

La Vía Verde nos permite acceder también a un interesantísimo patrimonio monumental, como el barrio judío de Hervás, las termas romanas de Baños de Montemayor y antiguos elementos de la línea férrea (túneles, puentes metálicos, apeaderos, estaciones, silos y almacenes) que nos hablan de la fecunda historia de estas tierras a lo largo de milenios.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

Nos encontramos ante un recurso de extraordinario valor ambiental y cultural, único en todo el Norte de Extremadura y vertebrador, junto a la calzada romana de la Vía de la Plata, de toda la red de caminos históricos del destino. Por eso cuenta con una gran capacidad de atracción turística para la realización de actividades ecoturísticas (senderismo, cicloturismo, rutas ecuestres, fotografía de naturaleza) pero también culturales (visitas guiadas, interpretación del patrimonio)



Caminos singulares del territorio Ambroz-Cáparra

La red de caminos singulares del territorio Ambroz-Cáparra se ha visto aumentado en los últimos tiempos con la aparición de 16 itinerarios señalizados para BTT, que se vertebran a partir del itinerario Eurovelo 1 (Ruta de la Costa Atlántica) que atraviesa el destino utilizando la milenaria Vía de la Plata. Desde este itinerario principal (al que se suma la Vía Verde “Ruta de la Plata”), los amantes de la BTT pueden realizar diferentes rutas repartidas por todo el territorio, sumando más de 360 kilómetros de pistas, caminos y sendas ideales para la práctica del deporte y el disfrute de los paisajes, los monumentos y la cultura de Ambroz-Cáparra.

Tabla 3.2.7 Red de caminos singulares para BTT. Territorio Ambroz-Cáparra

Nombre	Distancia (comarca)	Tipo sendero	Elementos principales
Vía de la Plata – Eurovelo 1	37 kms	Lineal	Baños de Montemayor – Hervás – Aldeanueva del Camino – Cáparra – Oliva de Plasencia
Bosques del Ambroz	42 kms	Circular	Hervás – Gargantilla – Segura de Toro – Casas del Monte – Hervás
Pista Heidi	30 kms	Circular	Hervás – Hervás
La Garganta y Gemeloso	32 kms	Lineal	Hervás – La Garganta – Baños de Montemayor
Hacia Abadía por el embalse de Baños	21 kms	Lineal	Baños de Montemayor – Aldeanueva del Camino - Abadía
Vetones trail	11 kms	Circular	Segura de Toro – Segura de Toro
Piedras Labradas	13 kms	Lineal	Casas del Monte – Jarilla
Romanilla	12 kms	Lineal	Baños de Montemayor – Hervás
La Bien Parada	20 kms	Circular	Aldeanueva del Camino – Abadía – La Granja – Gargantilla – Aldeanueva del Camino
Poblado de Granadilla	18 kms	Lineal	El Anillo – Granadilla
Valle Sotril	30 kms	Circular	El Anillo – Cerezo – Ahigal – Guijo de Granadilla – El Anillo
Malavieja	20 kms	Circular	Cerezo – Palomero – Marchagaz – Mohedas de Granadilla – Cerezo
Sierra de la Pesga	12 kms	Lineal	Mohedas de Granadilla – La Pesga
Dehesa de Ahigal	30 kms	Lineal	Palomero – El Bronco – Santa Cruz de Paniagua
Cáparra	16 kms	Lineal	Guijo de Granadilla – Cáparra – Oliva de Plasencia
Trail de Trasierra	20 kms	Lineal	Oliva de Plasencia – Villar de Plasencia – Cabezabellosa – Jarilla

Caminos singulares del territorio Ambroz-Cáparra – VÍA DE LA PLATA (RUTA CICLOTURISTA EUROVELO 1)

Nombre	Eurovelo 1 (ruta de la Costa Atlántica) – tramo 20 Vía de la Plata
Longitud	37 kilómetros (en la comarca)
Tipo de vía	La ruta Eurovelo transita en su totalidad por la Vía de la Plata
Elementos vertebradores	Mosaico de paisajes – caminos con historia

EL ESPACIO

Dentro del proyecto “Eurovelo” una red europea de 16 itinerarios cicloturistas de larga distancia (con más de 80.000 kilómetros de caminos señalizados) el territorio Ambroz-Cáparra es atravesado de Norte a Sur por uno de los tramos del itinerario Eurovelo 1 – Ruta de la Costa Atlántica, aprovechando para ello el trazado milenario de la calzada romana Vía de la Plata.

El itinerario se interna en nuestro destino por Baños de Montemayor, procedente de tierras salmantinas y se dirige hacia el Sur, atravesando un maravilloso paisaje de bosques y dehesas para llegar a Hervás y Aldeanueva del Camino.

Desde ahí continúa los pasos de la calzada romana para atravesar la antigua ciudad romana de Cáparra en medio de un paisaje de dehesas de encinas y alcornoques, para abandonar el territorio al sur de Oliva de Plasencia y continuar su camino hacia la siguiente parada, Galisteo en el Valle del Alagón.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

Nos encontramos ante un recurso de extraordinario valor ambiental y cultural para los amantes del cicloturismo que, al formar parte de un proyecto europeo, dispone de una importante capacidad de atracción turística para que los cicloturistas que recorren el itinerario puedan detenerse en el destino y realizar actividades culturales, deportivas o gastronómicas.



Valoración cualitativa de los recursos turísticos del territorio Ambroz-Cáparra

Con el análisis de todas las herramientas metodológicas disponibles, los recursos turísticos del territorio Ambroz-Cáparra presentan estas características desde el punto de vista de su aprovechamiento turístico actual y futuro:

- Hay 1 recurso fundamental que sirve y debe seguir sirviendo de “tractor” para el desarrollo turístico del territorio: el conjunto histórico de Hervás, que se sitúa entre los 45 recursos más valorados de la provincia de Cáceres en portales de recomendación como Minube o TripAdvisor.
- Existen 2 recursos más, la villa medieval de Granadilla y el yacimiento arqueológico de Cáparra, que también se sitúan entre los 45 recursos más valorados de la provincia de Cáceres en portales de recomendación, pero que necesitan una mejora en la capacidad de acogida de visitantes para convertirse en auténticos puntos neurálgicos del turismo comarcal
- Existe otro recurso que se ha convertido en producto fundamental para la llegada de turistas: la Vía de la Plata, que atraviesa la comarca de Sur a Norte y a cuyo alrededor han surgido diferentes iniciativas y empresas turísticas
- Desde el punto de vista ecoturístico, los recursos del destino Ambroz-Cáparra presentan una gran calidad, siendo la base para un desarrollo de las actividades al aire libre (senderismo, cicloturismo, deportes de montaña): la Vía Verde Hervás-Béjar, una red de senderos bien estructurada y señalizada, centros BTT y el itinerario “Eurovelo”, bosques con una impresionante cantidad de árboles singulares y cascadas como “La Chorrera” que también aparece entre los 45 recursos más valorados de la provincia.

-Hay recursos con posibilidades de desarrollo pero que, actualmente, se encuentran en un estado incipiente de aprovechamiento: el olivar, restos vetones, el palacio y jardines de Sotofermoso en Abadía, Casa-Museo de Gabriel y Galán, plataforma para practicar parapente, el linco ibérico o el “corral de lobo” en La Garganta

-Las aguas termales con una tradición milenaria existentes en la comarca han permitido el desarrollo de un producto en torno al turismo de salud (principalmente IMSERSO) que se debe mejorar y reorientar para mantener el vigor del producto.

-En cuanto a eventos, la presencia del “Otoño mágico” como Fiesta de Interés Turístico Nacional es fundamental para la vertebración turística de todo el territorio, distribuyendo flujos, promoviendo el conocimiento de todos los recursos y ayudando a posicionar la marca entre los consumidores. Otros eventos (Los Conversos, Termarium, Primavera viva, Festival de Teatro en Cáparra) deben seguir una senda de proyección comarcal, porque su capacidad de atracción ha de ayudar a consolidar el destino “Ambroz-Cáparra” por encima de las marcas locales

-Hay 2 recursos turísticos de gran interés para el territorio (el embalse Gabriel y Galán y el centro de innovación deportiva “El Anillo”) cuyo desarrollo debe realizarse con la implicación de agentes y población local.

Valoración cualitativa de los recursos turísticos del territorio Ambroz-Cáparra

Tabla 3.2.8 Resultados cualitativos sobre los recursos turísticos del territorio Ambroz-Cáparra

	Campo Arañuelo	Geoparque	Las Hurdas	La Vera	Majadas-Trujillo	Montfragüe	R. B del Tajo Internacional	Sierra de Gata	Montánchez	Tajo-Salor	Valle del Alagón	Ambroz-Cáparra	Valle del Jerte	MEDIA
Recursos culturales del destino (patrimonio, museos, ...) <small>Escala 1 a 10</small>	7,9	8,5	6,1	8,0	8,5	8,6	8,7	6,5	6,1	7,7	7,4	7,9	4,5	7,5
Recursos naturales del destino (Biodiversidad, flora, fauna, ...)	8,6	9,6	7,7	8,6	9,7	9,7	9,1	7,6	9,4	8,7	8,4	9,1	8,2	8,8
Senderos, zonas de aparcamiento y otras infraestructuras	7,3	6,4	5,5	4,9	5,0	7,8	7,7	6,2	6,0	6,5	6,9	5,8	6,1	6,3
Gastronomía: productos gastronómicos, gastronomía característica	7,4	8,0	6,4	7,8	8,2	6,8	8,0	7,1	9,4	8,9	8,4	7,4	6,1	7,7

*Fuente: Talleres de trabajo en destino.
Autodiagnóstico realizado por parte de los propios agentes territoriales asistentes a los talleres*

Los datos obtenidos en el autodiagnóstico realizado en el taller de trabajo del destino arrojan los siguientes resultados cualitativos sobre los recursos turísticos del territorio Ambroz-Cáparra:

Existe una percepción muy positiva sobre el grado de atractivo de los recursos medioambientales por parte de los propios agentes territoriales, situándose por encima de la media provincial. Sin embargo, la percepción sobre los recursos culturales es algo baja, a pesar de contar con elementos tan valiosos como el barrio judío de Hervás, la Vía de la Plata, el yacimiento de Cáparra o Granadilla.

La nota menos positiva está relacionada con las infraestructuras, donde pesa mucho la falta de adecuación de Granadilla para aprovechar su tirón turístico

En cuanto a los recursos gastronómicos, la nota se sitúa un poco por debajo de la media ya que, a pesar de disponer de algunos elementos culinarios de gran interés (castañas setas, cerezas, pimentón, cabrito, dulces judíos, aceite, quesos...), así como una interesante red de restaurantes, es necesario trabajar la gastronomía para convertirla en un producto turístico mucho más completo.

Valoración cualitativa de los recursos turísticos del territorio Ambroz-Cáparra

Analizando la red social especializada en turismo “Minube”, dentro del destino “Ambroz-Cáparra”, aparecen los siguientes recursos y actividades principales:



Hervás
(4,2 – 49 valoraciones)



Granadilla
(4,6 – 32 valoraciones)



Valle del Ambroz
(4,6 – 14 valoraciones)



Barrio judío de Hervás
(4,3 – 14 valoraciones)



Museo de la moto clásica
(4,7 – 10 valoraciones)



Las ruinas de Cáparra
(4,3 – 9 valoraciones)



Piscina natural Casas del M.
(4,7 – 9 valoraciones)



La Chorrera
(4,3 – 7 valoraciones)



La calle más estrecha
(4,5 – 7 valoraciones)



Baños de Montemayor
(4,7 – 6 valoraciones)



Pantano Gabriel y Galán
(3,3 – 3 valoraciones)



Piscina natural de la Granja
(5 – 1 valoración)

Valoración cualitativa de los recursos turísticos del territorio Ambroz-Cáparra

Si tomamos la plataforma **“TripAdvisor”**, no aparece como tal el destino “Ambroz-Cáparra”, pero sí aparecen algunos recursos, actividades y empresas de las principales localidades de la comarca:



Barrio judío de Hervás
(4,5 – 686 opiniones)



Granadilla
(4,5 – 272 opiniones)



Museo de la moto clásica
(4 – 138 opiniones)



Las ruinas de Cáparra
(4,5– 109 opiniones)



Balneario de Baños
(4– 83 opiniones)



Piscina natural de Casas del Monte
(4 – 42 opiniones)



Museo Pérez-Comendador.
(4,5 – 33 opiniones)



Iglesia del Castillo de Hervás
(4 – 18 opiniones)

Productos turísticos del destino

Desde la perspectiva de un destino, un producto turístico es un conjunto de prestaciones y elementos tangibles e intangibles –que incluyen recursos y atractivos, equipamientos e infraestructuras, servicios turísticos y actividades recreativas, así como imágenes y valores simbólicos- que ofrecen unos beneficios capaces de atraer a grupos determinados de consumidores, porque satisfacen las motivaciones y expectativas relacionadas con su tiempo libre. Desde este punto de vista, el producto turístico supone la integración de diferentes componentes de la oferta, controlados por diferentes organismos públicos y por una variedad de operadores privados, ninguno de los cuales ejerce un control directo sobre el resultado final.

La mayoría de los destinos turísticos tienen potencial para ofrecer una amplia gama de productos turísticos, pero es necesario organizar los componentes de la oferta para estructurar productos diferenciados que respondan a las necesidades y motivaciones de diferentes mercados y segmentos. Como cada producto responde a un mercado o segmento, es común que en marketing turístico nos refiramos a productos/mercados.

La estrategia de los productos turísticos debe ser reformulada periódicamente, ya que evolucionan con el tiempo. Para ello es necesario definir la fase del ciclo de vida en la que se encuentra cada producto:

- a. **ETAPA DE INTRODUCCION.** Es el momento en que se lanza el producto, con un coste elevado y un crecimiento muy escaso.
- b. **ETAPA DE CRECIMIENTO.** Es la etapa de aceptación del producto en el mercado y se caracteriza por un aumento en la curva de consumo. El producto empieza a funcionar en el mercado y se producen importantes ventas.
- c. **ETAPA DE MADUREZ.** En esta etapa el producto es bien conocido en el mercado y a su vez la competencia busca contrarrestar su éxito, lanzando nuevos productos que buscan quitarle mercado.
- d. **ETAPA DE DECLIVE / REJUVENECIMIENTO.** Es la última etapa del ciclo de vida de un producto y se caracteriza porque los nuevos productos lanzados por la competencia van desplazando a nuestro producto de las preferencias de los consumidores. El destino deberá decidir si retirar el producto del mercado o pensar en posibles estrategias alternativas para volver a incrementar su competitividad, relanzando y rejuveneciendo el producto.

En el siguiente apartado vamos a determinar los principales productos turísticos existentes en el territorio Ambroz-Cáparra, el grado de desarrollo en el que se encuentra cada uno de ellos, así como las propuestas de acción sobre los diferentes productos turísticos manifestadas por los propios agentes del destino.

Productos turísticos del destino

Turismo rural	
Descripción	Llega atraído por los recursos principales del territorio, tanto paisajísticos como culturales y patrimoniales. Cada vez es menos estacional, de forma que las visitas ocurren durante numerosos fines de semana a lo largo de todo el año. Es el segmento que más ha crecido en oferta en los últimos años, y sigue creciendo, ya que se siguen creando alojamientos rurales y servicios de ocio para el tiempo libre.
Recursos principales	<p>Recursos medioambientales: áreas protegidas, rutas ecoturísticas</p> <p>Recursos patrimoniales: Hervás, Cáparra, Granadilla</p> <p>Eventos: otoño mágico, primavera viva, Los Conversos...</p>
Grado de desarrollo	Se encuentra en estado de maduración, sobre todo en la zona del Valle del Ambroz
Perfil del visitante	Familias o parejas jóvenes y mediana edad con poder adquisitivo medio. Respetuosos con el medio ambiente
Mercados principales	<p>Turismo nacional: Madrid – Andalucía – Castilla y León</p> <p>Turismo internacional: Gran Bretaña – Alemania – Francia</p>
Productos relacionados	Ecoturismo – turismo cultural – turismo activo – turismo acuático – turismo de salud
Necesidades	<ul style="list-style-type: none"> -Mejora en la distribución de algunos servicios complementarios por el territorio -Puesta en valor de nuevos recursos para ayudar en la distribución de flujos a lo largo de todo el año -Formación en idiomas y marketing para los empresarios -Vigilancia y control para evitar competencia desleal de alojamientos no reglados

Productos turísticos del destino

Turismo de salud y bienestar	
Descripción	Hasta el momento, se ha ligado a los balnearios de Baños de Montemayor y en los últimos tiempos también al recién abierto en Hervás, con una relación muy importante con el turismo de 3ª edad (IMSERSO) Es estacional, centrado en Semana Santa y verano, aunque el buen trabajo de las empresas gestoras de la balneoterapia está logrando alargar de forma importante la temporada, de manera que el periodo en el que permanecen cerrados apenas llega a los 3 meses. La estancia es prolongada, de un fin de semana hasta quince días o un mes. Con el objetivo de desestacionalizar la actividad, se está abriendo el mercado también a las familias
Recursos principales	Recursos termales: Baños de Montemayor, El Salugral Recursos patrimoniales: barrio judío de Hervás, Vía de la Plata Recursos naturales: Bosques y naturaleza en estado virgen
Grado de desarrollo	El turismo termal curativo se encuentra en pleno estado de maduración El turismo de salud y bienestar dirigidas a promover el equilibrio entre cuerpo y mente en estado incipiente
Perfil del visitante	Turismo de la 3ª edad con poder adquisitivo medio-bajo y que no consume demasiado
Mercados principales	Turismo nacional: Madrid – Andalucía – Castilla y León - Cataluña
Productos relacionados	turismo cultural – turismo rural
Necesidades	-Innovar en el producto para acceder a nuevos mercados y perfiles de turistas -Transformar el turismo termal clásico en un turismo de bienestar que incluyan la práctica deportiva suave y el contacto con la naturaleza -Potenciar las actividades de interpretación (visitas, degustaciones...) para los usuarios actuales de la balneoterapia con el fin de incrementar el gasto medio por turistas

Productos turísticos del destino

Turismo cultural	
Descripción	Es atraído por los principales elementos patrimoniales y culturales del territorio. Es de visita corta, no pernocta o lo hace solo un fin de semana, pero consume productos locales (restauración y compra de artesanía) Dentro de este turismo cultural, encontramos también los peregrinos que transitan por la Vía de la Plata, que utilizan esta calzada como Camino de Santiago, sobre todo en otoño y primavera.
Recursos principales	Recursos patrimoniales: barrio judío de Hervás, Granadilla, Cáparra, Vía de la Plata Eventos y fiestas: Otoño Mágico, Los Conversos, Festival de Teatro Clásico en Cáparra
Grado de desarrollo	Es un producto en pleno proceso de crecimiento
Perfil del visitante	Turismo patrimonial: parejas de mediana edad (best-agers) con poder adquisitivo medio-alto Turismo de peregrinación: pequeños grupos o singles de mediana edad
Mercados principales	Turismo nacional: Madrid – Andalucía – Castilla y León Turismo internacional: Gran Bretaña – Alemania – Francia
Productos relacionados	Turismo rural – turismo gastronómico – turismo de salud
Necesidades	-Mejorar las infraestructuras en algunos de los recursos estrella (Granadilla-Cáparra) para mejorar su aprovechamiento y dar una imagen turística más adecuada -Promocionar otros recursos menos conocidos (pasado vettón, casa-museo Gabriel y Galán...) para aumentar la estancia media de los turistas y distribuir mejor los flujos turísticos por el territorio -Potenciar el turismo gastronómico y vincularlo con el turismo cultural (visitas a productores, catas de productos, interpretación del patrimonio etnográfico) para aumentar la estancia media de los turistas

Productos turísticos del destino

Ecoturismo	
Descripción	Se trata de una de los productos turísticos con mayor desarrollo en el destino. Los turistas llegan atraídos por los recursos paisajísticos, medioambientales y la red de senderos existente. Suele ser un turismo familiar o de grupos, con un importante componente de campistas y clientes de los complejos de apartamentos turísticos. Suele ser respetuoso con el medio ambiente y con un nivel adquisitivo medio pero con poca propensión al gasto. Cada vez es menos estacional, de forma que las visitas ocurren durante numerosos fines de semana a lo largo de todo el año. Es uno de los segmentos que más ha crecido en oferta en los últimos años, y sigue creciendo, ya que se siguen creando apartamentos, bungalows y servicios de ocio para el tiempo libre.
Recursos principales	Recursos medioambientales: árboles singulares, paisajes emblemáticos, rutas senderistas/cicloturistas, piscinas naturales
Grado de desarrollo	Es un producto en claro proceso de crecimiento
Perfil del visitante	Familias o grupos, respetuosos con el medio, con un perfil urbano
Mercados principales	Turismo nacional: Madrid – Andalucía – Castilla y León
Productos relacionados	Turismo rural – turismo gastronómico – turismo de salud – turismo activo
Necesidades	<ul style="list-style-type: none"> -Mejora en la distribución de algunos servicios complementarios por el territorio -Puesta en valor de nuevos recursos para ayudar en la distribución de flujos a lo largo de todo el año -Formación en idiomas y marketing para los empresarios

Productos turísticos del destino

Turismo activo y deportivo	
Descripción	La cercanía con la estación de esquí de “La Covatilla” a 30 minutos del destino, posibilita la llegada en invierno de turistas de perfil activo, que ocupan los alojamientos sobre todo del Ambroz en época de nieve. Pero también llegan al destino visitantes para realizar rutas en BTT o participar en carreras o competiciones deportivas diseñadas en algunos de los eventos singulares del territorio (Otoño mágico, Primavera Viva)
Recursos principales	Senderos de BTT y montañismo, eventos de carácter comarcal, gargantas y desfiladeros, láminas de agua, embalses, centro de innovación deportiva El Anillo, circuito EuroVelo y centros BTT comarcales
Grado de desarrollo	Es un producto en claro proceso de crecimiento
Perfil del visitante	Grupos de jóvenes, con perfil urbano y poder adquisitivo medio-alto
Mercados principales	Turismo nacional: Madrid – Andalucía – Castilla y León
Productos relacionados	Turismo rural – ecoturismo – turismo de salud
Necesidades	<ul style="list-style-type: none"> -Mejora en la distribución de algunos servicios complementarios por el territorio -Puesta en valor de nuevos recursos para ayudar en la distribución de flujos a lo largo de todo el año -Formación en idiomas y marketing para los empresarios

Productos turísticos del destino

Turismo acuático	
Descripción	<p>La existencia de láminas de agua con un alto potencial turístico está favoreciendo el desarrollo del producto náutico que está despegando en el territorio. Actualmente, se están desarrollando actividades como vela, wakeboard, paddlesurf, descenso en canoas para grupos de jóvenes y familias.</p> <p>También se desarrollan actividades de pesca deportiva, que atraen un numeroso grupo de visitantes, sobre todo en campeonatos y certámenes</p> <p>La existencia del centro de innovación deportiva “El Anillo” favorece la puesta en marcha de actividades de turismo náutico en el Embalse de Gabriel y Galán</p>
Recursos principales	<p>Láminas de agua: Embalses de Gabriel y Galán, Baños, Ahigal, Valdeobispo, La Pesga</p> <p>Piscinas naturales</p> <p>Centro de innovación “El Anillo”</p>
Grado de desarrollo	Es un producto en un primer estadio de crecimiento
Perfil del visitante	<p>Familias o grupos, menores de 40 años, con perfil urbano</p> <p>Pesca: pequeños grupos familiares o de mayores de 45 años, poco interesados en el resto de recursos</p>
Mercados principales	Turismo nacional: Madrid – Andalucía – Castilla y León
Productos relacionados	Turismo rural – Ecoturismo – turismo de salud – turismo activo
Necesidades	<ul style="list-style-type: none"> -Creación y adecuación de infraestructuras y equipamientos para el despegue definitivo del turismo acuático -Mejoras en la formación de las empresas que pueden desarrollar actividades de turismo náutico -Convenios de colaboración público-privados para mejorar la gestión de las láminas de agua, compatibilizando usos tradicionales con usos turísticos -Creación de zonas de baño en embalses para ayudar en la distribución de flujos turísticos y descongestionar algunas de las piscinas naturales del territorio

Productos turísticos del destino

Turismo gastronómico	
Descripción	El territorio Ambroz-Cáparra dispone de una serie de recursos gastronómicos de calidad contrastada y de una red de restaurantes reconocidos a nivel regional, e incluso nacional. Sin embargo, hasta el momento el producto gastronómico no se ha desarrollado de forma intensa, quedando limitado a un recurso complementario a los productos estrella: cultura, ecoturismo y turismo rural.
Recursos principales	Productos de gran valor: aceite, quesos, carnes, pimentón, frutos silvestres, cervezas, ginebras, Denominaciones de Origen Restaurantes de prestigio en poblaciones como Hervás o Zarza de Granadilla
Grado de desarrollo	Es un producto que se está comenzando a introducir en el territorio, con mucho potencial a medio y largo plazo
Perfil del visitante	Pequeños grupos o parejas de mediana edad (Best agers) con alto poder adquisitivo y perfil urbano
Mercados principales	Turismo nacional: Madrid – Andalucía – Castilla y León
Productos relacionados	Turismo rural – Ecoturismo – turismo de salud – turismo cultural
Necesidades	<ul style="list-style-type: none"> -Puesta en marcha de un proceso para la creación de un producto gastronómico potente, que aúne paisajes, industrias, comercios y lugares de restauración -Mejoras en la formación turística de productores agrarios y empresas agroalimentarias del destino -Consecución de marca de calidad de la manzanilla cacereña para su proyección turística

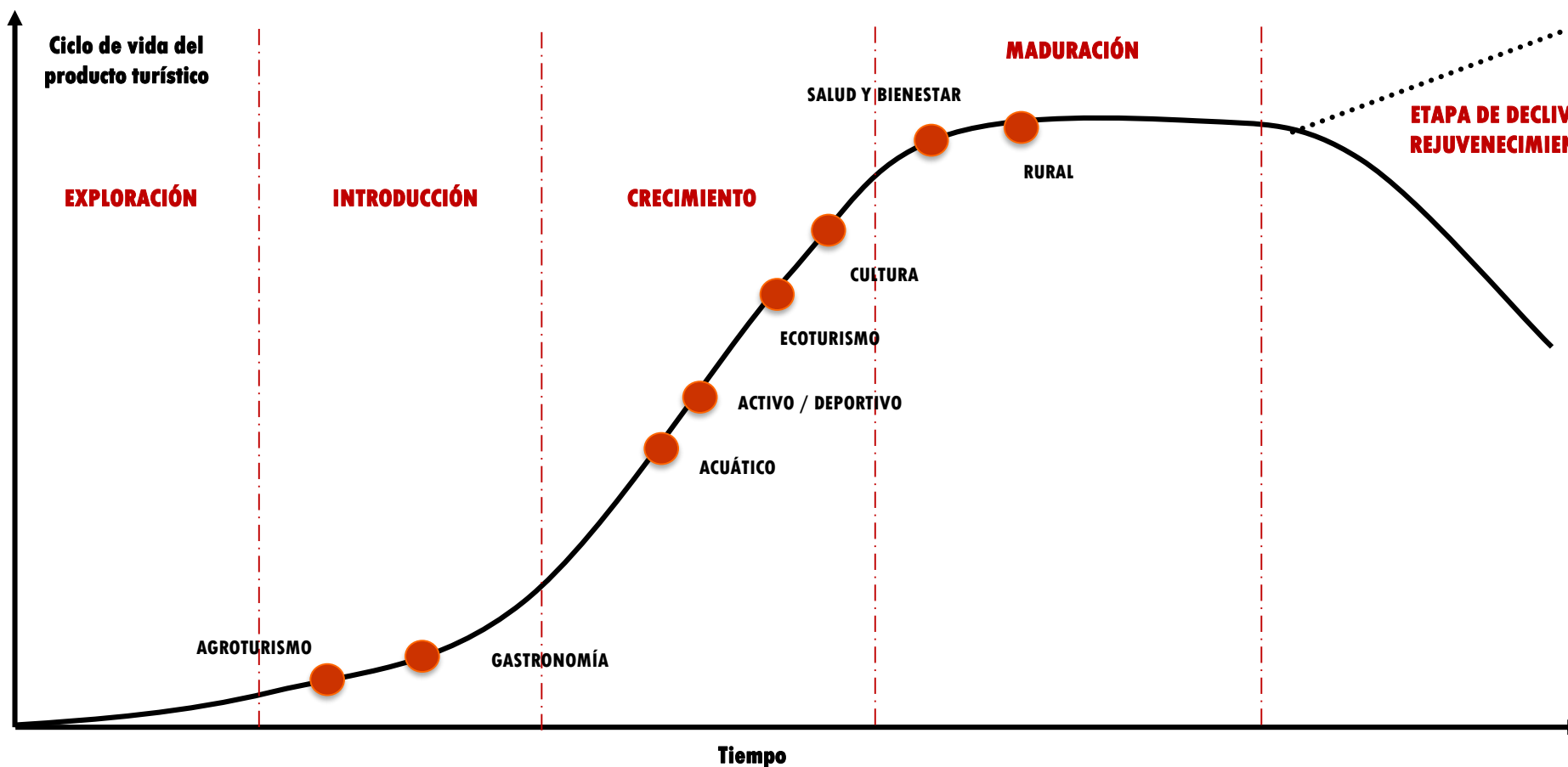
Productos turísticos del destino

Agroturismo	
Descripción	La diversidad de espacios naturales y de paisajes agrarios en el territorio Ambroz-Cáparra posibilita la creación de un producto agroturístico en torno a actividades como recogida de frutas, manejo del ganado extensivo, trabajo en las huertas, fabricación de quesos, recogida de aceitunas..., vinculándolos a alojamientos rurales de calidad, los productos gastronómicos y el bienestar de un entorno rural tranquilo. Hasta el momento no existe un producto agroturístico en el destino, a excepción de algunas iniciativas individuales relacionadas con la visita a fincas de producción ecológica en las dehesas
Recursos principales	Espacios agrarios y naturales: dehesas, vegas, huertas, bancales, bosques de castaños, olivares Producciones de gran interés: aceite y aceitunas, quesos, cerezas, fresas, vacas, ovejas y cabras
Grado de desarrollo	Es un producto que aún está en una primera fase de introducción, aunque cuenta con un importante potencial de crecimiento
Perfil del visitante	Familias y grupos de perfil urbano, con alto poder adquisitivo
Mercados principales	Turismo nacional: Madrid – Andalucía – Castilla y León
Productos relacionados	Turismo rural – Ecoturismo – turismo de salud – turismo gastronómico
Necesidades	-Puesta en marcha de un proceso para la creación de un producto agroturístico potente, que aúne paisajes agrarios, productos gastronómicos, alojamientos rurales de calidad y actividades de bienestar en la naturaleza -Formación turística de las industrias agroalimentarias y los propietarios agrarios -Consecución de marca de calidad de la manzanilla cacereña para su proyección turística

Productos turísticos del destino

De acuerdo a lo anterior, en el territorio Ambroz-Cáparra podríamos destacar 2 productos turísticos que se encuentran en fase de maduración: el turismo rural (que realiza actividades al aire libre y en contacto con naturaleza) y el de salud (asociado a las aguas termales). Otros cuatro productos aparecen en pleno proceso de crecimiento, basados en el aprovechamiento de los recursos culturales, ecoturísticos, deportivos y acuáticos, y que deben seguir apoyándose porque tienen un fuerte potencial de crecimiento.

Con un desarrollo muy inferior, encontramos los productos asociados al agroturismo y al turismo gastronómico (éste último también con mucha capacidad de crecimiento).



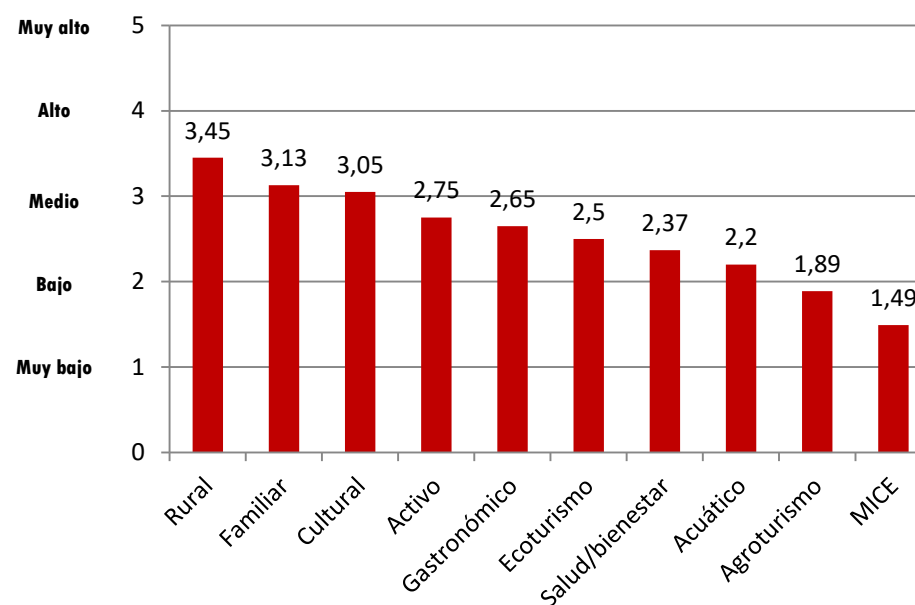
Valoración del grado de desarrollo de los productos turísticos por parte del sector

En la encuesta dirigida a todos los agentes clave del destino se incluyó una pregunta relativa al grado de desarrollo de los distintos productos turísticos del territorio, obteniéndose los resultados que podemos ver a continuación:

- Según los propios agentes del territorio, en el territorio Ambroz-Cáparra varios productos están alcanzando un nivel de desarrollo medio, como corresponde a destinos turísticos que están en fase de consolidación.
- Los productos que se sitúan por encima del nivel medio se corresponde con el turismo rural, el cultural y el familiar.
- En el lado contrario se sitúan el agroturismo y el turismo de congresos, con muy poco desarrollo según las encuestas recibidas.
- A la vista de los resultados se debe apostar por reforzar y mejorar productos como el activo (apostando por potenciar recursos como la BTT, el parapente o el montañismo), el turismo gastronómico (poniendo en valor las producciones de calidad asociadas a los múltiples paisajes agrarios) y el ecoturismo.
- Otros productos necesitan un fuerte impulso, porque su posición actual no se corresponde con su potencialidad, sobre todo el turismo acuático, aprovechando las importantes láminas de agua repartidas por el territorio (Embalse de Gabriel y Galán, Embalse de Baños)

Gráfica 3.3.1 Grado de desarrollo de los productos turísticos Territorio Ambroz-Cáparra

A su juicio, ¿cuál es el grado de desarrollo de los distintos productos de su destino?



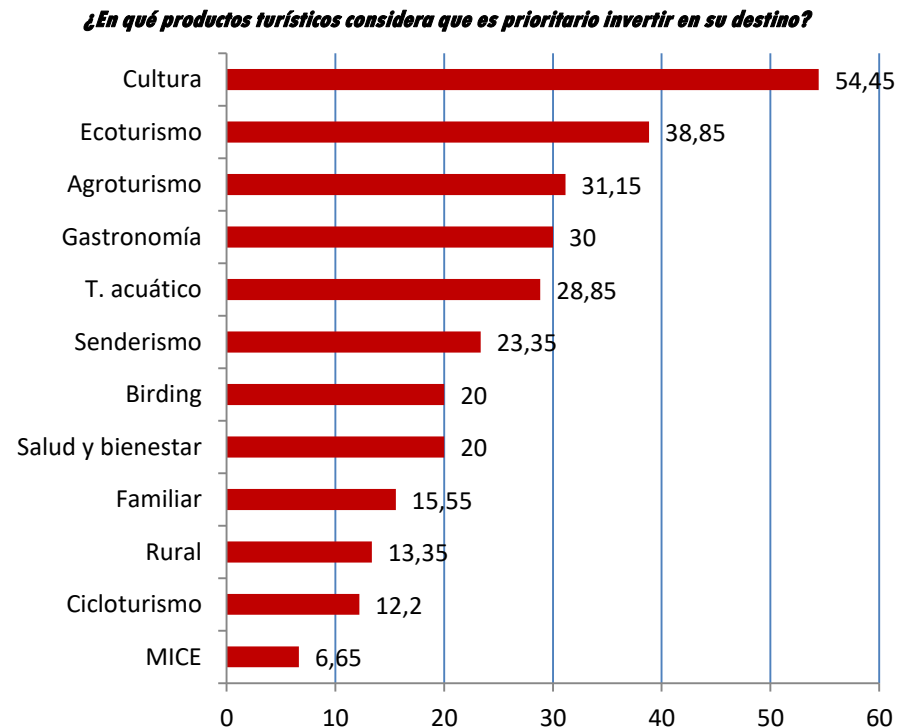
Fuente: Encuesta realizada al sector turístico del territorio

Productos turísticos a impulsar

De la misma forma, los agentes clave del destino consideran prioritario actuar en los siguientes productos:

- Para los agentes del territorio Ambroz-Cáparra los productos asociados al turismo cultural, el ecoturismo, el turismo gastronómico y el acuático deben recibir un impulso muy importante, dado la cantidad y calidad de recursos que existen en el territorio relacionados con dichos productos.
- En un segundo escalón, se contempla la necesidad de actuar en productos ligados al senderismo, el birding y el turismo de salud y bienestar (éste último con el fin de reactivar y diversificar el actual turismo termal de Baños de Montemayor)
- Se observa en la encuesta que ni el turismo familiar ni el rural necesitan una actuación prioritaria, debido al elevado grado de desarrollo de ambos productos en el destino
- Destaca la escasa importancia mostrada por el fomento del cicloturismo, una actividad que podría ayudar a mejorar otros productos prioritarios como el ecoturismo y el turismo rural y diversificar aún más la oferta que el destino ofrece actualmente a los visitantes.

**Gráfica 3.3.2 Productos turísticos prioritarios
Territorio Ambroz-Cáparra**



Fuente: Encuesta realizada al sector turístico del territorio

Análisis de la oferta turística empresarial del territorio Ambroz-Cáparra

Desde el punto de vista cuantitativo, la oferta turística de Ambroz-Cáparra se estructura de la siguiente manera:

- El número total de empresas turísticas asciende a 466, lo que supone el 6,39 % del total de empresas turísticas de la provincia de Cáceres.
- Por sectores, se localizan 41 establecimientos hoteleros, 81 alojamientos rurales, 59 locales de restauración, 276 bares-cafeterías-pubs, 7 empresas de actividades y 2 agencias de viajes.
- Dentro del sector hotelero, Ambroz-Cáparra presenta una amplia variedad y cantidad de establecimientos, con 2 hoteles de 4****, 1 hotel de 3***, otros 2 de 2** y 3 hoteles más de 1*, 6 hostales de 2** y 5 hostales de 1*, 12 apartamentos turísticos, 6 albergues y 4 campamentos de turismo.
- En el apartado de alojamiento rural existe una oferta muy amplia y de calidad dividiéndose los 81 establecimientos rurales en 4 casas de 4****, 43 casas de 3***, 28 de 2**, 4 casas de 1* y 2 hoteles rurales de 3***.
- Las licencias de restauración se dividen en 34 restaurantes de 1 tenedor, 18 de 2 tenedores y 6 salones para eventos.

Tabla 3.4.1 Distribución de las empresas turísticas del territorio Ambroz-Cáparra por sectores (junio 2020)

Sector	Tipología	Distribución por categorías				Total	
		4****	3***	2***	1*		
Alojamiento (41)	Hoteles	2	1	2	3	8	
	Hostales	-	-	6	5	11	
		1º /lujo	2º cat	3º cat	4º cat		
	Apto. turístico	2	4	2	4	12	
	Albergue	6	-	-	-	6	
	Camping	1	3	-	-	4	
		4****	3***	2***	1*		
Alojamiento rural (81)	Casa rural	4	43	28	4	79	
	Hotel rural	-	2	-	-	2	
Restauración (59)		4 ten	3 ten	2 ten	1 ten		
	Restaurantes	-	-	19	34	53	
		Media	Básica				
Cafés y bares (276)		3 tazas	2 tazas	1 taza			
	Cafeterías	6	-	16		22	
		Bares	Pubs				
	Bares	220	34			254	
Actividades (6)	Actividades	6				7	
Agencias (2)	Agencias	2				2	
						Total	466

Fuente: registro de empresas turísticas. Junta de Extremadura

Análisis de la oferta turística empresarial del territorio Ambroz-Cáparra

Desde el punto de vista territorial, la oferta turística de Ambroz-Cáparra se estructura de la siguiente manera:

- Existe una concentración de licencias en torno a Hervás, como principal centro turístico del territorio, que aglutina casi el 27% de empresas turísticas del territorio.
- Por detrás de Hervás, aparecen municipios con importantes atractivos turísticos como Baños de Montemayor (57 empresas asociadas a las aguas termales y la Vía de la Plata), Zarza de Granadilla (39 empresas relacionadas con Granadilla y Cáparra) y Aldeanueva del Camino (37 empresas orientadas a la Vía de la Plata y el corredor A-66)
- En el resto del territorio, la existencia de alojamientos, casas rurales y empresas de restauración se presenta de forma bastante equilibrada, lo que permite una correcta distribución de los flujos turísticos por todos los municipios del destino Ambroz-Cáparra

Tabla 3.4.2: Distribución de las empresas turísticas del territorio Ambroz-Cáparra por municipios. Junio de 2020

	Abadía	Aligal	Aldeanueva del C.	Baños de M.	Cabezobellosa	Casas del Monte	Cerezo	Garganilla	Gujo de Gr.	Hervás	Jarilla	La Garganta	La Granja	La Pesga	Marchagaz	Mohedas de Gr.	Oliva de Plasenc	Palomero	Santa Cruz de P.	Santibáñez el Bajo	Segura de Toro	Villar de Plasenc	Zarza de Gr.	Total
Alojamientos	1	0	4	14	1	3	0	0	0	8	2	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	4	41
Aloj. rurales	0	1	8	8	4	7	1	1	3	25	4	1	1	0	1	0	1	1	0	1	3	3	7	81
Restaurantes	1	1	6	9	0	4	0	0	1	22	2	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0	1	7	59
Bares-cafés	7	22	18	26	8	12	2	2	8	64	5	10	5	12	8	11	4	5	4	11	6	5	21	276
Actividades	0	0	1	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	7
Agencias	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Total	9	24	37	57	13	26	3	3	12	125	13	12	7	14	9	12	8	6	4	13	9	10	39	466

Fuente: Registro de empresas turísticas de la Junta de Extremadura y bases de datos turísticos de la Excm. Diputación de Cáceres

Análisis de la oferta turística empresarial del territorio Ambroz-Cáparra

A la vista de los datos estadísticos, y consultando todas las herramientas disponibles en este estudio, podemos determinar que la oferta turística del territorio Ambroz-Cáparra presenta las siguientes características fundamentales:

- Existe una interesante variedad de alojamientos hoteleros en el contexto comarcal (hoteles, hostales, apartamentos, albergues y campings), lo que permite dar cobertura a la actual demanda turística, aunque se detecta una carencia de alojamientos de alto nivel, sobre todo en la zona Oeste del territorio.
- Hay una oferta muy amplia en el sector de los alojamientos rurales, lo que permite el desarrollo de productos asociados al turismo rural, el ecoturismo, etc. aunque en determinadas épocas del año el nivel de ocupación alcanza el 100% detectándose la necesidad de generar más oferta.
- En lo relativo a la oferta de restauración, la mayor parte de los restaurantes se concentran en Hervás, como destino más conocido y consolidado de la comarca, seguido de lejos por Baños de Montemayor con su oferta para el turismo termal y de peregrinos y Zarza de Granadilla, situada en el centro del triángulo Granadilla-Cáparra-Gabriel y Galán. Algunos de los restaurantes del destino tienen una capacidad de atracción bastante importante para los amantes de la gastronomía, destacando las puntuaciones de Tripadvisor de “A fuego lento” (4,5 sobre 710 opiniones), “El Almirez” (4,5 sobre 533 opiniones), “Sésamo casa de comidas” (4,5 sobre 457 opiniones) y “Versátil” (5,0 – 153 valoraciones en Tripadvisor)
- El sector de actividades y servicios turísticos no tiene un número amplio de licencias (solamente 7 empresas están instaladas en el territorio) que ofrecen servicios culturales, de turismo activo-deportivo y de ecoturismo. Aunque hay empresas foráneas que prestan servicios en la comarca, es necesario crear nuevas empresas con el fin de dar servicio a una creciente demanda de actividades, tanto para familias como para amantes de la ornitología, el turismo activo o el ecoturismo.
- En cuanto a la distribución territorial existe una excesiva polarización en torno a Hervás, por lo que se hace necesaria una batería de acciones para incentivar la diversificación de los flujos turísticos por todo el destino, incluyendo los municipios más pequeños, una diversificación que sin duda ayudará a situar la actividad turística sostenible como una de las claves del futuro de Ambroz-Cáparra.



Elementos singulares y auténticos de Ambroz-Cáparra

Dentro del Plan de Sostenibilidad Turística Ambroz-Cáparra, el proceso participativo de los agentes del territorio es fundamental para determinar la presencia de recursos y/o productos únicos y singulares sobre los que pivotar el marco de acción del destino. Para la realización de dicho análisis contamos, en primer lugar, con la encuesta dirigida al sector turístico de este territorio:

¿Qué aspectos o características hacen único su destino?

“Riqueza natural + grandes láminas de agua”

“Diversidad, la tranquilidad y el paisaje”

“Entorno con gran variedad de zonas rurales”

Ciudad romana de Cáparra (se necesita un impulso serio arqueológico para que muralla, arco, ciudad y puente luzcan como hace 2000 años)

Sacar a la luz un mínimo de 30-40 km de calzada romana que potencie el camino de Santiago.

Reconstrucción de Granadilla y creación de un centro de interpretación abierto al público sobre el linco ibérico

Potenciar el anillo construyendo una tirolina gigante que atravesando el pantano tenga aquí el punto de llegada con restaurante y parque Multiaventura

Excavación y reconstrucción del templo romano de piedras labradas

Contamos con uno de los Conjuntos Histórico-Artísticos más destacable de toda la provincia de Cáceres, Granadilla. Por su muralla, enclave y castillo. La vía de la plata a su paso por la misma, no está lo suficientemente explotada, carente de suficiente infraestructura de alojamiento y calidad en los mismos, el propio Yacimiento Arqueológico de Cáparra está poco promocionado y dinamizado turísticamente. Es relevante el número de hectáreas dedicado al cultivo del olivar de montaña, que sin duda es el recurso natural, cultural, social y económico que transforma nuestro modo de vida durante todo el año. Este recurso nos aporta un elemento diferenciador, gastronómico, turístico de los más potentes a la hora de la creación de marca y promoción.

“Los recursos naturales (bosques, árboles singulares, pantanos...)”

“La cantidad de naturaleza y la diversidad de oferta con el agua termal!”

“Gastronomía, clima y termalismo.”

“Su entorno natural y conjunto histórico, esto nos viene dado por nuestros antepasados, a nosotros nos toca mejorarlo y mantenerlo”

Elementos singulares y auténticos de Ambroz-Cáparra

En segundo lugar, aportamos las respuestas de los participantes en los talleres de trabajo desarrollados para la elaboración del Plan de Sostenibilidad Turística Ambroz-Cáparra:

Tabla 3.5.1 Conceptos que mejor definen el destino Ambroz-Cáparra

¿Qué conceptos definen mejor tu comarca? <small>Escala: 1 a 10</small>	Campo Arañuelo	Geoparque V-I-J	Las Hurdes	La Vera	Majadas- Trujillo	R. B Monfragüe	Tajo Internacional	Sierra de Gata	Montánchez	Tajo-Salor Almonte	Ambroz-Cáparra	Valle del Alagón	Valle del Jerte	MEDIA
Gente amable cercana y hospitalaria	7,8	8,5	8,2	9,3	7,6	8,9	8,2	7,5	8,4	7,9	8,7	9	8,3	8,4
Tranquilidad, ambiente slow, quietud	7,8	9,3	8,8	9,7	8,7	9,2	8,8	9,5	8,4	9,3	8,9	8,8	8,1	8,9
Entorno puro, virgen, no contaminado	8	9,3	8,1	9,8	9,1	8,8	9,1	8,5	7,3	8,9	8,8	8,1	6,9	8,5
Autenticidad, tradiciones, modo de vida rural	7,2	7,7	7,8	8,5	7,8	8,8	8	9	5,9	9,1	6,8	8,1	7,3	7,8
Destino eco-natural / sostenible	6	7,9	8,3	9	8,4	8,2	8,5	8,8	7	8,7	7	8,1	7	7,8
Patrimonio histórico	6,2	7,6	8,3	6,7	7,7	7,5	7,6	9,2	6,8	9,4	8,7	7	5,7	7,7
Actividades y eventos singulares	6,4	4,7	6,6	5,3	7,1	6,2	6,4	6,8	6,8	7,6	6,4	6,4	6,9	6,4
Experiencias singulares	5,8	6,4	6,4	4	6,3	7,2	6,7	7,4	7,8	6,6	6,3	6,2	6,8	6,4
Media ponderada	6,9	7,7	7,8	7,8	7,8	8,1	7,9	8,3	7,3	8,4	7,7	7,7	7,1	7,7

Elementos singulares y auténticos de Ambroz-Cáparra

A la vista de los datos aportados en ambas herramientas, al que se añade el análisis de las entrevistas a los agentes clave del territorio, podemos determinar que el destino Ambroz-Cáparra presenta los siguientes elementos que diferencian este territorio del resto de zonas de la provincia de Cáceres:

- **Una orografía y una climatología totalmente diferentes al resto de la provincia de Cáceres, con inviernos rigurosos idóneos para el desarrollo de actividades deportivas, veranos suaves fundamentales para el turismo vacacional y un otoño lluvioso para el disfrute de actividades de ecoturismo**
- **Un contraste de paisajes, con montañas nevadas, frondosos valles, cultivos serranos, dehesas, embalses, gargantas y cascadas de agua, que favorecen el desarrollo de productos ecoturísticos y rurales**
- **Una diversidad cromática en los bosques única en la provincia de Cáceres, con un mosaico de colores que tiñen el destino Ambroz-Cáparra en un otoño verdaderamente mágico.**
- **Una comarca repleta de agua, en forma de nieve, de aguas termales, de láminas de agua, de charcas, de piscinas naturales, de ríos y arroyos, para disfrutar de múltiples actividades (baño, termas, pesca, navegación, deportes acuáticos...)**
- **Varios recursos patrimoniales “estrella” complementarios entre sí por sus diferentes épocas históricas: la ciudad romana de Cáparra, la villa medieval de Granadilla y el barrio judío de Hervás**
- **Una red de caminos históricos que conectan espacios naturales y monumentos históricos, con la Vía de la Plata y la Vía Verde como elementos vertebradores de dicha red, que se completa con un sinfín de pequeños y largos senderos repartidos por el territorio**

Situación de la sostenibilidad en el territorio Ambroz-Cáparra

Un elemento fundamental dentro del diagnóstico es el análisis de sostenibilidad del destino. La implementación de políticas y buenas prácticas de sostenibilidad ambiental, económica y social en el desarrollo turístico de Ambroz-Cáparra constituye una base imprescindible para generar un turismo de calidad. Actualmente, aparecen varias acciones que pueden mejorar la sostenibilidad y otras que, por el contrario, pueden dificultar la consecución de un turismo sostenible:

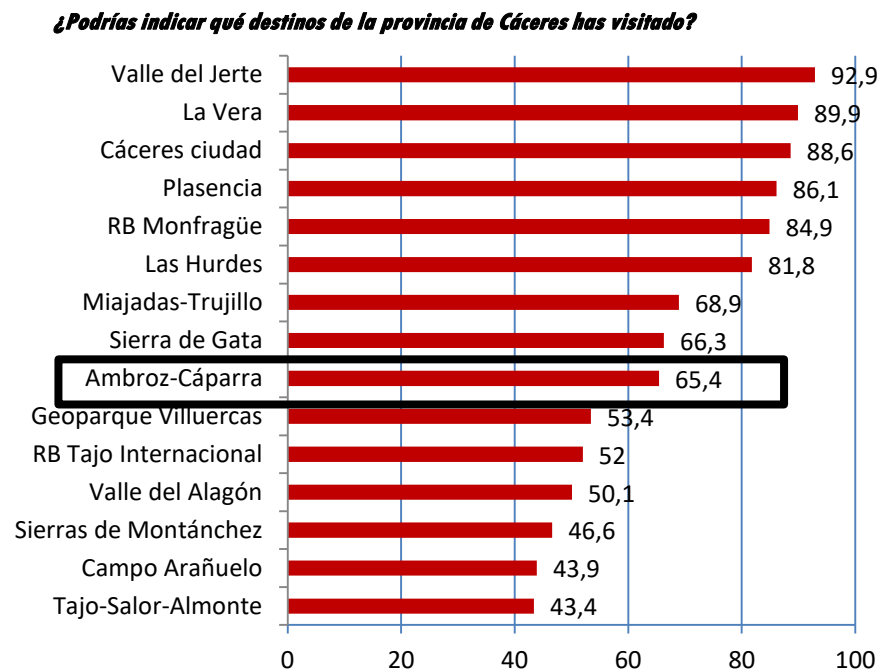
MEJORAN LA SOSTENIBILIDAD	DIFICULTAN LA SOSTENIBILIDAD
La existencia de eventos turísticos de carácter comarcal (Otoño Mágico, Primavera Viva) puede ayudar a distribuir de forma ordenada los flujos turísticos, mejorar el conocimiento de los recursos menos explotados del territorio y ayudar a la creación y mantenimiento del tejido empresarial en todos los municipios	La falta de regulación y acceso a algunas de las zonas de baño en época estival, supone problemas de ruido, contaminación de las aguas, afecciones a la fauna, atascos... que hacen que la calidad de la experiencia, sobre todo para un turismo comprometido con el medio ambiente, sea media baja o baja.
La existencia del Centro de cría del lince ibérico proporciona una imagen de destino sostenible al territorio, que debe ser aprovechado en los próximos años desde un punto de vista turístico.	El uso escasamente ordenado, priorizando la producción de electricidad y el regadío, de las aguas del Embase de Gabriel y Galán dificulta la conservación de flora y fauna, así como el desarrollo de actividades acuáticas ecoturísticas.
El desarrollo de actividades destinadas al conocimiento de los recursos medioambientales (senderismo, cicloturismo, actividades deportivas...) del destino Ambroz-Cáparra ayudan a mantener los ecosistemas y paisajes de forma sostenible y duradera en el tiempo.	La concentración de población, empresas y actividades en Hervás y Baños de Montemayor supone un problema para el futuro de los municipios más pequeños, que están perdiendo población de forma acelerada poniendo en riesgo la conservación de los recursos y la supervivencia socioeconómica de esos municipios.
Potenciación de la movilidad sostenible y difusión entre turista y población local de la bicicleta, gracias a infraestructuras como La Ruta Vía de la Plata, Eurovelo, Centros Btt	La concentración de recursos y acciones de promoción en torno a Hervás, Cáparra y Granadilla puede mermar su atractivo e incidir de forma negativa en la capacidad de carga de los tres elementos.
La presencia de un Centro de innovación deportiva en el medio natural puede servir como punto catalizador de todas las actividades de turismo activo y deportivo que se realicen en el territorio, garantizando la preservación de los espacios y evitando sobrepasar la capacidad de carga de recursos y equipamientos	El abandono progresivo del poblado del embalse Gabriel y Galán puede afectar a su nivel de conservación y transmisión a las generaciones futuras.

Análisis de la demanda turística actual en el territorio Ambroz-Cáparra

Para analizar la demanda turística actual del territorio Ambroz-Cáparra utilizamos, en primer lugar, los datos proporcionados por la encuesta a la población local realizada en el diagnóstico. De este modo, observamos que aproximadamente un 65% de los residentes de la provincia de Cáceres encuestados han visitado en alguna ocasión el territorio Ambroz-Cáparra, situándose por debajo de los destinos más conocidos o consolidados, pero en un escalón superior a otras zonas de la provincia turísticamente atractivas como el Tajo Internacional o el Geoparque Villuercas.

Junto a los datos de demanda, la encuesta a la población local también nos arroja un dato interesante: el grado de atractivo turístico que poseen los diferentes territorios de la provincia y que, en el caso de Ambroz-Cáparra, arroja una cifra de 4,11 sobre 5, lo que nos sitúa en un punto medio en el contexto provincial, alejados de destinos como el Jerte, la Vera o las Hurdes y nos obliga a actuar en el corto y medio plazo en una mejora de la marca e identidad turísticas para situarnos en un plano similar a estas comarcas similares en recursos pero mucho más avanzadas en concepto de destino turístico.

Gráfica 3.7.1 Destinos turísticos visitados por residentes en la provincia de Cáceres



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta a la población local

Gráfica 3.7.2 Grado de atractivo de los destinos turísticos de la provincia de Cáceres



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la encuesta a la población local

Análisis de la demanda turística actual en el territorio Ambroz-Cáparra

Dentro de la encuesta a la demanda turística nacional real encontramos que casi el 25% de los turistas que han viajado a la provincia de Cáceres ha visitado el territorio Ambroz-Cáparra, situándose al final de un segundo escalón de territorios más visitados en el contexto provincial, con porcentajes algo inferiores a áreas cercanas como Las Hurdes o Sierra de Gata y por encima de comarcas con reconocimiento ambiental como el Geoparque de Villuercas o la RB del Tajo Internacional.

Si atendemos únicamente a estos datos, podríamos concluir que Ambroz-Cáparra se situaría como un destino que comienza a cobrar importancia en la provincia de Cáceres. Sin embargo, si a la encuesta añadimos las cifras de visitantes recogidas en las oficinas de turismo de Hervás, Baños de Montemayor y Cáparra, se detecta una realidad aún más positiva para este territorio.

En este sentido, durante el período 2017/2018 se registraron cada año entre las tres oficinas, más de 135.000 visitantes, un número muy superior a los consignados en destinos mucho más conocidos como La Vera, el Jerte o Las Hurdes.

La suma de ambos análisis nos permite constatar que el destino Ambroz-Cáparra recibe un creciente número de turistas, que muchos de ellos visitan la zona sin ser conscientes del territorio en el que están, prueba evidente de la ausencia de una marca turística definida y que la marca local Hervás se sitúa como uno de los destinos preferentes del turismo que visita la provincia de Cáceres.

Tabla 3.7.1 Número total de turistas que visitan las oficinas de turismo de la comarca (2017/2018)

Oficina turismo	2017		2018	
	Turistas nacionales	Turistas internacionales	Turistas nacionales	Turistas internacionales
Hervás	76262	1999	73671	1771
Baños de Montemayor	19840	739	20950	812
Cáparra	35201	2148	44263	2615
TOTAL	131.303	4.886	138.884	5.198
	136.189		144.082	

Fuente: Dirección General de Turismo. Junta de Extremadura y oficina de información turística de la Mancomunidad Trasierra-Tierras de Granadilla

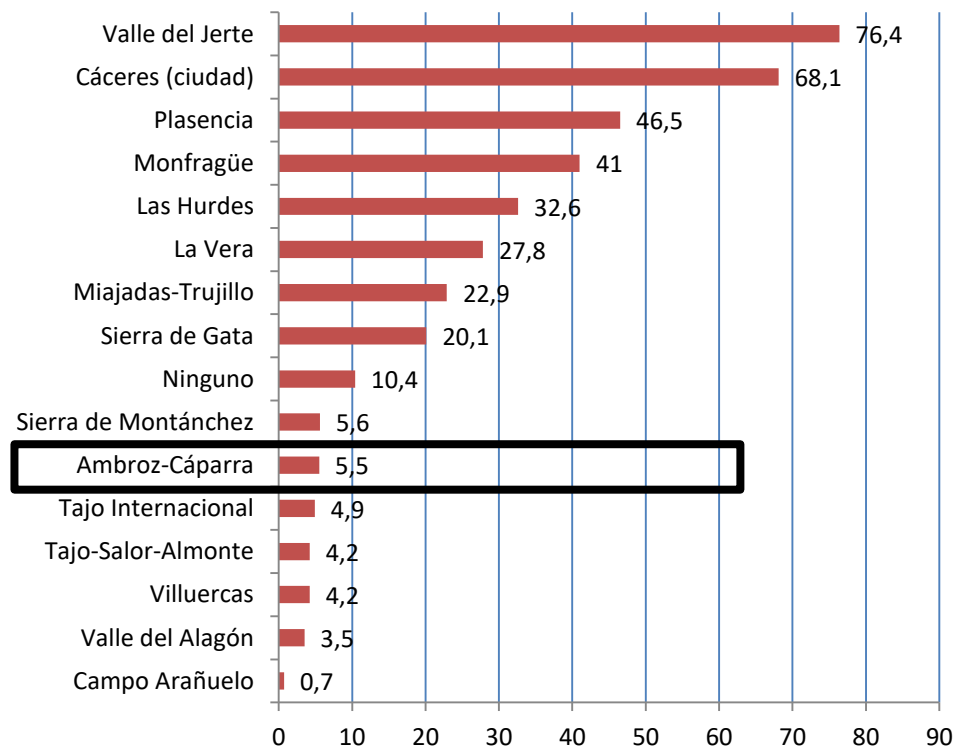
Análisis de la demanda turística actual en el territorio Ambroz-Cáparra

En el caso de la demanda turística nacional potencial, es decir, personas que no han viajado a la provincia de Cáceres, como mínimo en los últimos tres años, el conocimiento del territorio Ambroz-Cáparra es bastante bajo. Únicamente un 5,5% de las personas encuestadas que responden a este perfil, afirman haber oído hablar de este territorio o disponen de información sobre los recursos y actividades turísticas que pueden realizarse en la zona; un porcentaje muy inferior a territorios cercanos como Las Hurdes, la Vera o el Valle del Jerte, que podrían servir como zonas de promoción conjuntas.

Tenemos, en este contexto, la constatación del principal problema que hemos venido detectando a lo largo del estudio: la ausencia de una marca “Ambroz-Cáparra” consolidada para los clientes potenciales y menos conocedores de la provincia de Cáceres. Estamos convencidos de que, si en vez de preguntar por el destino Ambroz-Cáparra, se hubiese preguntado por Hervás o por Granadilla, el porcentaje de conocimiento entre los encuestados se habría incrementado notablemente.

Gráfica 3.7.3 Conocimiento del territorio Ambroz-Cáparra como destino turístico

¿Ha oído hablar o dispone de información sobre alguno de estos destinos turísticos de la provincia de Cáceres?



Fuente: Encuesta a la demanda turística nacional potencial, personas que no han viajado a la provincia de Cáceres en los últimos tres años, n = 166 personas, año 2019

Imagen de los consumidores turísticos actuales

El carácter positivo de la realidad turística del territorio Ambroz-Cáparra se mantiene en las respuestas dadas por los turistas nacionales que han viajado al territorio en relación a los valores e imágenes más significativas que pudieron descubrir en su recorrido por la zona:

- En primer término, todos los atributos fundamentales para el desarrollo de un turismo “slow” (tranquilidad, paz, relajación, sosiego, descanso...) se resumen en la frase “lugar para perderse”, que podría funcionar sin ninguna duda como “claim” en cualquier campaña de marketing.
- Además, los turistas reconocen el valor del “otoño mágico”, principal evento del territorio y que está ayudando a mejorar su posicionamiento turístico.
- Junto a ese reconocimiento, los turistas reconocen el valor histórico tanto de Cáparra como de Granadilla en el resto de las respuestas. Destaca, en este sentido, el mensaje “calor de piedras milenarias”, que también podría utilizarse en las acciones promocionales del destino
- Destacamos, por último, el reconocimiento al valor histórico-cultural del barrio judío de Hervás, conjunto histórico desde 1969 y que, durante muchos años, se convirtió en el principal reclamo turístico del territorio.
- Tenemos, por lo tanto, una buena definición de atributos y recursos fundamentales del destino. Necesitamos, a partir de ahora, seguir potenciando estas cualidades y, al mismo tiempo, apoyar y difundir el resto de bondades del territorio

(Vía verde, aguas termales, Vía de la Plata, embalse de Gabriel y Galán, excelente gastronomía) para hacer de Ambroz-Cáparra uno de los destinos preferentes de la provincia

Por un momento imagínese visitando distintos destinos de la provincia de Cáceres. ¿Qué sensaciones le sugieren?

“Pureza ambiental”

“Calor de piedras milenarias”

“Montañas agrestes con pueblos con historia”

“Lugar para perderse”

“Colores de otoño”

“Su pasado judío”

“El encanto de un pueblo abandonado con sus calles históricas”

“Me encantó pasear por Granadilla e imaginarme a los vecinos felices cuando vivían ahí”

Fuente: Encuesta a la demanda turística nacional, n = 605 personas, año 2019

Posicionamiento del territorio Ambroz-Cáparra en el contexto provincial

Dentro de la investigación cualitativa llevada a cabo con los “focus-groups” en el desarrollo del proyecto, se ha conseguido crear el siguiente gráfico de posicionamiento y reconocimiento turístico de los distintos territorios de la provincia de Cáceres:

Ambroz-Cáparra es un territorio bastante conocido en el contexto de la provincia de Cáceres, con un nivel de reconocimiento similar a la Sierra de Gata y sólo superado por el Valle del Jerte, Cáceres, La Vera, Monfragüe y Las Hurdes.

Este buen posicionamiento y conocimiento del territorio revela que, en los últimos años, se está haciendo un importante esfuerzo por impulsar recursos y productos con eventos tan significativos como el Otoño Mágico o la puesta en valor de elementos monumentales como Cáparra o Granadilla. Y estamos convencidos de que, cuando la comarca sea capaz de unir y vincular de forma efectiva la marca “Hervás” con la marca “Ambroz-Cáparra” la notoriedad será aún más alta, alcanzando las primeras posiciones del ranking provincial.



Fuente: resultados sobre 3 Focus-groups conformados por 6 personas con 2,5 h de duración

An aerial photograph of an archaeological site. The site features several large, rectangular stone structures with internal walls, suggesting a complex of rooms or courtyards. A prominent, taller structure with a flat roof and a central opening is visible in the middle. The ruins are surrounded by a mix of green grass and trees, with a dirt road or path running along the left side. The lighting is bright, casting long shadows.

**GOBERNANZA
TURÍSTICA | 04.**

Metodología empleada en el diagnóstico turístico del territorio Ambroz-Cáparra

Con el fin de obtener la mejor radiografía posible del territorio e implicar de forma directa a la población local en su elaboración, el diagnóstico de situación se ha desarrollado de forma participativa. De este modo, se han realizado varias reuniones “on-line” (para garantizar la seguridad sanitaria de los asistentes) con los agentes técnicos y políticos del territorio, para detectar necesidades y consensuar la filosofía y las acciones del Plan de Sostenibilidad Turística. Igualmente, se han mantenido 23 entrevistas personalizadas con agentes públicos y privados representativos del destino y realizado 31 encuestas online a empresas turísticas del territorio.

El proceso de participación ha contado con una encuesta a la población local, que nos ha permitido conocer el grado de importancia que le concede la población local al turismo, su visión sobre la actividad, la percepción sobre el grado de saturación de los destinos, la contribución al desarrollo y generación de empleo y riqueza, etc. recibiendo un total de 641 respuestas.

Otro de los elementos básicos del diagnóstico han sido los 3 talleres de trabajo con los representantes políticos, técnicos y empresariales del destino, fundamentales para analizar las posibles propuestas de acción en diferentes ámbitos del territorio.

Como complemento a todo el proceso de diagnóstico, se han analizado diversas fuentes secundarias que nos ha permitido enriquecer el documento con datos y cifras estadísticas. Entre estas fuentes destacamos:

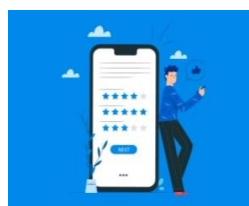
- A) Datos del observatorio turístico – datos del instituto de estadística de Extremadura – datos de la IDE Extremadura
- B) Datos propios de Diputación de Cáceres -datos de Redex– datos de CEDER Cáparra– datos de oficinas de turismo y C.I.
- C) Análisis de los diferentes estudios, planes estratégicos, artículos de prensa específicos de turismo de los diferentes territorios y referencias de Internet: TripAdvisor, Minube...



REUNIONES
TÉCNICAS
ONLINE



23 ENTREVISTAS
A AGENTES
TURÍSTICOS



31 ENCUESTAS
ONLINE SECTOR
TURÍSTICO



641 ENCUESTAS
POBLACIÓN
LOCAL



3 TALLERES DE
TRABAJO



ESTUDIO DE
FUENTES
SECUNDARIAS



42 CARTAS DE
APOYO AL PLAN
UNA VEZ
FINALIZADO

Entidad gestora del turismo en el territorio Ambroz-Cáparra

Según el diagnóstico realizado para la elaboración de este Plan de Sostenibilidad Turística en Ambroz-Cáparra, existe un conjunto de entidades que asumen la gestión turística del territorio, pero sin contar, hasta el momento con un equipo técnico dedicado en exclusividad al turismo.

De esta manera, junto a la Diputación de Cáceres y la Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura, intervienen en el sector turístico los Grupos de Acción Local DIVA (Desarrollo Integral del Valle del Ambroz) y CEDER Cáparra, las Mancomunidades Valle de Ambroz y Trasierra-Tierras de Granadilla (coincidiendo ésta con Cáparra), el consorcio local “Turismo de Hervás”, así como las asociaciones de turismo ATURTIGRA (Asociación de turismo Tierras de Granadilla) y ATUVA (Asociación de Turismo del Valle del Ambroz).

La existencia de un número tan diverso de agentes turísticos en el territorio ha impedido, hasta el momento, una coordinación efectiva del desarrollo turístico del destino, ya que cada entidad realiza sus propias acciones y proyectos de forma autónoma. Sin embargo, en los últimos meses se constata un cambio de tendencia en la gestión turística del territorio, promocionando, por ejemplo, de manera conjunta uno de los eventos más emblemáticos y representativos del territorio- la Fiesta de Interés Turístico Nacional “El Otoño Mágico”- y con una voluntad real de cooperación efectiva y trabajo conjunto, cuya máxima expresión es la presentación de este Plan de Sostenibilidad Turística.

Una de las principales dificultades que, hasta el momento, se han detectado en el territorio es la escasa colaboración público-privada en la gestión turística del territorio, por lo que se hace necesario plantear muchas más acciones de diálogo y creación de una mesa de turismo en el que se dé cabida a todos los actores turísticos del destino.

Estas conclusiones se ven reflejadas en los datos obtenidos en la encuesta que sobre Análisis y Diagnóstico de Situación se ha realizado con los agentes del territorio:

Tabla 4.2.1 Resultados del autodiagnóstico de la coordinación entre agentes del sector en la comarca

	Ambroz-Cáparra	MEDIA PROVINCIAL
Escala: 1 a 10		
Colaboración público - privada	3,8	4,5
Entidad gestora del destino y técnicos de turismo	4,9	4,9
Tejido empresarial. Organización y colaboración	3,6	4,1

Fuente: Autodiagnóstico realizado por parte de los propios agentes territoriales del destino Ambroz-Cáparra

Asociacionismo y cooperación empresarial

En el territorio Ambroz-Cáparra, el empresariado turístico se ha articulado principalmente en torno a dos asociaciones: por un lado, ATUVA (Asociación de Turismo del Valle del Ambroz), que engloba empresas turísticas de diferentes categorías y municipios del Valle del Ambroz (alojamientos, restaurantes, tiendas, empresas de actividades, agencias de viaje...); y por el otro, ATURTIGRA (Asociación de Turismo de las Tierras de Granadillas), que agrupa empresas turísticas de la zona de Cáparra.

Ambas asociaciones han trabajado de forma activa desde su fundación en la consecución de planes y proyectos que permitan el desarrollo turístico ordenado y sostenible del territorio, participando en todas las iniciativas que, desde las diferentes administraciones, se ponen en marcha.

Junto a ATUVA y ATURTIGRA, nos encontramos con la Asociación de empresarios de Baños de Montemayor, articulada fundamentalmente en torno a la actividad termal (de forma directa o indirecta) que, en los últimos tiempos, intenta fomentar la cooperación empresarial de la villa.

Nos encontramos, por lo tanto, ante varios colectivos que sirven como interlocutores y actores principales de colaboración con las administraciones turísticas, tareas fundamentales para alcanzar un desarrollo turístico sostenible. Aún así, debemos tener en cuenta algunos condicionantes del tejido productivo turístico de este destino, como son:

- El tamaño medio de las empresas turísticas del territorio es pequeño. Suelen ser autónomos o empresas familiares.
- Muchas de las empresas turísticas son empresarios o trabajadores en otros sectores, que ven en el turismo un complemento a su actividad principal
- Un gran número de empresas asociadas en ATUVA pertenecen al municipio de Hervás, existiendo cierto desequilibrio territorial con respecto a otros pueblos del valle.
- En el caso de ATURTIGRA, el número de asociados ha disminuido hasta las 15 empresas (el 8,8% del total del tejido empresarial) y necesita una mayor dinamización e implicación en la gestión por parte de sus socios.
- En algunas zonas del destino, las empresas más potente se encuentran con dificultades para la creación de alianzas de colaboración y cooperación con otras empresas.
- Es necesario, por lo tanto, trabajar de forma constante y enérgica con el empresariado y los colectivos que los engloban para alcanzar una colaboración público-privada efectiva, que redundará en el desarrollo turístico ordenado y sostenible del territorio Ambroz-Cáparra

Planificación turística en el territorio Ambroz-Cáparra

En el año 2013, se puso en marcha el **Plan de dinamización turística AMBROZ-CÁPARRA** con una inversión inicial de 300.000 euros para promocionar de forma conjunta este destino turístico. Como ejes fundamentales, el plan se basaba en la creación de una identidad del territorio para la promoción del destino, la creación e impulso de productos turísticos, la mejora de la oferta turística, las acciones de promoción y comercialización y las acciones de seguimiento y evaluación del plan e impacto en el territorio.

Para ello, se proponía la puesta en marcha de **14 acciones** financiadas por la Junta de Extremadura y la Diputación de Cáceres: la creación de una marca turística del destino, la puesta en marcha de un calendario de eventos, la definición de un plan de impulso de productos, el desarrollo de nuevos eventos, la consolidación de los eventos ya existentes, la creación de experiencias turísticas, la materialización de un plan de comunicación nacional, la creación de un portal turístico multilingüe y el diseño y edición de material promocional, la redacción de estudios y proyectos técnicos para inversiones en señalización, la carpeta informativa de empresarios del Valle de Ambroz y Granadilla, el programa de formación y asesoramiento a empresas turísticas, el desarrollo de una aplicación de realidad aumentada y el seguimiento y evaluación del Plan de Desarrollo Turístico.

Hasta el año 2016, se llevaron a cabo algunas de las acciones previstas, como la creación de la carpeta de recursos turísticos Ambroz-Cáparra o el apoyo a eventos importantes (Floralia, Primavera Viva, Los Conversos, el otoño mágico). Se realizaron estudios sobre el producto de turismo náutico e inversiones

necesarias para su desarrollo, estudio de señalización de Centros BTT y estudio de producto turístico btt y senderismo. También en el marco de este proyecto se celebraron dos ediciones de las Jornadas de Turismo Deportivo y se publicó un catálogo de experiencias turísticas.



Algunos de los proyectos elaborados en el Plan de Dinamización Turística. Ambroz-Cáparra

A partir de entonces, el destino se ha centrado en las Estrategias de Desarrollo Local Participativo que los Grupos de Acción Local DIVA y CEDER Cáparra pusieron en marcha a partir del año 2014, en la que el turismo se debería convertir en uno de los ejes para el desarrollo comarcal en torno a la mejora de la competitividad de las empresas turísticas, apostar por la creación de un destino sostenible, fomentar la profesionalización del sector turístico y apoyar la comercialización y promoción del destino.

05.

ANÁLISIS DAFO



Metodología de desarrollo para el análisis DAFO del territorio Ambroz-Cáparra

INTRODUCCIÓN

En este capítulo del plan de sostenibilidad turística se aborda el análisis DAFO del territorio Ambroz-Cáparra. Su objetivo es elaborar una “Matriz DAFO” que recoja en un solo cuadro las (*Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades*) del territorio.

Las ventajas de utilizar un análisis de estas características se centran en:

- La matriz DAFO es una de las herramientas más utilizadas y conocidas para el análisis de situación, mostrándose como un sistema de trabajo muy útil y eficaz para la plasmación gráfica y síntesis de los aspectos más relevantes de un diagnóstico turístico.
- Recopila los resultados más relevantes de cada una de las etapas anteriores del análisis y diagnóstico de la situación inicial para el Plan de Sostenibilidad Turística Ambroz-Cáparra, analizando los factores y variables que están directamente relacionados con la actividad turística del territorio
- Plasma los resultados de forma visual mediante una matriz que nos ayudará en la toma de decisiones para el futuro plan estratégico del destino

Gráfico 5.1.1 Esquema de la matriz DAFO



Fuente: elaboración propia

Condicionantes generales del destino

DEBILIDADES	FORTALEZAS
Difícil comunicación por transporte público entre los diferentes municipios del territorio, sobre todo los localizados fuera de la A-66.	Localización estratégica del territorio en referencia a mercados emisores importantes (Madrid, Salamanca, Valladolid, Sevilla).
Falta de señalización clara de localización y acceso a algunos recursos del territorio.	Excelente red de carreteras de acceso, con la autovía A66 como eje vertebrador de la comarca.
Deficiencia de la cobertura de la red Wifi en el territorio.	Clima diferente al resto de la provincia durante todo el año, que lo convierte en un destino vacacional de gran valor para el turismo.
Falta de cobertura de telefonía móvil en algunas zonas del territorio.	Paz y tranquilidad, ambiente muy favorable para el turismo “Slow” en muchas áreas de la comarca.
Imposibilidad de visitar algunos monumentos y elementos de interés por encontrarse con trabas por parte de los propietarios.	Mantenimiento de los núcleos municipales de forma adecuada, limpieza, recogida de basuras, ...
Potencialidad de conflictos cuando se solapa la actividad cinegética con otra tipología de actividades turísticas en algunas zonas del territorio.	Existencia de una lámina de agua con potencialidad de desarrollo turístico
	Preservación de un medio natural que favorece el desarrollo del turismo enfocado hacia el turismo de naturaleza.
	Proximidad a otras comarcas turísticas complementarias en recursos y servicios.

Planificación, organización y gestión turística

DEBILIDADES	FORTALEZAS
Falta de una entidad gestora de turismo en el territorio, que coordine todos los esfuerzos realizados hasta ahora en el desarrollo turístico del territorio.	Reconocimiento de la actual situación en la gestión turística por parte de todos los agentes implicados.
No hay financiación organizada para el desarrollo turístico.	Financiación transversal al desarrollo turístico a través de fondos europeos gestionados por los grupos de acción local
Nivel bajo de colaboración público - privado y entre los promotores privados en cuestiones desarrollo turístico.	Financiación para planificación y estrategias de desarrollo turístico a través de fondos de Diputación de Cáceres.
Falta de coordinación entre los recursos humanos para el desarrollo turístico.	Existencia del producto turístico asociado a la Vía de la Plata.
Escasa colaboración con otros territorios y comarcas limítrofes.	Existencia del producto turístico asociado a Hervás y todo su patrimonio, tanto ambiental como monumental y cultural.
	Existencia del producto turístico asociado a las aguas termales de Baños de Montemayor y Hervás
	Existencia del producto turístico asociado al "Otoño mágico" en el Valle del Ambroz.

Recursos turísticos

DEBILIDADES	FORTALEZAS
Dificultades en la aplicación de normativa para el uso de los recursos del territorio, en especial láminas de agua.	Existencia de 3 grandes recursos transversales y vertebradores del territorio: el agua, los caminos con historia y un mosaico de paisajes
Falta de Accesibilidad a algunos de los recursos naturales y culturales del territorio.	Recursos naturales en buen estado de conservación. Nivel alto de biodiversidad; flora y fauna.
Nivel de saturación de algunos recursos en determinadas épocas del año, como las piscinas naturales	Recursos culturales del territorio: Hervás, Vía de la Plata, ciudad romana de Cáparra, Granadilla, termas romanas...
Carencia de infraestructuras adecuadas en algunos de los recursos, como es el caso del turismo acuático, o de atención al caminante (Vía de la Plata)	Zonas naturales de baño para el verano.
Horarios no adaptados a las necesidades turísticas en algunos recursos.	Singularidad de algunos recursos: Vía Verde, aguas medicinales, centro de innovación deportiva "El anillo" centros Btt, eurovelo, pico pitolero.
Estado deficiente de algunos de los recursos del territorio; no son visitables por estar en ruinas: Convento de la Bien Parada, Jardines de Sotofermoso	Buen estado de conservación de los núcleos de población.
Incompatibilidad estacional de explotación de recursos de forma paralela por tipologías de actividad: caza vs. senderismo / MTB.	Eventos y manifestaciones culturales: Otoño mágico, Festival de Teatro en Cáparra, Los Conversos, Primavera Viva, Termarium.
Problemas de compatibilidad de los usos tradicionales de los embalses con la actividad turística.	Variada y rica gastronomía que se puede encontrar tanto en tiendas como en restaurantes.
Imagen negativa de la población comarcal hacia la gestión del Embalse Gabriel y Galán y el Centro de innovación El Anillo.	

Servicios turísticos

DEBILIDADES	FORTALEZAS
Excesiva concentración de servicios turísticos en Hervás y Baños de Montemayor.	Servicios turísticos vinculados a las actividades ecoturísticas, culturales y deportivas.
Horarios y enfoque turístico inadecuado de los servicios de restauración y alojamiento del territorio.	Existencia de una variada oferta de alojamientos (sobre todo rurales) y de restauración en el territorio.
Escasez de empresas de actividades turísticas.	Presencia de oficinas de información turística y centros de interpretación tematizados.
Falta de innovación en algunos establecimientos, sobre todo en el sector restauración,	Precios competitivos desde la perspectiva de la demanda en los mercados origen.
Desconocimiento de idiomas (inglés) por parte de muchos de los prestatarios de servicios.	Amabilidad en el trato y prestación de servicios.
Falta de cooperación en la prestación de servicios complementarios por parte del sector. Algunas empresas de alojamiento y restauración no presentan actitud colaborativa para la realización de paquetes y conjuntos organizados de actividades	Personalización en la prestación de servicios.

Marketing y promoción turística

DEBILIDADES	FORTALEZAS
Falta de Planificación, Organización y Gestión en marketing turístico	Existencia de una marca turística consolidada en el territorio (Hervás) que debe servir como lanzadera para el posicionamiento del resto de la comarca.
Ausencia de un ente/ responsable del marketing a nivel comarcal.	Reconocimiento del destino por parte de los consumidores actuales y concedores del territorio.
Nivel bajo de seguimiento de acciones de marketing y promoción turística del territorio.	Granadilla, Cáparra y Hervás se sitúan entre los 45 recursos y servicios turísticos de la provincia de Cáceres en los portales de referencia TripAdvisor, Minube, Google y HolidayCheck.
Disparidad de inversiones en marketing, priorizando productos, eventos y microdestinos en vez de realizar una inversión similar para todos los elementos turísticos.	Presencia en los canales on-line corporativos de Junta de Extremadura y Diputación de Cáceres.
Escasa coordinación entre los canales on-line de promoción turística.	Presencia en las webs corporativas de Junta de Extremadura y Diputación de Cáceres.
Ausencia de web de promoción turística.	Presencia en portales de recomendación de referencia turística: TripAdvisor, Minube, Google y HolydayCheck.
Falta de reorientación de la oferta de turismo termal hacia otros modelos de negocio (orientado principalmente al turismo senior, IMSERSO)	Reconocimiento Nacional a eventos significativos del destino (Otoño Mágico, Festival de Teatro Clásico)
Mayor peso de la marca local "Hervás, turismo con corazón" que la marca Ambroz-Cáparra	
Ausencia de un reclamo o promesa turística del destino.	

Destino Ambroz-Cáparra

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
Desarrollo de propuesta de valor similares en los destinos competidores.	Consolidación del Marketing Digital. Permite mejorar y ampliar los accesos directos al turista interesado en el destino y abre muchas oportunidades a destinos menos consolidados y con menos recursos económicos: web, marketing online, redes sociales,...
Cambio climático. Puede afectar a la biodiversidad en el territorio y a una reducción de las reservas de agua en los embalses.	Creciente concienciación por la sostenibilidad especialmente en los mercados emisores del Centro y Norte de Europa que afecta también a un mayor interés por destinos turísticos sostenibles.
Dependencia creciente de los nuevos operadores online – IDS (sobre todo booking) y OTA's (por ejemplo Atrápalo).	Evolución del marketing turístico hacia la comunicación bi-direccional y hacia un mayor protagonismo de los propios consumidores en los proceso de recomendación y decisión sobre un viaje.
Escenario económico inseguro en España y en Europa en general.	Crecimiento del movimiento “slow”, de alto potencial para los destinos turísticos del interior.
El “Brexit”: generará incertidumbre y una contracción de la demanda turística a corto y medio plazo en el mercado británico.	Creciente interés por destinos menos masificados, más auténticos y más tranquilos.
El COVID19 está teniendo un fuerte impacto en la actividad turística, reduciendo el volumen de negocio de numerosas empresas del sector, cuestión que está llevando a la desaparición de numerosas empresas.	Crecimiento de la demanda en productos turísticos con alto potencial de crecimiento para el territorio de Trasierra – Tierras de Granadilla.
	Crecimiento de la demanda turística internacional hacia destinos alternativos del interior de España.
	Incremento de la demanda de turismo especializado en la naturaleza en los mercados emisores nacionales e internacionales.

JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD DEL PLAN | 06.



El destino Ambroz-Cáparra

Como se ha especificado en el apartado anterior, el territorio Ambroz-Cáparra se sitúa en el extremo norte de la provincia de Cáceres, con una superficie de 941,9 km² y una población de 16.351 habitantes, arrojando una densidad de población de 17,36 hab/km².

Estamos en un territorio eminentemente rural, formado por núcleos de muy escasa población, a excepción de Hervás y Zarza de Granadilla, y donde la dinámica demográfica conduce a un elevado envejecimiento de la población, convirtiéndose en un verdadero problema para la sostenibilidad económica y ambiental del territorio en el corto y medio plazo.

Las particulares condiciones geográficas e históricas del destino han conformado una serie de elementos singulares y muy atractivos desde el punto de vista turístico, elementos que se están aprovechando en los últimos años para la generación de empresas, empleo y riqueza en torno al sector turístico, que ya ocupa un papel destacado en algunos municipios de la comarca como Hervás o Baños de Montemayor.

De este modo, el territorio dispone de recursos asociados al agua (embalses, piscinas naturales, neveros, ríos, gargantas, cascadas, charcas, fuentes...), una red de caminos históricos (Vía de la Plata, Vía Verde Plasencia-Béjar, GR-10 Valencia-Lisboa, vías pecuarias, senderos y pequeños recorridos) y un mosaico de paisajes (alta montaña, sierras, dehesas, láminas de agua, bosques atlánticos, pinares, olivares, bosques-galería) sobre los que se articula toda la oferta turística del territorio, con productos tan interesantes como el ecoturismo, el turismo cultural, el turismo termal o el rural.

Sin embargo, y a pesar de los avances en el desarrollo turístico, a día de hoy, el territorio no está aprovechando todavía todas las oportunidades que se pueden generar con unos recursos de tan elevada singularidad.

En primer lugar existe falta de colaboración público-privada, coordinación y consenso entre los diferentes agentes turísticos en el destino. Tampoco hay un claro liderazgo turístico ni generación de sinergias en el desarrollo turístico sostenible del territorio.

La escasa colaboración en el ámbito turístico a todos los niveles se traslada también al campo del marketing y la promoción. Desde el punto de vista del marketing turístico, el Marketing Digital ofrece muchas oportunidades que todos los agentes involucrados deberán y podrán aprovechar mediante la unión de esfuerzos por parte de todos los agentes turísticos de Ambroz-Cáparra.

A nivel de la sostenibilidad, competitividad y especialización de la propuesta de valor, aunque se ha avanzado en su mejora en los últimos años, el destino todavía requiere de nuevos impulsos para garantizar un modelo turístico más sostenible desde el punto de vista medioambiental, social, cultural y económico y que se traslade a todos los agentes involucrados en el desarrollo y promoción turística del destino Ambroz-Cáparra.

EL PUNTO DE PARTIDA DEL DESTINO Y SUS PRINCIPALES ASPECTOS POSITIVOS

Un territorio con recursos naturales y culturales diferenciadores	Una marca turística local de gran prestigio y muy bien posicionada en los mercados nacionales	Un mosaico de paisajes realmente excepcional y único en Extremadura	Infraestructuras y equipamientos turísticos innovadores	Una serie de productos consolidados: rural, termal, ecoturismo, cultural
Una voluntad de trabajo conjunto y común entre empresas y administraciones	Unos pueblos bonitos y cuidados, aunque con nuevas necesidades de infraestructuras	Unos ejes de imagen y posicionamiento acordes con las tendencias turísticas	Diversidad y calidad de empresas turísticas en alojamiento, restauración y actividades	Un destino con poca presión demográfica que garantiza una mejor seguridad sanitaria

NECESIDADES A LAS QUE DEBEMOS DAR RESPUESTA

Destino sin ente de gestión turística comarcal y con escasa colaboración público privada	Necesidad de contar con una hoja de ruta consensuada en turismo	Necesidad de generar empleo y riqueza en los pueblos para fijar población	Problemas de posicionamiento y conocimiento de la marca del destino	Desarrollo turístico no equilibrado en todo el territorio, sin perspectiva de sostenibilidad
Saturación de algunos eventos y recursos en determinadas épocas del año	Generar nuevos recursos en torno a la gastronomía y los paisajes del territorio	Crear nuevas formas de movilidad en la comarca basadas en la sostenibilidad	Incrementar la estancia media de los turistas en el destino	Falta de marketing y orientación al mercado turístico

Objetivos generales del Plan de Sostenibilidad turística Ambroz-Cáparra

PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA

1. INCREMENTAR LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA COMARCA

Frenar la despoblación en nuestros municipios

2. POTENCIAR EL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DEL DESTINO

Distribución de flujos en el territorio, movilidad sostenible

3. PUESTA EN VALOR DE LOS RECURSOS Y REFUERZO DE LA IDENTIDAD

Puesta en valor del patrimonio cultural y natural de la comarca y refuerzo de nuestros elementos identitarios

4. IMPULSAR LA DIGITALIZACIÓN

Convertir la comarca en un Destino Turístico Inteligente

5. DESTINO REFERENTE DEL TURISMO DE BIENESTAR EN EXTREMADURA

Aprovechamiento de los recursos (agua, caminos históricos, mosaico de paisajes) y productos (rural, termal, ecoturístico, cultural) principales para convertir Ambroz-Cáparra en el destino de bienestar en el mundo rural puntero de Extremadura

8. DESESTACIONALIZAR Y DIVERSIFICAR LA OFERTA TURÍSTICA

Generar actividad turística durante todo el año, en todos los municipios y generar actividad para distintos subsectores (restauración, actividades, comercio, etc.)

7. MEJORA EN LA COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA

Aumentar la cooperación entre administraciones y empresas

6. MEJORAR EL POSICIONAMIENTO EN LOS MERCADOS TURÍSTICOS

Captación de mayores flujos de demanda

Objetivos específicos del Plan de Sostenibilidad turística Ambroz-Cáparra

OBJETIVO GENERAL 1

Incrementar la actividad económica de la comarca para frenar la despoblación en nuestros municipios

- 1.1. Fomentar la creación de nuevas empresas y oportunidades de emprendimiento gracias al desarrollo de un nuevo modelo de turismo sostenible.
- 1.2. Creación de empleo en el sector turístico comarcal como consecuencia de una mayor actividad turística.
- 1.3. Incrementar la estancia media de los visitantes en el destino.
- 1.4. Incrementar el gasto medio por estancia de los visitantes
- 1.5. Fomentar la economía circular en todo el territorio (productos locales, nuevos usos a algunos productos, etc.)
- 1.6. Fomentar la competitividad de nuestras empresas y profesionales del sector.

OBJETIVO GENERAL 2

Potenciar el desarrollo turístico sostenible del destino

- 2.1. Creación de un nuevo modelo de gestión turística comarcal basado en los recursos endógenos, más respetuoso con el medio ambiente y la población local.
- 2.2. Distribución territorial de los flujos turísticos entre los diferentes municipios, mediante el desarrollo de propuestas que inviten al conocimiento de todos los municipios (Red de miradores, senderos experienciales, etc.)
- 2.3. Impulsar la movilidad sostenible en todo el territorio

OBJETIVO GENERAL 3

Puesta en valor del patrimonio cultural y natural de la comarca y refuerzo de la identidad del territorio

- 3.1. Promocionar los recursos culturales estrella (Hervás, Granadilla, Cáparra, Vía de la Plata) y de recursos menos conocidos (pasado vetón, Gabriel y Galán)
- 3.2. Poner en valor el paisaje del olivar
- 3.3. Mejorar la promoción de los espacios protegidos del destino como elementos de sostenibilidad y seguridad sanitaria
- 3.4. Difundir nuestra historia asociada a la Vía de la Plata como elemento diferencial respecto a otros destinos limítrofes
- 3.5. Promocionar los eventos culturales de mayor proyección del destino como referentes de identidad del territorio (Otoño mágico, Primavera Viva, Festival de Teatro en Cáparra, Los Conversos...)

OBJETIVO GENERAL 4

Impulsar la digitalización para convertirnos en un Destino de Turismo Inteligente

- 4.1. Impulsar la digitalización entre el sector empresarial.
- 4.2. Fomentar la creación de un Destino Turístico Inteligente gracias al uso de las nuevas tecnologías.
- 4.3. Creación de un cuadro de mando de sostenibilidad que nos permita analizar la evolución del destino.

Objetivos específicos del Plan de Sostenibilidad turística Ambroz-Cáparra

OBJETIVO GENERAL 5

Destino referente del turismo de agua, ecoturismo, cultura y bienestar en Extremadura

5.1. Posicionar la comarca como un destino de bienestar rural sostenible gracias a una importante combinación de los productos turísticos estrella (turismo de agua, ecoturismo, turismo rural, turismo termal, turismo cultural), el fomento de su complementariedad con otros recursos del destino y la creación de diferentes acciones de promoción y puesta en valor de los recursos.

5.2. Generar una oferta turística sostenible en torno a productos náuticos y gastronómicos

5.3. Mejorar las infraestructuras y equipamientos en todo el territorio para distribuir los flujos turísticos por todo el destino y en todas las estaciones del año.

5.4. Desarrollo de eventos singulares basados en la sostenibilidad.

OBJETIVO GENERAL 6

Mejorar el posicionamiento del territorio en los mercados turísticos

6.1. Realizar un marketing turístico más efectivo y eficiente para captar mayores flujos de demanda nacional e internacional.

6.2. Propiciar un incremento de la demanda de turismo internacional en la comarca.

6.3. Realizar una promoción más segmentada y efectiva en el mercado nacional.

6.4. Internacionalizar en mayor medida las empresas turísticas de la comarca.

OBJETIVO GENERAL 7

Mejorar la colaboración público-privada y la cooperación entre administraciones

7.1. Impulso de un nuevo modelo de gobernanza turística en el destino que tenga en cuenta todos los actores que intervienen e impulso de la cooperación entre empresarios y entidades turísticas.

7.2. Creación de un ente gestor del territorio y mesas sectoriales e intersectoriales.

7.3. Adhesión de empresas al ente gestor del territorio (Club de Empresas)

7.4. Apoyo a la modernización, innovación y formación del tejido empresarial.

OBJETIVO GENERAL 8

Desestacionalizar y diversificar la oferta turística de la comarca

8.1. Creación de diferentes equipamientos y servicios turísticos rentables para diversificar la oferta turística de la comarca, como rutas náuticas, senderos experienciales, red de miradores artísticos...

8.2. Generación de experiencias auténticas y desarrollo de diferentes productos turísticos orientados a diversos segmentos de demanda

8.3. Elaboración de propuestas de viaje para visitar Ambroz-Cáparra durante todo el año.

8.4. Creación de un calendario de eventos sostenibles.

El Plan de Sostenibilidad Turística de Ambroz-Cáparra va a contribuir de manera activa a impulsar un nuevo modelo turístico en el destino, de forma que contribuya de forma efectiva a la consecución de los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** de la Agenda 2030, así como a afrontar uno de los grandes retos que a día de hoy ocupan a nuestro país: **frenar la despoblación y dotar de mayores oportunidades económicas a las zonas rurales (Estrategia Nacional frente al Reto Demográfico).**

Asimismo, el PST de Ambroz-Cáparra está alineado con **diversas Estrategias nacionales**

- **La Estrategia de Turismo Sostenible 2030 de la SETUR**, cuyos ejes estratégicos se encuentran estrechamente relacionados con los programas de acción propuestos en el presente Plan (ver pág. 183 tabla “Alineación del Plan de Acción propuesto con los ejes estratégicos de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030”).
- **La Estrategia Estatal de Infraestructuras Verdes (EEIV)**: la puesta en valor del entorno natural y los diferentes paisajes naturales y antrópicos de forma sostenible.
- **El Plan Nacional de Adaptación al Cambio climático**: se pretende impulsar la movilidad sostenible y la distribución de flujos turísticos por toda la comarca.
- **La Estrategia de Economía Circular**, se busca mejorar la presencia de productos locales en la oferta de restauración y dinamizar el patrimonio gastronómico, lo que permitirá aumentar el consumo de los productos km. 0 por parte de los turistas y de la propia población local.

Además de contribuir a la actualización del modelo turístico de nuestro país y a la consecución de los ODS, el Plan de Sostenibilidad Turística busca **acelerar la recuperación del sector turístico tras la crisis provocada por la pandemia de COVID-19**, aprovechando la oportunidad para integrar la sostenibilidad en el desarrollo turístico de la comarca, a través de la innovación, el uso de la tecnología, la mejora de la accesibilidad y la capacidad de gobernanza del destino.

Para ello, el Plan de Sostenibilidad propone **dotar de mejores equipamientos e infraestructuras al destino**, propiciando la puesta en valor del patrimonio cultural y el entorno natural a través la creación de **productos turísticos atractivos y sostenibles.**

En este sentido, destacan el agua, los caminos históricos y el mosaico de paisajes como **hilos conductores** en torno a los cuáles se articularán múltiples propuestas turísticas sostenibles (turismo cultural, de naturaleza, turismo activo, turismo gastronómico...) que propiciarán la **distribución territorial de los flujos turísticos** entre los diferentes municipios, impulsando la **movilidad sostenible**. Estas nuevas propuestas, junto a una **eficaz estrategia de marketing digital y promoción**, permitirán captar nuevos flujos turísticos.

Por último, se busca **mejorar la capacidad de gestión del destino turístico**, a través de la creación de un nuevo modelo de gobernanza turística que tenga en cuenta todos los actores que intervienen en el desarrollo turístico sostenible del destino.

Con todo ello se pretende contribuir a **mejorar la calidad de vida de la población local**, beneficiada por la mejora de los equipamientos e infraestructuras, la mejora de la accesibilidad y con mayores oportunidades económicas y de empleo.
















ALINEACIÓN DE LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PLAN CON LOS RETOS DEL PROGRAMA DE PLANES Y LOS ODS

Los objetivos específicos a cumplir con la ejecución del presente Plan se encuentran perfectamente alineados con los retos del Programa de Planes, siendo especialmente destacable su contribución a:















- Frenar la pérdida de población en el medio rural
- La mitigación y adaptación al cambio climático
- Frenar la pérdida de biodiversidad
- La recuperación ambiental y conectividad ecológica de infraestructuras verdes
- La restauración y conservación del paisaje
- La reducción de contaminación atmosférica, del suelo, lumínica y acústica
- La preservación y restauración del patrimonio cultural
- El fomento de la economía circular
- La promoción de los productos agroalimentarios locales
- El consumo sostenible
- El uso de las TIC para la gestión turística

Asimismo, el Plan se caracteriza por su alto grado de relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y metas planteadas en la Agenda 2030, pudiéndose observar en la siguiente tabla las conexiones directas entre los objetivos específicos del Plan y los retos del Programa de Planes y ODS mencionados.



OBJETIVOS DEL PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA	ALINEACIÓN CON LOS RETOS DEL PROGRAMA DE PLANES	ODS A LOS QUE CONTRIBUYE 
<p>1. INCREMENTAR LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA COMARCA PARA FRENAR LA DESPOBLACIÓN EN NUESTROS MUNICIPIOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Frenar la pérdida de población en el medio rural • El fomento de la economía circular 	   
<p>2. POTENCIAR EL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE DEL DESTINO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Frenar la pérdida de población en el medio rural • La mitigación y adaptación al cambio climático • Frenar la pérdida de biodiversidad • La recuperación ambiental y conectividad ecológica de infraestructuras verdes • La restauración y conservación del paisaje • La reducción de contaminación atmosférica, del suelo, lumínica y acústica • La preservación y restauración del patrimonio cultural • El fomento de la economía circular • La promoción de los productos agroalimentarios locales • El consumo sostenible 	       
<p>3. PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL Y REFUERZO DE LA IDENTIDAD DEL TERRITORIO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Frenar la pérdida de población en el medio rural • La restauración y conservación del paisaje • La preservación y restauración del patrimonio cultural • El fomento de la economía circular • La promoción de los productos agroalimentarios locales 	    
<p>4. IMPULSAR LA DIGITALIZACIÓN PARA CONVERTIRNOS EN UN DESTINO DE TURISMO INTELIGENTE</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Frenar la pérdida de población en el medio rural • La mitigación y adaptación al cambio climático • El consumo sostenible • El uso de las TIC para la gestión turística 	    

Elaboración propia a partir del documento de la Organización de las Naciones Unidas

OBJETIVOS DEL PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA	ALINEACIÓN CON LOS RETOS DEL PROGRAMA DE PLANES	ODS A LOS QUE CONTRIBUYE 
<p>5. DESTINO REFERENTE DEL TURISMO DE BIENESTAR EN EXTREMADURA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Frenar la pérdida de población en el medio rural • La restauración y conservación del paisaje • La promoción de los productos agroalimentarios locales • El consumo sostenible 	   
<p>6. MEJORAR EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO EN LOS MERCADOS TURÍSTICOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Frenar la pérdida de población en el medio rural • La promoción de los productos agroalimentarios locales 	
<p>7. MEJORAR LA COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA Y LA COOPERACIÓN ENTRE ADMINISTRACIONES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Frenar la pérdida de población en el medio rural • La restauración y conservación del paisaje • La preservación y restauración del patrimonio cultural 	   
<p>8. DESESTACIONALIZAR Y DIVERSIFICAR LA OFERTA TURÍSTICA DE LA COMARCA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Frenar la pérdida de población en el medio rural • La mitigación y adaptación al cambio climático • La restauración y conservación del paisaje • La reducción de contaminación atmosférica, del suelo, lumínica y acústica • La preservación y restauración del patrimonio cultural • El consumo sostenible 	   

Elaboración propia a partir del documento de la Organización de las Naciones Unidas

**ESTRATEGIA DE TURISMO
SOSTENIBLE**

| 07.



Ambroz-Cáparra es uno de los destinos ecoturísticos rurales más singulares de Extremadura, debido a la existencia de recursos mediomambientales y culturales de gran interés, un conjunto de infraestructuras y equipamientos turísticos bien estructurados y unas política de marketing y promoción para dar valor a los atributos rurales y naturales del territorio.

En este sentido, se han realizado acciones de puesta en valor del paisaje, como la creación de senderos, la aparición de infraestructuras innovadoras como el Anillo y la adecuación de la Vía Verde “Ruta de la Plata” y la señalización de la ruta EUROVELO 1 y de los Centros BTT, acciones que están empezando a calar en el mercado, atrayendo un significativo número de visitantes.

A nivel cultural se está avanzando en la puesta en valor de recursos tan importantes como Cáparra, Granadilla, la Vía de la Plata o el conjunto termal de Baños de Montemayor potenciando, además, eventos de tanto interés como el Otoño Mágico del Ambroz y el Festival de Mérida en Cáparra.

En cambio, existen todavía importantes márgenes de mejora en los ámbitos de puesta en valor del patrimonio histórico y cultural, en la mejora de la sostenibilidad ambiental y en los ámbitos económico y social, estos últimos, en muchas ocasiones, no asociados a la sostenibilidad.

Precisamente, éste es el punto de partida que marca el rumbo de este plan turístico, en el que se quiere imprimir una fuerte apuesta por la sostenibilidad en su sentido más amplio, abordando actuaciones en las distintas dimensiones que la componen:

Sostenibilidad ambiental:

- **Aparición de recursos y equipamientos para disminuir la capacidad de carga de algunos puntos en determinados momentos (piscinas naturales, senderos)**
- **Puesta en valor de los recursos naturales que garanticen su sostenibilidad como el embalse de Gabriel y Galán**
- **Reducción del consumo energético y de los residuos.**
- **Contribuir a la conservación del paisaje, el ecosistema y la biodiversidad, especialmente, el paisaje de olivares**
- **Educación y sensibilización ambiental.**

Sostenibilidad económica:

- **Racionalidad de las inversiones para generar productos turísticos que sean sostenibles en el tiempo y que no lastren a las administraciones locales.**
- **Mejora de la gestión del marketing turístico, que permitirá un mejor empleo de los recursos económicos y humanos disponibles y una mejor colaboración público-privada.**
- **Generación de actividad económica en las empresas**

Sostenibilidad social:

- **Equilibrio territorial, gestionando los flujos y favoreciendo la actividad turística en todos los municipios.**
- **Desarrollo del turismo sin perjuicio a la calidad de vida de los residentes.**
- **Compatibilidad entre las actividades productivas (agricultura de montaña, olivares) y la actividad turística.**
- **Generación de empleo y oportunidades de emprendimiento**

Sostenibilidad cultural:

- Fomento de las tradiciones y difusión de la cultura local.
- Potenciación de fiestas locales y modo de vida local.
- Potenciación de todos los elementos identitarios de cada municipio y el destino

Este Plan de Sostenibilidad Turística está orientado a dinamizar y organizar un destino de un enorme potencial, que cuentan con un denominador común en torno a tres elementos vertebradores y diferenciadores: el agua (cascadas, termas, embalses, ríos, nieve, lagunas), los caminos históricos (la Vía de la Plata, la Vía Verde, cañadas trashumantes, senderos naturales y culturales) y un mosaico de paisajes único (alta montaña, bosques atlánticos, dehesas, sierras, olivares, vegas y huertas, bosques-galería).

Estos recursos tienen una capacidad extraordinaria de combinarse entre sí para conformar un destino turístico muy atractivo y sostenible, en el que la salud y el bienestar en el mundo rural serán el producto estrella (englobando actividades ecoturísticas, termales y culturales) y pueda complementarse con actividades de turismo activo y deportivo, o de turismo gastronómico, dando respuesta a las necesidades de la demanda y, lo que es más importante, enlazando todos los recursos con su producto prioritario de ecoturismo

Igualmente, el plan debe impulsar un nuevo modelo de gobernanza turística basado en la sostenibilidad, mediante la creación de un ente gestor del destino orientado a mejorar la colaboración público – privada y la capacidad de las entidades locales para la gestión del destino, dotándose del equipo técnico que pueda llevar a cabo esta transformación. Igualmente, hay que estrechar lazos con las empresas más competitivas del destino, articulando un club de empresas.

Sus metas principales son dinamizar los municipios para atraer más turismo durante todo el año, de forma que las empresas generen más riqueza y se pueda fijar población para contribuir a afrontar el reto demográfico, usar de forma sostenible las infraestructuras verdes en un sentido amplio (caminos naturales, vías verdes, áreas naturales), y presentar al viajero la belleza de unos pueblos bien conservados, con destacado patrimonio cultural.

Otra faceta muy importante que se va a acometer es impulsar la sostenibilidad en todos los eventos, creando planes de mejora para cada uno de ellos y apostando por su difusión en mayor medida al exterior, para atraer más público, fomentando la distribución de flujos entre todos los puntos del destino.

Uniendo todos estos elementos, el destino experimentará una gran transformación competitiva, presentándose al mercado como un destino turístico sostenible, natural, atractivo, bien cuidado, un destino que combina agua, caminos con historia y el mosaico de paisajes, donde se pueden realizar múltiples actividades y vivir auténticas experiencias, de forma que se pueda generar una afluencia turística nacional e internacional con gran capacidad de gasto.

OBJETIVO MARCO DEL PLAN: AVANZAR HACIA UN MODELO DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE EN AMBROZ-CÁPARRA

Medioambiental



Contribuir a la biodiversidad preservada

Conservar y poner en valor los ecosistemas

Difundir el extraordinario valor ambiental del destino

Mejorar la capacidad de carga de recursos y enclaves

Económica



Convertir el turismo en una vía prioritaria de desarrollo económico sostenible

Optimizar la rentabilidad económica y socio-cultural de las inversiones turísticas

Realizar un desarrollo turístico mucho más efectivo

Generar riqueza en el territorio y en las empresas

Social



Afrontar el reto demográfico

Generar empleo de calidad

Implicar a la población local

Formar a los profesionales del sector

Retener el talento

Generar oportunidades de emprendimiento

Cultural



Priorizar los proyectos que difunden nuestro patrimonio tangible e intangible, muestran nuestro modo de vida, y preservan nuestras tradiciones

Mostrar a las generaciones más jóvenes el valor de la cultura y el patrimonio del territorio Ambroz-Cáparra

OBJETIVOS DE LOS ACTORES TURÍSTICOS PARA AVANZAR HACIA UN MODELO DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE EN AMBROZ-CÁPARRA

Administraciones



Contribuir, dentro de sus responsabilidades, a la consecución de los ODS de la UNESCO

Apostar decididamente por el Destino Turístico Inteligente Ambroz-Cáparra.

Afrontar el reto demográfico y luchar contra el cambio climático.

Apostar por un nuevo modelo de gobernanza turística más colaborativo y fomentar la economía circular.

Empresas turísticas



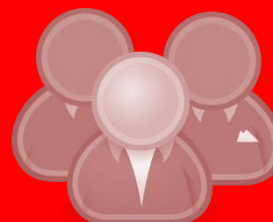
Implantar medidas para la mejora de la eficiencia energética.

Apostar por las energías renovables.

Mejorar la colaboración entre empresas y apostar por una mayor colaboración público-privada.

Garantizar un empleo de calidad y la igualdad de género.

Población local



Luchar por mantener y poner en valor el patrimonio cultural e inmaterial.

Contribuir al embellecimiento de los cascos urbanos.

Actuar como embajador turístico en su propia tierra: prescriptor, respeto por el turista, hospitalidad.

Turistas



Hacer un consumo responsable de los recursos turísticos del territorio.

Convertir la sostenibilidad en prioridad a la hora de escoger un destino y empresa turística.

En el 2025 Ambroz-Cáparra quiere ser un destino donde...

La oferta turística será más auténtica y acorde a nuestras potencialidades (paisaje, patrimonio cultural, el agua, la gastronomía, las tradiciones...), estará más equilibrada entre los distintos municipios y diversificada por sectores (alojamientos, hostelería, empresas de actividades, empresas agroalimentarias...)

El turismo será un sector motor del desarrollo económico sostenible en todos los puntos del destino

El turismo generará más riqueza y empleo en nuestros pueblos y habrá contribuido al freno del proceso de despoblación

La demanda será más diversificada y desestacionalizada, con muchos más turistas internacionales, más viajeros multimotivacionales, más turismo en temporada baja y más turistas en zonas menos frecuentadas

Un destino mucho más sostenible y más reconocido como tal, generando mayor valor añadido al territorio

Un destino ecoturístico mejor posicionado en los mercados internacionales

Un destino auténtico que pone en valor todos sus recursos y tradiciones

El bienestar y el ecoturismo en el entorno rural como productos estrella

Oferta más amplia y diversa de actividades

Mayor impacto económico del turismo repartido en distintos sectores

Más empresas, más empleo, mayores oportunidades

Mayor calidad de vida, más difusión de la cultura local

Gestión turística profesionalizada basada en datos (Destino Inteligente)

Estrategia de imagen y posicionamiento - INTRODUCCIÓN

La estrategia de imagen y posicionamiento de un territorio turístico contiene toda la labor gestionada y planificada a medio y largo plazo para causar una determinada impresión como destino turístico en la mente de un determinado turista actual o segmento de demanda potencial en origen, en relación con sus destinos competidores.

La imagen actual que tiene el consumidor sobre el destino, es el resultado de este esfuerzo de posicionamiento por parte del destino, en combinación con todos los “inputs” externos” que recibe por parte de terceros, así como con su propia experiencia viajera y conocimiento previo del territorio.

No necesariamente tiene que corresponder con la realidad del territorio y, de hecho, en muchos casos no es así. Se trata de una percepción subjetiva en relación a la competencia de una marca o destino turístico, por parte de un público objetivo determinado.

Evidentemente, suele haber una gran diferencia entre la imagen y posicionamiento turístico de un destino de una determinada persona en función de si lo ha visitado o no, si lo ha hecho recientemente o hace tiempo, solo una vez o varias veces, parcialmente o si ha recorrido todo o gran parte de su territorio, o si simplemente ha oído hablar del mismo.

En este último caso, la imagen y posicionamiento del destino viene influida únicamente por factores externos, como pueden ser opiniones o comentarios de familiares, amigos, conocidos o en las redes sociales, artículos en prensa, reportajes en la tele, publicidad, visita a un stand en una feria, una búsqueda específica en un determinado momento en la web del destino o en las redes sociales y portales de recomendación, etc..., y suele ser estereotipada en base a unos pocos atributos e iconos del destino.

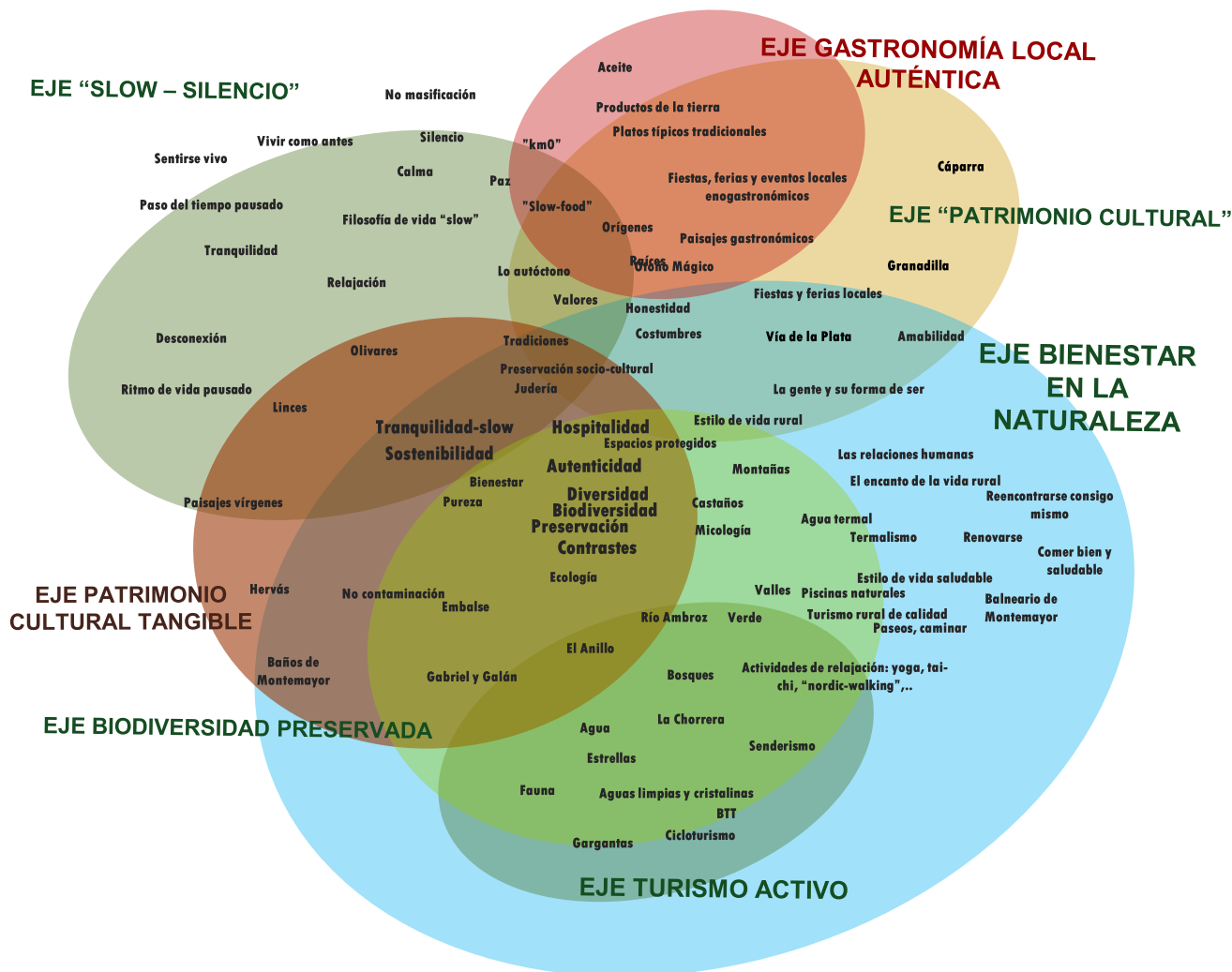
Si un consumidor solo ha visitado el destino una vez y ya hace tiempo, existe el peligro que la imagen sobre el destino se mantenga en la mente del consumidor en el tiempo aunque haya mejorado mucho su realidad desde entonces. Es el caso de muchos destinos de sol y playa de la cuenca mediterránea o de las islas de los dos archipiélagos españoles, que mantienen problemas de imagen por una realidad de hace muchos años que ya han conseguido mejorar considerablemente en los últimos años.

Pero no es suficiente con tener una buena imagen y posicionamiento como destino turístico. En primer lugar, la imagen y posicionamiento deberá ser ventajosa entre aquellos segmentos de demanda que realmente nos interesen.

Teniendo en cuenta estas características, y tras analizar los diversos elementos de demanda, conocimiento del destino, proyección de la imagen tanto en consumidores reales como potenciales, grado de atractivo y atributos asignados al territorio, podemos determinar que la imagen que proyecta el destino Ambroz-Cáparra se asocia con “una provincia de Cáceres en miniatura” o “la esencia de la provincia de Cáceres”, concentrando en un pequeño espacio geográfico ejes de valor como el “bienestar en la naturaleza”, el “turismo activo”, el “patrimonio cultural” o “el agua” que emergen con toda la fuerza como un destino ecoturístico y natural singular en el contexto provincial.

Estrategia de imagen y posicionamiento – IDENTIDAD DE LA MARCA DEL DESTINO AMBROZ-CÁPARRA

Teniendo en cuenta estas características, y tras analizar los diversos elementos de demanda, conocimiento del destino, proyección de la imagen tanto en consumidores reales como potenciales, grado de atractivo y atributos asignados al territorio, podemos determinar que la imagen que proyecta el destino Ambroz-Cáparra se asocia con **“una provincia de Cáceres en miniatura”** o **“la esencia de la provincia de Cáceres”**, concentrando en un pequeño espacio geográfico ejes de valor como el **“bienestar en la naturaleza”**, el **“turismo activo”**, el **“patrimonio cultural”** o **“el agua”** que emergen con toda la fuerza como un destino ecoturístico y natural singular en el contexto provincial.



Estrategia de imagen y posicionamiento – ESTRATEGIA DE IMAGEN

A la vista de todos estos resultados el territorio Ambroz-Cáparra tiene todos los ingredientes para posicionarse como el perfecto destino de ecoturismo, cultura y bienestar en el entorno rural.

El destino cuenta con una serie de condicionantes que en su composición y combinación hacen que pocos destinos en España cuenten con un potencial parecido en relación a esta propuesta de valor

- Cuenta con **agua termal y una tradición balnearia** que se remonta a los tiempos romanos en Baños de Montemayor.
- Cuenta con una **climatología singular** incluso dentro de la propia provincia de Cáceres que hace que se puedan realizar actividades turísticas prácticamente en cada estación del año.
- Es un **destino tranquilo, natural, auténtico y de paz, en definitiva “slow”**, idóneo para recuperar el bienestar psíquico y físico.
- Tiene **pueblos con encanto** con un ambiente agradable para callejear o sentarse en una terraza.
- La **oferta de alojamientos con encanto** en el destino es comparativamente muy buena y se adapta perfectamente a las necesidades del turismo del bienestar.
- Cuenta con una de las **ofertas gastronómicas** más reconocidas, situándose algunos de los restaurantes entre los más valorados y con mejor imagen de toda la provincia.
- Encontramos en el territorio un patrimonio histórico en medio de la naturaleza, como **Cáparra, Granadilla o la Vía de la Plata**, auténticas joyas monumentales en las que perderse y relajarse.
- Hay una lámina de agua, el embalse de **Gabriel y Galán**, idóneo para la realización de cruceros fluviales en los que se conjuga paisaje, cultura y gastronomía.

- Cuenta con una muy buena red de senderos bien mantenidos y señalizados, que permiten la práctica de actividades ligeras en la naturaleza.
- Cuenta con un **mosaico de paisajes**, con una diversidad tan elevada que ofrece imágenes espectaculares a lo largo de todo el año.
- Dispone ya de un cierto **tejido empresarial** que ofrece actividades especializadas relacionadas con el turismo de bienestar: cursos de yoga, actividades de tai-chi, servicios de masajes en determinados alojamientos, alquiler de bicicletas eléctricas, programas termales...
- La **“Vía Verde”** es un producto singular que se adapta mejor que ninguno a las necesidades del turismo del bienestar en la naturaleza. Es un sendero fácil que se puede recorrer caminando o, especialmente en bicicleta y bicicleta eléctrica, perfecto para los turistas “best-agers”.
- Cuenta con una fiesta destacada y designada de interés turístico nacional, el **“Otoño Mágico”**, que es una propuesta de bienestar en la naturaleza por si solo
- Además, se celebran otros eventos que unen los recursos culturales, naturales y patrimoniales del territorio de forma sostenible: el **Festival de Teatro en Cáparra, Primavera Viva o “Los Conversos”**
- En el territorio encontramos una infraestructura innovadora, el **centro de actividades deportivas “El Anillo”**, que debe ser un referente para que los visitantes realicen actividades acuáticas o náuticas de baja intensidad.

Estrategia de imagen y posicionamiento – ESTRATEGIA DE IMAGEN

La apuesta decidida por convertir el territorio Ambroz-Cáparra en un destino sostenible puntero en el ecoturismo, la cultura y el bienestar en el entorno rural conduce a la posibilidad de apostar por alguna designación o integración en una marca-red para reforzar la identidad de la marca-destino Ambroz-Cáparra.

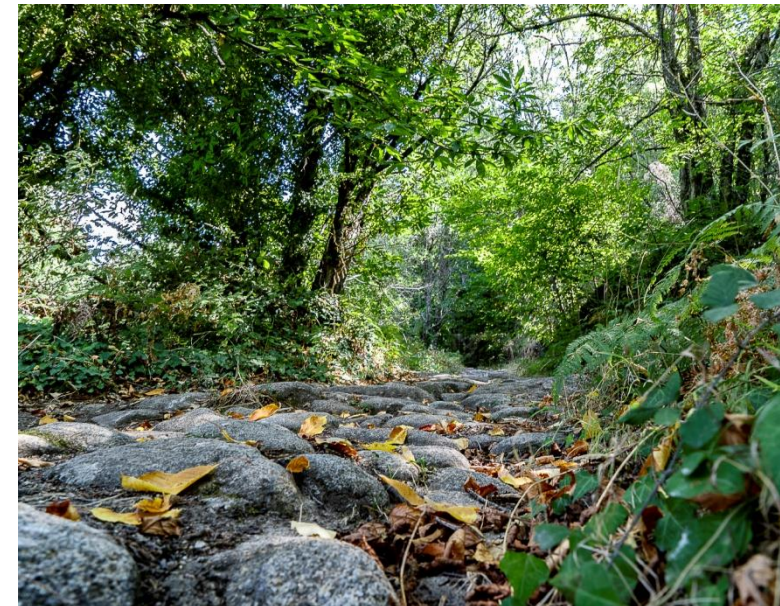
De este modo, y tras analizar diferentes figuras de reconocido prestigio a nivel europeo y mundial (Parque Cultural, Reserva de la Biosfera, Paisaje Cultural) creemos que, por la filosofía y porque va a permitir seguir avanzando en la mejora de la competitividad desde el punto de vista de la sostenibilidad turística, el destino podría optar al reconocimiento como destino sostenible mediante la garantía del sello internacional “Green destinations”.



Green destinations es una fundación sin ánimo de lucro con origen en Holanda, conformada por los organismos Green Destinations, European Centre for Eco & Agro Tourism (ECEAT), and Coastal & Marine Union – EUCC. que ha desarrollado un sello para reconocer la labor un territorio turístico como destino sostenible. Este sello tiene cada vez mayor reconocimiento a nivel de destinos europeos

que buscan aumentar progresivamente su calidad, competitividad y diferenciación a través de la sostenibilidad y atraer "visitantes verdes" y respetuosos.

Por eso, dentro del plan de acción que acompaña a esta estrategia se pondrá en marcha la candidatura con la evaluación on-line de todos los estándares solicitados por la organización (características del destino, gobernanza turística, recursos ambientales, medioambiente y clima, cultura y tradiciones, bienestar social y características socioeconómicas) y la aplicación de las medidas correctoras que se soliciten para conseguir una certificación tan prestigiosa.



Estrategia de imagen y posicionamiento – ESTRATEGIA DE IMAGEN

Imagen y posicionamiento actual del destino:

Destino situado en la zona media de los destinos de la provincia de Cáceres en cuanto a notoriedad, imagen y posicionamiento. Asociado sobre todo a un mosaico de paisajes exuberantes, al agua en forma de balnearios, embalses, cascadas o nieve, a recursos culturales como la Vía de la Plata, Granadilla, Cáparra y, por encima de todos, Hervás. Teniendo en cuenta el gran atractivo y singularidad de los recursos turísticos del destino, podría estar mucho mejor posicionado.

Propuesta estratégica de marca:

Tiene todos los ingredientes para posicionarse como el perfecto destino de ecoturismo, cultura y bienestar en el entorno rural: buenos restaurantes y alojamientos, agua termal y balnearios, un clima agradable, una naturaleza exuberante, buenos senderos, un ambiente acogedor y agradable en Hervás, pueblos con encanto, láminas de agua para turismo náutico, productos gastronómicos de calidad, patrimonio en la naturaleza, eventos sostenibles.

Se prevé la certificación ambiental sostenible "Green destinations"

Ejes de valor

- Patrimonio cultural tangible.
- Tranquilidad – ambiente slow
- Biodiversidad preservada - natural
- Hospitalidad - amabilidad.
- Autenticidad y tradiciones
- Sostenibilidad

Ejes y atributos de diferenciación – intrínsecos del territorio:

- El reino del agua (termas, embalses, cascadas, nieve, ríos, charcas, gargantas)
- Los caminos históricos (Vía de la Plata, Vía Verde, vías pecuarias, senderos)
- Un mosaico de paisajes (montañas, sierras, llanos, dehesas, bosques atlánticos)
- El agua, el agua termal, las gargantas, las piscina naturales.
- Eventos únicos (Otoño mágico, Festival de Teatro en Cáparra)
- Infraestructuras innovadoras: El Anillo

Estrategia de producto – INTRODUCCIÓN

La propuesta de priorización de productos turísticos deberá estar íntimamente ligada al posicionamiento de la marca destino que se ha definido previamente.

En consecuencia, la estrategia de producto se va a basar en una apuesta por una estrategia de productos turísticos singulares que aúpen el territorio a la cabeza de los destinos rurales de Extremadura.

Para asegurar un crecimiento enriquecedor y competitivo, será necesario alcanzar una combinación equilibrada de productos turísticos altamente atractivos para nuestros mercados y segmentos de demanda prioritarios. Deberán ser productos con un cierto potencial de demanda turística en nuestro destino a lo largo de todo el año y permitir captar el interés de aquellos consumidores que realmente nos interesen.

La priorización de los productos con mayor potencial de penetración en los segmentos de demanda prioritarios se realiza en base a dos grandes ejes:

- El atractivo del producto para el destino: depende de aspectos como el volumen actual y evolución de la demanda del producto en términos general, el efecto desestacionalizador, el gasto medio del turista tipo, la singularidad del producto, el impacto sobre la imagen del destino, la integración en el territorio y la sostenibilidad del producto (atractividad social, cultural y medioambiental).

- La competitividad del producto con respecto a los principales destinos competidores: depende de factores como la cuota de mercado del destino con respecto a la competencia, el potencial de crecimiento del producto en el destino, la notoriedad del producto en el destino con respecto a la competencia, la existencia de recursos turísticos atractivos, la diversificación, especialización y/o innovación de la oferta, el potencial de mejora en la estructura del producto, el mayor o menor establecimiento de canales de promoción y comercialización especializados.

A la vista de los diferentes diagnósticos e indicadores consultados en la elaboración de la estrategia del Plan de Sostenibilidad Turística, se considera prioritario apostar por todos los productos relacionados con el bienestar en el mundo rural, el ecoturismo y la cultura que nos permitan conectar los recursos transversales (agua, caminos históricos, mosaico de paisajes) con el esfuerzo de innovación y modernización que los agentes del territorio están llevando a cabo en los últimos años para conseguir un destino turístico sostenible.

Estrategia de producto – PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL DESTINO AMBROZ-CÁPARRA

PRODUCTOS PRIORITARIOS

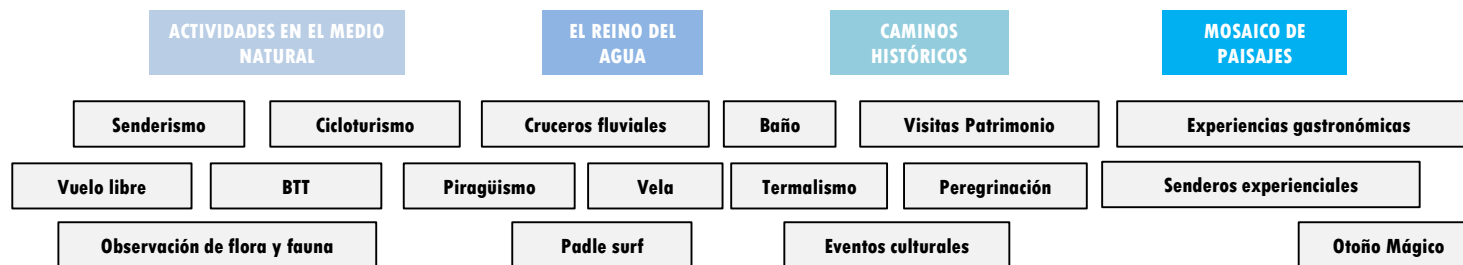
**ECOTURISMO
CULTURA
TURISMO RURAL**

Actualmente, con escasas conexiones y elementos complementarios entre sí

Transición hacia

ECOTURISMO, CULTURA Y BIENESTAR EN EL ENTORNO RURAL

Con el presente plan, centrado en generar actividades que pongan en valor los recursos singulares y vertebradores del territorio (agua, caminos históricos y mosaico de paisajes), se pretende alcanzar un desarrollo turístico sostenible



PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS

TURISMO EDUCATIVO

Astroturismo

Agroturismo

TURISMO DEPORTIVO

Carreras y trail

Pesca deportiva

TURISMO ORNITOLÓGICO

Observación

Fotografía

TURISMO GASTRONÓMICO

Catas y degustaciones

Recogida de productos

Estos productos se conciben para el destino como complementarios de los productos prioritarios, o con capacidad por sí mismos para atraer viajeros, en cuyo caso el ecoturismo, la cultura y el bienestar en el mundo rural pueden ser también un complemento perfecto. Estos productos encajan a la perfección con la estrategia de desarrollo turístico sostenible del destino.

Estrategia de producto – PRODUCTOS PRIORITARIOS



Ecoturismo, cultura y bienestar en el entorno rural

Como muestran las tendencias en diversos países, en la actualidad, buena parte de la población urbana vive deseosa de encontrar un lugar en el que estar tranquilo, respirar a fondo, recuperar el equilibrio interno y restablecer la armonía entre cuerpo y mente. Todo ello a fin de estar en condiciones de afrontar un mundo complejo, que avanza deprisa y que cada vez es más incierto. Por otra parte, no se desea hacer grandes esfuerzos para sentirse mejor (no se trata sólo de pasar horas en el gimnasio), sino de buscar el equilibrio y la armonía de forma placentera. El enorme crecimiento de los tratamientos naturales, métodos de ejercicio suave, comida sana, y turismo de naturaleza, salud y bienestar responden a esta necesidad.

Entendido en sentido amplio, el concepto de “bienestar” engloba una serie de actividades dirigidas a promover el equilibrio entre cuerpo y mente y está muy identificado con la práctica deportiva suave y el contacto con la naturaleza y elementos culturales de gran valor.

Es el producto turístico que más ha crecido en los últimos años en los países centroeuropeos y diferentes fuentes de información apuntan a una evolución muy similar en España para los próximos años.

Las principales tendencias que han impulsado el importante auge del fenómeno del turismo del bienestar en las sociedades más desarrolladas (tanto en su vertiente de motivación turística para las vacaciones, como de actividad lúdica o de ocio durante el resto del año) en los últimos años, son:

- El ritmo de vida acelerado y estresante en las grandes urbes que hace que sus residentes busquen cada vez más vías de escape para desestresarse, tanto en su vida cotidiana y también o sobre todo, durante las vacaciones. Aumenta la demanda por experiencias y actividades que permitan la recuperación del bienestar físico, psíquico y espiritual.
- El crecimiento interés por vivir de forma más consciente y más saludable.
- La juventud como objetivo: Los valores de la juventud (belleza, forma física, energía, salud) son codiciados por una población en fase de envejecimiento. La gente no sólo quiere vivir más, sino vivir mejor.
- El creciente interés por tratamientos y terapias alternativas que incluyan el empleo de productos naturales y enfatizen los aspectos espirituales y no sólo físicos. Esto explica, por ejemplo, la aparición de técnicas como la aromaterapia, musicoterapia, la presoterapia, el “shiatsu”, el uso de hierbas, barros y algas en los tratamientos, el “ayurveda” o la práctica del yoga o el “tai chi” entre otros. Según el lema “*west meets east*” se combinan las medicinas occidentales modernas y tradiciones orientales.

Estrategia de producto – PRODUCTOS PRIORITARIOS

La gastronomía es uno de los elementos incorporados al nuevo concepto de patrimonio cultural y turismo cultural y rural, basado en las crecientes tendencias de un estilo de vida saludable que persigue el bienestar, la autenticidad, la protección del medio ambiente y la necesidad de obtener experiencias de calidad. Los turistas cada vez valoran más la comida que enfatiza la cultura del lugar y que permite la conservación de formas tradicionales de agricultura y el patrimonio cultural. La gastronomía como recurso turístico no se aprecia solo por sí misma, sino por su capacidad de generar desarrollo rural. La comida también ocupa un lugar destacado en el debate "think global, act local" y cada vez más consumidores aprecian los productos de origen local.

Tradicionalmente, el llamado *turismo de bienestar* se ha identificado con la oferta de las estaciones termales. Sin embargo, el mercado se ha diversificado para dar cabida a una variedad de segmentos y actividades relacionadas con la puesta en forma y el equilibrio entre cuerpo y mente.

En función de las principales motivaciones y tendencias del mercado podemos distinguir 2 sub-segmentos:

- **Wellness en la naturaleza.** Está dirigido a gente que busca recuperarse, ponerse en forma o desestresarse mediante actividades de salud preventivas. Es el sub-segmento que requiere de una mayor preparación del destino en cuanto a instalaciones y servicios especializados en "wellness".

El destino Ambroz-Cáparra cuenta dos centros termales, en Baños de Montemayor y el Salugral. No obstante, el wellness en la naturaleza no se centra únicamente en aquellos centros que ofrecen instalaciones y servicios de agua termal. Engloba toda tipo de oferta que permite ponerse en forma desde el punto de vista físico como emocional: tai-chi, yoga, masajes, gimnasios, talleres creativos,...

- **Escapismo y relajación (turismo rural de desconexión).** Está dirigido a gente que todavía está en activo y busca un escape que le permita frenar su ritmo de vida. Las personas que pertenecen a este segmento, buscan un mayor contacto con el medio natural y con ambientes rurales asociados a la vida sana, lugares menos degradados y escasamente influidos por los modos de vida urbanos, sobre todo para descansar y desconectar del estrés que viven habitualmente en la ciudad. Para desconectar, algunos simplemente no quieren hacer nada, dormir mucho, leer un buen libro, y comer bien. Otros pueden ser algo más activos, combinando el "no hacer nada" con actividades que no requieren un excesivo desgaste: caminatas cortas, visitar monumentos, pasear por los pueblos, ir en bicicleta (por caminos de dificultad baja),...

Ambos sub-segmentos se consideran interesantes para el destino Ambroz-Cáparra al encajar la oferta del destino perfectamente con las necesidades de los dos tipos de consumidores.

Estrategia de producto – PRODUCTOS PRIORITARIOS

Los elementos básicos que configuran una oferta de bienestar en el entorno rural son:

- **Entorno y ambiente natural que infunda paz y tranquilidad:** Naturaleza cuidada, pueblos con carácter y urbanismo bien integrado, ausencia de ruido, personal atento, diseño y decoración que enfatice la relajación y la meditación, existencia de oferta de alojamiento adaptada al producto. Se trata de generar un sentimiento de libertad, tiempo y espacio personal con muchas opciones, pero pocas reglas y obligaciones.
- **Relajación.** La relajación a nivel corporal y mental se traduce en un sentimiento de bienestar y beneficia el estado de salud
- **Actividades de relajación pasiva:** diversidad de actividades que no requieran mucho esfuerzo físico, que puedan realizarse sin prisas y contribuyan al bienestar. Destacan las actividades relacionadas con la contemplación de la naturaleza y el descubrimiento de la cultura local, compras de productos típicos, así como otras actividades que favorezcan el crecimiento personal.
- **Actividades de relajación activa:** oferta variada de actividades físicas de diversos grados de dificultad, pero no extenuantes, que contribuyan al buen estado físico y mental. Destacan el senderismo, ir en bicicleta por caminos de dificultad baja o media y el “nordic walking” como variante del senderismo, que se considera especialmente apto como actividad para desestresarse y reencontrar el equilibrio físico y mental.
- **Oferta de instalaciones y servicios “wellness”:** oferta atractiva de instalaciones y servicios de salud preventivos, tanto en hoteles especializados (“wellness” o “spa hotels”) de una cierta calidad (preferiblemente cuatro estrellas), como en balnearios

- **Comida sana y rica:** ingredientes frescos de origen local y de temporada + elaboración de calidad con buena presentación + servida en entornos agradables que ofrezcan oportunidades para la convivencia (pareja, familia, amigos).
- **Protección del medio ambiente.** La preocupación por el medio ambiente y la ecología son valores en alza en las sociedades más evolucionadas, y entre los principales segmentos del mercado “wellness”. La preservación del entorno natural y paisajístico de los destinos “wellness” es una exigencia y puede constituir un aspecto diferencial clave.

El posicionamiento del destino de bienestar en la naturaleza tiene que ver con “vida saludable en un entorno natural de calidad” y entre los atributos de imagen destacan: la naturaleza y el paisaje, la cultura local, la autenticidad, la desconexión, la relajación, el equilibrio mental, la salud/ el bienestar, el confort, la vitalidad, la convivencia, la calidad de vida, la energía, el optimismo, la confianza, una buena organización y unas buenas facilidades.

Teniendo en cuenta todos los aspectos para el desarrollo de un producto asociado al ecoturismo, la cultura y el bienestar en un entorno rural, en Ambroz-Cáparra se dan una serie de condiciones que en su combinación posibilitan que, con una buena estructuración de la oferta existente, una buena promoción y una comercialización especializada, pueden transformar el territorio en un destino puntero en Extremadura y posiblemente en todos los destinos de interior de España.

Estrategia de mercado – CRITERIOS GEOGRÁFICOS

En este caso, la priorización se realiza según la procedencia o el lugar de residencia habitual del cliente potencial. Es el modelo de segmentación de mercados que se ha aplicado tradicionalmente en la gran mayoría de los destinos turísticos.

La distancia entre el lugar de residencia habitual y nuestro destino así como las infraestructuras de acceso condicionan de forma decisiva el potencial de captación de un determinado turista. A cuanto menos distancia vive una determinada persona de un destino turístico, mayor potencial existe, al menos de entrada, de convertir su interés por nuestra propuesta de valor en demanda real, especialmente si se trata de viajes de corta duración de fin de semana o de un puente.

En consecuencia, es evidente que en el caso de Ambroz-Cáparra, hay un mayor potencial de captación de clientes procedentes de las áreas de influencia más cercanas de la comarca, es decir, la propia Comunidad de Extremadura, Castilla y León, la Comunidad de Madrid y, a nivel internacional, Portugal.

En cambio, el potencial de captación de un cliente que, por ejemplo, reside habitualmente en Bilbao, Barcelona, Valencia o París, parece que ha de ser, como mínimo de entrada, menor.

No obstante, por más cerca que se encuentre la residencia habitual de un consumidor potencial, si no tiene ningún interés en la propuesta de valor turística que le puede ofrecer el destino, difícilmente podríamos captarlo para una estancia. En cambio, un residente en Valencia que busca un destino para hacer un viaje de ecoturismo, cultura o bienestar en el entorno rural podría tener un mayor interés en realizar una estancia turística en el territorio Ambroz-Cáparra que un residente en la Comunidad de Madrid sin ningún tipo de interés por viajar a un destino del interior.

La Comunidad de Madrid es el mercado emisor nacional que se ha considerado más prioritario con diferencia. Entendemos que la Comunidad de Madrid ha sido, es y seguirá siendo el principal mercado emisor no solo a nivel nacional, sino en general. Es un mercado con un tamaño considerable y es relativamente cercano y de fácil acceso desde Ambroz-Cáparra. Sus residentes tienen un poder adquisitivo muy por encima de la media nacional.

Otro mercado de proximidad que se ha considerado prioritario y que deberá ser una clara prioridad para nuestro territorio, son los residentes en el sur de Castilla y León.

En cuanto a mercados nacionales más lejanos, se han considerado prioritarios sobre todo los residentes en el Norte de España. Es un mercado con un tamaño de mercado y capacidad de gasto elevado aunque su lejanía condiciona la competitividad de nuestro territorio, al menos si se trata de viajes de corta duración. En este mercado, se debería trabajar sobre todo para incrementar la demanda en Semana Santa y verano para las familias, así como para los segmentos que pueden viajar durante todo el año, como los “best-agers” (55 – 65 años) o los “empty-nesters” (45 a 55 años), que viajan sin hijos.

En cambio, otros mercados de proximidad como la propia provincia de Cáceres o los residentes en Badajoz se han considerado menos prioritarios.

Estrategia de mercado – CRITERIOS GEOGRÁFICOS

En términos generales, los empresarios turísticos que han participado en los distintos talleres, parecen estar apostando por la diversificación de mercados mediante una mayor promoción turística en los mercados emisores internacionales, apostando especialmente por Alemania, Portugal, Reino Unido y Francia.

A nivel de mercados emisores internacionales, se apuesta en primer lugar por Alemania y, en un segundo nivel, por Portugal, el Reino Unido y Francia. Los mercados internacionales se consideran especialmente interesantes para una propuesta de valor de turismo de bienestar en el entorno rural. Es un producto mucho más desarrollado en estos países que en España y ya ampliamente consolidado como motivación principal de un viaje especialmente en los segmentos de "best-agers" y "empty-nesters".

Existe un elevado potencial para captar todavía más grupos de israelitas. Este mercado emisor ya se ha convertido en el segundo mercado emisor internacional en los Pirineos, sólo por detrás de Francia. La Judería de Hervás, que forma parte de la Red de Juderías de España, es un gran atractivo para este mercado emisor que tiene un muy elevado interés por los destinos de montaña.

Otros mercados emisores internacionales dependerán de la capacidad del destino de vincular su propuesta de valor a otros destinos de la provincia de Cáceres y a otros destinos cercanos como por ejemplo Béjar y la provincia de Salamanca en general.

Figura 7.5.1 Mercados emisores prioritarios para el destino Ambroz-Cáparra



Fuente: elaboración propia

Estrategia de mercado – CRITERIOS DE ESTILO DE VIDA-EDAD-SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA

En este caso, se ha segmentado el mercado en función de una serie de variables como el estilo de vida, la estructura familiar, el trabajo, la educación, la religión, la edad, el sexo, el nivel adquisitivo del viajero, etc.

De acuerdo con las propias opiniones del sector turístico del territorio (aportadas tanto en las entrevistas personales como en los talleres de trabajo), las prioridades del destino son las siguientes:

PRIORIDAD ALTA

Jóvenes amantes del turismo activo



Senderistas



Personas que quieren disfrutar de un entorno natural intacto



PRIORIDAD MEDIA

Estresados: descansar en un alojamiento rural y desestresarse



Ecologistas



Familias con niños (> 6 años)



DINK'S



Amantes de la buena vida



Amantes de la flora y fauna



Personas en búsqueda del reequilibrio mental



Estrategia de mercado – CRITERIOS SOCIODEMOGRÁFICOS

En cuanto a **perfiles socio-demográficos** a potenciar para el territorio Ambroz-Cáparra, interesan especialmente aquellos segmentos que viajan fuera de la temporada escolar y, en consecuencia, sin hijos. Los “adults only” tienen un mayor poder adquisitivo y presupuesto disponible para vacaciones y viajan preferiblemente en temporada media (primavera y otoño). De hecho, actualmente ya son los segmentos de demanda que más viajan por nuestro territorio en temporada media y baja.

PRIORIDAD ALTA

DINK's



Parejas jóvenes de entre 25 y 40 años sin hijos y que tienen dos ingresos “**DOUBLE INCOME NO KIDS**”

EMPTY-NESTERS



Parejas de 45 a 55 años con hijos mayores que ya no viven en casa y que se han independizado económicamente. Disponen de un poder adquisitivo mayor.

“Best-agers”



Se trata del segmento de personas de 55 a 69 años, que viajan solos, en pareja o en grupo; en cualquier caso no en familia.

La oferta de nuestro destino se adapta perfectamente a las necesidades de este segmento. Para este segmento, son especialmente interesantes los productos de touring / circuitos, bienestar en la naturaleza, cultura e identidad, gastronomía y el ecoturismo.

Estrategia de mercado – ESTILO DE VIDA

En cuanto al **estilo de vida**, hay que apostar claramente por los **“LOHAS”**.

Los **“LOHAS”** (“Lifestyle of Health and Sustainability”) son un segmento de mercado que valora un estilo de vida más saludable y más sostenible. Sus **“integrantes”** son gente bien educada, críticos, con dinero, bien informados, usuarios de las nuevas tecnologías y de las redes sociales. Responden a estilos de vida que no se basan en el dinero y el consumo, sino en el bienestar, la salud y la sostenibilidad. Viven y consumen de una manera informada, consciente y ética, especialmente por lo que respecta a su propia salud, la sociedad y el medio ambiente. También están interesados en la espiritualidad y las nuevas tecnologías.

Es un grupo amplísimo y todo parece indicar que su relevancia irá creciendo todavía más en los próximos años. En la actualidad se estima que un porcentaje aproximado del 13-19% sobre la población adulta en los países más desarrollados pertenece a este segmento. Están dispuestos a pagar **“un poco más”** con tal de acceder a productos y servicios respetuosos con el medio ambiente.

Esta consideración se extiende también al ámbito turístico, con lo que se trata de un nuevo tipo de turista *premium*.

La aparición de estos nuevos estilos de vida, ha comportado para el turismo:

- Los **“LOHAS”** buscan un tipo de turismo ecológicamente sostenible y que cumpla con sus estándares de ética y justicia social.

- Descenso en el interés en los destinos excesivamente masificados y poco respetuosos con el entorno natural.
- Cada vez se demandarán más destinos turísticos en los que exista una comunión entre la población y la naturaleza.
- Desarrollo de planes de sostenibilidad profundos, coherentes y consistentes con el medioambiente.
- Aumento de demanda de destinos integrados en el entorno natural (turismo rural, etc. sin que suponga un impacto negativo en el ecosistema).
- Creciente interés del componente regional: se busca conocer las tradiciones, la cultura y el entorno autóctonos a la hora de elegir el destino turístico.

Estrategia de mercado – SEGMENTOS PRIORITARIOS EN FUNCIÓN DEL ESTILO DE VIDA



Estrategia de promoción y comercialización – SELECCIÓN DE LOS MEDIOS PROMOCIONALES

La estrategia de promoción es una de las herramientas más potentes para conseguir la diferenciación del destino ante los público objetivo. El carácter temático de nuestros productos estrella, el ecoturismo, cultura y bienestar en el entorno rural sostenible, nos invita a apostar por algunos canales de promoción (revistas especializadas, portales web específicos, asociaciones, eventos temáticos, ferias, redes sociales especializadas, etc.) para llegar a los públicos objetivo (nacionales e internacionales).

Las posibles estrategias de promoción externa son:

- **Push.** Dirige y concentra los esfuerzos de marketing y comerciales sobre los intermediarios con acciones directas de apoyo e incentivación para lograr impulsar la venta del producto a través de los canales indirectos.
- **Pull.** Dirige y concentra los esfuerzos de marketing y comerciales sobre nuestro cliente - consumidor final, mediante acciones promocionales que crean suficiente demanda del consumidor para que el cliente solicite nuestro producto y lo adquiera directamente (online,...) o a través de los canales indirectos. Una estrategia pull requiere poco esfuerzo promocional por parte de los intermediarios y es aplicable principalmente si la demanda del producto es alta y si es posible diferenciar el producto por sus características emotivas.
- **Mixta.** Combinación de las dos estrategias anteriores; utilización tanto de canales directos como indirectos.

Los agentes turísticos del territorio Ambroz-Cáparra están de acuerdo en trasladar una parte del peso de la promoción hacia el marketing digital, aunque siguen apostando también todavía por canales de promoción offline, especialmente la promoción en televisión y radio y acciones como el “street marketing”.

El canal online más prioritario para los agentes territoriales es la web, seguido por las redes sociales como Facebook e Instagram. También existe un consenso en el destino por incrementar y gestionar mejor la presencia en los portales de recomendación, como Tripadvisor o Minube. En cambio, se considera menos prioritario realizar acciones de co-marketing con OTA's.

Lo que sí resulta evidente es que el peso de la promoción turística deberá trasladarse pues al ámbito digital por distintos motivos. Por un lado, los consumidores turísticos en origen se están informando cada vez más a través de los canales de promoción online y, por otro lado, el marketing digital permite una promoción mucho más segmentada (marketing “one-to-one”) a un coste infinitamente menor.

De cara a la priorización de las redes sociales, parece evidente priorizar “Facebook” para dirigirse a los “best-agers” y “empty-nesters” e “Instagram” o “Youtube” para dirigirse a los DINK's o millenials.

Este cambio de paradigma en la estrategia de promoción enfrenta al destino a una serie de retos organizativos y presupuestarios y de cambios estructurales que se deberán afrontar sin miedo. Una de las grandes decisiones que se deberán tomar es si gestionar el marketing digital de forma interna a través de un departamento propio o si subcontratarlo a agencias de marketing especializadas.

Nuestra recomendación sería apostar por un modelo mixto, ampliando las propias competencias de marketing digital y, al mismo tiempo, contar con los servicios de una agencia especializada para fortalecer todavía más esta apuesta. Desde luego, no hay alternativa a la ampliación de las competencias en el ámbito del marketing digital.

Estrategia de promoción y comercialización – ACCIONES PROMOCIONALES



ESTRATEGIAS

PULL
Apostar por una promoción dirigida al consumidor final prioritario en los mercados nacionales y con mejor posicionamiento competitivo.



ESTRATEGIA MIXTA



PUSH
Apostar por una promoción a través de prescriptores (canal de intermediación, prensa, grupos de interés temáticos) para penetrar en los segmentos de demanda internacionales o menos consolidados

ACCIONES DE MARKETING SOSTENIBLE

- | | | |
|------------------------|---------------------------|----------------------|
| Web Destino | Redes sociales | Marketing on line |
| Soportes promoción | e-mailing | SEO / SEM |
| Publicidad | Ferias turísticas | Gestión Reputación |
| Org. Eventos Sostenib. | Newsletter | Venta cruzada |
| Prescriptores | Centrales Reservas | Entidades turísticas |
| Relaciones Públicas | OTAS | Alianzas empresas |
| Blogs | Receptivos especializados | Promoción en Red |
| Prensa | DMC | Ferias turísticas |



PLAN DE ACCION | 08.

Plan de acción AMBROZ-CÁPARRA – Definición del Plan

Una vez definida la estrategia de turismo sostenible Ambroz-Cáparra, los objetivos generales y específicos que se pretenden alcanzar y su alineación con los retos del programa de Planes de Sostenibilidad en Destino y los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU), se han definido tres grandes Ejes Estratégicos, los cuales se desdoblan a su vez en nueve Programas de Acción, tal y como se presenta en el siguiente esquema:

En la página siguiente, se presenta con mayor detalle la descripción de cada Programa de Acción

Finalmente, se ha elaborado una Ficha Técnica para cada una de las acciones propuestas, de manera que se alcancen de forma eficiente los objetivos establecidos en el plan.

1

EJE DE GOBERNANZA TURÍSTICA

- 1.1 Gestión colaborativa y participativa del plan y del destino
- 1.2 Destino turístico inteligente
- 1.3 Evaluación y seguimiento del plan

2

EJE DE PROPUESTA DE VALOR SOSTENIBLE

- 2.1 Destino sostenible
- 2.2 Producto sostenible
- 2.3 Identidad turística

3

EJE DE MARKETING SOSTENIBLE

- 3.1 Marketing sostenible
- 3.2 Promoción y potenciación de la comercialización
- 3.3 Soportes promocionales

Plan de acción AMBROZ-CÁPARRA – Definición del Plan

En su afán por contribuir a la consecución de los ODS y los retos del Programa de Planes de Sostenibilidad, cabe destacar que los ejes estratégicos y los programas de acción propuestos en el Plan de Sostenibilidad Turística de Ambroz-Cáparra se encuentran perfectamente alineados a los ejes estratégicos definidos en la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030, en la que se sientan las bases de la transformación del turismo español hacia un modelo de crecimiento sostenido y sostenible.

Alineado con el primer eje de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030, “**Gobernanza colaborativa**”, se propone el programa de acción “**Gestión colaborativa en el desarrollo del plan y el destino**”, en el que se plantea la creación de un ente gestor del destino para potenciar la colaboración público-privada e intersectorial. El segundo eje, “**Crecimiento sostenible**”, se alcanzará mediante los programas de acción “**Destino sostenible**”, “**Producto sostenible**” e “**Identidad turística**” que contribuirán a lograr un crecimiento sostenido de la demanda turística que garantice el presente y el futuro de nuestra industria. Para contribuir al tercer eje, denominado “**Transformación competitiva**”, se han planteado los programas de acción “**Gestión colaborativa en el desarrollo del plan y el destino**” “**Destino turístico inteligente**” y “**Marketing sostenible**”, los cuales contribuirán a mejorar la competitividad del sector. El cuarto eje, centrado en los componentes que soportan la propuesta de valor turística de España, “**Espacio turístico, empresas y personas**”, se trabajará desde los programas de acción “**Destino sostenible**”, “**Producto sostenible**” e “**Identidad turística**”, en aras de mejorar el destino en su conjunto.

Por último, con el objetivo de alinear nuestra propuesta al eje “**Producto, marketing e inteligencia turística**”, se trabajará desde múltiples programas de acción encaminados a mejorar el posicionamiento del destino en los mercados.

Figura 8.1.1 Alineación del plan propuesto con los ejes de la estrategia de turismo sostenible en España 2030

EJES ESTRATÉGICOS ESTRATEGIA DE TURISMO SOSTENIBLE DE ESPAÑA 2030	PROGRAMAS DE TRABAJO PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ- CÁPARRA
1. GOBERNANZA COLABORATIVA	1.1. Gestión colaborativa y participativa del plan y el destino
2. CRECIMIENTO SOSTENIBLE	2.1. Destino sostenible 2.2. Producto sostenible 2.3. Identidad turística
3. TRANSFORMACIÓN COMPETITIVA	1.1. Gestión colaborativa y participativa del plan y el destino 1.2. Destino turístico inteligente
	3.2. Marketing sostenible
4. ESPACIO TURÍSTICO, EMPRESAS Y PERSONAS	2.1. Destino sostenible 2.2. Producto sostenible 2.3. Identidad turística
5. PRODUCTO, MARKETING E INTELIGENCIA TURÍSTICA	1.2. Destino turístico inteligente
	2.1. Destino sostenible 2.2. Producto sostenible 2.3. Identidad turística
	3.1. Marketing sostenible 3.2. Promoción y potenciación de la comercialización 3.3. Soportes promocionales

ACCIÓN NÚMERO 01 – CREACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE UN ENTE GESTOR DEL DESTINO AMBROZ-CÁPARRA

EJE DE ACTUACIÓN

GOBERNANZA TURÍSTICA

SUB-EJE DE ACTUACIÓN

GESTIÓN COLABORATIVA Y PARTICIPATIVA DEL PLAN Y DEL DESTINO

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

Una de las principales carencias turísticas del territorio Ambroz-Cáparra es la ausencia de un organismo que aglutine a todos los actores participantes del turismo en el destino, lo que dificulta el desarrollo turístico sostenible y equilibrado.

Por este motivo, se plantea la creación de un ente gestor del turismo en Ambroz-Cáparra que coordine y lidere el desarrollo turístico del destino más allá del Plan de Sostenibilidad Turística.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Contar con una herramienta de gestión turística única en todo el territorio
- Mejorar la coordinación y la cooperación público-privada
- Aprovechar de forma coherente los recursos económicos y humanos
- Disponer de una herramienta para el seguimiento y la evaluación de los diferentes proyectos turísticos que se implanten en el territorio

DESCRIPCIÓN

Para la creación del ente gestor se debe contar con la participación de agentes públicos (Diputación de Cáceres, Mancomunidades, Administración autonómica), privados (empresas turísticas, empresas agroalimentarias), y entidades público – privadas (asociaciones de empresarios turísticos, grupos de acción local) ya que todos ellos están implicados de manera directa o indirecta en el desarrollo del turismo en el destino.

El Ente Gestor será conformado como entidad jurídica y será el impulsor del turismo en el territorio, de forma que pueda llevar a efecto los planes de sostenibilidad turística. El Ente Gestor de turismo, a través de sus propios técnicos y/o contando con los apoyos de los técnicos de Diputación, coordinará las distintas actuaciones y llevarán a cabo una comunicación activa con el conjunto de actores del destino.

Dentro de la creación del Ente Gestor cobra especial importancia el diseño de un modelo de financiación que asegure su viabilidad a corto y medio plazo.

DESARROLLO DE LA ACCIÓN

Estudio y análisis de la realidad empresarial y administrativa de la comarca.
Análisis de la fórmula jurídica adecuada, teniendo en cuenta los agentes claves, que determine la creación de un ente gestor de la comarca para el DTI.
Definición de, visión, misión, objetivos y alcance del ente gestor.
Definición y redacción de los estatutos fundacionales
Realización de un plan de viabilidad técnico económico
Análisis y estudio de los recursos turísticos susceptibles de ser aprovechados en la viabilidad del ente gestor:
Desarrollo específico para el funcionamiento del Ente Gestor.

ACCIÓN NÚMERO 01 – CREACIÓN Y PUESTA EN MARCHA DE UN ENTE GESTOR DEL DESTINO AMBROZ-CÁPARRA

LOCALIZACIÓN DE LA ACCIÓN

La acción tiene un carácter comarcal

PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN

1ª ANUALIDAD	2ª ANUALIDAD	3ª ANUALIDAD	Acción
Creación del ente gestor	Creación del ente gestor	Creación del ente gestor	Creación del ente gestor del destino
10.000 €	15.000 €	15.000 €	40.000 €

CRONOGRAMA DE LA ACCIÓN (diagrama de Gantt en trimestres)

Anualidad	1ª				2ª				3ª			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Creación del ente gestor del destino												

RESULTADOS ESPERADOS

A través de la creación del ente gestor esperamos alcanzar los siguientes resultados:

- Contar con una entidad jurídica con personalidad propia que impulse el turismo de la comarca y cubra la necesidad de mejorar en la coordinación, gestión y promoción del turismo.
- Impulso de un nuevo modelo de gobernanza turística en el destino que tenga en cuenta todos los actores que intervienen e impulso de la cooperación entre empresarios y entidades turísticas
- Adhesión de empresas al ente gestor del territorio (Club de Empresas)

INDICADORES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

- Estatutos aprobados
- Nº de adhesiones al Comité de Gestión, representativas del territorio.
- Número de reuniones para la creación del ente gestor y acuerdos alcanzados o gestiones realizadas
- Publicaciones en boletines oficiales relativos a la creación del ente gestor
- Ofertas de empleo público para la contratación de los técnicos del ente gestor.

SINERGIAS

Junto a las estrategias nacionales incardinadas en todo el plan, esta acción se alinea con las siguientes estrategias:

- Plan Estratégico de Marketing Turístico Sostenible de la provincia de Cáceres 2020-2030
- Estrategias de desarrollo local participativo de DIVA y CEDER Cáparra
- Proyecto "Diputación Desarrolla"

ACCIÓN NÚMERO 02 – GERENCIA DEL PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA

EJE DE ACTUACIÓN

GOBERNANZA TURÍSTICA

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

Con el objetivo de contar con una oficina técnica de gestión, seguimiento y evaluación del Plan de Sostenibilidad Turística, se considera prioritario crear un equipo de técnicos, expertos en turismo y gestión turística y otras especialidades acordes con la gestión del plan (equipo multidisciplinar)

Así mismo, este equipo técnico deberá ser el encargado de tutelar el proceso de creación del ente gestor turístico.

SUB-EJE DE ACTUACIÓN

GESTIÓN COLABORATIVA Y PARTICIPATIVA DEL PLAN Y DEL DESTINO

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Coordinar y ejecutar las acciones del PST
- Difundir y sensibilizar sobre las acciones del PST y su impacto en el territorio
- Facilitar a empresas y otros agentes del territorio un interlocutor cercano y organizado
- Impulsar la creación del ente gestor del destino turístico
- Optimizar los esfuerzos y los recursos económicos y humanos

DESCRIPCIÓN

A través de esta acción se prevé la contratación de un equipo técnico de para el desarrollo del Plan de Sostenibilidad Turística Ambroz-Cáparra, que pueda, además de la gestión económica y administrativa, impulsar la distintas acciones del plan comarcal y coordinarlas con los distintos actores del territorio.

Este equipo técnico se conformará por un Gerente, funcionario de la Diputación de Cáceres y cuyo sueldo asume esta institución, además de dos técnicos medios, con cargo a los fondos del PST con perfil que responda a las acciones a ejecutar y con experiencia en la gestión de proyectos turísticos.

El equipo técnico turístico tendrá que asumir las funciones de planificación, gestión y comunicación del PST, realizando un seguimiento de los principales indicadores del destino, manteniendo un contacto fluido con los diversos agentes y empresas turísticas y coordinándose con las diversas instituciones.

Además, deberá ser el encargado de tutelar y coordinar el proceso de creación del Ente Gestor Turístico del destino Ambroz-Cáparra.

DESARROLLO DE LA ACCIÓN

Las funciones a desarrollar por la Gerencia serán:

- a) Impulsar las actuaciones del Plan.
- b) Difundir los objetivos y las actuaciones el Plan.
- c) Efectuar propuestas de actuaciones.
- d) Procurar la coordinación del Plan con otras actuaciones que puedan llevar a cabo en la zona las administraciones representadas en el Convenio
- e) Recabar la documentación precisa para la justificación de las actuaciones del Plan.
- f) Ejercer la secretaría de la Comisión de Seguimiento y del Plan.
- g) Cualquier otra que le asigne la Comisión de Seguimiento.

ACCIÓN NÚMERO 02 – GERENCIA DEL PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA

LOCALIZACIÓN DE LA ACCIÓN
La acción tiene un carácter comarcal

PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN

1º ANUALIDAD	2º ANUALIDAD	3º ANUALIDAD	Acción
Gastos de personal y dietas	Gastos de personal y dietas	Gastos de personal y dietas	Gerencia del PST Ambroz-Cáparra
92.500 €	92.500 €	92.500 €	277.500 €

CRONOGRAMA DE LA ACCIÓN (diagrama de Gantt en trimestres)

Anualidad	1º				2º				3º			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Gerencia del PST Ambroz-Cáparra	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

RESULTADOS ESPERADOS

Con la creación del equipo gestor del PST esperamos alcanzar los siguientes resultados:

Contar con un equipo especializado en turismo que lidere y gestione el Plan de Sostenibilidad Turística, ejecutando y coordinando las diversas acciones y líneas de trabajo actuando también como Responsable Turístico del Destino e informando a la Comisión de Seguimiento.

Creación de un cuadro de mando de sostenibilidad que nos permita analizar la evolución del destino.

INDICADORES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

- Publicación en boletines oficiales de la constitución del equipo gerente del PST
- Número de reuniones del equipo gestor por anualidad
- Evaluación de los plazos de ejecución de las diferentes acciones del PST
- Acciones de comunicación del equipo gerente a la población informando del desarrollo del plan
- Número de comisiones de seguimiento, informes y evaluación de resultados.

SINERGIAS

Junto a las estrategias nacionales incardinadas en todo el plan, esta acción se alinea con las siguientes estrategias:

- Plan Estratégico de Marketing Turístico Sostenible de la provincia de Cáceres 2020-2030
- Estrategias de desarrollo local participativo de DIVA y CEDER Cáparra
- Proyecto "Diputación Desarrolla"
- Plan director de provincia inteligente de Cáceres - Provincia Digital

ACCIÓN NÚMERO 03 – DIAGNÓSTICO Y PLAN DE DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE EN AMBROZ-CÁPARRA

EJE DE ACTUACIÓN

GOBERNANZA TURÍSTICA

SUB-EJE DE ACTUACIÓN

DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

El territorio Ambroz-Cáparra quiere iniciar su transformación en Destino Turístico Inteligente. De este modo, siguiendo las directrices y recomendaciones del modelo DTI de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes a nivel nacional, presentamos esta acción para realizar un diagnóstico y de un plan de acción que se constituya como la hoja de ruta hacia un nuevo modelo de planificación y gestión.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir la estrategia a seguir como Destino Turístico Inteligente
- Cumplir los requisitos de autodiagnóstico para acceder a la Red DTI
- Configurar un plan de acción que incluya los principales ejes de DTI

DESCRIPCIÓN

Para convertir nuestro territorio en un destino turístico innovador, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, accesible para todos, que facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y mejora la calidad de vida del residente, es indispensable realizar las siguientes acciones:

- 1.- Realización del autodiagnóstico DTI en el territorio según los ejes del DTI: gobernanza, sostenibilidad, accesibilidad, conectividad, innovación, promoción y marketing, sistema de inteligencia y comercialización.
- 2.- Incorporación del estudio del Eje de Seguridad y Salud tras la emergencia sanitaria acaecida por el COVID 19.

3.- Comparativa de los resultados de la autoevaluación del destino con respecto a la media de los resultados obtenidos por los territorios de la Red DTI que han realizado el autodiagnóstico.

4.- Realización Plan de acción.

5.- Seguimiento y mantenimiento del plan de acción.

ACCIÓN NÚMERO 03 – DIAGNÓSTICO Y PLAN DE DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE EN AMBROZ-CÁPARRA

LOCALIZACIÓN DE LA ACCIÓN

La acción tiene un carácter comarcal

PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN

1ª ANUALIDAD	2ª ANUALIDAD	3ª ANUALIDAD	Acción
Elaboración Plan DTI	-	-	Elaboración Plan DTI
20.000 €	0 €	0 €	20.000 €

CRONOGRAMA DE LA ACCIÓN (diagrama de Gantt en trimestres)

Anualidad	1ª				2ª				3ª			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Diagnóstico y elaboración del Plan de Destino Turístico Inteligente												

RESULTADOS ESPERADOS

Con la creación del plan de acción de DTI esperamos alcanzar los siguientes resultados:

- Impulso de un nuevo modelo de gobernanza turística en el destino que tenga en cuenta todos los actores que intervienen e impulso de la cooperación entre empresarios y entidades turísticas.
- Impulsar la digitalización entre el sector empresarial.
- Fomentar la creación de un Destino Turístico Inteligente gracias al uso de las nuevas tecnologías.
- Creación de un cuadro de mando de sostenibilidad que nos permita analizar la evolución del destino.

SINERGIAS

Junto a las estrategias nacionales incardinadas en todo el plan, esta acción se relaciona con:

- Plan Estratégico de Marketing Turístico Sostenible de la provincia de Cáceres 2020-2030
- Estrategias de desarrollo local participativo de DIVA y CEDER Cáparra
- Plan director de provincia inteligente de Cáceres - Provincia Digital

INDICADORES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

- Nº reuniones realizadas para autodiagnóstico
- Nº de partes interesadas participantes en el autodiagnóstico
- Autodiagnóstico realizado con Plan de acción
- % Acumulado x eje del DTI de los resultados del autodiagnóstico y avance del plan.
- Redactado el Plan de Acción DTI o Director del Destino

ACCIÓN NÚMERO 04 – IMPLEMENTACIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE EN AMBROZ-CÁPARRA

EJE DE ACTUACIÓN GOBERNANZA TURÍSTICA

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

Una vez realizado el autodiagnóstico y elaborado el Plan de Acción para convertirse en un DTI, la siguiente fase se centra en implementar dicho plan para alcanzar el reconocimiento como DTI.

La implementación llevará aparejada una última fase de seguimiento y mejoras continuas, para garantizar la capacidad del destino para hacer frente con éxito a los retos y transformaciones que plantea el nuevo entorno económico, social y tecnológico.

SUB-EJE DE ACTUACIÓN

DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Poner en marcha las diferentes medidas contempladas en el Plan de Acción DTI
- Alcanzar la distinción de Destino Turístico Inteligente
- Disponer de herramientas para afrontar los retos de nuevas realidades
- Optimizar los esfuerzos y los recursos económicos y humanos

DESCRIPCIÓN

La implementación del Plan de Acción para conseguir la certificación como Destino Turístico Inteligente se desarrollará en el territorio Ambroz-Cáparra a lo largo del año 2022, extendiendo a 2023 las medidas de seguimiento del plan y de estudio sobre la capacidad para hacer frente a cambios y retos futuros.

Esta implementación se hará contando, en todo momento, con los actores turísticos públicos y privados del destino, en base a los siguientes elementos:

- **Gobernanza:** participación, transparencia, comunicación constante y esfuerzo entre agentes públicos y privados.
- **Sostenibilidad:** eficiencia energética, planes de contingencia ambiental, desarrollo de proyectos en espacios naturales protegidos
- **Accesibilidad:** mejoras en la movilidad física y en el acceso al mundo digital
- **Conectividad:** mejorar los cauces de comunicación y cooperación entre empresas y consumidores turísticos, sensorización de los elementos del destino para la captación de datos

- **Sistema de inteligencia:** gestión de datos que se generan desde la web, redes sociales y sensores. Estos datos, que representan un verdadero escenario de *big data*, deben estar disponibles en un formato adecuado para su uso. Además, se debe contar con las herramientas necesarias para gestionarlos de manera que genere valor.
- **Promoción y marketing online:** adaptar la información y promoción turística a los nuevos condicionantes de la demanda, que busca sobre todo singularidad y personalización, y automatizar todo lo posible los procesos de información
- **Comercialización:** incrementar su papel comercial y de desarrollo de producto en conexión con el plan de *marketing* y el sistema de información e inteligencia de mercado.
- **Innovación:** convertir el destino en un entorno innovador incluyendo un enfoque de competencia y colaboración al mismo tiempo.

ACCIÓN NÚMERO 04 – IMPLEMENTACIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE EN AMBROZ-CÁPARRA

PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN

LOCALIZACIÓN DE LA ACCIÓN
La acción tiene un carácter comarcal

1ª ANUALIDAD	2ª ANUALIDAD	3ª ANUALIDAD	Acción
-	Implementación del DTI Ambroz-Cáparra	Implementación del DTI Ambroz-Cáparra	Implementación del DTI del destino
0 €	50.000 €	0 €	50.000 €

CRONOGRAMA DE LA ACCIÓN (diagrama de Gantt en trimestres)

Anualidad	1ª				2ª				3ª			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Implementación del DTI Ambroz-Cáparra												

RESULTADOS ESPERADOS

Con la implementación del plan de acción esperamos alcanzar los siguientes resultados:

-- Impulso de un nuevo modelo de gobernanza turística en el destino que tenga en cuenta todos los actores que intervienen e impulso de la cooperación entre empresarios y entidades turísticas.

-Impulsar la digitalización entre el sector empresarial.

-Fomentar la creación de un Destino Turístico Inteligente gracias al uso de las nuevas tecnologías.

-Creación de un cuadro de mando de sostenibilidad que nos permita analizar la evolución del destino.

INDICADORES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

-Nº reuniones realizadas para la implementación del plan de acción

-Número de acciones ejecutadas con éxito en el Plan de Acción

-Número de participantes público-privados en la ejecución del Plan de Acción

-Índice de respuesta del destino a situaciones de cambios bruscos en los entornos económicos, sociales o sanitarios

SINERGIAS

Junto a las estrategias nacionales incardinadas en todo el plan, esta acción se relaciona con:

- Plan Estratégico de Marketing Turístico Sostenible de la provincia de Cáceres 2020-2030
- Estrategias de desarrollo local participativo de DIVA y CEDER Cáparra
- Estrategia de transformación digital de la Diputación de Cáceres

ACCIÓN NÚMERO 05 – EVALUACIÓN DEL PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA

EJE DE ACTUACIÓN GOBERNANZA TURÍSTICA

SUB-EJE DE ACTUACIÓN EVALUACIÓN, SEGUIMIENTO Y CONTROL

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

Para garantizar la correcta ejecución del Plan de Sostenibilidad Turística, el éxito de las iniciativas planteadas y la consecución de los objetivos y resultados esperados para cada una de ellas, resulta imprescindible contar con un proceso de evaluación, por lo que se plantea el desarrollo de acciones evaluativas del PST Ambroz-Cáparra a lo largo de las tres anualidades en las que se ejecutará.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Contar con una herramienta para el control y el seguimiento objetivo de las acciones
- Garantizar el correcto desarrollo de las acciones en tiempo y forma
- Hacer más eficientes la toma de decisiones en la ejecución del plan
- Disponer de herramientas de información a la ciudadanía sobre la ejecución del Plan
- Optimizar los esfuerzos y los recursos económicos y humanos

DESCRIPCIÓN

El sistema de evaluación estudiará el rendimiento de los ejes y los ámbitos de actuación a través de los resultados obtenidos por los indicadores asociados al desempeño de las acciones como unidad de medida, confeccionando un cuadro de indicadores sobre cada una de las acciones planificadas.

Para la realización de la evaluación se dispondrá de una asistencia técnica a lo largo de la vida del proyecto, que realizará un plan de evaluación, determinando indicadores, herramientas de evaluación y formato de los informes de evaluación.

deberá ser elaborada y tutelada por el equipo técnico del PST, emitiendo al final de cada anualidad un informe de evaluación de las actividades realizadas durante el ejercicio, donde se especifique la ejecución de los

contenidos del Plan para su control en base a los indicadores establecidos en cada una de las acciones.

Los informes se presentarán en la Comisión de Seguimiento del PST, permitirá reorientar las acciones atendiendo a su impacto esperado, permitiendo así reformulación de las acciones.

Dicho informe se presentará ante los diferentes agentes turísticos públicos y privados existentes en el territorio. Tras la emisión, comunicación y aportaciones de los agentes turísticos, se llevarán a cabo las modificaciones que sean necesarias con el fin de adaptar el plan a las nuevas situaciones políticas, económicas y sociales que puedan producirse.

ACCIÓN NÚMERO 05 – EVALUACIÓN DEL PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA

LOCALIZACIÓN DE LA ACCIÓN

La acción tiene un carácter comarcal

PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN

1º ANUALIDAD	2º ANUALIDAD	3º ANUALIDAD	Acción
Proceso de evaluación	Proceso de evaluación	Proceso de evaluación	Evaluación del PST Ambroz-Cáparra
5.000 €	5.000 €	5.000 €	15.000 €

CRONOGRAMA DE LA ACCIÓN (diagrama de Gantt en trimestres)

Anualidad	1ª				2ª				3ª			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Evaluación del PST Ambroz-Cáparra	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

RESULTADOS ESPERADOS

Con el proceso de evaluación del PST esperamos alcanzar los siguientes resultados:

Informe anual sobre la evolución del sector turístico y las acciones realizadas de forma que pueda ser conocido por todas las partes interesadas y que nos permita la toma de decisiones

Mejorar la gestión y la toma de decisiones dentro del Plan de Sostenibilidad Turística

Recoger y aplicar las propuestas del territorio en cada anualidad para la mejora del plan

INDICADORES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

- El número de informes de evaluación
- El porcentaje de consecución de los objetivos
- El nivel de ejecución de las acciones previstas
- El impacto en empleo y visitantes

SINERGIAS

Junto a las estrategias nacionales incardinadas en todo el plan, esta acción se relaciona con:

- Plan Estratégico de Marketing Turístico Sostenible de la provincia de Cáceres 2020-2030
- Estrategias de desarrollo local participativo de DIVA y CEDER Cáparra
- Plan director de provincia inteligente de Cáceres - Provincia Digital

ACCIÓN NÚMERO 06 – CREACIÓN DE ÁREA DE DESCANSO DE LA VÍA DE LA PLATA EN CÁPARRA

EJE DE ACTUACIÓN

PROPUESTA DE VALOR SOSTENIBLE

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

Uno de los recursos patrimoniales más importantes del territorio es la Vía de la Plata, en su condición de corredor turístico de peregrinación a Santiago y vertebrador de la red de caminos históricos del destino, siendo cada año mayor el número de turistas que recorren la antigua calzada romana.

Para ofrecer un servicio turístico a los visitantes que recorren de diferentes maneras la Vía de la Plata se plantea la creación de un área de descanso en el yacimiento arqueológico de Cáparra, con espacios para el descanso y el aseo, la información y la compra de productos

SUB-EJE DE ACTUACIÓN

DESTINO SOSTENIBLE

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Incrementar el valor turístico de la Vía de la Plata y Cáparra
- Mejorar los servicios de atención a los visitantes
- Promocionar turísticamente otros recursos del destino
- Optimizar los esfuerzos y los recursos económicos y humanos

DESCRIPCIÓN

La existencia de infraestructuras turísticas en el yacimiento arqueológico de Cáparra asociados a la Vía de la Plata (centro de interpretación, oficina de información, máquinas de vending, servicios) resulta insuficiente para atender de forma integral al cada vez mayor número de visitantes que pasan por Cáparra, bien para realizar una visita cultural/arqueológica bien como peregrinos y caminantes que utilizan la Vía de la Plata.

En este sentido, se destinará una zona de la finca en la que se asienta la ciudad romana de Cáparra (perteneciente a la Diputación de Cáceres) para crear una zona de descanso tanto para caminantes como para visitantes, en la que se disponga de servicios asistenciales básicos (aseos, zona de ducha, zona de limpieza de bicicletas), complementados con equipamientos turísticos: una oficina de información, cafetería, espacio para la venta de merchandising y productos típicos del territorio.

Este espacio es susceptible de convertirse en un recurso empresarial, ya que su explotación se realizará desde el ámbito privado

DESARROLLO DE LA ACCIÓN

Elaboración del estudio para la ubicación del área de descanso y el diseño de las instalaciones (contando con la limitación arqueológica pertinente)

Reunión inicial con la empresa adjudicataria del contrato para transmitir información sobre los objetivos

Seguimiento en el período de ejecución para comprobar la buena marcha del proyecto

Acto de inauguración del área de descanso para los agentes turísticos del territorio

Proceso de comunicación para dar visibilidad en los medios al nuevo equipamiento

ACCIÓN NÚMERO 06 – CREACIÓN DE ÁREA DE DESCANSO DE LA VÍA DE LA PLATA EN CÁPARRA

LOCALIZACIÓN DE LA ACCIÓN

Yacimiento arqueológico de Cáparra en el municipio de Oliva de Plasencia

PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN

1ª ANUALIDAD	2ª ANUALIDAD	3ª ANUALIDAD	Acción
Trabajos y estudios previos	Ejecución del proyecto	-	Creación de área de descanso de la Vía de la Plata en Cáparra
12.000 €	238.000 €	0 €	250.000 €

CRONOGRAMA DE LA ACCIÓN (diagrama de Gantt en trimestres)

Anualidad	1ª				2ª				3ª			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Trabajos y estudios previos												
Ejecución del proyecto												

RESULTADOS ESPERADOS

Con la creación de esta infraestructura esperamos alcanzar los siguientes resultados:

- Puesta en valor del patrimonio natural, cultural e histórico
- Adecuar un espacio para poder desarrollar actividades
- Mejorar un espacio para el disfrute de los residentes
- Mejora de la accesibilidad a equipamientos públicos
- Mejorar la percepción del destino por parte de los turistas

INDICADORES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

- Reuniones con empresas encargadas de la ejecución de las obras
- Número de visitas a las obras por parte del equipo técnico del plan
- Número de noticias en medios de comunicación sobre la acción
- %de cumplimiento de las acciones en los plazos previstos
- Resultados económicos (venta de productos, merchandising, servicios de limpieza, etc)
- Plan de explotación de la viabilidad de la cesión

SINERGIAS

Junto a las estrategias nacionales incardinadas en todo el plan, esta acción se relaciona con:

- Plan Estratégico de Marketing Turístico Sostenible de la provincia de Cáceres 2020-2030
- Estrategias de desarrollo local participativo de DIVA y CEDER Cáparra
- Proyecto POCTEP Caminos Jacobeos del Oeste peninsular

ACCIÓN NÚMERO 07 – CREACIÓN DEL CENTRO DE RECEPCIÓN DE VISITANTES DE GRANADILLA

EJE DE ACTUACIÓN

PROPUESTA DE VALOR SOSTENIBLE

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

Uno de los recursos patrimoniales más importantes del territorio es la villa medieval de Granadilla, que conserva toda su estructura y sabor medieval a pesar de ser abandonado en los años 60 del siglo pasado.

Como cada año son más los visitantes que llegan a Granadilla y no existe en la población ninguna infraestructura ni equipamiento para atender de forma integral a dichos visitantes. Se plantea la creación de un centro de recepción de visitantes, con espacios para el descanso, la información e interpretación turística o la compra de productos

SUB-EJE DE ACTUACIÓN

DESTINO SOSTENIBLE

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Incrementar el valor turístico de Granadilla
- Mejorar los servicios de atención a los visitantes
- Promocionar turísticamente otros recursos del destino
- Optimizar los esfuerzos y los recursos económicos y humanos

DESCRIPCIÓN

La ausencia de infraestructuras turísticas en la villa medieval de Granadilla proporciona una mala imagen del destino e impide una correcta atención al cada vez mayor número de visitantes que pasan por Granadilla, para realizar una visita cultural a la población o alguna actividad ecoturística en el entorno.

En este sentido, en el Plan de Sostenibilidad Turística se creará un Centro de Recepción de Visitantes de la villa medieval de Granadilla, en la que se dispongan de equipamientos informativos e interpretativos (punto de información, área de interpretación de la historia de Granadilla), complementados con servicios que faciliten la estancia de los turistas: un restaurante-cafetería y un espacio para la venta de merchandising y productos típicos del territorio.

Este espacio es susceptible de convertirse en un recurso empresarial, ya que su explotación se realizará desde el ámbito privado

DESARROLLO DE LA ACCIÓN

Elaboración del estudio para la ubicación del centro de recepción de visitantes y el diseño de las instalaciones (contando con los parámetros de protección del monumento)

Reunión inicial con la empresa adjudicataria del contrato para transmitir información sobre los objetivos

Seguimiento en el período de ejecución para comprobar la buena marcha del proyecto

Acto de inauguración del centro de recepción de visitantes para los agentes turísticos del territorio

Proceso de comunicación para dar visibilidad en los medios al nuevo equipamiento

ACCIÓN NÚMERO 07 – CREACIÓN DEL CENTRO DE RECEPCIÓN DE VISITANTES DE GRANADILLA

LOCALIZACIÓN DE LA ACCIÓN

Villa medieval de Granadilla en el municipio de Zarza de Granadilla

PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN

1ª ANUALIDAD	2ª ANUALIDAD	3ª ANUALIDAD	Acción
Trabajos y estudios previos	Ejecución del proyecto	-	Creación del Centro de Recepción de visitantes en Granadilla
12.000 €	238.000 €	0 €	250.000 €

CRONOGRAMA DE LA ACCIÓN (diagrama de Gantt en trimestres)

Anualidad	1ª				2ª				3ª			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Trabajos y estudios previos												
Ejecución del proyecto												

RESULTADOS ESPERADOS

Con la creación de esta infraestructura esperamos alcanzar los siguientes resultados:

- Puesta en valor del patrimonio natural, cultural e histórico
- Adecuar un espacio para poder desarrollar actividades
- Mejorar un espacio para el disfrute de los residentes
- Mejora de la accesibilidad a equipamientos públicos
- Mejorar la percepción del destino por parte de los turistas

SINERGIAS

Junto a las estrategias nacionales incardinadas en todo el plan, esta acción se relaciona con:

- Estrategias de desarrollo local participativo de DIVA y CEDER Cáparra
- Proyecto "Diputación Desarrolla"
- Plan turístico de Extremadura

INDICADORES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

- Reuniones con empresas encargadas de la ejecución de las obras
- Número de visitas a las obras por parte del equipo técnico del plan
- Número de noticias en medios de comunicación sobre la acción
- %de cumplimiento de las acciones en los plazos previstos
- Número de usuarios de las nuevas instalaciones hasta la finalización del plan
- Resultados económicos (venta de productos, merchandising, restauración, etc)
- Plan de explotación de la viabilidad de la cesión

ACCIÓN NÚMERO 08 – ADQUISICIÓN DE BARCO SOSTENIBLE PARA CRUCERO FLUVIAL EN EL EMBALSE DE G. Y GALÁN

EJE DE ACTUACIÓN

PROPUESTA DE VALOR SOSTENIBLE

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

La existencia de una lámina de agua de excepcionales características como el Embalse de Gabriel y Galán, formando parte de la red de espacios protegidos de la comarca debe ser aprovechada para la creación de actividades y experiencias de turismo náutico, que se inserte en toda la estrategia de productos de agua del destino.
En este sentido, planteamos en el PST la creación de cruceros fluviales en este embalse, para lo que se hace necesario la adquisición de un barco sostenible.

SUB-EJE DE ACTUACIÓN

DESTINO SOSTENIBLE

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Poner en valor recursos acuáticos, paisajísticos y culturales
- Generar un producto turístico sostenible en torno a la realización de cruceros fluviales
- Incrementar el número de turistas y la estancia media en la comarca
- Mejorar la imagen y el posicionamiento del territorio como destino turístico sostenible

DESCRIPCIÓN

Para la puesta en marcha de un producto basado en los cruceros fluviales del embalse Gabriel y Galán para disfrutar de la naturaleza y realizar avistamientos de fauna y flora resulta imprescindible contar con una serie de acciones de adecuación de espacios, adquisición de equipamientos, formación empresarial y promoción.

En el caso de los equipamientos, y aprovechando la existencia de las instalaciones de El Anillo como base náutica, se va a adquirir un barco sostenible, la principal inversión que el destino necesita y que consideramos de alta prioridad debido a la potencialidad de todos los productos asociados al agua en Ambroz-Cáparra.

La compra del barco debe ir acompañada del diseño de rutas e itinerarios en el embalse, la formación de guías locales que realicen la interpretación de las rutas y la puesta en valor de Granadilla para su utilización como recursos.

principales en algunas de las rutas.

Este espacio es susceptible de convertirse en un recurso empresarial, ya que su explotación se realizará desde el ámbito privado

DESARROLLO DE LA ACCIÓN

Estudios previos para determinar las características de la embarcación adaptadas al territorio y las necesidades de infraestructuras para el desarrollo del producto

Proceso de adquisición y desplazamiento del barco al embalse de Gabriel y Galán

Presentación del proyecto a los agentes territoriales y los medios de comunicación

ACCIÓN NÚMERO 08 – ADQUISICIÓN DE BARCO SOSTENIBLE PARA CRUCERO FLUVIAL EN EL EMBALSE DE G. Y GALÁN

LOCALIZACIÓN DE LA ACCIÓN

El barco tendrá su ubicación en el Embalse de Gabriel y Galán

PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN

1ª ANUALIDAD	2ª ANUALIDAD	3ª ANUALIDAD	Acción
Trabajos y estudios previos	Ejecución del proyecto	-	Adquisición de barco sostenible
25.000 €	275.000 €	0 €	300.000 €

CRONOGRAMA DE LA ACCIÓN (diagrama de Gantt en trimestres)

Anualidad	1ª				2ª				3ª			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Trabajos y estudios previos												
Ejecución del proyecto												

RESULTADOS ESPERADOS

Con la adquisición de este equipamiento esperamos alcanzar los siguientes resultados:

- Generación de nuevo empleo en el sector turístico y otros sectores asociados
- Mejora de los equipamientos públicos
- Mejora de la movilidad
- Creación de oferta turística de nuevos productos o experiencias que no existían
- Efectos sobre la calidad de vida de los residentes
- Aumento de la percepción positiva del turismo entre los residentes
- Estimación de beneficios para las empresas turísticas

INDICADORES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

- Número de reuniones para determinar la idoneidad del barco, características y necesidades
- Empresas interesadas en la venta del barco
- Noticias generadas en los medios sobre la adquisición de la embarcación
- Impactos en las redes sociales relacionadas con las publicaciones del destino
- Plan de explotación de la viabilidad de la cesión

SINERGIAS

Junto a las estrategias nacionales incardinadas en todo el plan, esta acción se relaciona con:

- Estrategia de turismo del agua de la provincia de Cáceres
- Estrategias de desarrollo local participativo de DIVA y CEDER Cáparra
- Proyecto "Diputación Desarrolla"

ACCIÓN NÚMERO 09 – ACONDICIONAMIENTO DE ZONAS DE BAÑO EN EMBALSES DEL DESTINO AMBROZ-CÁPARRA

EJE DE ACTUACIÓN

PROPUESTA DE VALOR SOSTENIBLE

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

El territorio Ambroz-Cáparra está repleto de recursos acuáticos, entre los que se incluyen varias piscinas naturales, zonas de baño que en determinados momentos del año, presentan ciertos problemas de capacidad de carga ante la masiva afluencia de bañistas.

Para mejorar la distribución de flujos turísticos, evitar la sobreexplotación de ciertos recursos y crear nuevas infraestructuras singulares se prevé la adecuación de “playas fluviales” en las orillas del embalse de Gabriel y Galán y el pantano de Ahigal

SUB-EJE DE ACTUACIÓN

DESTINO SOSTENIBLE

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Poner en valor recursos acuáticos y paisajísticos
- Generar infraestructuras turísticas singulares en el contexto provincial
- Ayudar en la distribución de flujos turísticos por todo el territorio
- Preservar la biodiversidad y garantizar el desarrollo turístico sostenible de todos los recursos

DESCRIPCIÓN

Junto a las piscinas naturales, en el territorio Ambroz-Cáparra existen zonas de baño asociadas a algunos embalses, como la “playa de los Membrillares” en el pantano de Gabriel y Galán o las orillas del embalse de las Cumbres, en el municipio de Ahigal.

Estas zonas, utilizadas tradicionalmente por la población local, presentan valores atractivos para su conversión en infraestructura turística sostenible, para lo que se prevé su adecuación como playas fluviales de interior, mediante una serie de obras que incluyen la creación de plataformas de hormigón, de zonas de arena, sombras artificiales, plantación de árboles para generar sombras naturales, áreas de aparcamiento, accesos para discapacitados, paneles interpretativos y zonas de servicios asistenciales (puntos de agua, aseos, puesto de vigilancia y socorro...)

El objetivo final de este proyecto es presentar sendas candidaturas para la

obtención del distintivo “Bandera azul”, que otorgue un reconocimiento de calidad ambiental a las zonas de baño del Ambroz-Cáparra.

Para garantizar la calidad en el mantenimiento de las instalaciones, se deberán firmar convenios de colaboración con las entidades locales, o plantear una explotación privada de algunos servicios asociados (cafetería, kioscos...)

DESARROLLO DE LA ACCIÓN

Redacción de los proyectos de adecuación y habilitación de las zonas de baño como playas fluviales

Puesta en marcha de la ejecución de las obras

Seguimiento de las obras para su correcto desarrollo y temporalización

Acto de presentación a medios y agentes del territorio

Proceso de candidatura para obtener el distintivo bandera azul

ACCIÓN NÚMERO 09 – ACONDICIONAMIENTO DE ZONAS DE BAÑO EN EMBALSES DEL DESTINO AMBROZ-CÁPARRA

LOCALIZACIÓN DE LA ACCIÓN

La acción se ubicará en los embalses de Gabriel y Galán y el Pantano de Ahigal

PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN

1ª ANUALIDAD	2ª ANUALIDAD	3ª ANUALIDAD	Acción
Estudios y trabajos previos	Adecuación de zonas de baño	Adecuación de zonas de baño	Acondicionamiento zonas de baño en embalses
20.000 €	100.000 €	80.000 €	200.000 €

CRONOGRAMA DE LA ACCIÓN (diagrama de Gantt en trimestres)

Anualidad	1ª				2ª				3ª			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Estudios y trabajos previos												
Adecuación de zonas de baño												
Candidatura bandera azul												

RESULTADOS ESPERADOS

Con la creación de estas áreas de baño esperamos alcanzar los siguientes resultados:

- Generación de nuevo empleo en el sector turístico y otros sectores asociados
- Mejora de los equipamientos públicos
- Mejora de la movilidad
- Mejora de la accesibilidad a lugares y equipamientos públicos
- Creación de oferta turística de nuevos productos o experiencias que no existían
- Efectos sobre la calidad de vida de los residentes
- Aumento de la percepción positiva del turismo entre los residentes

SINERGIAS

Junto a las estrategias nacionales incardinadas en todo el plan, esta acción se relaciona con:

- Plan Estratégico de Marketing Turístico Sostenible de la provincia de Cáceres 2020-2030
- Estrategias de desarrollo local participativo de DIVA y CEDER Cáparra
- Proyecto "Diputación Desarrollo"

INDICADORES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

- Reuniones con empresas encargadas de la ejecución de las obras
- Número de visitas a las obras por parte del equipo técnico del plan
- Número de noticias en medios de comunicación sobre la acción
- %de cumplimiento de las acciones en los plazos previstos
- Número de usuarios de las nuevas instalaciones hasta la finalización del plan
- Documentación e informes elaborados para la candidatura de bandera azul

ACCIÓN NÚMERO 11 – ACONDICIONAMIENTO DE LA PISTA DE DESPEGUE DE VUELO LIBRE DEL PICO PITOLERO

EJE DE ACTUACIÓN PROPUESTA DE VALOR SOSTENIBLE

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

Para promover actividades y experiencias relacionadas con el turismo activo, resulta imprescindible contar con una serie de infraestructuras que ayuden a diversificar la oferta y distribuir los flujos turísticos por todo el territorio. De este modo, se prevé el acondicionamiento de una pista de despegue para vuelo libre situada en el Pico Pitolero, dentro del municipio de Cabezabellosa.

DESCRIPCIÓN

Las montañas del territorio Ambroz-Cáparra presentan unas condiciones orográficas, climatológicas y de exposición a los vientos dominantes muy atractivas para la práctica de actividades de vuelo libre (parapente, ala-delta, planeador...)

En este sentido, el Pico Pitolero (a 1.300 metros de altura) en la divisoria entre los valles del Ambroz y del Jerte reúne todas las características necesarias para la creación de una pista de despegue, permitiendo a los aficionados a esta práctica de turismo activo disfrutar de un vuelo con vistas realmente excepcionales de montañas, bosques, dehesas y embalses. Se trata de un recurso ya demandado por el público, con gran capacidad para generar atracción y flujo de visitantes.

SUB-EJE DE ACTUACIONES

DESTINO SOSTENIBLE

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Poner en valor recursos naturales y paisajísticos
- Generar una infraestructura para el desarrollo de actividades sostenibles
- Incrementar el número de turistas y la estancia media en la comarca
- Mejorar la imagen y el posicionamiento del territorio como destino turístico sostenible

Con el acondicionamiento de esta pista se crea una nueva infraestructura turística para unir a las ya existentes (embarcaderos, circuitos, senderos, el Anillo...) y crear un sólido producto en torno a las actividades de turismo activo y deportivo.

DESARROLLO DE LA ACCIÓN

Reunión inicial con la empresa adjudicataria del contrato para transmitir información sobre los objetivos

Seguimiento en el período de ejecución para comprobar calidad y coherencia del proyecto

Presentación final de la infraestructura a los medios y agentes del territorio

ACCIÓN NÚMERO 11 – ACONDICIONAMIENTO DE LA PISTA DE DESPEGUE DE VUELO LIBRE DEL PICO PITOLERO

LOCALIZACIÓN DE LA ACCIÓN

La acción se ubicará en el Pico Pitolero, dentro del municipio de Cabezabellosa

PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN

1ª ANUALIDAD	2ª ANUALIDAD	3ª ANUALIDAD	Acción
Ejecución de la acción	-	-	Acondicionamiento pista de despegue Pico Pitolero
30.000 €	0 €	0 €	30.000 €

CRONOGRAMA DE LA ACCIÓN (diagrama de Gantt en trimestres)

Anualidad	1ª				2ª				3ª			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Acondicionamiento de pista de despegue de vuelo en Pico Pitolero												

RESULTADOS ESPERADOS

A través de la adecuación de esta pista esperamos alcanzar los siguientes resultados:

- Mejora de los equipamientos públicos
- Posicionar el territorio como destino de turismo ecoactivo
- Mejora de la accesibilidad a lugares y equipamientos públicos
- Creación de oferta turística de nuevos productos o experiencias que no existían
- Efectos sobre la calidad de vida de los residentes
- Aumento de la percepción positiva del turismo entre los residentes
- Estimación de beneficios para las empresas turísticas

SINERGIAS

Junto a las estrategias nacionales incardinadas en todo el plan, esta acción se relaciona con:

- Plan Estratégico de Marketing Turístico Sostenible de la provincia de Cáceres 2020-2030
- Estrategias de desarrollo local participativo de DIVA y CEDER Cáparra
- Proyecto "Diputación Desarrolla"

INDICADORES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

- Reuniones con empresas encargadas de la ejecución de las obras
- Número de visitas a las obras por parte del equipo técnico del plan
- Número de noticias en medios de comunicación sobre la acción
- %de cumplimiento de las acciones en los plazos previstos
- Número de usuarios de las nuevas instalaciones hasta la finalización del plan

ACCIÓN NÚMERO 12 – CONVERSIÓN DE LAS OFICINAS DE TURISMO DE BAÑOS Y HERVÁS EN “OFICINAS 4.0”

EJE DE ACTUACIÓN

PROPUESTA DE VALOR SOSTENIBLE

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

La conversión del territorio Ambroz-Cáparra en un Destino Turístico Inteligente conlleva, entre otros aspectos, innovar en los procesos de información que realizan las oficinas de turismo.

De este modo, se propone la adecuación de las oficinas de información de Hervás y Baños de Montemayor a la realidad 4.0, para conseguir una atención al turista ON/OFF, integrando la oficina física geolocalizada en los medios online de nuestro destino.

DESCRIPCIÓN

Las labores de información turística llevada a cabo desde las oficinas de turismo del territorio es una de las clave del éxito del destino turístico, posibilitando un incremento de la estancia media de los visitantes, mejorando el acceso a recursos y actividades y aumentando el grado de satisfacción del turista.

En el territorio Ambroz-Cáparra las oficinas de Baños de Montemayor y Hervás realizan esa labor de manera excepcional, como puntas de lanza del turismo comarcal. Sin embargo, en este proceso de conversión de Destino Turístico Inteligente, las oficinas de información turística deben contar con un proceso de innovación y transformación, completando la magnífica atención física al visitante con la implementación de un sistema de información digital (sistema 4.0) que se integre en los medios online del destino (web, redes sociales) para ofrecer un servicio de información 24 horas al día 365 días al año. Además, se convertirán en fuentes de suministro de datos turísticos que surtirán el Sistema de Inteligencia Turística

SUB-EJE DE ACTUACIONES

DESTINO SOSTENIBLE

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Mejorar la promoción turística del territorio
- Crear imagen de destino con los principales valores y atributos diferenciadores
- Facilitar a los empresarios del destino una herramienta para ayudar en la comercialización de sus negocios
- Optimizar los esfuerzos y los recursos económicos y humanos

DESARROLLO DE LA ACCIÓN

- Reunión con los responsables de las oficinas de turismo para detectar necesidades y coordinar las acciones a desarrollar
- Reunión inicial con la empresa adjudicataria del contrato para transmitir información sobre los objetivos
- Seguimiento en el período de ejecución para comprobar calidad y coherencia del proyecto
- Presentación final de las oficinas de turismo 4.0 de Hervás y Baños de Montemayor

ACCIÓN NÚMERO 12 – CONVERSIÓN DE LAS OFICINAS DE TURISMO DE BAÑOS Y HERVÁS EN “OFICINAS 4.0”

LOCALIZACIÓN DE LA ACCIÓN

La acción se desarrollará en las oficinas de turismo de Hervás y Baños de Montemayor

PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN

1ª ANUALIDAD	2ª ANUALIDAD	3ª ANUALIDAD	Acción
Conversión de las oficinas 4.0	-	-	Conversión oficinas de turismo 4.0
50.000 €	0 €	0 €	50.000 €

CRONOGRAMA DE LA ACCIÓN (diagrama de Gantt en trimestres)

Anualidad	1ª				2ª				3ª			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Conversión de las oficinas de turismo de Baños y Hervás 4.0												

RESULTADOS ESPERADOS

A través de conversión de las oficinas de turismo esperamos alcanzar los siguientes resultados:

- Contar con una fuente de datos de gran calidad para la conversión en DTI
- Mejora de los equipamientos públicos
- Fomentar la competitividad del turismo en la comarca
- Mejora de la formación de los trabajadores del sector turístico
- Estimación de beneficios para las empresas turísticas

INDICADORES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

- Número de reuniones con responsables de las oficinas de turismo y empresa adjudicataria
- Incremento en el número de usuarios y visitantes digitales en la web del destino
- Impacto de la acción en las redes sociales (incremento de visitas, comentarios, solicitudes de información)
- Número de noticias generadas en los medios con la ejecución del proyecto

SINERGIAS

Junto a las estrategias nacionales incardinadas en todo el plan, esta acción se relaciona con:

- Plan Estratégico de Marketing Turístico Sostenible de la provincia de Cáceres 2020-2030
- Estrategias de desarrollo local participativo de DIVA y CEDER Cáparra
- Proyecto “Diputación Desarrolla”
- Estrategia de la Red de oficinas de turismo de la Junta de Extremadura

ACCIÓN NÚMERO 13 – CREACIÓN DE ÁREAS DE SERVICIO Y ESTACIONAMIENTO PARA AUTOCARAVANAS

EJE DE ACTUACIÓN

PROPUESTA DE VALOR SOSTENIBLE

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

Los desplazamientos turísticos en autocaravanas mantienen una tendencia creciente en los últimos años, debido a las mejoras en el diseño de los vehículos y la existencia de zonas de servicio específicas para la autocaravanas. Para dar cobertura a este tipo de desplazamientos y posibilitar su estancia en el destino se prevé la creación de 2 áreas de servicio y estacionamiento de autocaravanas en el territorio Ambroz-Cáparra.

SUB-EJE DE ACTUACIONES

DESTINO SOSTENIBLE

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Generar infraestructuras para mejorar la movilidad sostenible
- Crear imagen de destino con los principales valores y atributos diferenciadores
- Preservar la biodiversidad evitando impactos negativos en el entorno
- Optimizar los esfuerzos y los recursos económicos y humanos

DESCRIPCIÓN

El turismo en autocaravana vive un boom en España. Las ventas de estos apartamentos rodantes no han dejado de crecer desde hace años debido a la irrupción de las familias jóvenes de la generación milenial, que optan por los vehículos tipo furgoneta camper.

En el territorio Ambroz-Cáparra es muy habitual observar turistas y visitantes que llegan al territorio en este tipo de vehículos, desplazándose y realizando diferentes actividades ecoturísticas y culturales. Sin embargo, al no disponer de áreas de estacionamiento y pernocta de autocaravanas, la estancia media de las autocaravanas se reduce considerablemente o se instalan en lugares no permitidos que generan un impacto negativo tanto para la imagen del destino como para la propia sostenibilidad.

En este sentido, se propone la creación de dos áreas de servicio y estacionamiento ubicados en puntos estratégicos del destino, siguiendo el diseño más moderno y sostenible, lo que redundará de forma beneficiosa en la atracción de viajeros de autocaravanas.

DESARROLLO DE LA ACCIÓN

Trabajos para la ubicación idónea de las áreas de servicio

Reunión inicial con la empresa adjudicataria del contrato para transmitir información sobre los objetivos

Seguimiento en el período de ejecución para comprobar calidad y coherencia del proyecto

Presentación final de las áreas de estacionamiento a medios y agentes territoriales

ACCIÓN NÚMERO 13 – CREACIÓN DE ÁREAS DE SERVICIO Y ESTACIONAMIENTO PARA AUTOCARAVANAS

LOCALIZACIÓN DE LA ACCIÓN

Las áreas de servicio se ubicarán en dos puntos estratégicos del territorio, aún por determinar

1ª ANUALIDAD	2ª ANUALIDAD	3ª ANUALIDAD	Acción
Ejecución de la acción	-	-	Creación áreas de servicio para autocaravanas
50.000 €	0 €	0 €	50.000 €

CRONOGRAMA DE LA ACCIÓN (diagrama de Gantt en trimestres)

Anualidad	1ª				2ª				3ª			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Creación de áreas de servicio y estacionamiento para autocaravanas												

RESULTADOS ESPERADOS

A través de la creación de estas áreas esperamos alcanzar los siguientes resultados:

- Contar con un nuevo equipamiento que permita captar más público que viaja en autocaravana a la comarca
- Captar un nuevo mercado de turistas que dinamizarán la localidad
- Mejora de la accesibilidad a equipamientos públicos

INDICADORES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

- Reuniones con empresas encargadas de la ejecución de las obras
- Número de visitas a las obras por parte del equipo técnico del plan
- Número de noticias en medios de comunicación sobre la acción
- %de cumplimiento de las acciones en los plazos previstos
- Número de usuarios de las nuevas instalaciones hasta la finalización del plan

SINERGIAS

Junto a las estrategias nacionales incardinadas en todo el plan, esta acción se relaciona con:

- Estrategias de desarrollo local participativo de DIVA y CEDER Cáparra
- Proyecto "Diputación Desarrolla"

ACCIÓN NÚMERO 14 – CREACIÓN DE LA RED DE MIRADORES EXPERIENCIALES DE AMBROZ-CÁPARRA

EJE DE ACTUACIÓN

PROPUESTA DE VALOR SOSTENIBLE

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

La variedad de los espacios naturales y paisajes existentes en el Ambroz-Cáparra, con una orografía peculiar de sierras, valles y dehesas, posibilita la presencia de numerosos miradores panorámicos por todo el territorio, miradores que, si se transforman en miradores experienciales, pueden generar por sí mismos atracción turística. En estos términos, se propone la creación de una red de miradores experienciales del destino Ambroz-Cáparra en el que se integren recursos naturales, artísticos e interpretativos singulares e innovadores.

SUB-EJE DE ACTUACIONES

DESTINO SOSTENIBLE

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Poner en valor recursos naturales, paisajísticos y patrimoniales
- Crear infraestructuras innovadoras que generen atracción turística
- Ayudar en la distribución de flujos turísticos y la desestacionalización de la demanda
- Fomentar el carácter innovador y sostenible del destino turístico

DESCRIPCIÓN

En muchas zonas de Europa, los miradores turísticos se han convertido en poderosos objetos de atracción de visitantes al convertir estos puntos de observación en auténticos recursos donde se conjugan arte, naturaleza y patrimonio.

A través de esta iniciativa pretendemos implantar esta idea de mirador experiencial en el territorio Ambroz-Cáparra que por sus particulares características orográficas, dispone de múltiples puntos idóneos para la creación de miradores experienciales, donde puedan desarrollarse manifestaciones artísticas (columpios infinitos, balcones de cristal, voladizos con suelos transparentes, toboganes, piscinas infinitas, etc) lo que, unido a los elementos interpretativos del paisaje, atraigan un creciente número de visitantes.

DESARROLLO DE LA ACCIÓN

Estudios y trabajos para determinar puntos idóneos para la instalación de miradores experienciales

Reunión inicial con la empresa adjudicataria del contrato para transmitir información sobre los objetivos

Seguimiento en el período de ejecución para comprobar calidad y coherencia del proyecto

Presentación final del proyecto a agentes del territorio y medios

Proceso para la creación de grupo destinado a preservar y mantener la red de miradores tras la finalización del Plan

ACCIÓN NÚMERO 14 – CREACIÓN DE LA RED DE MIRADORES EXPERIENCIALES DE AMBROZ-CÁPARRA

LOCALIZACIÓN DE LA ACCIÓN
La acción tiene un carácter comarcal

PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN

1ª ANUALIDAD	2ª ANUALIDAD	3ª ANUALIDAD	Acción
Estudio de miradores	Creación de miradores	Creación de miradores	Creación de la red de miradores experienciales
25.000 €	135.000 €	140.000 €	300.000 €

CRONOGRAMA DE LA ACCIÓN (diagrama de Gantt en trimestres)

Anualidad	1º				2º				3º			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Estudio sobre ubicación y características de los miradores												
Creación de miradores experienciales												

RESULTADOS ESPERADOS

Con la creación de esta red de miradores esperamos alcanzar los siguientes resultados:

- Puesta en valor del patrimonio natural y cultural del territorio
- Mejora de los equipamientos públicos
- Ayudar en la distribución de flujos por todo el destino
- Mejora de la accesibilidad a lugares y equipamientos públicos
- Creación de oferta turística de nuevos productos o experiencias que no existían
- Efectos sobre la calidad de vida de los residentes
- Aumento de la percepción positiva del turismo entre los residentes

INDICADORES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

- Reuniones con empresas encargadas de la ejecución de las obras
- Número de visitas a las obras por parte del equipo técnico del plan
- Número de noticias en medios de comunicación sobre la acción
- %de cumplimiento de las acciones en los plazos previstos
- Impactos en las redes sociales sobre noticias relacionadas con la red de miradores

SINERGIAS

Junto a las estrategias nacionales incardinadas en todo el plan, esta acción se relaciona con:

- Plan Estratégico de Marketing Turístico Sostenible de la provincia de Cáceres 2020-2030
- Estrategias de desarrollo local participativo de DIVA y CEDER Cáparra
- Proyecto "Diputación Desarrolla"

ACCIÓN NÚMERO 15 – CREACIÓN DE UN SENDERO LUMÍNICO Y OBSERVATORIO ASTRONÓMICO EN EL DESTINO

EJE DE ACTUACIÓN

PROPUESTA DE VALOR SOSTENIBLE

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

Dentro de los productos de ecoturismo y turismo educativo, las actividades de observación e interpretación de los cielos están alcanzando un desarrollo muy importante, con destinos especializados en astroturismo.

La ausencia de contaminación atmosférica y lumínica en el territorio Ambroz-Cáparra, sumado a la existencia de miradores idóneos para la observación del cielo convierten nuestro destino en un área idónea para el desarrollo de actividades astroturísticas, por lo que destinaremos esta acción a la creación de infraestructuras que valoricen estos recursos.

SUB-EJE DE ACTUACIONES

DESTINO SOSTENIBLE

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Crear nuevos recursos turísticos
- Ayudar en la distribución de flujos turísticos y la desestacionalización de la oferta
- Crear imagen de destino con los principales valores y atributos diferenciadores
- Mejorar la preservación de la biodiversidad y los valores culturales locales

DESCRIPCIÓN

El desarrollo del astroturismo forma parte de las acciones estratégicas del turismo de Extremadura, dedicándose numerosos esfuerzos a la creación de infraestructuras de observación y la consecución de certificaciones de calidad como "Starlight".

Dentro de este proyecto (denominado Extremadura Buenas noches) el territorio Ambroz-Cáparra dispone de 2 miradores celestes en Granadilla y el Anillo idóneos para la observación de los cielos, miradores que debemos completar y complementar con la creación de un sendero "lumínico" experiencial y eco-friendly, camino que emita luz por la noche utilizando energías totalmente renovables (luminóforos, sustancias inorgánicas especiales que "cargan" durante el día y luego emiten la energía acumulada) y que se convierta en una atracción innovadora para disfrutar de la magia de los cielos de Ambroz-Cáparra

DESARROLLO DE LA ACCIÓN

Trabajos para la selección y ubicación del sendero lumínico y punto de observación

Reunión inicial con la empresa adjudicataria del contrato para transmitir información sobre los objetivos

Seguimiento en el período de ejecución para comprobar calidad y coherencia del proyecto

Presentación final del sendero experiencial a medios y agentes territoriales

Proceso para la creación de grupo destinado a preservar y mantener el sendero y las infraestructuras en perfecto estado tras la finalización del Plan

ACCIÓN NÚMERO 15 – CREACIÓN DE UN SENDERO LUMÍNICO Y OBSERVATORIO ASTRONÓMICO EN EL DESTINO

LOCALIZACIÓN DE LA ACCIÓN

En el desarrollo del plan se determinará la mejor ubicación para el sendero lumínico

PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN

1ª ANUALIDAD	2ª ANUALIDAD	3ª ANUALIDAD	Acción
Ejecución de la acción	-	-	Creación de un sendero lumínico y observatorio astronómico
40.000 €	0 €	0 €	40.000 €

CRONOGRAMA DE LA ACCIÓN (diagrama de Gantt en trimestres)

Anualidad	1ª				2ª				3ª			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Creación de sendero lumínico y observatorio astronómico												

RESULTADOS ESPERADOS

Con la creación de este equipamiento esperamos alcanzar los siguientes resultados:

- Ayudar en la desestacionalización de la oferta turística
- Mejora de los equipamientos públicos
- Mejora de la movilidad
- Mejora de la distribución de los flujos turísticos por todo el territorio
- Creación de oferta turística de nuevos productos o experiencias que no existían
- Efectos sobre la calidad de vida de los residentes
- Aumento de la percepción positiva del turismo entre los residentes

SINERGIAS

Junto a las estrategias nacionales incardinadas en todo el plan, esta acción se relaciona con:

- Plan Estratégico de Marketing Turístico Sostenible de la provincia de Cáceres 2020-2030
- Estrategias de desarrollo local participativo de DIVA y CEDER Cáparra
- Proyecto "Diputación Desarrolla"
- Estrategia autonómica "Extremadura Buenas noches"

INDICADORES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

- Reuniones con empresa encargada de la ejecución del proyecto
- Número de visitas a las obras por parte del equipo técnico del plan
- Número de noticias en medios de comunicación sobre la acción
- %de cumplimiento de las acciones en los plazos previstos
- Impactos en redes sociales (me gusta, compartir, comentarios) sobre las publicaciones informativas sobre el nuevo equipamiento
- Número de experiencias empresariales creadas a partir de la puesta en marcha de este proyecto

ACCIÓN NÚMERO 16 – PLAN DE GESTIÓN DE RESIDUOS Y EMBELLECIMIENTO DE LOS NÚCLEOS URBANOS

EJE DE ACTUACIÓN

PROPUESTA DE VALOR SOSTENIBLE

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

Para mejorar la imagen de destino, es necesario disponer de herramientas conjuntas de embellecimiento y gestión de los residuos en los núcleos urbanos del territorio, sobre todo en los centros históricos y monumentales.

Por este motivo, se propone en esta acción la elaboración de un plan estratégico de imagen de los conjuntos urbanos del destino, que incluya diversas acciones estéticas y de gestión residual.

DESCRIPCIÓN

La importancia histórica y monumental de los centros históricos de los pueblos y villas del destino Ambroz-Cáparra atrae un importante número de visitantes que, en su recorrido por calles y plazas, se encuentra con una diversidad de mobiliario urbano poco estética, además de impactos ambientales como el excesivo cableado en paredes y muros o la presencia de contenedores de residuos en las cercanías de monumentos y puntos de interés.

En algunas poblaciones, la carga turística que soportan en determinados momentos del año hacen necesario un sistema de gestión de residuos que elimine el impacto negativo

Teniendo en cuenta estos elementos, en el Plan de Sostenibilidad Turística se va a elaborar un plan coordinado para el embellecimiento de los centros históricos y la gestión sostenible de los residuos urbanos, que busque una estética común para el mobiliario urbano, elementos embellecedores de los

SUB-EJE DE ACTUACIONES

DESTINO SOSTENIBLE

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Mejorar la imagen del destino con los principales valores y atributos
- Posibilitar a la población residente herramientas de sostenibilidad
- Preservar la biodiversidad y la sostenibilidad ambiental
- Optimizar los esfuerzos y los recursos económicos y humanos

conjuntos históricos (plantas, arte, luces), elementos que camuflen los contenedores de residuos y soluciones para ocultar el cableado eléctrico y telefónico.

Se trata de realizar una intervención local que sirva de guía a las futuras actuaciones en el resto de localidades

DESARROLLO DE LA ACCIÓN

Reuniones de coordinación con las administraciones locales para determinar el punto de partida de cada municipio

Reunión inicial con la empresa adjudicataria del contrato para transmitir información sobre los objetivos

Seguimiento en el período de ejecución para comprobar calidad y coherencia del proyecto

Presentación final del proyecto a los agentes territoriales y medios de comunicación

ACCIÓN NÚMERO 16 – PLAN DE GESTIÓN DE RESIDUOS Y EMBELLECIMIENTO DE LOS NÚCLEOS URBANOS

PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN

LOCALIZACIÓN DE LA ACCIÓN
La acción tiene un carácter comarcal

1ª ANUALIDAD	2ª ANUALIDAD	3ª ANUALIDAD	Acción
Estudios y trabajos previos	Desarrollo de las acciones	Desarrollo de las acciones	Plan de gestión de residuos y embellecimiento núcleos urbanos
20.000 €	55.000 €	0 €	75.000 €

CRONOGRAMA DE LA ACCIÓN (diagrama de Gantt en trimestres)

Anualidad	1ª				2ª				3ª			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Estudios y trabajos previos												
Plan de gestión de residuos y embellecimiento núcleos urbanos												

RESULTADOS ESPERADOS

A través de la creación de este plan de acción esperamos alcanzar los siguientes resultados:

- Mejora de la percepción del visitante sobre la sostenibilidad del destino
- Mejora de los equipamientos públicos
- Mejora de la accesibilidad a lugares y equipamientos públicos
- Efectos sobre la calidad de vida de los residentes
- Aumento de la percepción positiva del turismo entre los residentes
- Aumento de población residente

INDICADORES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

- Reuniones con empresa encargada de la ejecución del proyecto y administraciones locales
- Número de visitas a las obras por parte del equipo técnico del plan
- Número de noticias en medios de comunicación sobre la acción
- %de cumplimiento de las acciones en los plazos previstos
- Impactos en redes sociales (me gusta, compartir, comentarios) sobre las publicaciones informativas sobre la ejecución de esta acción

SINERGIAS

Junto a las estrategias nacionales incardinadas en todo el plan, esta acción se relaciona con:

- Plan Estratégico de Marketing Turístico Sostenible de la provincia de Cáceres 2020-2030
- Estrategias de desarrollo local participativo de DIVA y CEDER Cáparra
- Proyecto "Diputación Desarrolla"

ACCIÓN NÚMERO 17 – SEÑALIZACIÓN INTERPRETATIVA DE LA VÍA VERDE EN EL DESTINO AMBROZ-CÁPARRA

EJE DE ACTUACIÓN

PROPUESTA DE VALOR SOSTENIBLE

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

La Vía Verde “Ruta de la Plata” es uno de los recursos más atractivos del territorio Ambroz-Cáparra, vertebrando la red de caminos históricos y atrayendo a un creciente número de visitantes interesados en el senderismo, el cicloturismo o la observación de naturaleza.

En este sentido, para incrementar el valor del recurso se propone una señalización interpretativa de elementos paisajísticos y culturales presentes a lo largo del itinerario.

SUB-EJE DE ACTUACIÓN

PRODUCTO SOSTENIBLE

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Incrementar el valor turístico del recurso Vía Verde
- Posibilitar una mejor interpretación y conocimiento del territorio a los visitantes
- Mejorar el posicionamiento y la imagen del destino turístico sostenible
- Ayudar a la preservación de la biodiversidad y los valores culturales locales

DESCRIPCIÓN

La Vía Verde “Ruta de la Plata” atraviesa el territorio Ambroz-Cáparra utilizando la antigua vía férrea Plasencia-Astorga, un recorrido que cuenta con un tramo ya abierto y operativo (Casas del Monte-Béjar) y otro en proceso de adecuación, entre Plasencia y Jarilla.

La vía atraviesa espacios protegidos de gran valor (Castañar Gallego, Sierra de Gredos) y paisajes de gran interés (bosques atlánticos, zonas de vega, áreas montañosas) y discurre por poblaciones con elementos patrimoniales significativos (barrio judío de Hervás, termas romanas de Baños de Montemayor) que deben ser puestas en valor para los caminantes o cicloturistas que transiten por esta vía verde.

De este modo, la acción consistirá en la selección de una serie de elementos (flora, fauna, paisajes, monumentos) para su interpretación y conocimiento a través de la ubicación de varios paneles en diferentes tramos de la ruta.

DESARROLLO DE LA ACCIÓN

Reunión inicial con la empresa adjudicataria del contrato para transmitir información sobre los objetivos

Trabajos de selección de los recursos a interpretar. Redacción de textos y selección de imágenes del banco de imágenes del destino

Presentación de los diseños de paneles a los agentes turísticos del territorio para su evaluación final

Ubicación de los paneles interpretativos

Búsqueda de partida presupuestaria por diferentes vías para el mantenimiento de las señales a medio y largo plazo

ACCIÓN NÚMERO 17 – SEÑALIZACIÓN INTERPRETATIVA DE LA VÍA VERDE EN EL DESTINO AMBROZ-CÁPARRA

LOCALIZACIÓN DE LA ACCIÓN

La acción se realizará a lo largo del recorrido de la Vía Verde, en el tramo entre Casas del Monte y el límite provincial

PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN

1ª ANUALIDAD	2ª ANUALIDAD	3ª ANUALIDAD	Acción
-	Desarrollo de las acciones	-	Señalización Vía Verde
0 €	30.000 €	0 €	30.000 €

CRONOGRAMA DE LA ACCIÓN (diagrama de Gantt en trimestres)

Anualidad	1ª				2ª				3ª			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Señalización interpretativa de la Vía Verde en el destino Ambroz-Cáparra												

RESULTADOS ESPERADOS

Con la señalización interpretativa de la Vía Verde esperamos alcanzar los siguientes resultados:

- Valorización de uno de los recursos más importantes del destino
- Creación de oferta turística de nuevos productos o experiencias que no existían
- Efectos sobre la calidad de vida de los residentes
- Aumento de la percepción positiva del turismo entre los residentes
- Aumento de la percepción positiva del visitante

INDICADORES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

- Reuniones con la empresa ejecutora del proyecto
- Visitas al lugar de ejecución del proyecto
- Número de publicaciones en medios con la noticia del proyecto
- Impacto en redes sociales (me gusta, compartir, comentarios) sobre los paneles interpretativos
- Encuesta en oficinas de información para detectar opinión de los usuarios de la Vía Verde

SINERGIAS

Junto a las estrategias nacionales incardinadas en todo el plan, esta acción se relaciona con:

- Plan turístico de Extremadura
- Estrategias de desarrollo local participativo de DIVA y CEDER Cáparra
- Proyecto "Diputación Desarrolla"

ACCIÓN NÚMERO 18 – CREACIÓN DEL SENDERO INTERPRETATIVO “OLIVOS MANZANILLA CACEREÑA” EN AMBROZ-CÁPARRA

EJE DE ACTUACIÓN

PROPUESTA DE VALOR SOSTENIBLE

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

Uno de los paisajes más característicos de Ambroz-Cáparra lo constituyen los olivares que llenan sierras y llanuras; un auténtico mar de olivos, cuyo aprovechamiento se ha convertido en una de las actividades económicas fundamentales del territorio.

Para darle valor turístico a este paisaje, se prevé la creación de un sendero interpretativo y experiencial, para mostrar la importancia ambiental, histórica, etnográfica y cultural de los olivares del destino

SUB-EJE DE ACTUACIONES

PRODUCTO SOSTENIBLE

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Crear nuevos recursos turísticos
- Ayudar en la distribución de flujos turísticos y la desestacionalización de la oferta
- Crear imagen de destino con los principales valores y atributos diferenciadores
- Mejorar la preservación de la biodiversidad y de los valores culturales locales

DESCRIPCIÓN

El olivo de la variedad Manzanilla Cacereña es una de las especies emblemáticas del territorio Ambroz-Cáparra estableciéndose, en torno a su cultivo y explotación, toda una serie de elementos paisajísticos, medioambientales, culturales y gastronómicos que hasta el momento apenas tienen aprovechamiento turístico.

Para intentar aglutinar todos los componentes del olivar en el destino y crear, al mismo tiempo, un recurso-equipamiento turístico innovador, se va a crear un sendero interpretativo que pueda conectar los paisajes del olivo con todos sus componentes de flora y fauna, con elementos etnográficos del olivo (antiguos lagares, almazaras, casas de campo...) y espacios para la degustación y compra de aceitunas y aceite de oliva virgen extra.

A lo largo del sendero se dispondrán elementos interpretativos y sensoriales para que la experiencia de “navegar en este mar de olivos” sea totalmente satisfactoria.

DESARROLLO DE LA ACCIÓN

Trabajos para la identificación de recursos e itinerario más idóneo dentro del destino

Reunión inicial con la empresa adjudicataria del contrato para transmitir información sobre los objetivos

Seguimiento en el período de ejecución para comprobar calidad y coherencia del proyecto

Presentación final del sendero interpretativo a los agentes del territorio para su difusión

ACCIÓN NÚMERO 18 – CREACIÓN DEL SENDERO INTERPRETATIVO “OLIVOS MANZANILLA CACEREÑA” EN AMBROZ-CÁPARRA

LOCALIZACIÓN DE LA ACCIÓN

La acción se desarrollará en el paisaje de olivar del destino Ambroz-Cáparra

PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN

1ª ANUALIDAD	2ª ANUALIDAD	3ª ANUALIDAD	Acción
-	Desarrollo de la acción	-	-
0 €	50.000 €	0 €	50.000 €

CRONOGRAMA DE LA ACCIÓN (diagrama de Gantt en trimestres)

Anualidad	1ª				2ª				3ª			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Creación de sendero interpretativo “olivos manzanilla cacereña”												

RESULTADOS ESPERADOS

- A través de la creación de este sendero esperamos alcanzar los siguientes resultados:
- Poner en valor y dar a conocer uno de los principales paisajes y productos agrarios del destino
 - Establecer un proceso de economía circular, integrando paisaje, agricultura, transformación y gastronomía
 - Mejorar la percepción de la población local respecto al turismo
 - Ayudar en la distribución de flujos turísticos por todo el territorio

INDICADORES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

- Reuniones con empresa encargada de la ejecución del proyecto
- Número de visitas a las obras por parte del equipo técnico del plan
- Número de noticias en medios de comunicación sobre la acción
- %de cumplimiento de las acciones en los plazos previstos
- Impactos en redes sociales (me gusta, compartir, comentarios) sobre las publicaciones informativas sobre el nuevo equipamiento

SINERGIAS

- Junto a las estrategias nacionales incardinadas en todo el plan, esta acción se relaciona con:
- Plan Estratégico de Marketing Turístico Sostenible de la provincia de Cáceres 2020-2030
 - Estrategias de desarrollo local participativo de DIVA y CEDER Cáparra
 - Proyecto “Diputación Desarrolla”

ACCIÓN NÚMERO 19 – CREACIÓN DE PRODUCTOS Y EXPERIENCIAS TURÍSTICAS SOSTENIBLES EN EL DESTINO AMBROZ-CÁPARRA

EJE DE ACTUACIÓN

PROPUESTA DE VALOR SOSTENIBLE

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

Para asentar el modelo de turismo sostenible del destino Ambroz-Cáparra, es necesario contar con productos y experiencias turísticas de calidad relacionados con la gastronomía, el bienestar en el mundo rural y el turismo cultural.

Por este motivo, se plantea la puesta en marcha para la creación de experiencias y actividades innovadoras y singulares que fortalezcan los productos prioritarios del destino.

SUB-EJE DE ACTUACIONES

PRODUCTO SOSTENIBLE

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Apostar por un desarrollo turístico sostenible y de calidad
- Crear imagen de destino con los principales valores y atributos diferenciadores
- Facilitar a los empresarios del destino una herramienta para ayudar en la comercialización de sus negocios
- Optimizar los esfuerzos y los recursos económicos y humanos

DESCRIPCIÓN

Con el objetivo de impulsar y fortalecer los productos específicos del destino se crearán una serie de productos turísticos con las empresas de la zona que fortalezcan el posicionamiento y estén en sintonía con las líneas estratégicas trazadas en el plan de marketing provincial y comarcal.

- **Turismo de salud y bienestar en el mundo rural:** es uno de los ejes estratégicos del posicionamiento del territorio y engloba toda una serie de actividades relacionadas con el agua (cruceiros, baño, pesca, canoas, termalismo), el ecoturismo (senderismo, cicloturismo, ornitología, fotografía de la naturaleza), complementados con actividades culturales y gastronómicas.
- **Turismo cultural:** otro de los ejes estratégicos se basa en el impulso de actividades relacionadas con la cultura (visitas guiadas, rutas interpretadas, promoción de eventos, actividades gastronómicas asociadas)

Turismo gastronómico: es necesario impulsar actividades que pongan en valor paisajes, recursos y productos gastronómicos de calidad (quesos, aceites, cerezas, castañas, carnes...) mediante experiencias sensoriales, visitas a explotaciones e industrias agroalimentarias, showcookings, etc

Además, se impulsará la participación de las empresas del territorio en clubes de turismo (Club de Ecoturismo, Club Birding, Ruta del Queso...)

DESARROLLO DE LA ACCIÓN

Reunión inicial con la empresa adjudicataria del contrato para transmitir información sobre los objetivos

Procesos para la adhesión de las empresas a los clubes de producto

Presentación final del catálogo de productos y experiencias a los agentes del territorio para su revisión y evaluación

Proceso de promoción y puesta en valor de todas las experiencias y actividades generadas en medios online y offline

ACCIÓN NÚMERO 19 – CREACIÓN DE PRODUCTOS Y EXPERIENCIAS TURÍSTICAS SOSTENIBLES EN EL DESTINO AMBROZ-CÁPARRA

PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN

LOCALIZACIÓN DE LA ACCIÓN
La acción tiene un carácter comarcal

1ª ANUALIDAD	2ª ANUALIDAD	3ª ANUALIDAD	Acción
Creación de productos y experiencias	-	-	Creación de productos y experiencias
42.500 €	0 €	0 €	42.500 €

CRONOGRAMA DE LA ACCIÓN (diagrama de Gantt en trimestres)

Anualidad	1ª				2ª				3ª			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Creación de productos y experiencias turísticas sostenibles												

RESULTADOS ESPERADOS

- A través de la creación de experiencias esperamos alcanzar los siguientes resultados:
- Crear un verdadero portfolio de productos turísticos en la comarca
 - Normalizar en el territorio la metodología de Club de Producto para la gestión de los distintos productos turísticos, dando prioridad a los productos ecoturísticos
 - Poner a disposición del visitante un catálogo de experiencias sostenibles de los productos prioritarios del territorio, para aumentar el número de visitantes y la estancia media del turista
 - Dotar de herramientas de comercialización a las empresas del territorio
 - Mejorar la formación del sector empresarial
 - Poner en valor productos y actividades hasta ahora escasamente desarrolladas en el territorio

INDICADORES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

- Número de reuniones con empresas y agentes del territorio
- Número de experiencias creadas
- Número de empresas adheridas a los diferentes clubes de producto
- Impacto de las experiencias en la web (visitas, descargas, duración de las sesiones...)
- Impacto de las experiencias en las redes sociales del destino (me gusta, compartir, comentarios)

SINERGIAS

- Junto a las estrategias nacionales incardinadas en todo el plan, esta acción se relaciona con:
- Plan Estratégico de Marketing Turístico Sostenible de la provincia de Cáceres 2020-2030
 - Estrategias de desarrollo local participativo de DIVA y CEDER Cáparra
 - Proyecto "Diputación Desarrolla"

ACCIÓN NÚMERO 20 – TRABAJOS PARA LA CERTIFICACIÓN TURÍSTICA SOSTENIBLE “GREEN DESTINATION”

EJE DE ACTUACIÓN

PROPUESTA DE VALOR SOSTENIBLE

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

Algunos segmentos de la demanda (sobre todo internacional) viaja a destinos que disponen de marcas de sostenibilidad de referencia, y que garantizan la calidad ambiental, económica y cultural de un territorio determinado.

Ambroz-Cáparra quiere disponer de una certificación de sostenibilidad para captar nuevos visitantes pero, sobre todo, para contar con una herramienta de evaluación y mejora de la estrategia de turismo.

SUB-EJE DE ACTUACIONES

PRODUCTO SOSTENIBLE

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Crear imagen de destino sostenible con los principales valores y atributos diferenciadores
- Generar un proceso continuo de evaluación y mejora de la estrategia de turismo del territorio
- Disponer de una marca de calidad para atraer a un segmento de la demanda estratégica

DESCRIPCIÓN

Debido a su trayectoria y el prestigio que tiene entre los consumidores turísticos internacionales, la acción se centrará en conseguir la certificación de sostenibilidad “Green destinations”, que concede una fundación sin ánimo de lucro holandesa conformada por los organismos Green Destinations, European Centre for Eco & Agro Tourism (ECEAT), and Coastal & Marine Union – EUCC.

La obtención de este sello va a permitir al destino Ambroz-Cáparra aumentar progresivamente su calidad, competitividad y diferenciación a través de la sostenibilidad y atraer "visitantes verdes" y respetuosos. Por eso, se pondrá en marcha la candidatura con la evaluación on-line de todos los estándares solicitados por la organización (características del destino, gobernanza turística, recursos ambientales, medioambiente y clima, cultura y tradiciones, bienestar social y características socioeconómicas) y la aplicación de las medidas correctoras que se soliciten para conseguir una certificación tan prestigiosa.

DESARROLLO DE LA ACCIÓN

Toma de contacto con la fundación “Green destinations” para conocer todos los elementos a completar para optar al sello de sostenibilidad

Elaboración de toda la documentación solicitada y envío a través de la plataforma online dispuesta para ello

Trabajos de corrección relacionados con el informe de la organización, si se necesitan, para cumplir con los parámetros exigidos

Si se consigue la certificación, incorporación del sello de calidad en todos los elementos identificativos, corporativos y promocionales del destino y establecimiento de acciones de comunicación para destacar el logro conseguido.

ACCIÓN NÚMERO 20 – TRABAJOS PARA LA CERTIFICACIÓN TURÍSTICA SOSTENIBLE “GREEN DESTINATION”

LOCALIZACIÓN DE LA ACCIÓN

La acción tiene un carácter comarcal

PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN

1ª ANUALIDAD	2ª ANUALIDAD	3ª ANUALIDAD	Acción
Desarrollo de la acción	-	-	Implantación de la marca “green destination”
20.000 €	0 €	0 €	20.000 €

CRONOGRAMA DE LA ACCIÓN (diagrama de Gantt en trimestres)

Anualidad	1ª				2ª				3ª			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Trabajos para la implantación de la marca turística “Green destination”												

RESULTADOS ESPERADOS

A través de este proceso de certificación esperamos alcanzar los siguientes resultados:

- Creación de un nuevo modelo de gestión turística comarcal basado en los recursos endógenos, más respetuoso con el medio ambiente y la población local.
- Posicionar el destino en los mercados más prestigiosos y exclusivos del ecoturismo sostenible
- Incrementar el número de visitantes respetuosos con el medio ambiente
- Dar un marchamo de calidad a las empresas turísticas del territorio
- Mejorar la percepción de la población residente con respecto al turismo

INDICADORES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

- Número de reuniones y contactos con la fundación “Green destinations”
- Número de reuniones con los agentes turísticos del territorio para informar sobre el proyecto
- Documentación generada para optar a la certificación
- Noticias generadas en los medios si se alcanza la certificación
- Incremento del número de turistas “verdes” si se consigue la certificación

SINERGIAS

Junto a las estrategias nacionales incardinadas en todo el plan, esta acción se relaciona con:

- Plan Estratégico de Marketing Turístico Sostenible de la provincia de Cáceres 2020-2030
- Estrategias de desarrollo local participativo de DIVA y CEDER Cáparra
- Proyecto “Diputación Desarrolla”

ACCIÓN NÚMERO 21 – VIAJES DE BENCHMARKING EMPRESARIAL A DESTINOS NACIONALES DE REFERENCIA

EJE DE ACTUACIÓN

PROPUESTA DE VALOR SOSTENIBLE

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

Aunque el tejido empresarial de Ambroz-Cáparra está apostando decididamente por la innovación y la creación de experiencias y actividades singulares y especializadas, resulta necesario seguir innovando en todo lo relacionado con la sostenibilidad, la atención al cliente, etc.

Por este motivo, se plantea la realización de viajes de benchmarking con los empresarios del territorio a destinos nacionales de referencia en ecoturismo, turismo náutico-activo o turismo gastronómico. y que hayan implantado con éxito entes gestores en su territorio.

SUB-EJE DE ACTUACIONES

PRODUCTO SOSTENIBLE

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Mejorar la formación y la capacitación del sector empresarial
- Posibilitar el conocimiento y la cooperación empresarial
- Conocer experiencias y ejemplos de destinos similares que puedan implantarse en el territorio
- Optimizar los esfuerzos y los recursos económicos y humanos

DESCRIPCIÓN

El conocimiento de otros destinos, de otras experiencias y de otras dinámicas turísticas empresariales resulta fundamental para la mejora de la formación del tejido empresarial del destino Ambroz-Cáparra.

De este modo, en el Plan de Sostenibilidad Turística planteamos la realización de un viaje de benchmarking a un destino de referencia en ecoturismo-turismo activo, en el que podrán participar todos los empresarios y agentes territoriales implicados en el desarrollo turístico del territorio Ambroz-Cáparra.

La acción se planteará como un viaje de conocimiento e intercambio de experiencias, posibilitando un espacio de colaboración y conocimiento entre los propios empresarios de Ambroz-Cáparra en el transcurso del viaje, así como la puesta en marcha de mesas de trabajo con empresas y entidades del destino que se vaya a visitar.

DESARROLLO DE LA ACCIÓN

Reunión inicial con la empresa adjudicataria del contrato para transmitir información sobre los objetivos

Seguimiento en el período de ejecución para comprobar calidad y coherencia del proyecto

Realización del viaje de benchmarking

Proceso de evaluación de la actividad con los empresarios participantes

ACCIÓN NÚMERO 21 – VIAJES DE BENCHMARKING EMPRESARIAL A DESTINOS NACIONALES DE REFERENCIA

LOCALIZACIÓN DE LA ACCIÓN

La acción tiene un carácter comarcal

PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN

1ª ANUALIDAD	2ª ANUALIDAD	3ª ANUALIDAD	Acción
Viaje de benchmarking	-	-	Viajes de Benchmarking empresarial
8.000 €	0 €	0 €	8.000 €

CRONOGRAMA DE LA ACCIÓN (diagrama de Gantt en trimestres)

Anualidad	1ª				2ª				3ª			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Viajes de Benchmarking empresarial a destinos nacionales												

RESULTADOS ESPERADOS

A través de este viaje empresarial esperamos alcanzar los siguientes resultados:

- Mostrar a empresas y agentes las bondades de los destinos turísticos inteligentes y/o con ente gestor
- Mejorar la formación de los trabajadores del sector turístico
- Mejorar los niveles de colaboración público-privada y la cooperación empresarial interterritorial

INDICADORES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

- Número de asistentes al viaje de benchmarking
- Número de actividades realizadas en el viaje
- Número de alianzas comerciales trazadas en el viaje
- Noticias generadas en los medios sobre el viaje

SINERGIAS

Junto a las estrategias nacionales incardinadas en todo el plan, esta acción se relaciona con:

- Plan Estratégico de Marketing Turístico Sostenible de la provincia de Cáceres 2020-2030
- Estrategias de desarrollo local participativo de DIVA y CEDER Cáparra
- Proyecto "Diputación Desarrolla"

ACCIÓN NÚMERO 22 – DESARROLLO DE JORNADAS DE ECOTURISMO Y BIENESTAR EN EL MUNDO RURAL

EJE DE ACTUACIÓN

PROPUESTA DE VALOR SOSTENIBLE

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

En su posición de referente del ecoturismo en Extremadura, el destino Ambroz-Cáparra debe apostar por eventos científicos-lúdicos, en los que se puedan mostrar las tendencias más novedosas del ecoturismo y, al mismo tiempo, fortalecer la imagen de un destino ecoturístico innovador.

Por este motivo, se prevé la organización de 2 ediciones de las Jornadas sobre ecoturismo y bienestar en el mundo rural.

SUB-EJE DE ACTUACIONES

PRODUCTO SOSTENIBLE

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Mejorar la promoción turística del territorio
- Crear imagen de destino con los principales valores y atributos diferenciadores
- Dar a conocer ejemplos innovadores que se están desarrollando en otros destinos y pueden implantarse en nuestro territorio
- Optimizar los esfuerzos y los recursos económicos y humanos

DESCRIPCIÓN

Con esta acción se pretende generar un proceso científico, formativo, lúdico y turístico en torno a la imagen de destino ecoturístico que proyecta el territorio Ambroz-Cáparra.

Las Jornadas de Ecoturismo (de la que se realizarán dos ediciones en 2022 y 2023) deberán contar con un programa profesional ambicioso, donde referentes a nivel nacional expondrán acciones innovadoras y sostenibles en distintos destinos, así como la importancia de las marcas de calidad ambiental en la promoción de los territorios ecoturísticos.

Junto a la actividad científica, se deberá incluir un programa paralelo de actividades ecoturísticas para mostrar a los participantes los valores del destino Ambroz-Cáparra, tanto en recursos como en infraestructuras y equipamientos singulares.

DESARROLLO DE LA ACCIÓN

Reuniones de coordinación y elaboración del programa de actividades de las Jornadas de Ecoturismo "Ambroz-Cáparra" con agentes del territorio, empresas turísticas y consultora encargada de la organización del evento.

Acciones de promoción y difusión de las jornadas para captar el mayor número de participantes y ofrecer una imagen de destino ecoturístico

Desarrollo de las jornadas

Proceso de evaluación y recogida de documentación (actas de las jornadas)

ACCIÓN NÚMERO 22 – DESARROLLO DE JORNADAS DE ECOTURISMO Y BIENESTAR EN EL MUNDO RURAL

LOCALIZACIÓN DE LA ACCIÓN

La acción tiene un carácter comarcal

PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN

1ª ANUALIDAD	2ª ANUALIDAD	3ª ANUALIDAD	Acción
I Jornadas de ecoturismo	II Jornadas de ecoturismo	-	Jornadas de ecoturismo y bienestar en el mundo rural
6.000 €	6.000 €	0 €	12.000 €

CRONOGRAMA DE LA ACCIÓN (diagrama de Gantt en trimestres)

Anualidad	1ª				2ª				3ª			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
I Jornadas de ecoturismo												
II Jornadas de ecoturismo												

RESULTADOS ESPERADOS

Con el desarrollo de las jornadas de ecoturismo esperamos alcanzar los siguientes resultados:

- Mejorar el posicionamiento y la imagen del destino como territorio ecoturístico puntero
- Efectos sobre la calidad de vida de los residentes
- Conocer experiencias innovadoras que puedan implantarse en Ambroz-Cáparra
- Mejora de la formación de los trabajadores del sector turístico

INDICADORES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

- Número de reuniones para el desarrollo del proyecto
- Número de asistentes a las jornadas
- Número de noticias en los medios de comunicación relacionadas con las jornadas
- Impactos en redes sociales (me gusta, compartir, comentarios) de las acciones de promoción y publicidad de las jornadas

SINERGIAS

La acción se alinea con las siguientes estrategias:

- Plan Estratégico de Marketing Turístico Sostenible de la provincia de Cáceres 2020-2030
- Estrategias de desarrollo local participativo de DIVA y CEDER Cáparra
- Proyecto "Diputación Desarrolla"
- Plan turístico de Extremadura

ACCIÓN NÚMERO 23 – CREACIÓN DE UN RELATO TURÍSTICO DEL DESTINO AMBROZ-CÁPARRA

EJE DE ACTUACIÓN

PROPUESTA DE VALOR SOSTENIBLE

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

Una de los principales problemas del destino Ambroz-Cáparra es la ausencia de una identidad turística potente y homogénea, que le permita ganar posiciones entre las comarcas turísticas de Extremadura e impulsar su singularidad entre los distintos segmentos de demanda.

Por este motivo, se plantea la creación de un relato turístico que mejore nuestra identidad turística de forma notoria en el medio y largo plazo

SUB-EJE DE ACTUACIONES

IDENTIDAD TURÍSTICA

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Potenciar la imagen del territorio como destino sostenible
- Crear imagen de destino con los principales valores y atributos diferenciadores
- Facilitar a los empresarios del destino una herramienta para ayudar en la comercialización de sus negocios
- Optimizar los esfuerzos y los recursos económicos y humanos

DESCRIPCIÓN

Planteamos la creación de un “storytelling” turístico, un relato para el territorio Ambroz-Cáparra que realce los principales atributos y elementos diferenciadores, de forma que los turistas reales y potenciales del destino asocien a la comarca con los principales valores de la misma.

El relato debe conectar emocionalmente con el público y contará con una historia escrita, una locución y elementos audiovisuales que resalten los principales mensajes fuerza. Este relato tendrá diversas utilidades, pudiendo emplearse en diversas acciones de comunicación turística (ferias, redes sociales, jornadas, eventos culturales,...)

DESARROLLO DE LA ACCIÓN

Reunión inicial con la empresa adjudicataria del contrato para transmitir los objetivos que se quieren conseguir con la acción

Seguimiento en el período de ejecución para comprobar calidad y coherencia del proyecto

Presentación final del relato a los agentes del territorio para su evaluación y puesta en valor

Campaña de comunicación para la difusión del storytelling a través de diferentes medios

ACCIÓN NÚMERO 23 – CREACIÓN DE UN RELATO TURÍSTICO DEL DESTINO AMBROZ-CÁPARRA

LOCALIZACIÓN DE LA ACCIÓN
La acción tiene un carácter comarcal

PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN

1ª ANUALIDAD	2ª ANUALIDAD	3ª ANUALIDAD	Acción
Creación del relato de destino	-	-	Creación del relato del destino
10.000 €	0 €	0 €	10.000 €

CRONOGRAMA DE LA ACCIÓN (diagrama de Gantt en trimestres)

Anualidad	1ª				2ª				3ª			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Creación del relato turístico del destino Ambroz-Cáparra												

RESULTADOS ESPERADOS

A través de la creación del relato turístico esperamos alcanzar los siguientes resultados:

- Mejorar la imagen y el posicionamiento del territorio como un destino turístico sostenible
- Incrementar la presencia del destino en los medios
- Poner en valor recursos y productos estrella del territorio
- Mejorar la percepción del visitante respecto al destino

INDICADORES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

- Número de reuniones con la empresa adjudicataria del proyecto
- Nº de acciones en las que se utiliza el relato
- Incremento del número de visitantes a medio-largo plazo

SINERGIAS

Junto a las estrategias nacionales incardinadas en todo el plan, esta acción se relaciona con:

- Plan Estratégico de Marketing Turístico Sostenible de la provincia de Cáceres 2020-2030
- Estrategias de desarrollo local participativo de DIVA y CEDER Cáparra
- Proyecto "Diputación Desarrolla"
- Plan de turismo de Extremadura

ACCIÓN NÚMERO 24 – CREACIÓN, MEJORA Y MANTENIMIENTO DE UNA WEB TURÍSTICA DEL DESTINO AMBROZ-CÁPARRA

EJE DE ACTUACIÓN MARKETING SOSTENIBLE

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

El territorio Ambroz-Cáparra adolece de herramientas de marketing e información turística modernas y dinámicas que le permitan ofrecer sus recursos, productos y actividades en el mercado global.

Por este motivo, se plantea la creación de una web del destino Ambroz-Cáparra, web que se actualizará y mejorará constantemente para convertirla en el mejor escaparate online del territorio turístico.

SUB-EJE DE ACTUACIONES

MARKETING DIGITAL

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Mejorar la promoción turística del territorio
- Crear imagen de destino con los principales valores y atributos diferenciadores
- Facilitar a los empresarios del destino una herramienta para ayudar en la comercialización de sus negocios
- Optimizar los esfuerzos y los recursos económicos y humanos

DESCRIPCIÓN

La creación de la página web debe basarse en los siguientes principios: será rica en contenido, atractiva, y funcional de forma que responda a las necesidades del turista, será inspiradora de viajes a la comarca, empleando mensajes claros, y al consumo de sus productos y servicios, atendiendo a aspectos como la compatibilidad, funcionalidad y optimización SEO, entre otros, con el fin de facilitar el acceso rápido a la información de las empresas y fomentar la comercialización de sus servicios. Algunas características que tendrá la web:

- Ha de incluir la imagen del destino, información de la comarca.
- Ha de incluir un calendario de eventos.
- Integración de todos los productos, servicios y experiencias turísticas de la comarca existentes en varios idiomas.
- Actualización de los contenidos y las fotografías.
- Autogestionable.

- Diseño responsive (múltiples dispositivos). Se deberá realizar una adaptación del diseño para que resulte funcional en móviles y tablets.
- Los contenidos de la web deben estar estructurados de forma sencilla y ésta ha de ser fácilmente navegable.

DESARROLLO DE LA ACCIÓN

Reunión inicial con la empresa adjudicataria del contrato para transmitir información sobre los objetivos

Seguimiento en el período de ejecución para comprobar calidad y coherencia del proyecto

Presentación final de la web con los agentes del territorio para su evaluación y puesta en valor

Proceso de seguimiento del plan de actualización de la web

Creación de grupo de trabajo en el territorio para la gestión de la página tras la finalización del Plan de sostenibilidad turística

ACCIÓN NÚMERO 24 – CREACIÓN, MEJORA Y MANTENIMIENTO DE UNA WEB TURÍSTICA DEL DESTINO AMBROZ-CÁPARRA

LOCALIZACIÓN DE LA ACCIÓN

La acción tiene un carácter comarcal

PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN

1ª ANUALIDAD	2ª ANUALIDAD	3ª ANUALIDAD	Acción
Creación de la web	Actualizaciones y mantenimiento	Actualizaciones y mantenimiento	Creación de la web del destino
25.000 €	10.000 €	5.000 €	40.000 €

CRONOGRAMA DE LA ACCIÓN (diagrama de Gantt en trimestres)

Anualidad	1ª				2ª				3ª			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Creación de la web												
Actualización y mantenimiento												

RESULTADOS ESPERADOS

- A través de la creación de la web turística esperamos alcanzar los siguientes resultados:
- Ofrecer al sector empresarial y los agentes una herramienta de promoción dinámica y atractiva
 - Ofrecer al visitante un centro virtual de la comarca en la red, para organizar el viaje al destino
 - Contar con un instrumento para la obtención de datos del Destino Turístico Inteligente
 - Mejora en la imagen y posicionamiento del destino
 - Mejora de la estrategia de marketing del destino
 - Mayor accesibilidad a los canales de información del destino por parte de los turistas potenciales
 - Aumento de los canales de comercialización del destino

INDICADORES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

- Web bilingüe en funcionamiento para todo tipo de dispositivos
- Existencia de información de productos, servicios y eventos del territorio
- Nº Post del destino en la web
- Nº Experiencias en la web
- Nº Empresas visibles
- Nº Visitas a la Web (Totales y países)
- Nº Páginas vistas
- Tasa de rebote
- Duración de la sesión

SINERGIAS

- Junto a las estrategias nacionales incardinadas en todo el plan, esta acción se relaciona con:
- Plan Estratégico de Marketing Turístico Sostenible de la provincia de Cáceres 2020-2030
 - Estrategias de desarrollo local participativo de DIVA y CEDER Cáparra
 - Proyecto "Diputación Desarrolla"
 - Plan de turismo de Extremadura

ACCIÓN NÚMERO 25 – CREACIÓN, MEJORA Y MANTENIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN TURÍSTICA DIGITAL

EJE DE ACTUACIÓN MARKETING SOSTENIBLE

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

El territorio Ambroz-Cáparra necesita herramientas de marketing e información turística modernas y dinámicas que le permitan ofrecer sus recursos, productos y actividades en el mercado global.

Por este motivo, se plantea la puesta en marcha de un proceso de mejora y mantenimiento de la comunicación turística digital a través de acciones de SMO que generen una imagen de destino sostenible e innovadora.

SUB-EJE DE ACTUACIONES

MARKETING DIGITAL

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Mejorar la promoción turística del territorio
- Crear imagen de destino con los principales valores y atributos diferenciadores
- Facilitar a los empresarios del destino una herramienta para ayudar en la comercialización de sus negocios
- Optimizar los esfuerzos y los recursos económicos y humanos

DESCRIPCIÓN

Con esta acción se pretende estar presente, con los mensajes apropiados, en las principales redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube), espacio cada vez más frecuentado por los viajeros, proyectando los verdaderos valores de la comarca, y cuidando sobre manera la presencia digital (imágenes adecuadas y mensajes apropiados).

- Facebook: un posts/noticias/vídeos al día.
- Instagram: un post/microvideos al día.
- Twitter: 3 ó 4 post / días
- Youtube: actualización del canal con los microvideos y vídeos turísticos del destino

Toda las acciones tendrán como objetivo generar tráfico hacia el portal turístico del territorio en los principales mercados definidos como públicos objetivo. Para ello resulta fundamental contar con imágenes y contenidos de

calidad, así como contar con una línea editorial y una guía de estilo. En cada perfil se llevará a cabo la comunicación teniendo en cuenta el publico objetivo que utiliza cada red social.

Para reforzar algunas acciones se comprará publicidad selectivamente en algunas RRSS que permita ampliar el alcance de las acciones.

DESARROLLO DE LA ACCIÓN

Reunión inicial con la empresa adjudicataria del contrato para transmitir información sobre los objetivos

Seguimiento en el período de ejecución para comprobar calidad y coherencia del proyecto

Proceso de seguimiento del plan de comunicación turística para su correcta ejecución

ACCIÓN NÚMERO 25 – CREACIÓN, MEJORA Y MANTENIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN TURÍSTICA DIGITAL

LOCALIZACIÓN DE LA ACCIÓN

La acción tiene un carácter comarcal

PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN

1ª ANUALIDAD	2ª ANUALIDAD	3ª ANUALIDAD	Acción
Desarrollo comunicación ttca.	Desarrollo comunicación ttca.	Desarrollo comunicación ttca.	Creación de herramientas de comunicación ttca. digital
8.000 €	8.000 €	8.000 €	24.000 €

CRONOGRAMA DE LA ACCIÓN (diagrama de Gantt en trimestres)

Anualidad	1ª				2ª				3ª			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Creación de herramientas de comunicación turística digital												

RESULTADOS ESPERADOS

A través de la creación de esta campaña esperamos alcanzar los siguientes resultados:

- Mejora de la imagen y el posicionamiento del destino
- Penetrar en diferentes mercados y tipos de turistas en función del uso de cada red social
- Mejora en la imagen y posicionamiento del destino
- Incrementar el número de followers de los diferentes eventos del destino
- Mejora de la estrategia de marketing del destino
- Mayor accesibilidad a la información turística del destino por parte de los turistas potenciales
- Aumento de los canales de comercialización del destino

INDICADORES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

- Número de contenidos generados por red social y anualidad
- Nº de interacciones positivas de cada publicación (me gusta, compartir, comentarios, tasa de rebote)
- Número de noticias en los medios generadas por el proyecto
- Nº Visitas a la Web (Totales y países)
- Nº Páginas vistas
- Tasa de rebote

SINERGIAS

Junto a las estrategias nacionales incardinadas en todo el plan, esta acción se relaciona con:

- Plan Estratégico de Marketing Turístico Sostenible de la provincia de Cáceres 2020-2030
- Estrategias de desarrollo local participativo de DIVA y CEDER Cáparra
- Proyecto "Diputación Desarrolla"

ACCIÓN NÚMERO 26– CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD SEGMENTADA EN REDES SOCIALES

EJE DE ACTUACIÓN MARKETING SOSTENIBLE

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

El territorio Ambroz-Cáparra necesita herramientas de marketing e información turística modernas y dinámicas que le permitan ofrecer sus recursos, productos y actividades en el mercado global.

Por este motivo, se plantea la puesta en marcha varias campañas de promoción y publicidad a través de acciones de SMM y SEM que generen una imagen de destino sostenible e innovadora.

SUB-EJE DE ACTUACIONES MARKETING DIGITAL

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Mejorar la promoción turística del territorio
- Crear imagen de destino con los principales valores y atributos diferenciadores
- Facilitar a los empresarios del destino una herramienta para ayudar en la comercialización de sus negocios
- Optimizar los esfuerzos y los recursos económicos y humanos

DESCRIPCIÓN

Con esta acción se pretende realizar una campaña de marketing turístico para diferentes segmentos a través de dos tipos de herramientas:

El SEM (Search Engine Marketing). Se trata de una estrategia de marketing digital en la que se diseñan campañas publicitarias de pago basadas en keywords específicas para así aparecer en las principales páginas de resultados de búsqueda (SERPs). De este modo, nos va a permitir aumentar el posicionamiento del destino con anuncios en motores de búsqueda a través de palabras-clave del territorio, con la que comprobar qué recursos o actividades son las más conocidas de Ambroz-Cáparra

El SMM (Social Media Marketing). Se trata de promocionar la web a través de plataformas de pago en las redes sociales, En este sentido, a la hora de buscar los perfiles de turistas prioritarios, vamos a añadir las tendencias de comportamiento en las diferentes redes, optimizando los recursos en la búsqueda de los perfiles perfectos

DESARROLLO DE LA ACCIÓN

Reunión inicial con la empresa de publicidad para transmitir información sobre los objetivos

Seguimiento en el período de ejecución para comprobar calidad y coherencia del proyecto

Proceso de seguimiento del plan de comunicación turística para su correcta ejecución

ACCIÓN NÚMERO 26 – CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD SEGMENTADA EN REDES SOCIALES

LOCALIZACIÓN DE LA ACCIÓN

La acción tiene un carácter comarcal

PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN

1ª ANUALIDAD	2ª ANUALIDAD	3ª ANUALIDAD	Acción
Campañas de promoción	Campañas de promoción	Campañas de promoción	Promoción en RRSS
5.000 €	5.000 €	5.000 €	15.000 €

CRONOGRAMA DE LA ACCIÓN (diagrama de Gantt en trimestres)

Anualidad	1ª				2ª				3ª			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Campañas de promoción segmentada en redes sociales		■	■		■	■	■	■	■	■	■	

RESULTADOS ESPERADOS

A través de la creación de esta campaña esperamos alcanzar los siguientes resultados:

- Mejora de la imagen y el posicionamiento del destino
- Penetrar en diferentes mercados y tipos de turistas en función del uso de cada red social
- Mejora en la imagen y posicionamiento del destino
- Incrementar el número de followers de los diferentes eventos del destino
- Mejora de la estrategia de marketing del destino
- Mayor accesibilidad a la información turística del destino por parte de los turistas potenciales
- Aumento de los canales de comercialización del destino

INDICADORES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

- Número de contenidos generados por red social y anualidad
- Nº de interacciones positivas de cada publicación (me gusta, compartir, comentarios, tasa de rebote)
- Número de noticias en los medios generadas por el proyecto
- Nº Visitas a la Web (Totales y países)
- Nº Páginas vistas
- Tasa de rebote

SINERGIAS

La acción se alinea con las siguientes estrategias:

- Plan Estratégico de Marketing Turístico Sostenible de la provincia de Cáceres 2020-2030
- Estrategias de desarrollo local participativo de DIVA y CEDER Cáparra
- Proyecto "Diputación Desarrolla"

ACCIÓN NÚMERO 27 – CREACIÓN DE MICROVÍDEOS Y SOCIALVÍDEOS

EJE DE ACTUACIÓN MARKETING SOSTENIBLE

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

El territorio Ambroz-Cáparra adolece de herramientas de marketing e información turística modernas y dinámicas que le permitan ofrecer sus recursos, productos y actividades en el mercado global.

Por este motivo, se plantea la creación de una serie de microvídeos y socialvídeos del destino para su exhibición y emisión en diferentes redes sociales, buscando que transmitan los valores principales del destino.

DESCRIPCIÓN

Esta acción pretende promocionar los recursos y productos turísticos del territorio a través de vídeos que conecten con los públicos objetivo y trasmitan los principales valores del destino. Los vídeos se grabarán con imágenes en distintos momentos del año, dependiendo del grado de atractivo de los distintos recursos. Deben ser capaz de influir en la decisión final del turista a la hora de elegir el destino.

El formato básico de creación será el micro-vídeo, un contenido corto en formato vídeo diseñado para ser capaz de captar y retener la atención de los posibles clientes durante unos segundos (que es el tiempo máximo que la mayoría de consumidores de contenidos prestan atención) con el objetivo de conseguir una interacción con nuestro destino.

SUB-EJE DE ACTUACIONES MARKETING DIGITAL

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Mejorar la promoción turística del territorio
- Crear imagen de destino con los principales valores y atributos diferenciadores
- Facilitar a los empresarios del destino una herramienta para ayudar en la comercialización de sus negocios
- Optimizar los esfuerzos y los recursos económicos y humanos

Una vez creado el material, la forma de difusión será a través de los social video, por lo que deberán crearse materiales compatibles con las diferentes redes sociales.

DESARROLLO DE LA ACCIÓN

Reunión inicial con la empresa adjudicataria del contrato para transmitir información sobre los objetivos

Seguimiento en el período de ejecución para comprobar calidad y coherencia del proyecto

Presentación final de los micro-vídeos a los agentes del territorio para su evaluación y puesta en valor

Proceso de seguimiento de las emisiones y exhibiciones de los vídeos en las diferentes redes sociales

ACCIÓN NÚMERO 27 – CREACIÓN DE MICROVÍDEOS Y SOCIALVÍDEOS

LOCALIZACIÓN DE LA ACCIÓN

La acción tiene un carácter comarcal

PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN

1º ANUALIDAD	2º ANUALIDAD	3º ANUALIDAD	Acción
Creación de vídeos	Creación de vídeos	Creación de vídeos	Creación de microvídeos y socialvídeos
8.000 €	8.000 €	8.000 €	24.000 €

CRONOGRAMA DE LA ACCIÓN (diagrama de Gantt en trimestres)

Anualidad	1º				2º				3º			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Creación de microvídeos y socialvídeos												

RESULTADOS ESPERADOS

A través de la creación de estos micro-vídeos esperamos alcanzar los siguientes resultados:

- Mejora de la imagen y el posicionamiento del destino
- Penetrar en diferentes mercados y tipos de turistas en función del uso de cada red social
- Mejora en la imagen y posicionamiento del destino
- Incrementar el número de followers de los diferentes eventos del destino
- Mejora de la estrategia de marketing del destino
- Mayor accesibilidad a la información turística del destino por parte de los turistas potenciales
- Aumento de los canales de comercialización del destino

INDICADORES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

- Número de microvídeos generados
- Redes sociales en los que se han publicado los microvídeos
- Nº de interacciones positivas de cada vídeo (me gusta, compartir, comentarios, tasa de rebote)
- Número de noticias en los medios generadas por el proyecto

SINERGIAS

Junto a las estrategias nacionales incardinadas en todo el plan, esta acción se relaciona con:

- Plan Estratégico de Marketing Turístico Sostenible de la provincia de Cáceres 2020-2030
- Estrategias de desarrollo local participativo de DIVA y CEDER Cáparra
- Proyecto "Diputación Desarrolla"

ACCIÓN NÚMERO 28 – PUBLICIDAD, RELACIONES PÚBLICAS Y RELACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

EJE DE ACTUACIÓN MARKETING SOSTENIBLE

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

La presencia constante de un destino turístico en los diferentes medios de comunicación, con noticias y contenidos generados por profesionales es una forma indirecta pero eficaz de llegar a los públicos objetivo

Así, dentro de la estrategia de marketing sostenible del destino Ambroz-Cáparra se prevé esta iniciativa para mejorar la relación del territorio con los medios a través de una acción continua de publicity.

DESCRIPCIÓN

Se trata de una forma indirecta de llegar a los públicos objetivo, mediante la aparición frecuente del destino y sus productos en programas de radio, Tv, artículos, noticias, opiniones, etc generados por profesionales de los medios de comunicación y por líderes de opinión. La figura de relaciones públicas se usará para aumentar la presencia de la comarca en ferias o conferencias.

El objetivo es compartir contenido de valor e interés del territorio con los medios de comunicación, de forma que estos lo publiquen en forma de noticia singular, para así promocionar distintas actividades o actuaciones. Se intentará mantener una comunicación fluida y continua con los medios de forma que se publiquen noticias de la comarca continuamente, por el valor de las acciones, evitando costes de promoción.

Dentro del proyecto, además, se realizará un press-trip con prensa especializada en turismo y algunos de los profesionales-embajadores del destino.

SUB-EJE DE ACTUACIONES

PROMOCIÓN Y POTENCIACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Mejorar la promoción turística del territorio
- Crear imagen de destino con los principales valores y atributos diferenciadores
- Facilitar a los empresarios del destino una herramienta para ayudar en la comercialización de sus negocios
- Optimizar los esfuerzos y los recursos económicos y humanos

El viaje para la prensa se organizará para dar a conocer los principales valores, recursos y experiencias existentes, de modo los participantes puedan generar contenidos para diferentes medios que pongan en valor el destino Ambroz-Cáparra.

DESARROLLO DE LA ACCIÓN

Firma de contrato con agencia de publicidad y noticias para la realización de las iniciativas

Generar un listado de profesionales y medios que puedan servir como embajadores del destino a través de sus publicaciones

Presentación del proyecto a los agentes del territorio para mejorar su introducción en el territorio

Realización del press-trip

ACCIÓN NÚMERO 28 – PUBLICIDAD, RELACIONES PÚBLICAS Y RELACIÓN CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

LOCALIZACIÓN DE LA ACCIÓN

La acción tiene un carácter comarcal

PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN

1ª ANUALIDAD	2ª ANUALIDAD	3ª ANUALIDAD	Acción
Acciones del proyecto	Acciones del proyecto	Acciones del proyecto	Publicidad y relaciones públicas
0 €	5.000 €	10.000 €	15.000 €

CRONOGRAMA DE LA ACCIÓN (diagrama de Gantt en trimestres)

Anualidad	1ª				2ª				3ª			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Publicidad, relaciones públicas y relación con los medios												

RESULTADOS ESPERADOS

A través de esta acción de publicidad esperamos alcanzar los siguientes resultados:

- Mejora de la imagen y posicionamiento del destino
- Generar contenidos sobre patrimonio, naturaleza, cultura, tradiciones, etc
- Efectos sobre la calidad de vida de los residentes
- Aumento de la percepción positiva del turismo entre los residentes

INDICADORES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

- Número de profesionales-embajadores del destino
- Número de publicaciones turísticas sobre el destino por anualidad
- Número de visitas a la web, las redes sociales y buscadores tras la aparición de noticias en los medios
- Número de participantes en el press-trip

SINERGIAS

Junto a las estrategias nacionales incardinadas en todo el plan, esta acción se relaciona con:

- Plan Estratégico de Marketing Turístico Sostenible de la provincia de Cáceres 2020-2030
- Estrategias de desarrollo local participativo de DIVA y CEDER Cáparra
- Proyecto "Diputación Desarrolla"
- Plan de Turismo de Extremadura

ACCIÓN NÚMERO 29 – CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DEL TURISMO EDUCATIVO

EJE DE ACTUACIÓN MARKETING SOSTENIBLE

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

El territorio Ambroz-Cáparra dispone de recursos, equipamientos y experiencias suficientes para convertirse en un destino singular para el turismo educativo, un tipo de turismo muy beneficioso para garantizar la sostenibilidad ambiental y socioeconómica.

Por este motivo, se plantea la creación de una campaña de promoción del turismo educativo, dirigido tanto a población residente en la comarca como a colectivos educativos (colegios, AMPAS...)

DESCRIPCIÓN

La existencia de recursos propicios, tanto medioambientales (red de espacios protegidos, senderos y caminos) como culturales (Cáparra, Granadilla, Hervás) de especial relevancia e interés para el desarrollo del turismo educativo y de instalaciones dispuestas para ese tipo de turismo (centro de innovación deportiva El Anillo, villa medieval de Granadilla, centro de educación ambiental El Salugral...) posibilitan la creación de un producto educativo muy completo en el territorio.

Por este motivo, a la vez que se adecúan y mejoran las instalaciones y recursos existentes en distintas acciones de este Plan de Sostenibilidad Turística, vamos a desarrollar una acción promocional destinada a captar segmentos de mercado nacional (centros educativos, asociaciones de madres y padres, colectivos juveniles) que estén interesados en disfrutar de numerosas actividades en un medio natural de gran calidad como Ambroz-Cáparra.

SUB-EJE DE ACTUACIONES

PROMOCIÓN Y POTENCIACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Generar nuevos productos turísticos sostenibles
- Crear imagen de destino con los principales valores y atributos diferenciadores
- Facilitar a los empresarios del destino una herramienta para ayudar en la comercialización de sus negocios
- Optimizar los esfuerzos y los recursos económicos y humanos

DESARROLLO DE LA ACCIÓN

Reunión inicial con las empresas prestadoras de los servicios para transmitir información sobre los objetivos.

Diseño y producción del material promocional

Seguimiento en el período de ejecución para comprobar calidad y coherencia del proyecto

Presentación final de la campaña de promoción a los agentes del territorio para su valoración y conocimiento

Proceso de seguimiento de la campaña para garantizar su correcto desarrollo

ACCIÓN NÚMERO 29 – CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DEL TURISMO EDUCATIVO

PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN

LOCALIZACIÓN DE LA ACCIÓN
La acción tiene un carácter comarcal

1º ANUALIDAD	2º ANUALIDAD	3º ANUALIDAD	Acción
-	Desarrollo de la campaña	Desarrollo de la campaña	Campaña de promoción del turismo educativo
0 €	5.000 €	5.000 €	10.000 €

CRONOGRAMA DE LA ACCIÓN (diagrama de Gantt en trimestres)

Anualidad	1º				2º				3º			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Campaña de promoción del turismo educativo												

RESULTADOS ESPERADOS

- A través de la creación de esta campaña esperamos alcanzar los siguientes resultados:
- Conseguir un aumento de visitantes y turistas interesados en la práctica de actividades ecoeducativas
 - Preservar la biodiversidad y los valores culturales del destino para las generaciones futuras
 - Optimizar el uso de las infraestructuras y equipamientos turísticos públicos
 - Mejora de la promoción turística del destino
 - Mejora de la estrategia de marketing del destino
 - Mayor accesibilidad a la información turística del destino por parte de los turistas potenciales
 - Aumento de los canales de comercialización del destino

INDICADORES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

- Número de reuniones para el desarrollo del proyecto
- Número de entidades a las que se dirigirá la campaña
- Material promocional generado en el proyecto
- Número de entidades interesadas en el desarrollo de las actividades deportivas
- Nº Visitas a la web del destino al finalizar la campaña

SINERGIAS

- Junto a las estrategias nacionales incardinadas en todo el plan, esta acción se relaciona con:
- Plan Estratégico de Marketing Turístico Sostenible de la provincia de Cáceres 2020-2030
 - Estrategias de desarrollo local participativo de DIVA y CEDER Cáparra
 - Proyecto "Diputación Desarrolla"

ACCIÓN NÚMERO 30 – FAM-TRIP Y WORKSHOP CON AGENCIAS DE VIAJE ESPECIALIZADAS EN ECOTURISMO

EJE DE ACTUACIÓN MARKETING SOSTENIBLE

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

Con el Plan de Sostenibilidad Turística Ambroz-Cáparra se pretende convertir el territorio en un destino puntero en turismo de bienestar en el mundo rural, con el ecoturismo como uno de los productos esenciales.

De este modo, para mejorar la venta del producto ecoturístico se prevé la realización de un viaje de familiarización al territorio para agencias de viaje especializadas en actividades de ecoturismo.

SUB-EJE DE ACTUACIONES

PROMOCIÓN Y POTENCIACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Mejorar la promoción turística del territorio
- Crear imagen de destino con los principales valores y atributos diferenciadores
- Facilitar a los empresarios del destino una herramienta para ayudar en la comercialización de sus negocios
- Optimizar los esfuerzos y los recursos económicos y humanos

DESCRIPCIÓN

El objetivo es que las agencias participantes se empapen del territorio y de sus bondades y que conozcan, de la mano de las empresas del destino, los recursos, actividades, infraestructuras y puntos más singulares (Vía Verde, la Chorrera, el embalse de Gabriel y Galán, árboles singulares, gastronomía con productos agrarios de la zona...)

En el viaje se prevé la realización de una sesión de workshop entre las agencias de viaje y las empresas especializadas del territorio, para establecer alianzas comerciales que permitan la venta de experiencias y, por consiguiente, la llegada de nuevos visitantes.

DESARROLLO DE LA ACCIÓN

Reunión inicial con la empresa adjudicataria del contrato para transmitir información sobre los objetivos

Selección de los recursos y actividades que se quieren mostrar en colaboración con las empresas del territorio

Desarrollo del viaje de familiarización con las agencias participantes

Evaluación de los resultados del proyecto (agencias participantes, alianzas comerciales efectuadas, grado de satisfacción)

ACCIÓN NÚMERO 30 – FAM-TRIP Y WORKSHOP CON AGENCIAS DE VIAJE ESPECIALIZADAS EN ECOTURISMO

LOCALIZACIÓN DE LA ACCIÓN
La acción tiene un carácter comarcal

PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN

1ª ANUALIDAD	2ª ANUALIDAD	3ª ANUALIDAD	Acción
-	-	Realización del proyecto	Fam-trip y workshop con agencias
0 €	0 €	10.000 €	10.000 €

CRONOGRAMA DE LA ACCIÓN (diagrama de Gantt en trimestres)

Anualidad	1ª				2ª				3ª				
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	
Fam-trip y workshop con agencias de viaje especializadas en ecoturismo													

RESULTADOS ESPERADOS

Con esta acción de fam-trip y workshop esperamos alcanzar los siguientes resultados:

- Generación de nuevo empleo en el sector turístico y otros sectores asociados
- Mejora de la accesibilidad a lugares y equipamientos públicos
- Promoción/comercialización directa de oferta turística del destino
- Contribución a beneficios para las empresas turísticas
- Mejora de la promoción turística del destino
- Mejora de la estrategia de marketing del destino
- Mayor accesibilidad a la información turística del destino por parte de los turistas potenciales
- Aumento de los canales de comercialización del destino

SINERGIAS

Junto a las estrategias nacionales incardinadas en todo el plan, esta acción se relaciona con:

- Plan Estratégico de Marketing Turístico Sostenible de la provincia de Cáceres 2020-2030
- Estrategias de desarrollo local participativo de DIVA y CEDER Cáparra
- Proyecto "Diputación Desarrolla"
- Plan de Turismo de Extremadura

INDICADORES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

- Número de recursos y actividades seleccionados para el fam-trip
- Agencias de viaje participantes en el proyecto
- Empresas del territorio participantes en el proyecto
- Noticias y publicaciones en diferentes medios informando de la acción
- Publicaciones de las agencias de viaje participantes en redes sociales con sus impresiones sobre el destino
- Número de acuerdos comerciales alcanzados en la sesión de workshop

ACCIÓN NÚMERO 31 – CREACIÓN Y MEJORA CONTINUA DE UN BANCO DE IMÁGENES DEL DESTINO AMBROZ-CÁPARRA

EJE DE ACTUACIÓN MARKETING SOSTENIBLE

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

Para mejorar la promoción de recursos, eventos y experiencias del destino Ambroz-Cáparra resulta imprescindible contar con un banco de imágenes, atractivo y lo más completo posible, que transmitan todos los valores y atributos del territorio.

De este modo, se plantea la creación de un banco de imágenes turísticas que se emplearán en todos los proyectos de promoción y marketing off-line y on-line a desarrollar en los próximos años.

SUB-EJE DE ACTUACIONES

SOPORTES PROMOCIONALES

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Mejorar la promoción turística del territorio
- Crear imagen de destino con los principales valores y atributos diferenciadores
- Facilitar a los empresarios del destino una herramienta para ayudar en la comercialización de sus negocios
- Optimizar los esfuerzos y los recursos económicos y humanos

DESCRIPCIÓN

La primera parte de esta actuación será analizar los bancos de imágenes que los diferentes organismos del territorio han creado en los últimos años, para crear un archivo con las imágenes de más calidad y más representativas de los valores que se pretenden difundir.

Se trata de reflejar el carácter sostenible del territorio y su interrelación con las personas (turistas y locales), que presten gran atención al patrimonio inmaterial y la experiencia del viajero, creando imágenes identitarias e inclusivas.

Para aquellos recursos y eventos que no dispongan de fotografías de calidad o acordes a lo que se pretende transmitir, se realizarán nuevas fotografías seleccionando los momentos idóneos del año para cada tipología de recurso. En la medida de lo posible, se seleccionarán aquellas imágenes que transmitan emociones y cuenten con personas realizando una determinada actividad o viviendo una experiencia.

Con las imágenes existentes y las nuevas fotografías se creará el banco de imágenes turísticas "Ambroz-Cáparra" a utilizar en todas las publicaciones y acciones de promoción que se lleven a cabo en los próximos años.

DESARROLLO DE LA ACCIÓN

Trabajos de coordinación con las instituciones del territorio que dispongan de imágenes para la recopilación y revisión de todo el material fotográfico. Puesta al día de las últimas novedades en cuanto a técnicas, herramientas, logística, material óptico, calidad fotográfica, etc para la creación de archivos fotográficos orientados a la promoción y puesta en valor de destinos turísticos

Reunión inicial con la empresa adjudicataria del contrato para transmitir información sobre los objetivos a alcanzar

Seguimiento en el período de ejecución para comprobar calidad y coherencia del proyecto

Presentación final del banco de imágenes a los agentes del territorio para su evaluación y puesta en valor

Creación de grupo de trabajo en el territorio para la gestión (actualizaciones, generación de nuevos contenidos) de todo el material turístico a la finalización del Plan de Sostenibilidad Turística para garantizar el mantenimiento y actualización de dicho material fotográfico

ACCIÓN NÚMERO 31 – CREACIÓN Y MEJORA CONTINUA DE UN BANCO DE IMÁGENES DEL DESTINO AMBROZ-CÁPARRA

LOCALIZACIÓN DE LA ACCIÓN
La acción tiene un carácter comarcal

PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN

1ª ANUALIDAD	2ª ANUALIDAD	3ª ANUALIDAD	Acción
Banco de imágenes	Banco de imágenes	Banco de imágenes	Creación de banco de imágenes
3.000 €	3.000 €	3.000 €	9.000 €

CRONOGRAMA DE LA ACCIÓN (diagrama de Gantt en trimestres)

Anualidad	1ª				2ª				3ª			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Creación y mejora continua del banco de imágenes del destino												

RESULTADOS ESPERADOS

A través de la creación del banco de imágenes esperamos alcanzar los siguientes resultados:

- Aumento de la percepción positiva del turismo entre los residentes y turistas
- Contribución a beneficios para las empresas turísticas
- Mejora de la promoción turística del destino
- Mejora de la estrategia de marketing del destino
- Mayor accesibilidad a la información turística del destino por parte de los turistas potenciales

INDICADORES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

- Número de fotografías evaluadas
- Número de recursos, eventos y experiencias fotografiadas
- Número de fotografías turísticas creadas
- Número de fotografías utilizadas en acciones de promoción (cartelería, folletos, entradas en redes sociales)

SINERGIAS

Junto a las estrategias nacionales incardinadas en todo el plan, esta acción se relaciona con:

- Plan Estratégico de Marketing Turístico Sostenible de la provincia de Cáceres 2020-2030
- Estrategias de desarrollo local participativo de DIVA y CEDER Cáparra
- Proyecto "Diputación Desarrolla"
- Plan de Turismo de Extremadura
- Estrategia de Turismo Sostenible 2030 de la SETUR

ACCIÓN NÚMERO 32 – OPTIMIZACIÓN Y DIGITALIZACIÓN DE FOLLETOS Y PUBLICACIONES TURÍSTICAS DEL DESTINO

EJE DE ACTUACIÓN MARKETING SOSTENIBLE

JUSTIFICACIÓN DE LA ACCIÓN

La existencia de numerosas publicaciones turísticas editadas por diferentes organismos en el destino origina, en ocasiones, duplicidades y confusiones a los visitantes, además de una pérdida de recursos económicos y humanos.

Por este motivo, se propone un trabajo de optimización de folletos, mapas y guías turísticas del territorio Ambroz-Cáparra, para unificar contenidos y establecer un diseño común para todas las publicaciones.

SUB-EJE DE ACTUACIONES

SOPORTES PROMOCIONALES

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Mejorar la imagen del destino como territorio turístico único
- Facilitar a los turistas un material promocional actualizado y ordenado.
- Mejorar la accesibilidad directa a la información del destino
- Actualizar toda la información relativa a recursos, infraestructuras y equipamientos del destino
- Optimizar los esfuerzos y los recursos económicos y humanos y reducir el impacto medioambiental

DESCRIPCIÓN

Para la mejora de la experiencia del viajero en el territorio, El primer paso ha de consistir en revisar todos los folletos y mapas ya existentes y determinar los que son estrictamente necesarios, definiendo y acordando las características de cada uno de ellos, determinando también quién debe ser el responsable de la elaboración, actualización y edición de cada tipo de soporte, evitando que se repitan o que cuenten con una imagen muy dispar.

Una vez alcanzado el acuerdo, todas las publicaciones turísticas deberán rediseñarse para seguir con la línea de promoción establecida e incluir las nuevas marcas turísticas y proyectar los valores apropiados. Con el objetivo de disminuir el impacto medioambiental de la impresión de material promocional, todos los folletos ya existentes o nuevos, deberán ser digitalizados y subidos a la web turística la comarca en formato PDF o similar, facilitando la descarga de los mismos a través de códigos QR o enlaces desde webs de referencia. Para mejorar la localización de los folletos en la web se dividirán los folletos por categorías (naturaleza, cultura, gastronomía, etc...)

DESARROLLO DE LA ACCIÓN

Recopilación y revisión de todo el material promocional existente en relación al territorio implicado. Puesta al día de las últimas novedades en digitalización de material promocional turístico (programas más eficientes, soportes más demandados, etc...)

Reunión inicial con la empresa adjudicataria del contrato para transmitir información sobre los objetivos

Seguimiento en el período de ejecución para comprobar calidad y coherencia del proyecto

Presentación final del material turístico a los agentes del territorio para su evaluación y puesta en valor

Creación de grupo de trabajo en el territorio para la gestión (actualizaciones, generación de nuevos contenidos) de todo el material turístico a la finalización del Plan de Sostenibilidad Turística para garantizar el mantenimiento y actualización de dicho material promocional

ACCIÓN NÚMERO 32 – OPTIMIZACIÓN Y DIGITALIZACIÓN DE FOLLETOS Y PUBLICACIONES TURÍSTICAS DEL DESTINO

PRESUPUESTO DE LA ACCIÓN

LOCALIZACIÓN DE LA ACCIÓN
La acción tiene un carácter comarcal

1ª ANUALIDAD	2ª ANUALIDAD	3ª ANUALIDAD	Acción
Revisión y actualización info	Creación y mejora publicaciones	Digitalización de las publicaciones	Optimización y digitalización publicaciones ttcas
5.000 €	10.500 €	5.000 €	20.500 €

CRONOGRAMA DE LA ACCIÓN (diagrama de Gantt en trimestres)

Anualidad	1ª				2ª				3ª			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Optimización y digitalización de publicaciones turísticas del destino												

RESULTADOS ESPERADOS

A través de la creación de la optimización de las publicaciones turísticas esperamos alcanzar los siguientes resultados:

- Mejora de la movilidad
- Mejora de la accesibilidad a lugares y equipamientos públicos
- Mejora de la promoción turística del destino
- Mejora de la estrategia de marketing del destino
- Mayor accesibilidad a la información turística del destino por parte de los turistas potenciales

INDICADORES DE EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

- Número de publicaciones evaluadas
- Número de publicaciones optimizadas y digitalizadas
- Nº de descargas del material por meses
- Nº Visitas a la Web (Totales y países)
- Nº Páginas vistas
- Tasa de rebote
- Duración de la sesión

SINERGIAS

Junto a las estrategias nacionales incardinadas en todo el plan, esta acción se relaciona con:

- Plan Estratégico de Marketing Turístico Sostenible de la provincia de Cáceres 2020-2030
- Estrategias de desarrollo local participativo de DIVA y CEDER Cáparra
- Proyecto "Diputación Desarrolla"
- Plan de Turismo de Extremadura

**RESULTADOS
PREVISTOS**

09.

09. Resultados previstos

9.1 Relación de resultados por objetivos

OBJETIVO GENERAL 1

Incrementar la actividad económica de la comarca para frenar la despoblación en nuestros municipios

El número de habitantes en los municipios del destino Ambroz-Cáparra aumentará o bien no disminuirá durante los próximos tres años.

Se crearán nuevas empresas en el sector turístico de la comarca. Previsión de creación de 3 o más empresas durante los tres próximos años

Se generarán nuevos puestos de trabajo en el sector turístico a raíz del crecimiento de actividad económica y la creación de nuevas empresas, así como en otros sectores asociados (comercio, artesanía, etc..)

La estancia media del destino se verá incrementada y podrá ser cuantificada en un futuro gracias a la aplicación de sistemas de inteligencia de mercado y a la creación de un cuadro de mando.

El gasto medio de los visitantes en destino aumentará considerablemente . Se podrá cuantificar gracias a la aplicación de sistemas de inteligencia y a la creación de un cuadro de mando.

OBJETIVO GENERAL 3

Puesta en valor del patrimonio cultural y natural de la comarca y refuerzo de la identidad del territorio

La demanda de turismo cultural y patrimonial se incrementará en los próximos años

Se preservará el paisaje cultural de los olivares manzanilla cacereña.

Se verá incrementado el reconocimiento de los espacios protegidos del destino con la certificación ambiental "Green destinations"

Aumentarán considerablemente la preservación y conservación del patrimonio cultural romano, símbolo de la identidad del territorio.

Aumentará la preservación de recursos patrimoniales de gran interés del territorio como restos vetones, cañadas trashumantes, edificios religiosos, gracias a la puesta en valor y adecuación de los recursos.

OBJETIVO GENERAL 2

Potenciar el desarrollo turístico sostenible del destino

Mejorará la conectividad ecológica del territorio gracias a la adecuación de senderos lo que propiciará la movilidad sostenible. Consecuentemente, se contribuirá a la recuperación ambiental de la zona.

Habrà una mayor redistribución de los flujos turísticos de todo el territorio gracias a la creación de la Red de Miradores experienciales, la adecuación de playas fluviales o la promoción de eventos sostenibles que contribuirán a la desconcentración de la afluencia turística.

Se mejorarán las infraestructuras/espacios de los municipios (senderos, miradores, etc...) beneficiándose la comunidad local al igual que con el desarrollo de nuevos eventos y la dinamización en su propio territorio, pudiendo ser partícipe de la misma.

OBJETIVO GENERAL 4

Impulsar la digitalización para convertirnos en un Destino de Turismo Inteligente

Se producirá un aumento en la digitalización de las empresas del sector turístico del territorio.

Ambroz-Cáparra se convertirá en un Destino de Turismo Inteligente

Aumentará la inteligencia de mercado gracias a la creación de un cuadro de mando de sostenibilidad.

09. Resultados previstos

9.1 Relación de resultados por objetivos

OBJETIVO GENERAL 5 Destino referente del ecoturismo, cultura y bienestar en Extremadura
Ambroz-Cáparra se posicionará como un destino de ecoturismo, cultura y bienestar en el entorno rural a nivel nacional
El número de visitantes en la comarca aumentará en un 15% - 20% durante los tres próximos años.
El destino se posicionará como referente en desarrollo de eventos singulares y sostenibles vinculados a la ecología, el turismo slow o la cultura sostenible.

OBJETIVO GENERAL 7 Mejorar la colaboración público-privada y la cooperación entre administraciones
Aumentará la cooperación entre empresarios turísticos del territorio.
Aumentará considerablemente la colaboración público-privada del destino gracias a las nuevas sinergias creadas entre todos los actores que intervienen en el destino, ya sean de índole privada o pública.
El tejido empresarial de la comarca se verá fortalecido a través de la formación ofrecida por el nuevo ente gestor turístico del territorio.
Se realizarán más acciones coordinadas con la DG de Turismo y Turespaña, tales como viajes de prensa y operadores turísticos.

OBJETIVO GENERAL 6 Mejorar el posicionamiento del territorio en los mercados turísticos
El destino conseguirá captar mayores flujos de demanda nacional e internacional gracias a la correcta aplicación de acciones de promoción y marketing en el territorio.
La mayor parte de las empresas turísticas de la comarca van a incrementar sus segmentos de clientes
Las campañas de promoción segmentadas permitirán atraer segmentos de demanda interesantes para el territorio.

OBJETIVO GENERAL 8 Desestacionalizar y diversificar la oferta turística de la comarca
Se aplicarán y desarrollarán nuevos productos turísticos gracias a la diversificación de la oferta turística de la comarca.
Se producirá un crecimiento cualitativo de la oferta turística de toda la comarca.
Existirá un calendario de eventos comarcal que invite a visitar la comarca durante todo el año y los diversos municipios.
Aumentará significativamente la productividad de la oferta turística gracias a la desestacionalización.

09. Resultados previstos

9.2 Medición de impactos




Además de realizar la previsión de los principales resultados en base a los objetivos establecidos dentro del Plan de Sostenibilidad Turística de Ambroz-Cáparra, se ha considerado oportuno realizar una estimación de los principales impactos que van a tener los **ejes estratégicos** y los **programas de acción** del plan en las distintas dimensiones de la sostenibilidad del territorio y en los diferentes agentes del destino que conforman el escenario turístico.

En concreto, se han estimado los **principales impactos** que se obtendrán con la ejecución de los distintos **programas de acción** del plan y que están englobados dentro de los tres grandes ejes estratégicos:

- 1) Eje gobernanza turística
- 2) Eje propuesta de valor sostenible
- 3) Eje marketing sostenible

Por una parte, se realiza una aproximación del grado de impacto que va a tener cada programa en las cuatro **dimensiones del desarrollo sostenible del destino** (nivel medioambiental, social, cultural y económico) y por otra, se estima el **efecto** que tendrá cada programa de acción sobre los distintos **actores que intervienen en el destino** (administración pública, empresas privadas, comunidad local y visitantes). El resultado de la tabla permite corroborar una vez más la necesidad de contar con un Plan de Sostenibilidad Turística en el territorio. El objetivo es implementar un nuevo modelo de desarrollo turístico en el destino que sea más sostenible, colaborativo y que cuente con la participación de todos los actores implicados de la comarca.

**Tabla 7.2.1 Medición de impactos de los proyectos
PST Ambroz-Cáparra**



























































































































Impacto bajo o bajo-medio	
Impacto medio o medio-alto	
Impacto alto o muy alto	



09. Resultados previstos

9.2 Medición de impactos

IMPACTO DE LAS ACCIONES PREVISTAS SOBRE EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TERRITORIO

PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA	IMPACTO SOBRE EL DESARROLLO SOSTENIBLE				IMPACTO SOBRE LOS ACTORES IMPLICADOS			
	Medio ambiental	Social	Cultural	Económica	Administración	Empresas	Población local	Visitantes
GOBERNANZA TURÍSTICA		  		 	  	  		
Creación y puesta en marcha de un ente gestor del destino turístico Ambroz-Cáparra		  		 	  	  		
Gerencia del PST Ambroz-Cáparra				 	  			
Diagnóstico y Plan de Destino Turístico Inteligente	 	 		   	  	  		
Implementación del Sistema de Inteligencia Turística	 	 		   	  	  		
Evaluación del PST Ambroz-Cáparra de acuerdo con indicaciones de ejecución y resultados esperados				 	  			
PROPUESTA DE VALOR SOSTENIBLE	  		  	  		  	  	  
Creación de área de descanso de la Vía de la Plata en Cáparra			 	 				  
Creación de Centro de Recepción de Visitantes en Grandilla			 	 		 	 	  
Adquisición de barco sostenible para crucero fluvial en el Embalse de Gabriel y Galán	 			  		  		  

09. Resultados previstos

9.2 Medición de impactos

IMPACTO DE LAS ACCIONES PREVISTAS SOBRE EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TERRITORIO

PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA	IMPACTO SOBRE EL DESARROLLO SOSTENIBLE				IMPACTO SOBRE LOS ACTORES IMPLICADOS			
	Medio ambiental	Social	Cultural	Económica	Administración	Empresas	Población local	Visitantes
Acondicionamiento de zonas de baño en embalses del destino Ambroz-Cáparra								
Acondicionamiento de la pista de despegue para vuelo libre en el Pico Pitolero								
Conversión de las oficinas de turismo de Hervás y Baños de Montemayor en "oficinas 4.0"								
Creación de áreas de servicio y estacionamiento para auto caravanas								
Creación de la red de miradores experienciales de Ambroz-Cáparra								
Creación de sendero lumínico y observatorio astronómico en el destino Ambroz-Cáparra								
Plan de gestión de residuos y embellecimiento núcleos urbanos								
Señalización interpretativa de la Vía Verde en el destino Ambroz-Cáparra								
Creación de sendero interpretativo "olivos manzanilla cacereña" en el destino Ambroz-Cáparra								

09. Resultados previstos























9.2 Medición de impactos

IMPACTO DE LAS ACCIONES PREVISTAS SOBRE EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TERRITORIO

PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA	IMPACTO SOBRE EL DESARROLLO SOSTENIBLE				IMPACTO SOBRE LOS ACTORES IMPLICADOS			
	Medio ambiental	Social	Cultural	Económica	Administración	Empresas	Población local	Visitantes
Creación de productos y experiencias turísticas sostenibles								
Trabajos para la certificación turística sostenible "Green destination"								
Viajes de Benchmarking empresarial a destinos nacionales								
Jornadas de ecoturismo y bienestar en el mundo rural								
Creación de un relato turístico del destino Ambroz-Cáparra								
MARKETING SOSTENIBLE								
Creación, mantenimiento y mejora continua de la web turística del destino Ambroz-Cáparra								
Creación, mejora y mantenimiento de la comunicación turística digital								
Campañas de promoción y publicidad segmentada en redes sociales								
Creación de microvídeos y socialvídeos								
Publicity, relaciones públicas y relación con los medios								
Campaña de promoción del turismo educativo								

7. Resultados previstos

IMPACTO DE LAS ACCIONES PREVISTAS SOBRE EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TERRITORIO

PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA	IMPACTO SOBRE EL DESARROLLO SOSTENIBLE				IMPACTO SOBRE LOS ACTORES IMPLICADOS			
	Medio ambiental	Social	Cultural	Económica	Administración	Empresas	Población local	Visitantes
Fam-trip y workshop con agencias de viaje especializadas en ecoturismo				 		  		  
Creación y mejora continua del banco de imágenes del destino						 		
Optimización y digitalización de las publicaciones turísticas del destino								 



**CRONOGRAMA DE
ACTUACIONES | 10.**

En este apartado se desarrolla la organización temporal del Plan de Sostenibilidad Turística de Ambroz-Cáparra, siguiendo el diagrama de Gantt de división trimestral:

CRONOGRAMA DEL PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA

PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA	AÑO 2021				AÑO 2022				AÑO 2023			
	T I	T II	T III	T IV	T I	T II	T III	T IV	T I	T II	T III	T IV
GOBERNANZA TURÍSTICA												
<i>Gestión colaborativa y participativa del plan</i>												
Creación y puesta en marcha de un ente gestor del destino turístico Ambroz-Cáparra												
Gerencia del PST Ambroz-Cáparra												
<i>Destino Turístico Inteligente</i>												
Diagnóstico y Plan de Destino Turístico Inteligente												
Implementación del Sistema de Inteligencia Turística												
<i>Evaluación y seguimiento del plan</i>												
Evaluación del PST Ambroz-Cáparra de acuerdo con indicaciones de ejecución y resultados esperados												
PROPUESTA DE VALOR SOSTENIBLE												
<i>Destino turístico sostenible</i>												
Creación de área de descanso de la Vía de la Plata en Cáparra												
Creación de Centro de Recepción de Visitantes en Grandilla												

PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA	AÑO 2021				AÑO 2022				AÑO 2023			
	T I	T II	T III	T IV	T I	T II	T III	T IV	T I	T II	T III	T IV
Adquisición de barco sostenible para crucero fluvial en el Embalse de Gabriel y Galán												
Acondicionamiento de zonas de baño en embalses del destino Ambroz-Cáparra												
Acondicionamiento de la pista de despegue para vuelo libre en el Pico Pitolero												
Conversión de las oficinas de turismo de Hervás y Baños de Montemayor en "oficinas 4.0"												
Creación de áreas de servicio y estacionamiento para auto caravanas												
Creación de la red de miradores experienciales de Ambroz-Cáparra												
Creación de sendero lumínico y observatorio astronómico en el destino Ambroz-Cáparra												
Plan de gestión de residuos y embellecimiento núcleos urbanos												
Producto sostenible												
Señalización interpretativa de la Vía Verde en el destino Ambroz-Cáparra												
Creación de sendero interpretativo "olivos manzanilla cacereña" en el destino Ambroz-Cáparra												

PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA	AÑO 2021				AÑO 2022				AÑO 2023			
	T I	T II	T III	T IV	T I	T II	T III	T IV	T I	T II	T III	T IV
Creación de productos y experiencias turísticas sostenibles												
Trabajos para la certificación turística sostenible "Green destination"												
Viajes de Benchmarking empresarial a destinos nacionales												
Jornadas de ecoturismo y bienestar en el mundo rural												
Identidad turística												
Creación de un relato turístico del destino Ambroz-Cáparra												
MARKETING SOSTENIBLE												
Marketing digital												
Creación, mantenimiento y mejora continua de la web turística del destino Ambroz-Cáparra												
Creación, mejora y mantenimiento de la comunicación turística digital												
Campañas de promoción y publicidad segmentada en redes sociales												
Creación de microvídeos y socialvídeos												

PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA	AÑO 2021				AÑO 2022				AÑO 2023			
	T I	T II	T III	T IV	T I	T II	T III	T IV	T I	T II	T III	T IV
<i>Promoción y potencialización de la comercialización</i>												
Publicity, relaciones públicas y relación con los medios												
Campaña de promoción del turismo educativo												
Fam-trip y workshop con agencias de viaje especializadas en ecoturismo												
<i>Soportes promocionales</i>												
Creación y mejora continua del banco de imágenes del destino												
Optimización y digitalización de las publicaciones turísticas del destino												

An aerial photograph of a village built on a hillside, surrounded by dense green trees. The houses have terracotta roofs, and a prominent stone church tower with a bell tower is visible in the center. The text 'PRESUPUESTO DEL PST' is overlaid in large white letters across the top of the image.

PRESUPUESTO DEL PST

11.

11. Presupuesto del Plan de Sostenibilidad Turística

A continuación, se detallará el presupuesto total de cada uno de los proyectos previstos en el presente Plan de Sostenibilidad Turística Ambroz-Cáparra, así como su distribución por año de ejecución.

Una parte importante de las inversiones previstas para la mejora de la sostenibilidad, competitividad y especialización de la propuesta de valor del destino Ambroz-Cáparra se concentrarán en los dos primeros años de ejecución del plan. En cambio, el esfuerzo en marketing aumentará en la segunda y tercera anualidad para garantizar que las inversiones realizadas puedan darse a conocer a los públicos objetivo prioritarios.

En cuanto al reparto presupuestario en gobernanza turística se van incrementando progresivamente las partidas por año para garantizar el éxito en la ejecución del Plan y permitir que todos los proyectos y esfuerzos realizados a lo largo de la ejecución del proyecto tengan continuidad a partir de la finalización del Plan de Sostenibilidad Turística, mediante una estructura organizativa turística estable, participativa, colaborativa y sostenible económicamente.

PRESUPUESTO DEL PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA Distribución por anualidades y ejes de actuación

EJES DEL PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA	DISTRIBUCIÓN DEL PRESUPUESTO DEL PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA			
	TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
SUBTOTAL GOBERNANZA TURÍSTICA	402.500	127.500	162.500	112.500
SUBTOTAL PROPUESTA DE VALOR SOSTENIBLE	1.867.500	370.500	1.147.000	350.000
SUBTOTAL MARKETING SOSTENIBLE	167.500	54.000	54.500	59.000
TOTAL PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA	2.437.500	552.000	1.494.000	391.500

11. Presupuesto del Plan de Sostenibilidad Turística

PRESUPUESTO DEL PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA

Cronograma por ejes, líneas de actuación y acciones a desarrollar

PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA	TOTAL	AÑO 2021				AÑO 2022				AÑO 2023			
		T I	T II	T III	T IV	T I	T II	T III	T IV	T I	T II	T III	T IV
GOBERNANZA TURÍSTICA													
Creación y puesta en marcha de un ente gestor del destino turístico Ambroz-Cáparra	40.000			10.000			15.000						15.000
Gerencia del PST Ambroz-Cáparra	277.500			92.500			92.500						92.500
Diagnóstico y Plan de Destino Turístico Inteligente	20.000			20.000			-						-
Implementación del Sistema de Inteligencia Turística	50.000			-			50.000						-
Evaluación del PST Ambroz-Cáparra de acuerdo con indicaciones de ejecución y resultados esperados	15.000			5.000			5.000						5.000
SUBTOTAL GOBERNANZA TURÍSTICA	402.500			127.500			162.500						112.500
PROPUESTA DE VALOR SOSTENIBLE													
Creación de área de descanso de la Vía de la Plata en Cáparra	250.000			12.000			238.000						-
Creación de Centro de Recepción de Visitantes en Granadilla	400.000			12.000			388.000						-
Adquisición de barco sostenible para crucero fluvial en el Embalse de Gabriel y Galán	300.000			25.000			275.000						-
Acondicionamiento de zonas de baño en embalses del destino Ambroz-Cáparra	200.000			20.000			100.000						80.000

11. Presupuesto del Plan de Sostenibilidad Turística

PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA	TOTAL	AÑO 2021				AÑO 2022				AÑO 2023			
		TI	TII	TIII	TIV	TI	TII	TIII	TIV	TI	TII	TIII	TIV
Acondicionamiento de la pista de despegue para vuelo en el Pico Pitolero	30.000			30.000				-					-
Conversión de las oficinas de turismo de Hervás y Baños de Montemayor en "oficinas 4.0"	50.000			50.000				-					-
Creación de áreas de servicio y estacionamiento para auto caravanas	50.000			50.000				-					-
Creación de la red de miradores experienciales de Ambroz-Cáparra	300.000			25.000			135.000						140.000
Creación de sendero lumínico y observatorio astronómico en el destino Ambroz-Cáparra	40.000			40.000				-					-
Plan de gestión de residuos y embellecimiento núcleos urbanos	75.000			20.000			55.000						-
Señalización interpretativa de la Vía Verde en el destino Ambroz-Cáparra	30.000			-			30.000						-
Creación de sendero interpretativo "olivos manzanilla cacereña" en el destino Ambroz-Cáparra	50.000			-			50.000						-
Creación de productos y experiencias turísticas sostenibles	42.500			42.500				-					-
Trabajos para la certificación turística sostenible "Green destination"	20.000			20.000				-					-
Viajes de Benchmarking empresarial a destinos nacionales	8.000			8.000				-					-
Jornadas de ecoturismo y bienestar en el mundo rural	12.000			6.000			6.000						-
Creación de un relato turístico del destino Ambroz-Cáparra	10.000			10.000				-					-
SUBTOTAL PROPUESTA DE VALOR SOSTENIBLE	1.867.500			370.500			1.277.000						220.000

11. Presupuesto del Plan de Sostenibilidad Turística

PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA	TOTAL	AÑO 2021				AÑO 2022				AÑO 2023			
		TI	TII	TIII	TIV	TI	TII	TIII	TIV	TI	TII	TIII	TIV
MARKETING SOSTENIBLE													
Creación, mantenimiento y mejora continua de la web turística del destino Ambroz-Cáparra	40.000			25.000				10.000					5.000
Creación, mejora y mantenimiento de la comunicación turística digital	24.000			8.000			8.000						8.000
Campañas de promoción y publicidad segmentada en redes sociales	15.000			5.000			5.000						5.000
Creación de microvídeos y socialvídeos	24.000			8.000			8.000						8.000
Publicity, relaciones públicas y relación con los medios	15.000			-			5.000						10.000
Campaña de promoción del turismo educativo	10.000			-			5.000						5.000
Fam-trip y workshop con agencias de viaje especializadas en ecoturismo	10.000			-			-						10.000
Creación y mejora continua del banco de imágenes del destino	9.000			3.000			3.000						3.000
Optimización y digitalización de las publicaciones turísticas del destino	20.500			5.000			10.500						5.000
SUBTOTAL MARKETING SOSTENIBLE	167.500			54.000			54.500						59.000
TOTAL PRESUPUESTO	2.437.500			552.000			1.494.000						391.500

12.

**CORRELACIÓN DEL PLAN CON
LOS CRITERIOS DE LA SGT**



1. TERRITORIO CANDIDATO COMO DESTINO TURÍSTICO (12 puntos)

PARÁMETROS	PUNTUACIÓN	EVIDENCIAS
1.1. Identidad territorial definida	0-2	El territorio Ambroz-Cáparra cuenta con una realidad geográfica común, basada en la existencia de características geográficas singulares que se extienden por los diferentes puntos de la comarca (montañas, sierras, dehesas, vegas, bosques atlánticos, olivares y láminas de agua) y una identidad histórica que parte de la época prerromana (vetones) se consolida con la presencia de la romanización (Vía de la Plata, Cáparra, termas de Baños), se extiende durante la Edad Media, con el dominio del Ducado de Alba y llega hasta la Edad Contemporánea, cuando se crea una comarca con capital primero en Granadilla y después en Hervás, que se convierte en la capital administrativa y económica del destino. Como destino turístico Ambroz Cáparra cuenta con recursos y productos turísticos diferenciados del resto de las comarcas del norte de Extremadura, que justifican su identidad como destino turístico conjunto de ambos territorios: los recursos culturales comunes, los valores paisajísticos y el producto de turismo náutico. Tal es así, que ya en el año 2014 se empezaron a desarrollar acciones comunes en ambos territorios como destino turístico Ambroz-Cáparra, que incluyen el desarrollo de la identidad como destino turístico –incluido el logotipo- y el diseño y desarrollo de una estrategia conjunta para el diseño de productos y actuaciones: turismo náutico, productos de senderismo y estudio de centros BTT, mapa conjunto, experiencias turísticas, entre otras.
1.2. Subcriterio demográfico para destinos rurales	0-4	El territorio cuenta con una superficie de 941,9 km ² y una población total de 16.351 habitantes, lo que arroja una densidad poblacional de 17,36 hab/km ² , siendo una comarca con un marcado carácter rural, ya que ningún municipio supera los 5.000 habitantes y 19 de los 23 disponen de menos de 1.000 habitantes. Excepto el municipio de Hervás, que está atrayendo población joven para la realización de iniciativas turísticas, el resto del territorio presenta una dinámica demográfica regresiva, con un alto índice de envejecimiento que pone en peligro la supervivencia de los pueblos a medio y largo plazo
1.4. Subcriterio existencia de patrimonio cultural singular o de importancia internacional	0-2	El territorio dispone de un importante número de bienes de interés cultural, repartidos por diferentes municipios de la zona, con la Vía de la Plata como sitio histórico atravesando la comarca de Sur a Norte, el yacimiento arqueológico de Cáparra (Monumento) y los conjuntos históricos de Granadilla y el barrio judío de Hervás, así como otros 6 BIC: el convento de la Bien Parada, la iglesia de Santa María y las termas romanas en Baños, el palacio de Sotofermoso en Abadía, y la iglesia de San Andrés en Guijo de Granadilla. El plan define diversas medidas para poner en valor todos los recursos patrimoniales culturales, como la creación de áreas de descanso y centros de recepción de visitantes, y el desarrollo de productos turísticos que permitan su puesta en valor de forma sostenible.
1.5. Subcriterio superficie protegida	0-2	La superficie protegida del territorio supone el 49% del total de la comarca. El territorio dispone de un total de 11 espacios protegidos, pertenecientes a la RENPEX y a la Red Natura 2000: LIC Granadilla, LIC Sierra de Gredos y Jerte, LIC ríos Alagón y Jerte, LIC Sierras de Risco Viejo, ZEPA Embalse de Gabriel y Galán, Paisaje Protegido Castañar gallego, árbol singular Roble del Acarreadero, árbol singular, Alcornoque de Las Fresnedas, árbol singular Castaños del Temblar, árbol singular abedular del Puerto de Honduras, árbol singular Castaño del Corbiche
1.6. Conexión identidad comarcal con productos turísticos	0-2	El territorio es identificable como un destino ecoturístico y rural, donde el senderismo se convierte en una de las actividades más importantes, debido a la extraordinaria red de senderos. Además, se realizan actividades culturales (tránsito de la Vía de la Plata, visitas a Cáparra, Granadilla y Hervás) y se está impulsando el turismo deportivo y activo a través del centro de innovación deportiva “El Anillo” El producto turístico diferenciador de Ambroz-Cáparra, con respecto a otras comarcas del norte de Cáceres, es el turismo de láminas de agua, ya que si bien el agua abunda en todas las comarcas aledañas en forma de ríos y piscinas naturales, es aquí donde encontramos la mayor concentración de agua embalsada que propicia la práctica de actividades de varias modalidades de turismo náutico. Por otro lado, la amplia tradición histórica en turismo de salud, en este territorio, con la existencia de balnearios desde época romana han situado a este destino como pionero en el desarrollo del turismo de bienestar en el medio rural. Por último, el turismo cultural se articula tanto en patrimonio como en eventos entorno a dos grandes hitos: La cultura romana (con la Vía de Plata, Cáparra y el Festival de Teatro Clásico y el Balneario de Baños de Montemayor y Termarium como recursos destacables) y la cultura judeo-cristiana con el Conjunto Histórico de Hervás (Barrio Judío, Festival de los Conversos) y el Conjunto Histórico de Granadilla.

2. CALIDAD DEL DIAGNÓSTICO Y DE LOS OBJETIVOS DEL PLAN (10 puntos)		
PARÁMETROS	PUNTUACIÓN	EVIDENCIAS
2.1. Calidad del diagnóstico sobre la situación de partida del turismo en el territorio	0-4	El diagnóstico refleja la situación actual del destino turístico, el grado de aprovechamiento de sus recursos turísticos, las necesidades de los productos turísticos existentes y del sector turístico en general. También se incluyen las necesidades del destino con respecto a las dimensiones ambientales, sociales y económicas de la sostenibilidad. Adicionalmente, el diagnóstico presentado se complementa con un análisis de factores externos, lo que permite adecuar en mayor medida el Plan propuesto a las necesidades actuales de la demanda y las principales tendencias turísticas.
2.2. Grado de participación de los actores implicados en la elaboración de la documentación del PSTD	0-2	El diagnóstico y el plan de acción han sido elaborados de forma participada y consensuada con los actores locales (públicos y privados) y contando con la opinión de la población local. Concretamente, se han puesto en marcha diversos mecanismos de participación, entre los que destacan: 1. Para la elaboración del Diagnóstico <ul style="list-style-type: none"> - Reuniones técnicas online con los agentes territoriales - 23 entrevistas a diversos agentes públicos y privados del destino - 31 encuestas online a las empresas del sector. - 641 encuestas a la población local de los cinco municipios. - 3 talleres de trabajo sectoriales contando con representantes de todos los sectores y de todos los municipios. 2. Para el Plan de Acción y la estrategia de sostenibilidad <ul style="list-style-type: none"> -15 participantes (agentes del territorio) en taller de trabajo -14 participantes (agentes del territorio) en segunda reunión (con carácter virtual) -30 cuestionarios online -42 Cartas de apoyo de diferentes instituciones (Ayuntamientos, Mancomunidades, Grupos de Acción Local, Empresas del sector, etc.)
2.3. Alineación de los objetivos del Plan propuesto con los objetivos del Programa de Planes	0-4	Los objetivos específicos del Plan propuesto se identifican con los objetivos del programa de planes, el reto demográfico y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas. Igualmente, el Plan de Sostenibilidad Turística de Ambroz-Cáparra encaja con el Plan Estratégico de Marketing Turístico Sostenible de la provincia de Cáceres 2020-2030, las Estrategias de Desarrollo Local Participativo de los grupos de acción local DIVA y CEDER Cáparra, el programa "Diputación Desarrolla" y con la Estrategia de Turismo Sostenible de la Secretaría de Estado de Turismo del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

3. COHERENCIA Y ORIENTACIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN (actuaciones propuestas) (12 puntos)

PARÁMETROS	PUNTUACIÓN	MEDICIÓN
3.1 Orientación del plan de acción	0-2	<p>El plan de acción incluye la certificación ambiental “Green Destinations” que otorgue un marchamo de sostenibilidad al territorio y le ayude en el tránsito hacia el destino sostenible. Así mismo, se propone la candidatura a Bandera Azul de las 2 playas fluviales que se van a acondicionar, para otorgar una marca de calidad identificable. Asimismo, el plan de acción incluye un eje DTI (Destino Turístico Inteligente) con el propósito de analizar la evolución del destino (Cuadro de Mando Integral – Cuadro de Mando de Sostenibilidad) y profundizar en el comportamiento de la demanda (Observatorio Turístico de Destino).</p> <p>Asimismo, en el trabajo que se realizará sobre los productos turísticos del territorio, se propiciará e incentivará la adhesión de empresas y entidades a Clubes de productos turísticos existentes. Al ser este territorio un destino turístico propicio para el desarrollo del turismo ecoactivo, se promoverá especialmente la orientación al Club de Ecoturismo. Igualmente se promoverán otros clubes ya existentes en el territorio como el Club Birding y/o los gastronómicos (Ruta del Queso, Ruta del Ibérico, etc..) y si fuera necesario se suscitará la implantación de Clubes de producto nuevos.</p>
3.2. Coherencia de las actuaciones incluidas en el plan de acción	0-3	<p>El plan de acción contempla tres grandes ejes estratégicos, nueve programas de acción y una gran variedad actuaciones propuestas, las cuales se complementan perfectamente para dar respuesta a las necesidades identificadas a nivel local. De la misma forma, estas actuaciones persiguen afrontar algunos de los retos del Programa de Planes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Frenar la pérdida de población en el medio rural • La mitigación y adaptación al cambio climático • Frenar la pérdida de biodiversidad • La recuperación ambiental y conectividad ecológica de infraestructuras verdes • La restauración y conservación del paisaje • La reducción de contaminación atmosférica y acústica • La preservación y restauración del patrimonio cultural • El fomento de la economía circular • La promoción de los productos agroalimentarios locales • El consumo sostenible • El uso de las TIC para la gestión turística
	0-3	<p>El Plan realiza una apuesta para diversificar la oferta turística en el medio rural y la mejora de la calidad, evolucionando del producto cultura, ecoturismo y rural hacia el concepto ecoturismo, cultura y bienestar en el medio rural (movilidad ecológica o sostenible, puesta en valor del patrimonio y gastronomía local, economía circular, potenciación del entorno natural de olivares, de senderos luminicos, de las láminas de agua para la práctica deportiva, de Cáparra y Granadilla para el desarrollo de actividades culturales, etc.)</p>
3.3. Promoción sostenible	0-2	<p>Se propone una combinación adecuada y equilibrada de acciones de promoción, con una fuerte apuesta por la promoción online y una eficiente segmentación de mercado, con lo cual los esfuerzos promocionales van dirigidos al público de interés. Se plantean acciones como la creación de una web del destino, una “storytelling” o relato turístico, acciones de street marketing, publicity y relaciones públicas, asistencia a ferias de manera online, campañas para promocionar el turismo educativo y el turismo activo...todas pensadas en el objetivo final de lograr un destino turístico sostenible e inteligente.</p>
3.4. Sinergias entre el Plan de acción y otros programas existentes relacionados con turismo	0-2	<p>El Plan propuesto es coherente con la estrategia turística de los grupos de acción local comarcales, de la Excm. Diputación de Cáceres, el plan turístico de Extremadura y la Estrategia de Turismo Sostenible de la Secretaría de Estado de Turismo del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.</p>

4. REPERCUSIONES SOCIOECONÓMICAS DEL PLAN DE ACCIÓN (3 puntos)		
PARÁMETROS	PUNTUACIÓN	MEDICIÓN
4.1. Estimación de impactos de carácter socioeconómico	0-3	<p>La puesta en marcha del plan de acción tendrá importantes repercusiones socioeconómicas en el territorio, especialmente en aspectos como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • generación de nuevo empleo (puesta en marcha de nuevos servicios que requerirán la participación de empresas locales o generarán nuevas oportunidades de emprendimiento), • mejora de los equipamientos públicos (senderos, oficinas de turismo, miradores, recursos patrimoniales, etc..) • mejora de la movilidad (zonas de aparcamiento para autocaravanas) • mejora de la accesibilidad a lugares y equipamientos públicos • creación de oferta turística de nuevos productos o experiencias (Creación de nueva oferta: bienestar en el medio rural, cruceros fluviales, actividades de vuelo libre, observación astronómica) • efectos sobre la calidad de vida de los residentes (las mejoras de infraestructuras también tendrán su efecto sobre la población local) • aumento de la percepción positiva del turismo entre los residentes (encuestas a la población local, plan de sensibilización, etc..) • mejora de la formación de los trabajadores del sector turístico (jornadas de ecoturismo, viaje de benchmarking) • estimación de beneficios para las empresas turísticas (incremento de la estancia, mayor consumo de servicios locales, ..) • Mejora de la promoción turística del destino • Mejora de la estrategia de marketing del destino • Mayor accesibilidad a la información turística del destino por parte de los turistas potenciales • Aumento de los canales de comercialización del destino

5. REPERCUSIONES AMBIENTALES DEL PLAN DE ACCIÓN (3 puntos)		
PARÁMETROS	PUNTUACIÓN	MEDICIÓN
5.1. Estimación de Impactos ambientales	0-3	<p>La puesta en marcha del plan de acción tendrá importantes repercusiones ambientales, gracias a las acciones de preservación de la biodiversidad y acciones para controlar la capacidad de carga de los recursos principales del destino.</p> <p>Asimismo, se potenciará la creación de productos turístico sostenibles y respetuosos con el medioambiente, lo que provocará de forma directa un impacto positivo en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • mitigación y adaptación al cambio climático, fomentando nuevas formas de movilidad menos contaminantes. • fomento de la economía circular, aumentando la cooperación de las empresas y compartir recursos como las bicicletas. • consumo sostenible, tras la implantación de buenas prácticas de sostenibilidad en las empresas • disminución de la presión sobre los recursos hídricos, • recuperación ambiental y conectividad ecológica de infraestructuras verdes y del paisaje, mediante acciones específicas de puesta en valor del paisaje (miradores, senderos, ..) • freno a la pérdida de biodiversidad, • reducción de contaminación atmosférica, y acústica, mediante el impulso de nuevos medios de transporte y movilidad menos contaminantes

6. PARTICIPACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LA EJECUCIÓN DEL PLAN (2 puntos)

PARÁMETROS	PUNTUACIÓN	MEDICIÓN
6.1. Participación de actores en la ejecución del Plan	0-1	<p>En la ejecución del Plan se crearán diversos mecanismos de participación, como la creación de mesas sectoriales (alojamientos, restauración, mancomunidades, etc) e intersectorial, con representación de todos, de forma que se puedan elevar a la Comisión de Seguimiento.</p> <p>Asimismo, más allá de los tres años de vigencia del plan, el proyecto contempla la creación de un nuevo modelo de gobernanza turística en el territorio, en el que se fomente la colaboración público privada y la cooperación intermunicipal. Se contempla como una formula para la gestión turística del destino a futuro, convirtiéndose en un territorio pionero dentro de la provincia de Cáceres</p>
6.2. Aplicación de procedimientos de comunicación	0-1	<p>El Plan adoptará desde sus inicios una formula de comunicación abierta y transparente, informando a todos los agentes del territorio sobre los principales avances experimentados. Entre otras cuestiones, elaborará un newsletter que remitirá a todas las empresas y suscriptores del territorio y enviará una nota de prensa a medios locales y regionales.</p> <p>Igualmente realizará una encuesta anual a todas las empresas y otra a la población de forma que se puedan recabar sus comentarios y aportaciones.</p> <p>En los órganos de participación de la gestión del Plan participarán las asociaciones empresariales o representantes sectoriales tal y como se ha detallado. También se creará una mesa de trabajo intersectorial</p>

A photograph of a forest scene. In the foreground, there is a low, rustic stone wall covered in vibrant green moss. The ground is covered with fallen brown leaves. In the background, there are many bare, leafless trees with intricate branch structures, suggesting a late autumn or winter setting. The overall atmosphere is quiet and natural.

**PROCESO DE
COMUNICACIÓN Y
PARTICIPACIÓN | 13 .**

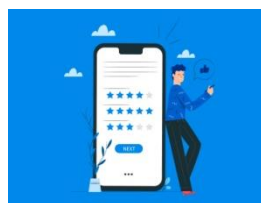
13. Proceso de comunicación y participación

La elaboración, gestión y evaluación del Plan de Sostenibilidad Turística Ambroz-Cáparra se basa en una filosofía colaborativa y participativa, incluyendo a todos los agentes locales (turísticos y no turísticos) así como a las administraciones públicas y los empresarios del territorio.

Por este motivo, se debe establecer de forma prioritaria un conjunto de mecanismos y acciones de comunicación y participación del destino a lo largo del proceso de ejecución del Plan de Sostenibilidad Turística, acciones que permitan mantener el clima de colaboración y cooperación fundamental para lograr el objetivo general de todo el proyecto, convertir el territorio Ambroz-Cáparra en un destino turístico sostenible.



Gestión individual de cada proyecto



Encuesta online anual al sector turístico



Encuesta online anual a la población



Creación de una Mesa de turismo

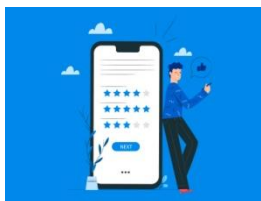


Elaboración de un newsletter digital

13. Proceso de comunicación y participación



Gestión por proyectos. Cada uno de los proyectos previstos tiene su idiosincrasia propia. En consecuencia, de cara a una óptima planificación y ejecución de los proyectos, se deberán identificar e involucrar a los mejores expertos y especialistas, que podrían encontrarse en determinados casos en el propio destino Ambroz-Cáparra, aunque en otros casos se tendrán que buscar en otros lugares en origen. A modo de ejemplo, podríamos citar el caso de los proyectos previstos en el ámbito de la creación de senderos de arte en la naturaleza, que deberán requerir la colaboración del departamento de arte de la Universidad de Extremadura o la Escuela de Bellas Artes “Eulogio Blasco” de la Diputación de Cáceres



Encuesta online anual sector turístico. Se prevé elaborar una encuesta online anual dirigida al sector turístico que tenga como mínimo los siguientes objetivos:

-Mejorar el conocimiento sobre los principales indicadores de la oferta y demanda turística.

-Conocer el estado actual y evolución sobre la percepción de la sostenibilidad turística en un sentido amplio: medioambiental, social, cultural y económico.

-Analizar el grado de satisfacción con respecto a la Gestión del plan y sobre la ejecución de los proyectos contemplados.



Encuesta online anual a la población. Los residentes del territorio Ambroz-Cáparra son uno de los protagonistas del desarrollo turístico sostenible de su propio territorio. En consecuencia, no tiene sentido dejarlo al margen de este proyecto. Para garantizar su participación en el proyecto, se prevé elaborar una encuesta online anual dirigida a la población que tenga como mínimo los siguientes contenidos:

-Percepción sobre la evolución del desarrollo turístico sostenible en el destino en un sentido amplio: medioambiental, social, cultural y económico.

-Conocer la opinión y grado de satisfacción de la población con respecto a los proyectos ejecutados en el presente plan.

-Identificar posibles áreas de mejora de la sostenibilidad turística del territorio.

13. Proceso de comunicación y participación



Creación de una Mesa de Turismo en Ambroz-Cáparra. La Gerencia del Plan, independientemente de si se llevará desde el propio territorio o si se buscará la colaboración de una empresa externa, deberá crear mecanismos de coordinación, colaboración y participación proactiva con los principales agentes públicos-privados en el territorio. Esta Mesa de Turismo deberá convertirse en un instrumento para garantizar no solo la máxima transparencia del Plan, sino también contribuir a una mejor planificación y ejecución de los proyectos previstos. La idea inicial es que esta Mesa de Turismo se reúna como mínimo tres veces al año. Contará con la participación como mínimo de representantes de las mancomunidades y Grupos de Acción local, de las asociaciones de empresarios turísticos, de la Diputación de Cáceres y de otras posibles asociaciones económicas, sociales, culturales y/o medioambientales de carácter representativo del territorio



Elaboración de un “@-newsletter”. Se prevé asimismo la creación de un newsletter electrónico que, en una primera fase, tendrá el objetivo de informar a todos los grupos de interés sobre los avances y ejecución de los proyectos contemplados en el Plan para, en un futuro, disponer de un foco de información más amplio. La idea inicial es que se elabore y envíen dos @-newsletter al año.





14. | EVALUACIÓN

Para asegurar la correcta ejecución del Plan de Sostenibilidad Turística se **constituirá una Comisión de Seguimiento**, máximo órgano de decisión, integrado a partes iguales por representantes de las tres administraciones públicas que intervienen en su desarrollo (Secretaría de Estado de Turismo, Diputación de Cáceres y Mancomunidades). Asimismo, se propone invitar a la Comisión de Seguimiento a dos representantes del sector turístico (sin voto).

La gerencia, que se ha propuesto que sea contratada al efecto, llevará a cabo la **gestión técnica y operativa del plan de sostenibilidad turística**, coordinando todas las actuaciones, actuando como interlocutor con los diversos proveedores y asesorando a las entidades locales en los diversos aspectos técnicos.

Asimismo, la gerencia creará **mesas de trabajo sectoriales con los diversos agentes** (ayuntamientos, alojamientos, hosteleros, empresas de actividades / otros sectores como comercio) para estudiar sus necesidades concretas y buscar la forma de dar respuesta a sus necesidades desde el plan de acción propuesto. También se constituirá una mesa intersectorial, que cuente con representación de un agente de cada uno de los colectivos. Cada uno de los sectores definidos escogerá a sus representantes tanto en la mesa sectorial como en la mesa intersectorial.

La mesa intersectorial actuará como órgano consultivo, realizando un seguimiento interno del plan y elaborando propuestas a través del gerente que puedan ser elevadas al Comité de Seguimiento, órgano ejecutivo de decisión máxima sobre las actuaciones a desarrollar en el Plan de Sostenibilidad Turística y el presupuesto.

La gerencia y el conjunto de técnicos constituye el **equipo responsable del proyecto**, contando además, si fuera necesario, con el apoyo de los técnicos de las Mancomunidades o los Grupos de Acción Local. De todos ellos dependerá la correcta ejecución de las actuaciones.

La Comisión de Seguimiento, junto a la gerencia, será la encargada de aprobar el plan de trabajo anual y su presupuesto, así como supervisar la correcta ejecución del proyecto en su conjunto, teniendo la capacidad de modificar algunas de las actuaciones previstas, siempre que respondan a la misma finalidad, así como de aprobar presupuestos y ajustar la distribución de remanentes. En general, **se encargará de tomar las decisiones que se deriven del desarrollo del Plan de Sostenibilidad Turística**, velando en todo momento por su correcta ejecución. La gerencia informará continuamente sobre el desarrollo de las actuaciones.

La Comisión de Seguimiento se reunirá de forma periódica **cada 3 ó 4 meses**, o cuando por cualquier circunstancia se considere necesario.

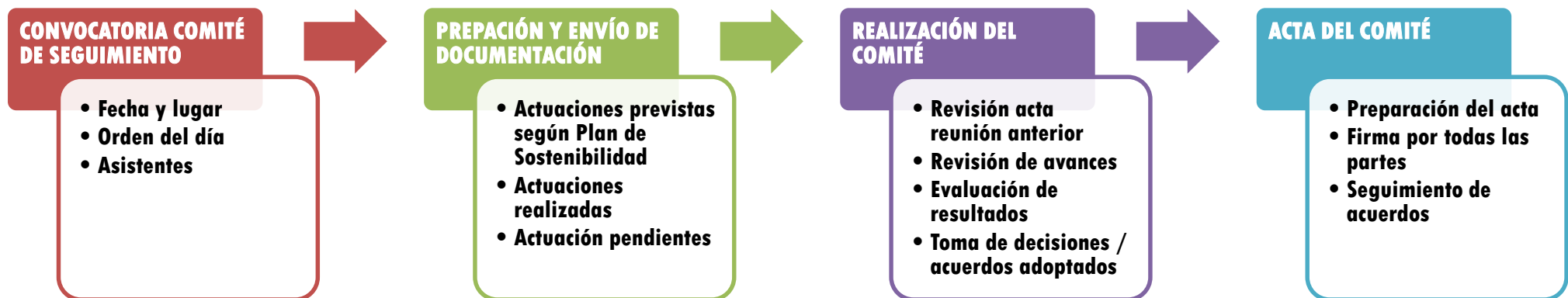
Se levantará **acta de cada uno de los comités celebrados**, que serán remitidas a sus miembros para que realicen, en su caso, las observaciones oportunas y den el visto bueno definitivo.

Con carácter general, se procederá en cada comité como se indica a continuación. Una vez convocada la sesión se procederá a **preparar el orden del día y enviar la documentación necesaria**, revisando el estado en el que se encuentran las actuaciones previstas.

Durante la celebración del Comité se revisará el acta de la reunión anterior, el plan de trabajo correspondiente al periodo y los avances de ejecución del plan, evaluando los resultados obtenidos en las diversas acciones, en base a los indicadores asociados a cada una de ellas. En función de los resultados obtenidos se tomarán las decisiones oportunas de forma consensuada, debiendo reflejarse en el acta del Comité, el cual deberá estar firmado por todas las partes. Dichos acuerdos, a su vez, deberán ser objeto de seguimiento posterior para evaluar su impacto. Este mecanismo de evaluación se sustentará por tanto en los indicadores definidos en cada una de las fichas de las acciones, lo que permitirá valorar el cumplimiento de los objetivos planteados y los resultados previstos de forma objetiva.



Figura 12.1 Proceso de convocatoria y celebración de las comisiones de seguimiento PST Ambroz-Cáparra



| ANEXOS



OBJETIVO GENERAL 1

Incrementar la actividad económica de la comarca para frenar la despoblación en nuestros municipios

El número de habitantes en los municipios del destino Ambroz-Cáparra aumentará o bien no disminuirá durante los próximos tres años.

Se crearán nuevas empresas en el sector turístico de la comarca. Previsión de creación de 3 o más empresas durante los tres próximos años

Se generarán nuevos puestos de trabajo en el sector turístico a raíz del crecimiento de actividad económica y la creación de nuevas empresas, así como en otros sectores asociados (comercio, artesanía, etc..)

La estancia media del destino se verá incrementada y podrá ser cuantificada en un futuro gracias a la aplicación de sistemas de inteligencia de mercado y a la creación de un cuadro de mando.

El gasto medio de los visitantes en destino aumentará considerablemente . Se podrá cuantificar gracias a la aplicación de sistemas de inteligencia y a la creación de un cuadro de mando.

OBJETIVO GENERAL 3

Puesta en valor del patrimonio cultural y natural de la comarca y refuerzo de la identidad del territorio

La demanda de turismo cultural y patrimonial se incrementará en los próximos años

Se preservará el paisaje cultural de los olivares manzanilla cacereña.

Se verá incrementado el reconocimiento de los espacios protegidos del destino con la certificación ambiental "Green destinations"

Aumentarán considerablemente la preservación y conservación del patrimonio cultural romano, símbolo de la identidad del territorio.

Aumentará la preservación de recursos patrimoniales de gran interés del territorio como restos vetones, cañadas trashumantes, edificios religiosos, gracias a la puesta en valor y adecuación de los recursos.

OBJETIVO GENERAL 2

Potenciar el desarrollo turístico sostenible del destino

Mejorará la conectividad ecológica del territorio gracias a la adecuación de senderos lo que propiciará la movilidad sostenible. Consecuentemente, se contribuirá a la recuperación ambiental de la zona.

Habrà una mayor redistribución de los flujos turísticos de todo el territorio gracias a la creación de la Red de Miradores experienciales, la adecuación de playas fluviales o la promoción de eventos sostenibles que contribuirán a la desconcentración de la afluencia turística.

Se mejorarán las infraestructuras/espacios de los municipios (senderos, miradores, etc..) beneficiándose la comunidad local al igual que con el desarrollo de nuevos eventos y la dinamización en su propio territorio, pudiendo ser partícipe de la misma.

OBJETIVO GENERAL 4

Impulsar la digitalización para convertirnos en un Destino de Turismo Inteligente

Se producirá un aumento en la digitalización de las empresas del sector turístico del territorio.

Ambroz-Cáparra se convertirá en un Destino de Turismo Inteligente

Aumentará la inteligencia de mercado gracias a la creación de un cuadro de mando de sostenibilidad.

OBJETIVO GENERAL 5

Destino referente del ecoturismo, cultura y bienestar en Extremadura

Ambroz-Cáparra se posicionará como un destino de ecoturismo, cultura y bienestar en el entorno rural a nivel nacional

El número de visitantes en la comarca aumentará en un 15% - 20% durante los tres próximos años.

El destino se posicionará como referente en desarrollo de eventos singulares y sostenibles vinculados a la ecología, el turismo slow o la cultura sostenible.

OBJETIVO GENERAL 6

Mejorar el posicionamiento del territorio en los mercados turísticos

El destino conseguirá captar mayores flujos de demanda nacional y internacional gracias a la correcta aplicación de acciones de promoción y marketing en el territorio.

La mayor parte de las empresas turísticas de la comarca van a incrementar sus segmentos de clientes

Las campañas de promoción segmentadas permitirán atraer segmentos de demanda interesantes para el territorio.

OBJETIVO GENERAL 7

Mejorar la colaboración público-privada y la cooperación entre administraciones

Aumentará la cooperación entre empresarios turísticos del territorio.

Aumentará considerablemente la colaboración público-privada del destino gracias a las nuevas sinergias creadas entre todos los actores que intervienen en el destino, ya sean de índole privada o pública.

El tejido empresarial de la comarca se verá fortalecido a través de la formación ofrecida por el nuevo ente gestor turístico del territorio.

Se realizarán más acciones coordinadas con la DG de Turismo y Turespaña, tales como viajes de prensa y operadores turísticos.

OBJETIVO GENERAL 8

Desestacionalizar y diversificar la oferta turística de la comarca

Se aplicarán y desarrollarán nuevos productos turísticos gracias a la diversificación de la oferta turística de la comarca.

Se producirá un crecimiento cualitativo de la oferta turística de toda la comarca.

Existirá un calendario de eventos comarcal que invite a visitar la comarca durante todo el año y los diversos municipios.

Aumentará significativamente la productividad de la oferta turística gracias a la desestacionalización.




Además de realizar la previsión de los principales resultados en base a los objetivos establecidos dentro del Plan de Sostenibilidad Turística de Ambroz-Cáparra, se ha considerado oportuno realizar una estimación de los principales impactos que van a tener los ejes estratégicos y los programas de acción del plan en las distintas dimensiones de la sostenibilidad del territorio y en los diferentes agentes del destino que conforman el escenario turístico.

En concreto, se han estimado los principales impactos que se obtendrán con la ejecución de los distintos programas de acción del plan y que están englobados dentro de los tres grandes ejes estratégicos:

- 1) Eje gobernanza turística
- 2) Eje propuesta de valor sostenible
- 3) Eje marketing sostenible

Por una parte, se realiza una aproximación del grado de impacto que va a tener cada programa en las cuatro dimensiones del desarrollo sostenible del destino (nivel medioambiental, social, cultural y económico) y por otra, se estima el efecto que tendrá cada programa de acción sobre los distintos actores que intervienen en el destino (administración pública, empresas privadas, comunidad local y visitantes). El resultado de la tabla permite corroborar una vez más la necesidad de contar con un Plan de Sostenibilidad Turística en el territorio. El objetivo es implementar un nuevo modelo de desarrollo turístico en el destino que sea más sostenible, colaborativo y que cuente con la participación de todos los actores implicados de la comarca.

Tabla 7.2.1 Medición de impactos de los proyectos PST Ambroz-Cáparra

Impacto bajo o bajo-medio	
Impacto medio o medio-alto	
Impacto alto o muy alto	



IMPACTO DE LAS ACCIONES PREVISTAS SOBRE EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TERRITORIO

PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA	IMPACTO SOBRE EL DESARROLLO SOSTENIBLE				IMPACTO SOBRE LOS ACTORES IMPLICADOS			
	Medio ambiental	Social	Cultural	Económica	Administración	Empresas	Población local	Visitantes
GOBERNANZA TURÍSTICA								
Creación y puesta en marcha de un ente gestor del destino turístico Ambroz-Cáparra								
Gerencia del PST Ambroz-Cáparra								
Diagnóstico y Plan de Destino Turístico Inteligente								
Implementación del Sistema de Inteligencia Turística								
Evaluación del PST Ambroz-Cáparra de acuerdo con indicaciones de ejecución y resultados esperados								
PROPUESTA DE VALOR SOSTENIBLE								
Creación de área de descanso de la Vía de la Plata en Cáparra								
Creación de Centro de Recepción de Visitantes en Granadilla								
Adquisición de barco sostenible para crucero fluvial en el Embalse de Gabriel y Galán								
























IMPACTO DE LAS ACCIONES PREVISTAS SOBRE EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TERRITORIO

PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA	IMPACTO SOBRE EL DESARROLLO SOSTENIBLE				IMPACTO SOBRE LOS ACTORES IMPLICADOS			
	Medio ambiental	Social	Cultural	Económica	Administración	Empresas	Población local	Visitantes
Acondicionamiento de zonas de baño en embalses del destino Ambroz-Cáparra								
Acondicionamiento de la pista de despegue para vuelo libre en el Pico Pitolero								
Conversión de las oficinas de turismo de Hervás y Baños de Montemayor en "oficinas 4.0"								
Creación de áreas de servicio y estacionamiento para auto caravanas								
Creación de la red de miradores experienciales de Ambroz-Cáparra								
Creación de sendero lumínico y observatorio astronómico en el destino Ambroz-Cáparra								
Plan de gestión de residuos y embellecimiento núcleos urbanos								
Señalización interpretativa de la Vía Verde en el destino Ambroz-Cáparra								
Creación de sendero interpretativo "olivos manzanilla cacereña" en el destino Ambroz-Cáparra								

IMPACTO DE LAS ACCIONES PREVISTAS SOBRE EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TERRITORIO

PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA	IMPACTO SOBRE EL DESARROLLO SOSTENIBLE				IMPACTO SOBRE LOS ACTORES IMPLICADOS			
	Medio ambiental	Social	Cultural	Económica	Administración	Empresas	Población local	Visitantes
Creación de productos y experiencias turísticas sostenibles								
Trabajos para la certificación turística sostenible "Green destination"								
Viajes de Benchmarking empresarial a destinos nacionales								
Jornadas de ecoturismo y bienestar en el mundo rural								
Creación de un relato turístico del destino Ambroz-Cáparra								
MARKETING SOSTENIBLE								
Creación, mantenimiento y mejora continua de la web turística del destino Ambroz-Cáparra								
Creación, mejora y mantenimiento de la comunicación turística digital								
Campañas de promoción y publicidad segmentada en redes sociales								
Creación de microvídeos y socialvídeos								
Publicity, relaciones públicas y relación con los medios								
Campaña de promoción del turismo educativo								

IMPACTO DE LAS ACCIONES PREVISTAS SOBRE EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TERRITORIO

PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA	IMPACTO SOBRE EL DESARROLLO SOSTENIBLE				IMPACTO SOBRE LOS ACTORES IMPLICADOS			
	Medio ambiental	Social	Cultural	Económica	Administración	Empresas	Población local	Visitantes
Fam-trip y workshop con agencias de viaje especializadas en ecoturismo				 		  		  
Creación y mejora continua del banco de imágenes del destino						 		
Optimización y digitalización de las publicaciones turísticas del destino				 				 



**CRONOGRAMA DE
ACTUACIONES | 10.**

En este apartado se desarrolla la organización temporal del Plan de Sostenibilidad Turística de Ambroz-Cáparra, siguiendo el diagrama de Gantt de división trimestral:

CRONOGRAMA DEL PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA

PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA	AÑO 2021				AÑO 2022				AÑO 2023			
	T I	T II	T III	T IV	T I	T II	T III	T IV	T I	T II	T III	T IV
GOBERNANZA TURÍSTICA												
<i>Gestión colaborativa y participativa del plan</i>												
Creación y puesta en marcha de un ente gestor del destino turístico Ambroz-Cáparra												
Gerencia del PST Ambroz-Cáparra												
<i>Destino Turístico Inteligente</i>												
Diagnóstico y Plan de Destino Turístico Inteligente												
Implementación del Sistema de Inteligencia Turística												
<i>Evaluación y seguimiento del plan</i>												
Evaluación del PST Ambroz-Cáparra de acuerdo con indicaciones de ejecución y resultados esperados												
PROPUESTA DE VALOR SOSTENIBLE												
<i>Destino turístico sostenible</i>												
Creación de área de descanso de la Vía de la Plata en Cáparra												
Creación de Centro de Recepción de Visitantes en Granadilla												

PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA	AÑO 2021				AÑO 2022				AÑO 2023			
	T I	T II	T III	T IV	T I	T II	T III	T IV	T I	T II	T III	T IV
Adquisición de barco sostenible para crucero fluvial en el Embalse de Gabriel y Galán												
Acondicionamiento de zonas de baño en embalses del destino Ambroz-Cáparra												
Acondicionamiento de la pista de despegue para vuelo libre en el Pico Pitolero												
Conversión de las oficinas de turismo de Hervás y Baños de Montemayor en “oficinas 4.0”												
Creación de áreas de servicio y estacionamiento para auto caravanas												
Creación de la red de miradores experienciales de Ambroz-Cáparra												
Creación de sendero lumínico y observatorio astronómico en el destino Ambroz-Cáparra												
Plan de gestión de residuos y embellecimiento núcleos urbanos												
Producto sostenible												
Señalización interpretativa de la Vía Verde en el destino Ambroz-Cáparra												
Creación de sendero interpretativo “olivos manzanilla cacereña” en el destino Ambroz-Cáparra												

PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA	AÑO 2021				AÑO 2022				AÑO 2023			
	T I	T II	T III	T IV	T I	T II	T III	T IV	T I	T II	T III	T IV
Creación de productos y experiencias turísticas sostenibles												
Trabajos para la certificación turística sostenible "Green destination"												
Viajes de Benchmarking empresarial a destinos nacionales												
Jornadas de ecoturismo y bienestar en el mundo rural												
Identidad turística												
Creación de un relato turístico del destino Ambroz-Cáparra												
MARKETING SOSTENIBLE												
Marketing digital												
Creación, mantenimiento y mejora continua de la web turística del destino Ambroz-Cáparra												
Creación, mejora y mantenimiento de la comunicación turística digital												
Campañas de promoción y publicidad segmentada en redes sociales												
Creación de microvídeos y socialvídeos												

PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA	AÑO 2021				AÑO 2022				AÑO 2023			
	T I	T II	T III	T IV	T I	T II	T III	T IV	T I	T II	T III	T IV
<i>Promoción y potencialización de la comercialización</i>												
Publicity, relaciones públicas y relación con los medios												
Campaña de promoción del turismo educativo												
Fam-trip y workshop con agencias de viaje especializadas en ecoturismo												
<i>Soportes promocionales</i>												
Creación y mejora continua del banco de imágenes del destino												
Optimización y digitalización de las publicaciones turísticas del destino												

An aerial photograph of a village built on a hillside, surrounded by dense green trees. The houses have terracotta roofs, and a prominent stone church tower with a bell tower is visible in the center. The text 'PRESUPUESTO DEL PST' is overlaid in large white letters across the top of the image.

PRESUPUESTO DEL PST

11.

11. Presupuesto del Plan de Sostenibilidad Turística

A continuación, se detallará el presupuesto total de cada uno de los proyectos previstos en el presente Plan de Sostenibilidad Turística Ambroz-Cáparra, así como su distribución por año de ejecución.

Una parte importante de las inversiones previstas para la mejora de la sostenibilidad, competitividad y especialización de la propuesta de valor del destino Ambroz-Cáparra se concentrarán en los dos primeros años de ejecución del plan. En cambio, el esfuerzo en marketing aumentará en la segunda y tercera anualidad para garantizar que las inversiones realizadas puedan darse a conocer a los públicos objetivo prioritarios.

En cuanto al reparto presupuestario en gobernanza turística se van incrementando progresivamente las partidas por año para garantizar el éxito en la ejecución del Plan y permitir que todos los proyectos y esfuerzos realizados a lo largo de la ejecución del proyecto tengan continuidad a partir de la finalización del Plan de Sostenibilidad Turística, mediante una estructura organizativa turística estable, participativa, colaborativa y sostenible económicamente.

PRESUPUESTO DEL PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA Distribución por anualidades y ejes de actuación

EJES DEL PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA	DISTRIBUCIÓN DEL PRESUPUESTO DEL PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA			
	TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
SUBTOTAL GOBERNANZA TURÍSTICA	402.500	127.500	162.500	112.500
SUBTOTAL PROPUESTA DE VALOR SOSTENIBLE	1.867.500	370.500	1.277.000	220.000
SUBTOTAL MARKETING SOSTENIBLE	167.500	54.000	54.500	59.000
TOTAL PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA	2.437.500	552.000	1.494.000	391.500

PRESUPUESTO DEL PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA

Cronograma por ejes, líneas de actuación y acciones a desarrollar

PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA	TOTAL	AÑO 2021				AÑO 2022				AÑO 2023			
		TI	TII	TIII	TIV	TI	TII	TIII	TIV	TI	TII	TIII	TIV
GOBERNANZA TURÍSTICA													
Creación y puesta en marcha de un ente gestor del destino turístico Ambroz-Cáparra	40.000			10.000				15.000					15.000
Gerencia del PST Ambroz-Cáparra	277.500			92.500				92.500					92.500
Diagnóstico y Plan de Destino Turístico Inteligente	20.000			20.000				-					-
Implementación del Sistema de Inteligencia Turística	50.000			-				50.000					-
Evaluación del PST Ambroz-Cáparra de acuerdo con indicaciones de ejecución y resultados esperados	15.000			5.000				5.000					5.000
SUBTOTAL GOBERNANZA TURÍSTICA	402.500			127.500				162.500					112.500
PROPUESTA DE VALOR SOSTENIBLE													
Creación de área de descanso de la Vía de la Plata en Cáparra	250.000			12.000				238.000					-
Creación de Centro de Recepción de Visitantes en Granadilla	400.000			12.000				388.000					-
Adquisición de barco sostenible para crucero fluvial en el Embalse de Gabriel y Galán	300.000			25.000				275.000					-
Acondicionamiento de zonas de baño en embalses del destino Ambroz-Cáparra	200.000			20.000				100.000					80.000

11. Presupuesto del Plan de Sostenibilidad Turística

PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA	TOTAL	AÑO 2021				AÑO 2022				AÑO 2023			
		T I	T II	T III	T IV	T I	T II	T III	T IV	T I	T II	T III	T IV
Acondicionamiento de la pista de despegue para vuelo en el Pico Pitolero	30.000			30.000				-					-
Conversión de las oficinas de turismo de Hervás y Baños de Montemayor en “oficinas 4.0”	50.000			50.000				-					-
Creación de áreas de servicio y estacionamiento para auto caravanas	50.000			50.000				-					-
Creación de la red de miradores experienciales de Ambroz-Cáparra	300.000			25.000			135.000						140.000
Creación de sendero lumínico y observatorio astronómico en el destino Ambroz-Cáparra	40.000			40.000				-					-
Plan de gestión de residuos y embellecimiento núcleos urbanos	75.000			20.000			55.000						-
Señalización interpretativa de la Vía Verde en el destino Ambroz-Cáparra	30.000			-			30.000						-
Creación de sendero interpretativo “olivos manzanilla cacereña” en el destino Ambroz-Cáparra	50.000			-			50.000						-
Creación de productos y experiencias turísticas sostenibles	42.500			42.500				-					-
Trabajos para la certificación turística sostenible “Green destination”	20.000			20.000				-					-
Viajes de Benchmarking empresarial a destinos nacionales	8.000			8.000				-					-
Jornadas de ecoturismo y bienestar en el mundo rural	12.000			6.000			6.000						-
Creación de un relato turístico del destino Ambroz-Cáparra	10.000			10.000				-					-
SUBTOTAL PROPUESTA DE VALOR SOSTENIBLE	1.867.500			370.500			1.277.000						220.000

11. Presupuesto del Plan de Sostenibilidad Turística

PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ-CÁPARRA	TOTAL	AÑO 2021				AÑO 2022				AÑO 2023			
		T I	T II	T III	T IV	T I	T II	T III	T IV	T I	T II	T III	T IV
MARKETING SOSTENIBLE													
Creación, mantenimiento y mejora continua de la web turística del destino Ambroz-Cáparra	40.000			25.000			10.000						5.000
Creación, mejora y mantenimiento de la comunicación turística digital	24.000			8.000			8.000						8.000
Campañas de promoción y publicidad segmentada en redes sociales	15.000			5.000			5.000						5.000
Creación de microvídeos y socialvídeos	24.000			8.000			8.000						8.000
Publicity, relaciones públicas y relación con los medios	15.000			-			5.000						10.000
Campaña de promoción del turismo educativo	10.000			-			5.000						5.000
Fam-trip y workshop con agencias de viaje especializadas en ecoturismo	10.000			-			-						10.000
Creación y mejora continua del banco de imágenes del destino	9.000			3.000			3.000						3.000
Optimización y digitalización de las publicaciones turísticas del destino	20.500			5.000			10.500						5.000
SUBTOTAL MARKETING SOSTENIBLE	167.500			54.000			54.500						59.000
TOTAL PRESUPUESTO	2.437.500			552.000			1.494.000						391.500

- 1. Cartas de Apoyo**
- 2. Diseño y ejecución del plan de creación de producto turístico de turismo en bicicleta y senderismo en Tierras de Granadilla y Ambroz**
- 3. Estudio de Viabilidad de Centros BTT en el Valle del Ambroz y Tierras de Granadilla**
- 4. Estudio para el Desarrollo del Turismo de Agua en la Provincia de Cáceres**
- 5. Estudio de Viabilidad empresarial del embalse Gabriel y Galá**
- 6. Informe de las inversiones realizadas en la comarca Ambroz-Cáparra dentro del Programa de Inversiones Diputación Desarrolla**
- 7. Plan Comarcal de recogida de residuos en el Valle del Ambroz**
- 8. Plan de Promoción y Comercialización turística de la Comarca de Ambroz-Tierras de Granadilla**
- 9. Desarrollo del Turismo Náutico en las Comarcas del Valle del Ambroz y Càparra, plan de producto**
- 10. Plan estratégico de marketing turístico sostenible de la provincia de Cáceres.**
- 11. Mapa turístico Ambroz-Cáparra**
- 12. Proceso participativo Plan de Sostenibilidad Turística 2020**



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA AMBROZ - CÁPARRA

