

PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING TURÍSTICO SOSTENIBLE DE LA PROVINCIA DE CÁCERES 2020-2030

# PLAN DE MARKETING TURÍSTICO SOSTENIBLE DE TIERRAS DE CÁCERES Y TRUJILLO



# Índice



**OBJETIVOS Y METODOLOGÍA**



**DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN -  
ALGUNOS ASPECTOS CLAVE**



**ESTRATEGIAS DE MARKETING**



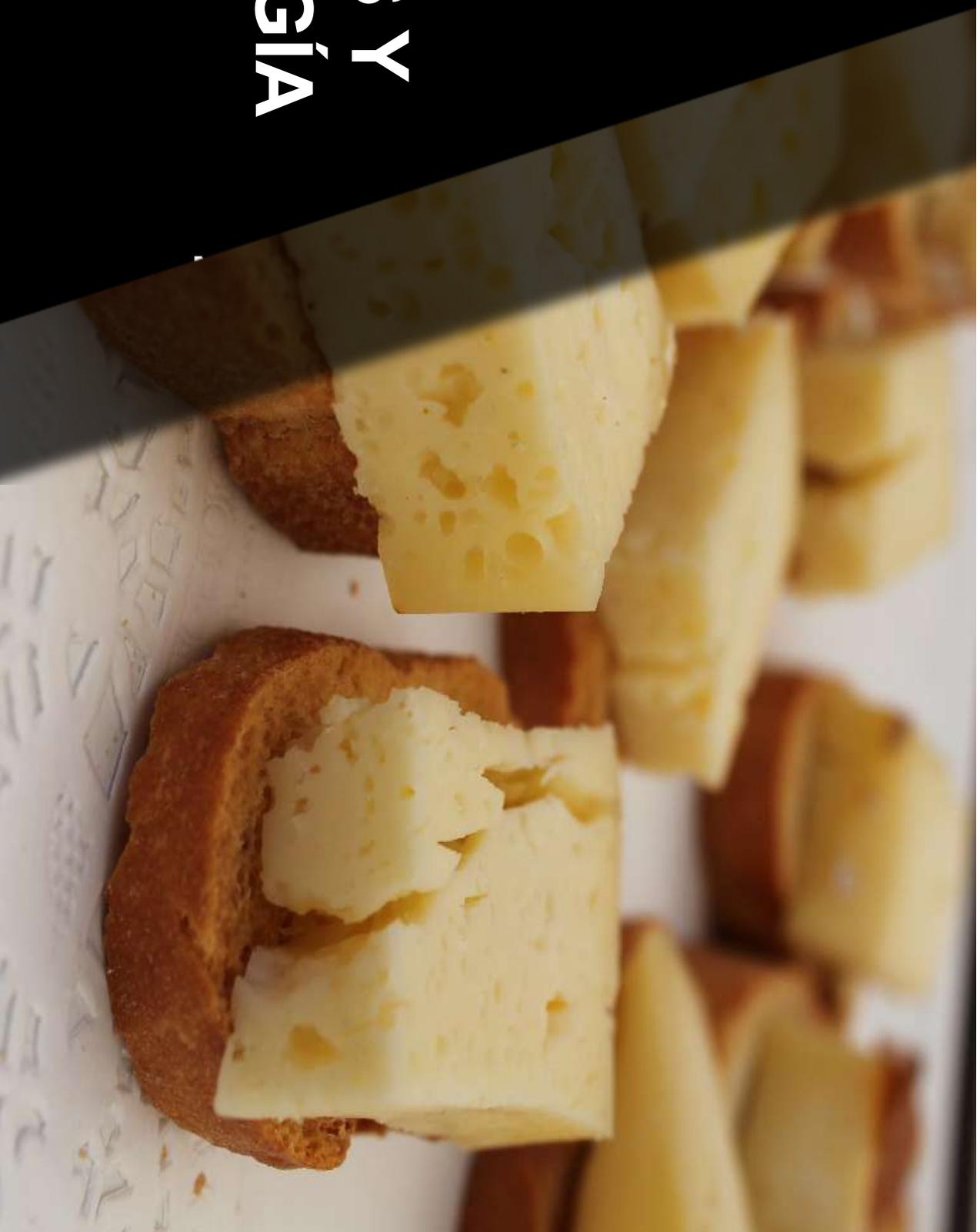
**PLAN DE ACCIÓN**



**¿POR DÓNDE EMPEZAMOS?**

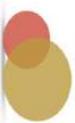


# OBJETIVOS Y METODOLOGÍA





DIPUTACIÓN DE CÁCERES  
AREA DE ASESORAMIENTO,  
DESARROLLO SOSTENIBLE, PATRIMONIO Y TIEMPO



diputación  
de Extremadura  
DIPUTACIÓN DE EXTREMADURA  
CALLE DE LA CONSTITUCIÓN, 11  
06002 BADAJOZ (B) - EXTREMADURA



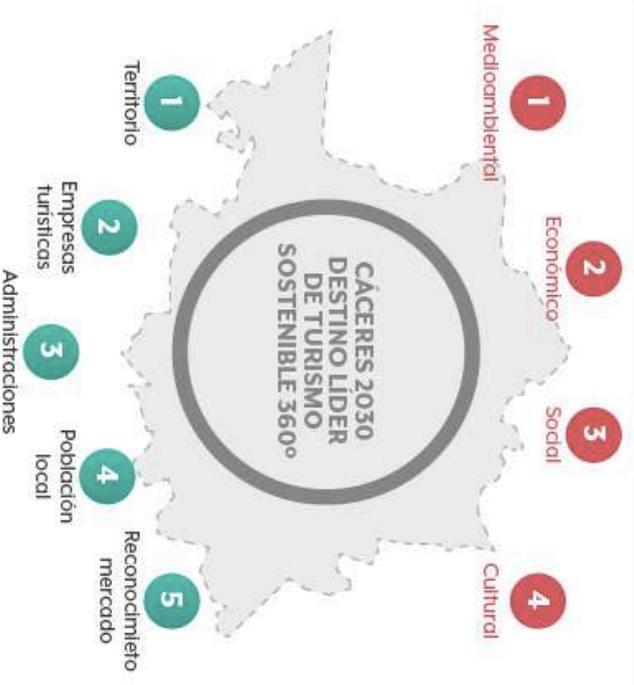
## El objetivo prioritario:

Definir una hoja de ruta de marketing turístico para el macro-territorio Tierras de Cáceres y Trujillo, teniendo en cuenta el concepto de sostenibilidad turística 360°.

# Objetivos

Pilares y actores involucrados en el destino sostenible

## PILARES



## ACTORES

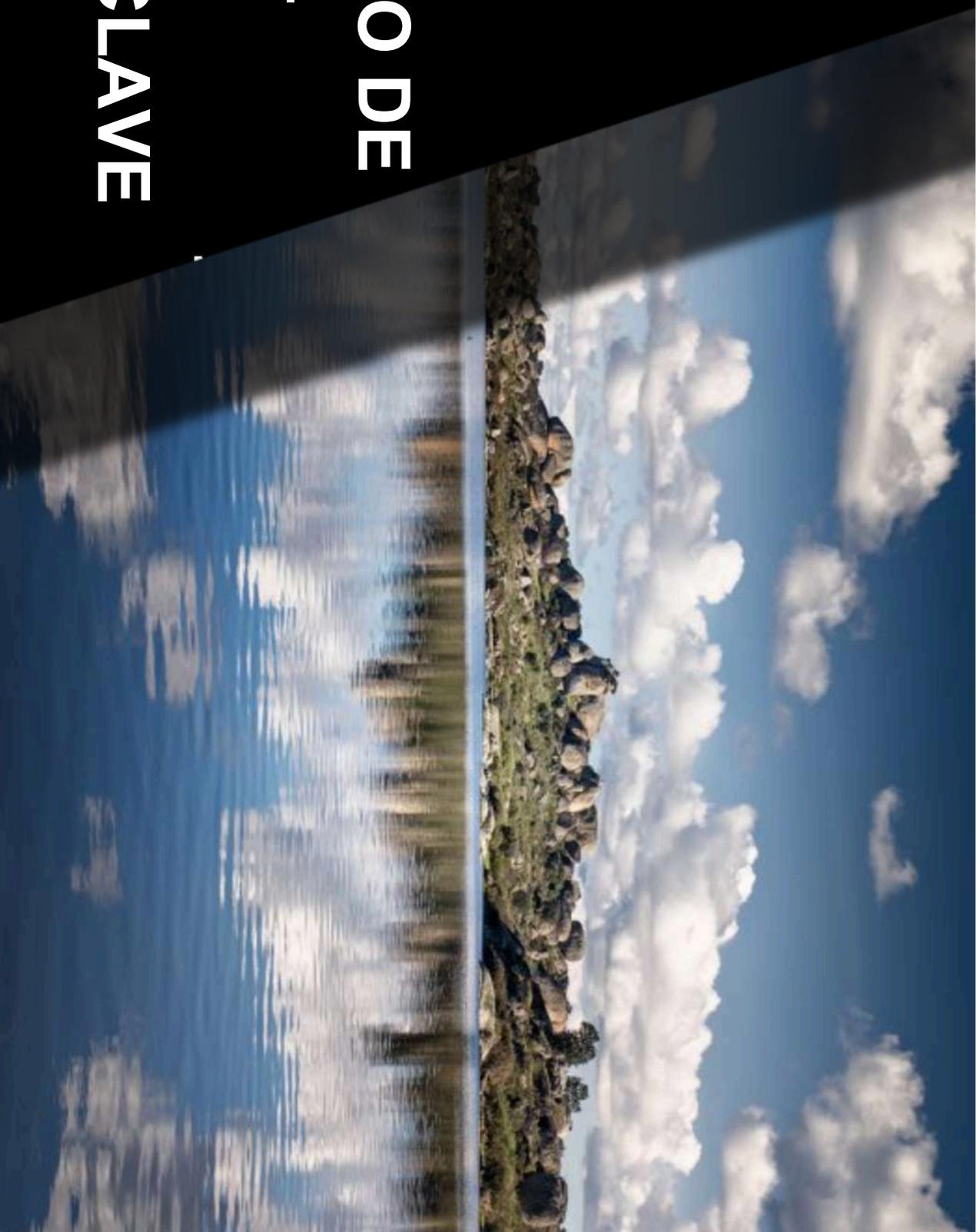
# Objetivos y metodología

## UN PLAN CON PARTICIPACIÓN DE TODOS Y PARA TODOS





# DIAGNÓSTICO DE SITUACIÓN - ALGUNOS ASPECTOS CLAVE



## Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave

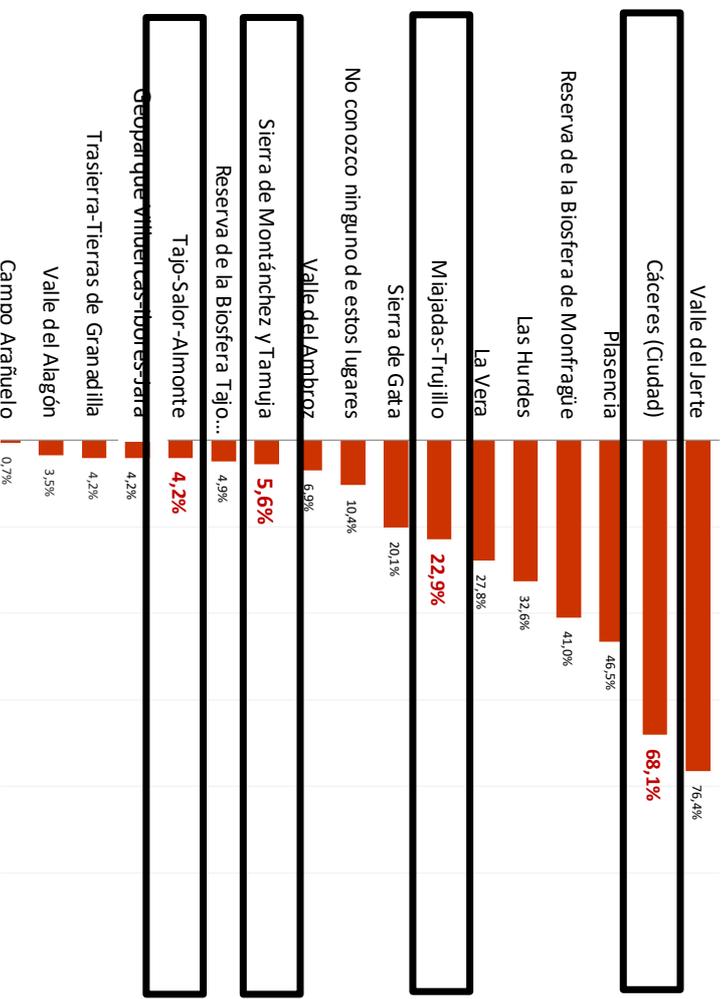


Un territorio en el que desataca la alta notoriedad de dos de los grandes íconos turísticos de la provincia de Cáceres - la ciudad de Cáceres y la villa de Trujillo, y que contrasta con el desconocimiento del resto del territorio.



**Grado de conocimiento sobre los principales destinos turísticos de la provincia de Cáceres entre la demanda turística nacional**

¿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

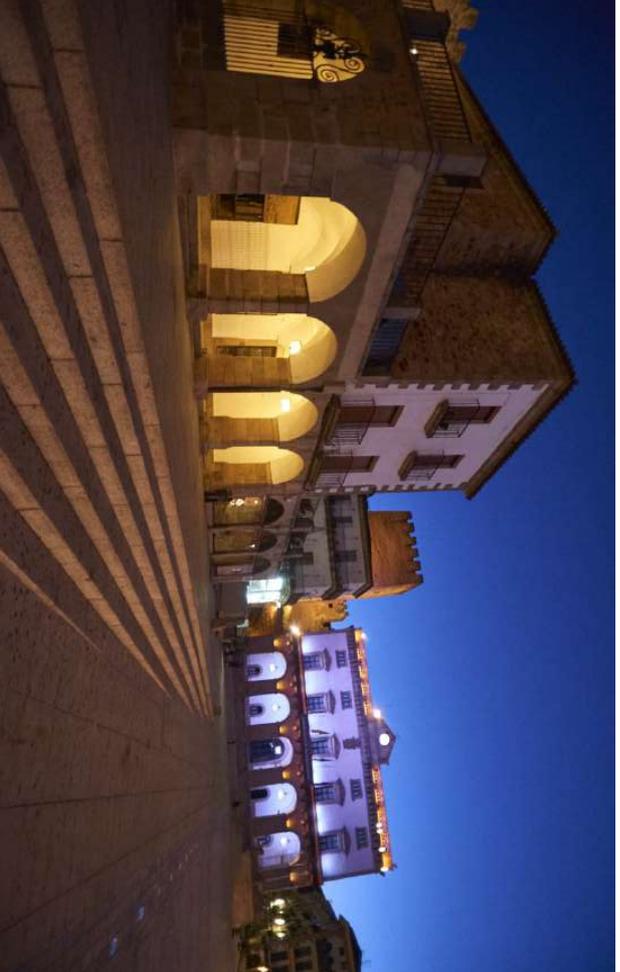
## Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave



La ciudad de Cáceres y la villa de Trujillo, destinos muy frecuentados por parte de la demanda turística nacional.

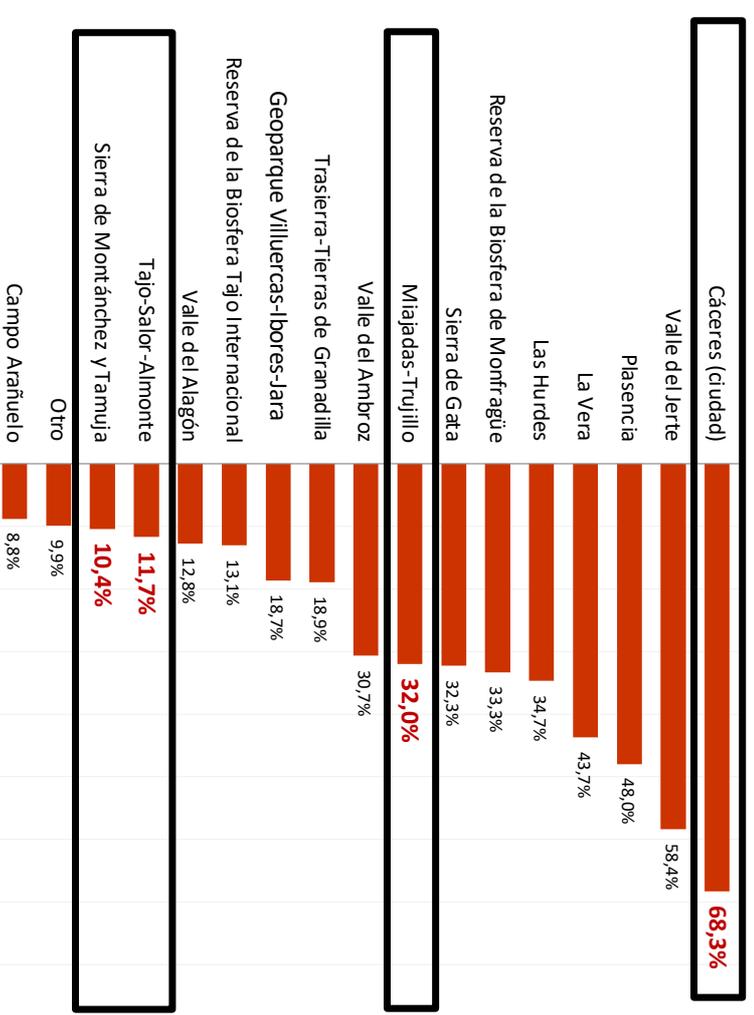


En cambio, el entorno rural del territorio parece visitarse relativamente poco.



### Destinos turísticos que ha visitado la demanda turística nacional en un viaje por la provincia de Cáceres

¿Podría indicar qué destinos de la provincia de Cáceres ha visitado?



Fuente: Encuesta a la demanda turística nacional real, personas que han viajado a la provincia de Cáceres en los últimos tres años, n = 438 personas, año 2019

## Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave



Cáceres y Trujillo, destinos muy frecuentados por parte de los **residentes en la provincia.**

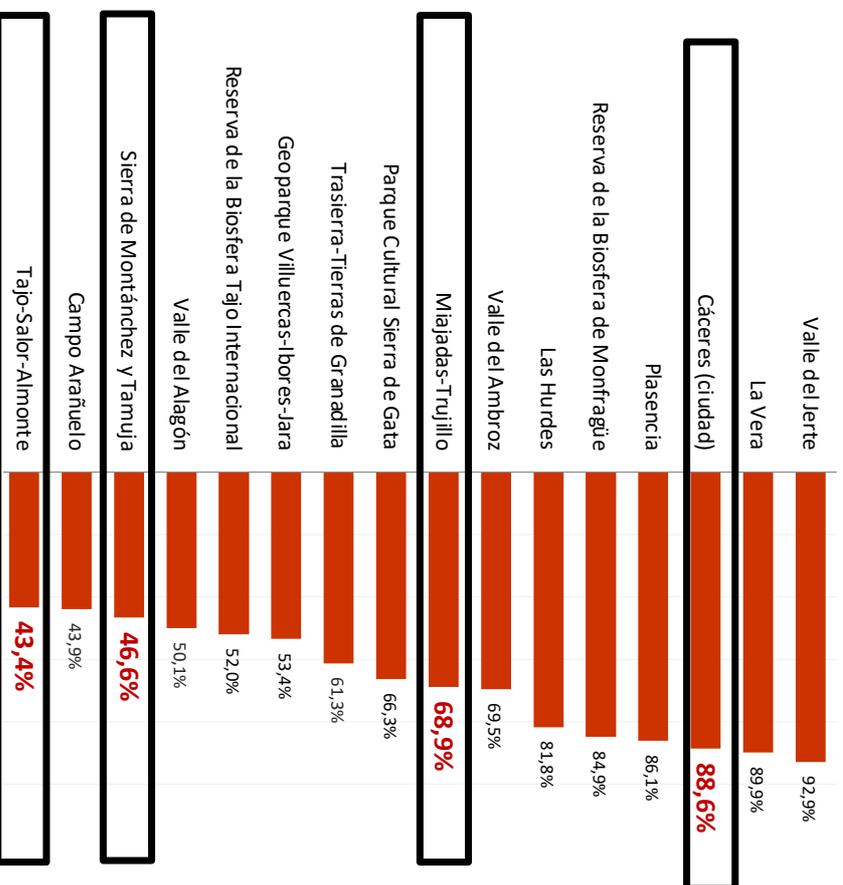


En cambio, el resto del territorio de Tierras de Cáceres y Trujillo se visita relativamente poco.



### Destinos turísticos que han visitado los residentes en la provincia de Cáceres en los últimos tres años

¿Podría indicar qué destinos de la Provincia de Cáceres ha visitado?



Fuente: Encuesta a residentes en la provincia de Cáceres,, n = 635 personas, año 2019

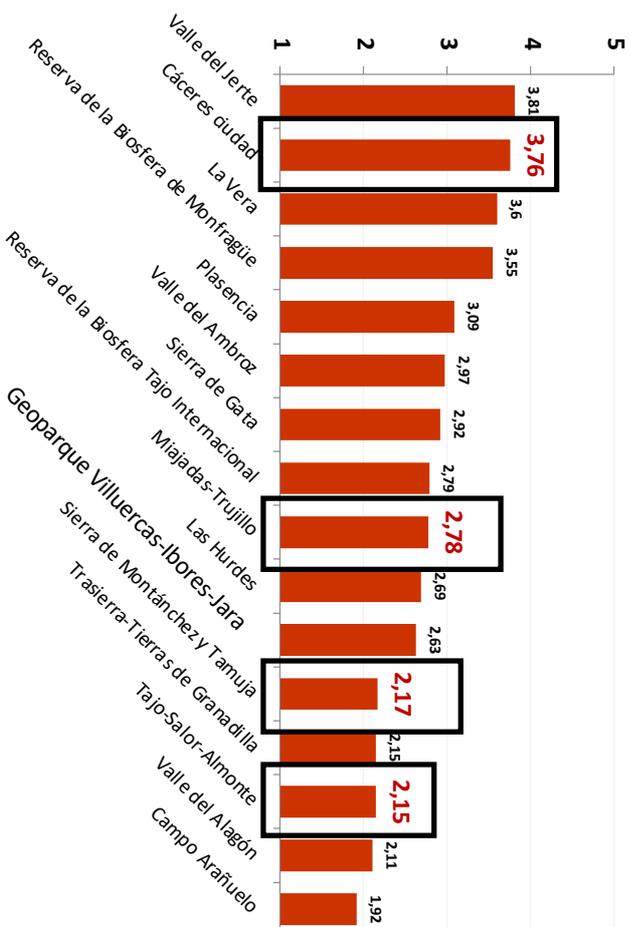
## Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave



El entorno rural de la ciudad de Cáceres y los alrededores de la villa de Trujillo, **todavía poco desarrollados desde el punto de vista turístico.**

**El entorno rural de las dos capitales culturales Cáceres y Trujillo, aún necesitado de desarrollo turístico**

¿En qué nivel de desarrollo turístico considera que se encuentran actualmente los siguientes destinos turísticos de la provincia de Cáceres?



Fuente: Encuesta realizada al sector turístico de la provincia



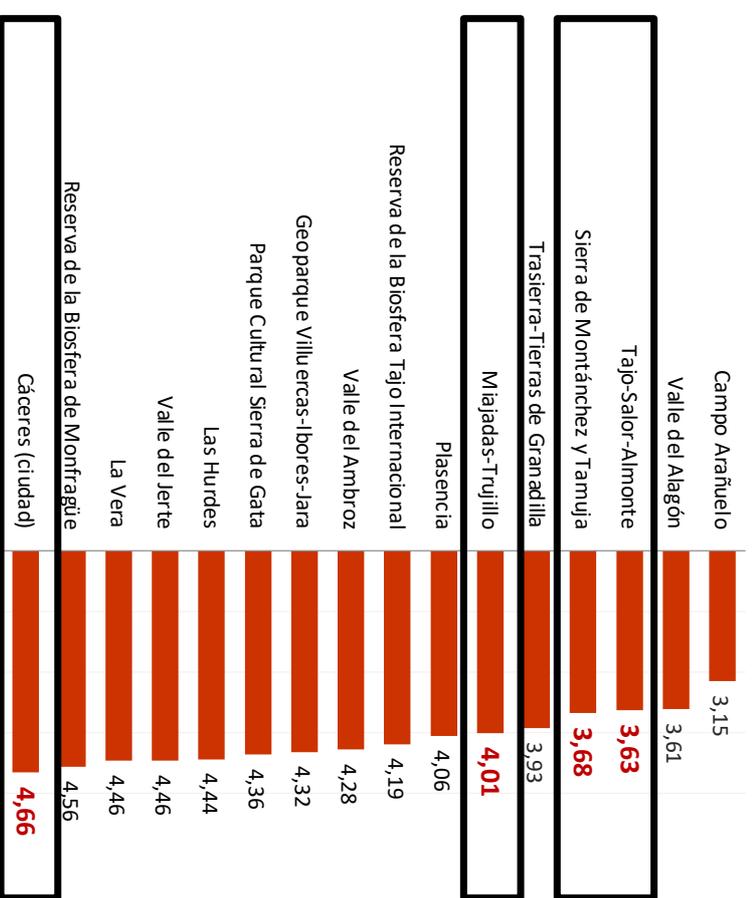
## Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave



Un destino relativamente bien valorado por los residentes en la provincia de Cáceres, destacando, por encima de todo, la propia ciudad de Cáceres.



### Valoración del grado de atractivo de los destinos turísticos de la provincia de Cáceres por parte de los residentes



Fuente: Encuesta a residentes en la provincia de Cáceres,, n = 635 personas, año 2019





## Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave



Localización estratégica del territorio en el centro de Extremadura; y cercano a Guadalupe, Monfragüe, Mérida, Coria y Portugal.



Gran variedad y diversidad del territorio turístico – Cáceres ciudad y Trujillo, por un lado, y todo el entorno rural, por otro lado.



Territorio de contrastes, con recursos, atributos y valores altamente complementarios:

- Paz y tranquilidad, ambiente muy favorable para el turismo “slow” en gran parte del territorio vs. vida y ambiente en Cáceres ciudad y Trujillo.
- Patrimonio cultural vs. naturaleza.
- Turismo cultural y gastronómico vs. ecoturismo.



## Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave

 **Grandes contrastes paisajísticos:** sierras, llanuras, dehesas, ríos, embalses, riveros, charcas, etc. Importante y variada cantidad de **espacios y especies naturales**.

 **Importantísimo patrimonio histórico protegido:** 1 Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, Sitios Arqueológicos, 1 Itinerario Cultural reconocido a nivel internacional, Lugares de Interés Etnológico, Bienes de Interés Cultural, Monumentos Nacionales.

 **Espacios protegidos** idóneos para el desarrollo de **actividades de ecoturismo** (birding, fotografía, senderismo) y **deportivas** (caza, pesca, BTT, parapente).

 **Capacidad tractora** de determinados recursos culturales y naturales, destacando el protagonismo de la **ciudad de Cáceres** y de la **villa de Trujillo**.



## Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave



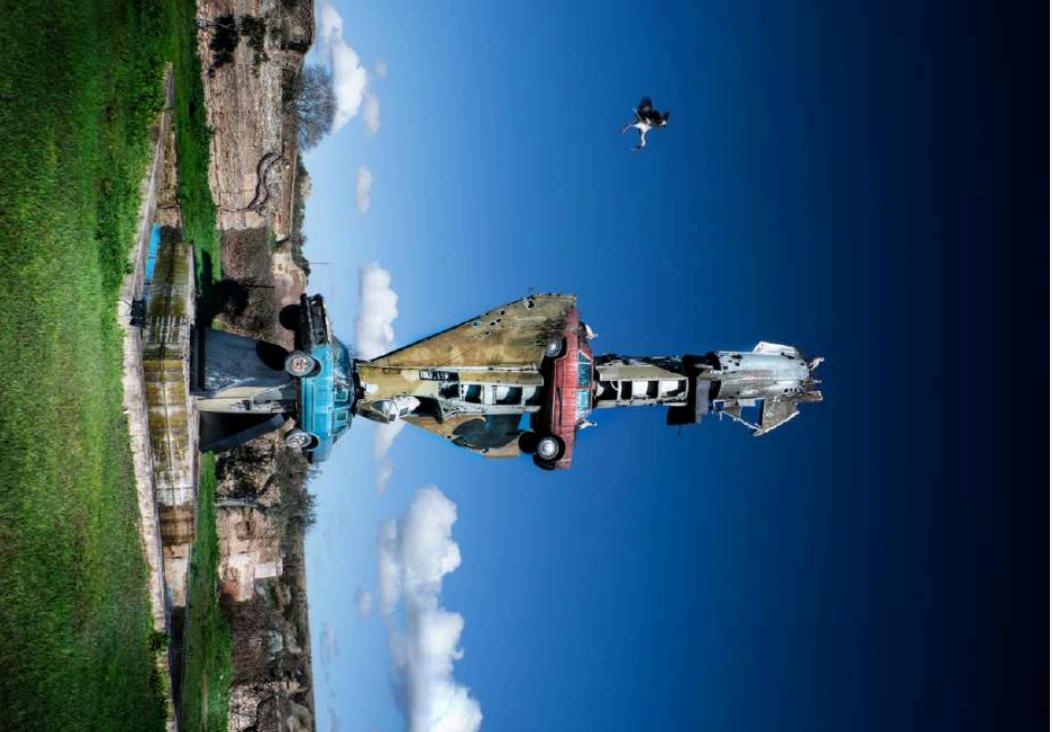
Calidad y singularidad de los elementos relacionados con la gastronomía y los productos **agroalimentarios** (variedad y calidad de los paisajes y ecosistemas de la comarca): cerdo ibérico, vino, tomates, higos, quesos, aceites,...



dinam

## Diagnóstico de situación – algunos aspectos clave

- 👉 **Muy baja notoriedad** de los subterritorios - destino Tajo-Salor, Sierra de Montánchez y Tamuja y Miajadas entre los segmentos de demanda prioritarios en origen.
- 👉 **Inexistente asociación** de estos subterritorios a las capitales turísticas de la provincia; la ciudad de Cáceres y la villa de Trujillo—pérdida de oportunidad.
- 👉 **Falta de coordinación y de una estrategia común** que compartan los diferentes subterritorios en el ámbito del marketing turístico.
- 👉 **El tejido empresarial** no está trabajando de forma colaborativa en el destino, su nivel de asociacionismo no es efectivo.
- 👉 **Se ha detectado una carencia importante de colaboración** entre los sectores público y privado.





# ESTRATEGIAS DE MARKETING



# Estrategia de imagen y posicionamiento

## Los problemas actuales



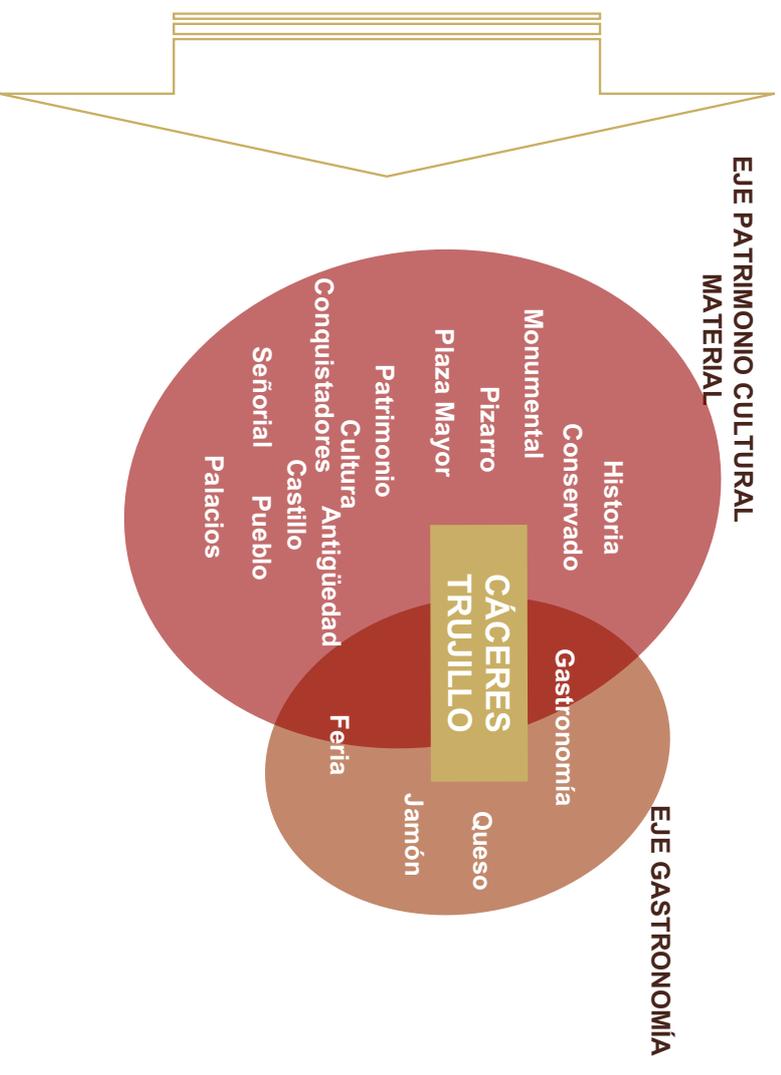
Un territorio actualmente solo asociado a los ejes de valor de "patrimonio cultural material" y "gastronomía", así como a sus dos capitales culturales turísticas: Cáceres y Trujillo



Una imagen de marca muy reducida, en la que parece no tener cabida ninguna asociación a un destino rural "slow" biodiverso.



## Imagen y posicionamiento actual del territorio - destino Tierras de Cáceres y Trujillo



## Estrategia de imagen y posicionamiento

**Unos territorios turísticos que presentan grandes oportunidades de trabajo conjunto y que se necesitan mutuamente**



**Unos territoriales rurales que, por si solos, tienen muy difícil posicionarse como destinos rurales líderes especialmente en mercados emisores más lejanos y poco consolidados.**

**Unas capitales turísticas que, a pesar de su notoriedad y posicionamiento en el mercado, tienen la oportunidad de incrementar la estancia con el apoyo de un territorio más amplio y más diverso.**



## Estrategia de imagen y posicionamiento



### Posibles soluciones



1

**Creación de un nuevo paraguas** que ponga en valor todos los ejes de valor y diferenciación que ofrece el destino como la diversidad, (cultura-biodiversidad), los contrastes (urbano-rural) y la localización estratégica.

2

**Buscar la complicidad con otros territorios cercanos / vecinos** para trabajar conjuntamente en una nueva marca-destino supra-comarcal y que aproveche la notoriedad de sus dos capitales turísticas.

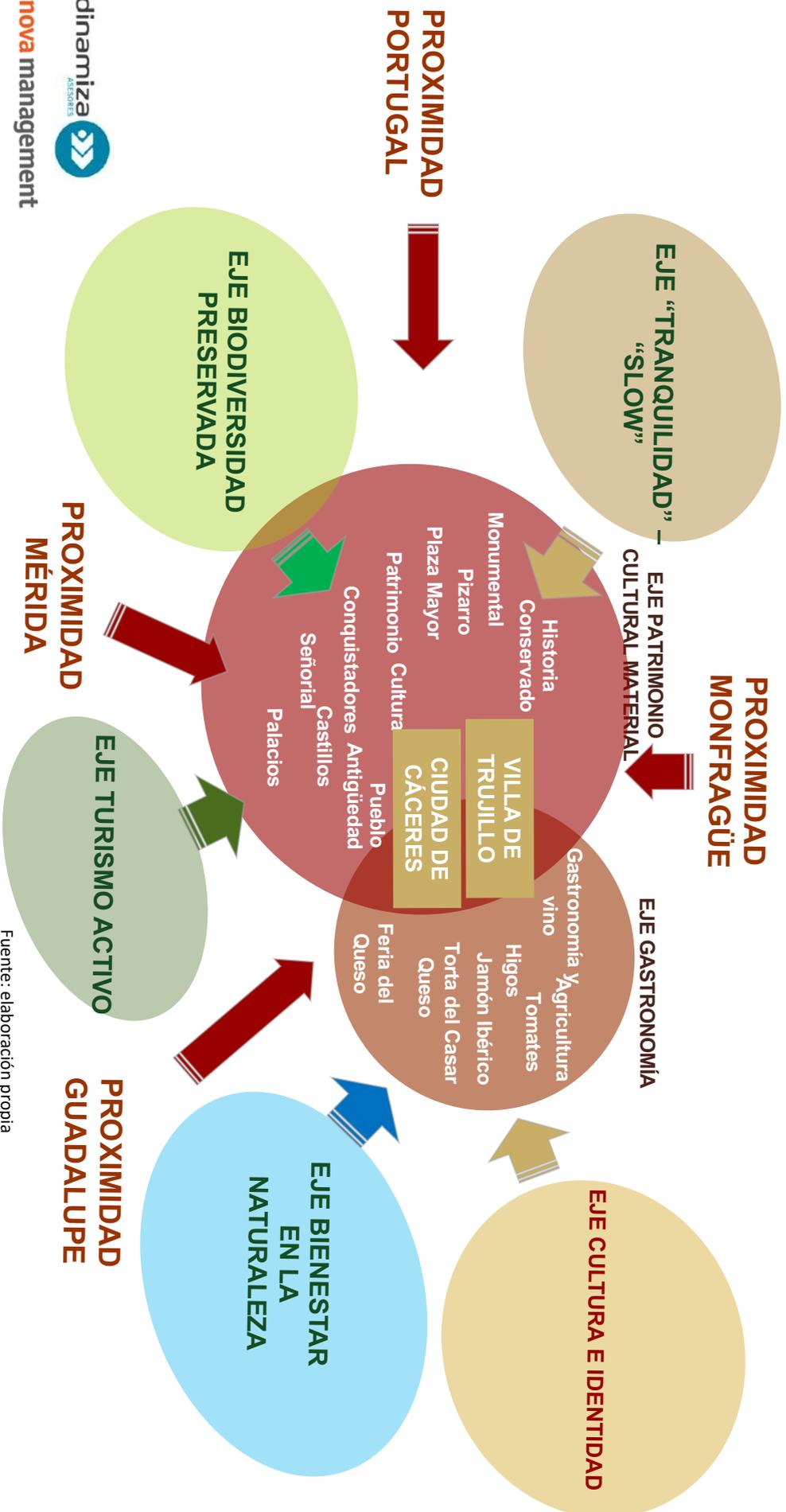
**“Tierras de Cáceres y Trujillo”**

una nueva marca-destino o simple referencia geográfica

# Estrategia de imagen y posicionamiento

CONSTRUCCIÓN DE LA IMAGEN Y POSICIONAMIENTO DE FUTURO –

LOS EJES DE VALOR Y ATRIBUTOS QUE PERMITEN CONSTRUIR EL RELATO DEL TERRITORIO TIERRAS DE CÁCERES Y TRUJILLO



Fuente: elaboración propia

## Estrategia de imagen y posicionamiento

### **Una aproximación al relato turístico de las Tierras de Cáceres y Trujillo,...**

*...tierras tranquilas, preservadas, hospitalarias, auténticas y no masificadas, cuya oferta variada facilita la práctica y el disfrute y de una amplia gama de productos, actividades, experiencias y sensaciones, en un entorno natural sorprendente y por descubrir, cerca de las ciudades de Cáceres y Trujillo, en el sur de la provincia de Cáceres. La importante riqueza y singularidad natural, cultural, gastronómica y humana suponen importantes valores que definen estas tierras de contrastes entre la cultura urbana y rural donde reencontrarse con la historia y que las diferencian de otras zonas turísticas de la provincia de Cáceres y de Extremadura, combinando y complementándose a la perfección una estancia en un entorno rural tranquilo y absolutamente preservado con la propuesta de valor turística de las ciudades de Cáceres y Trujillo.*





Crear una marca tipo  
“Tierras de Cáceres y  
Trujillo” solo aportaría  
beneficios a nuestros  
subteritorios actuales.

## Estrategia de imagen y posicionamiento

- 1 Lo ubica en un territorio con una **referencia geográfica mucho más clara** que la actual.
- 2 **Lo asocia próximo a la ciudad de Cáceres**, Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO y capital cultural de la provincia, así como a **Trujillo**, villa muy conocida y otra de las capitales culturales de Extremadura.
- 3 Combina y complementa un destino turístico rural auténtico y tranquilo con uno de ciudad, con lo cual fomenta todavía más la diversidad del territorio (“**tierras**”).
- 4 **Mejora** sustancialmente la **competitividad** de algunos **productos turísticos**, al incorporarse propuestas de valor muy atractivas de territorios colindantes próximos; sobre todo **gastronomía, patrimonio cultural y ecoturismo**.
- 5 Permite **ampliar los segmentos de demanda prioritarios**.

## Estrategia de imagen y posicionamiento



Crear una marca tipo “Tierras de Cáceres y Trujillo” solo aportaría beneficios a nuestros subteritorios actuales.

6

Puede llevar a un **aumento** de la **estancia media** en el destino, al crear un destino con una propuesta de valor y promesa mucho más amplia.

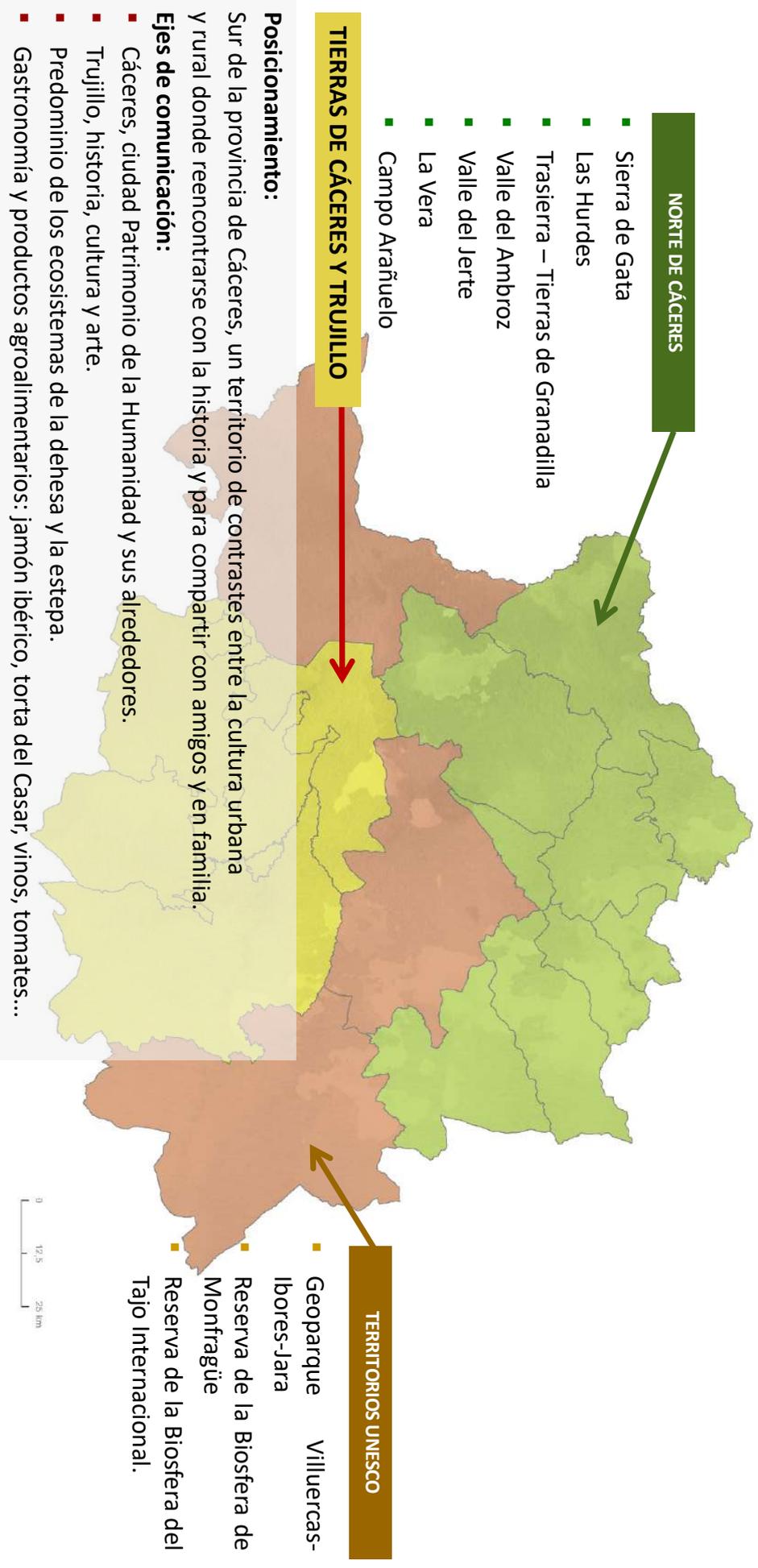
7

Permite **captar turismo** procedente de **Cáceres ciudad** y **Trujillo**.

8

Las **capitales turísticas de Cáceres y Trujillo** también se beneficiarían de esta apuesta, dado que en la actualidad difícilmente tienen contenido para una estancia de un público no especializado de más de un día y necesitan disponer de una propuesta más amplia y diversa, especialmente si quieren captar más clientela internacional y aumentar la estancia media de sus clientes actuales.

# Estrategia de imagen y posicionamiento



## PRODUCTOS TURÍSTICOS PRIORITARIOS

La marca – destino “Tierras de Cáceres y Trujillo” reforzará la propuesta de valor de determinados productos turísticos con presencia tanto en el territorio rural próximo a Cáceres y Trujillo, así como de las propias ciudades de Cáceres y Trujillo.

### Complementariedad y fortalecimiento de los productos turísticos en “Tierras de Cáceres y Trujillo”



- Bienestar en el entorno rural.
- Sabores y paisajes gastronómicos.
- Ecoturismo: senderismo, astroturismo, birding, observación de flora y fauna,...
- 100% Cáceres: cultura e identidad.



- Escapadas culturales.
- Cáceres Patrimonio.
- Touring / circuitos de carácter cultural.
- Sabores y Paisajes gastronómicos.
- 100% Cáceres - cultura e identidad.
- Eventos: Womad, Feria Nacional del Queso, Semana Santa de Cáceres y de Trujillo,...



### TIERRAS DE CÁCERES Y TRUJILLO

- Ecoturismo: birding, observación de flora y fauna, senderismo, astroturismo,...
- Escapadas culturales.
- Touring / circuitos de carácter cultural.
- Sabores y Paisajes gastronómicos.
- Eventos.
- Turismo religioso.
- 100% Cáceres – cultura e identidad.
- Bienestar en el entorno rural.

## LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS PRIORITARIOS DEL TERRITORIO “TIERRAS DE CÁCERES Y TRUJILLO”



**Escapadas culturales**

Dos de los grandes íconos culturales de la provincia de Cáceres: la ciudad de Cáceres y la villa de Trujillo, los Castillos de Montánchez y de Miajadas, el Museo de la Fundación Vander Linde, el Museo Vostell Malpartida,...



**Bienestar en el entorno rural**

Muy centrado en el bienestar emocional o espiritual, y no en el bienestar “wellness”: Entorno natural que infunde paz y tranquilidad, actividades de relajación pasiva y activa, comida sana y rica



**Sabores y paisajes gastronómicos**

Gastronomía, agroturismo y paisajes gastronómicos: dehesa, cerdo ibérico, tomates, el jamón ibérico, bombones de higo, quesos, aceite, vinos, la Torta del Casar...



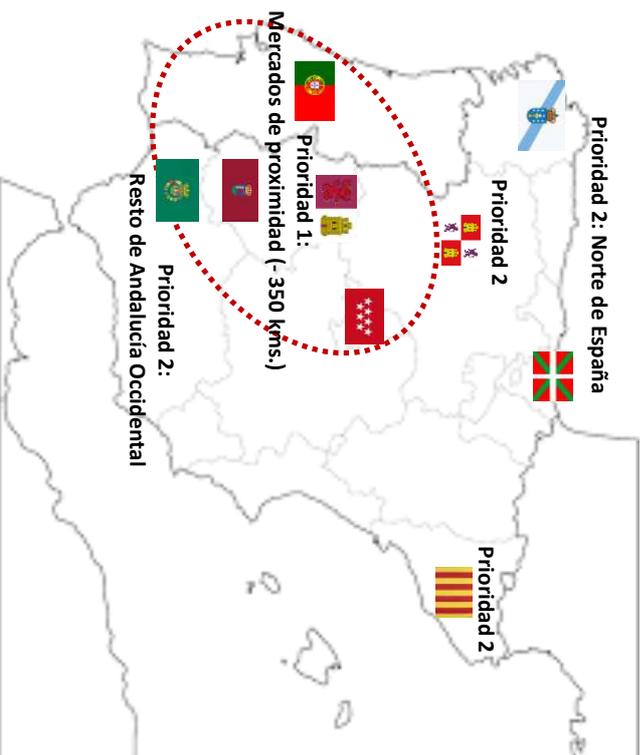
**Ecoturismo**

Centrado en el ecoturismo de observación y de contemplación y el ecoturismo de actividades suaves: senderismo, observación de flora y fauna, turismo ornitológico, astroturismo...

**Valores transversales que añaden valor a todos los productos turísticos del territorio: la paz y la tranquilidad, la filosofía de vida slow, el ritmo de vida pausado, la desconexión, la no masificación...**

**Mercados emisores prioritarios del territorio de Tierras de Cáceres y Trujillo**

**2021 – Sólo mercado nacional**



**Post-COVID 19: mercados nacionales + mercados europeos occidentales de media distancia**



# Estrategia de mercado

## TIERRAS DIVERSAS = ALTA DIVERSIDAD DE SEGMENTOS SOCIO-DEMOGRÁFICOS



## SEGMENTOS SOCIO-DEMOGRÁFICOS DE PRIORIDAD MEDIA

Pymes: pequeñas reuniones en el entorno rural



Singles: Jóvenes amantes del turismo activo



## SEGMENTOS DE ALTA PRIORIDAD: "ADULT-ONLY"

## Estrategia de mercado



## SEGMENTOS DE ALTA PRIORIDAD: OTROS SEGMENTOS

# Estrategia de mercado



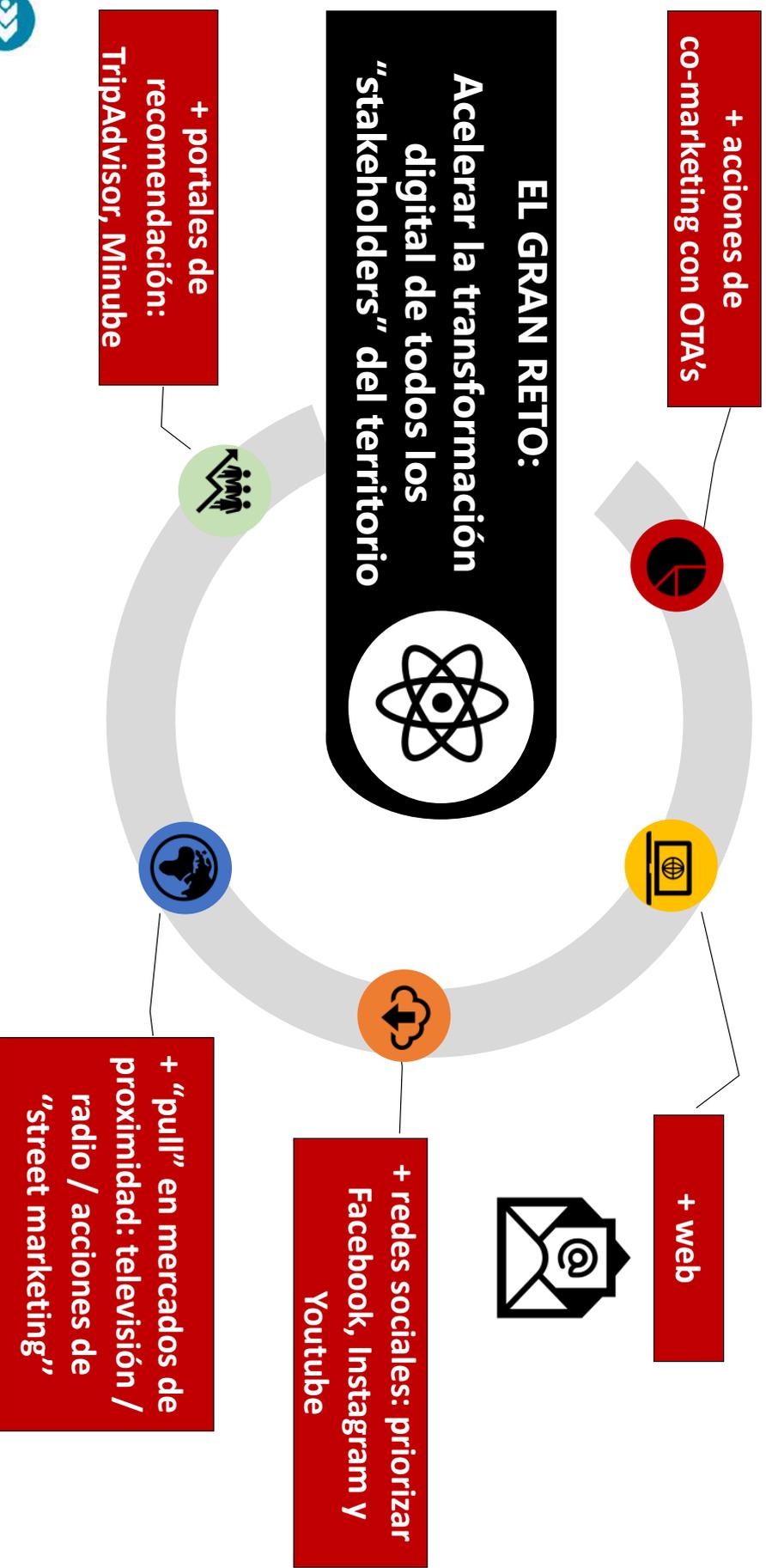


DIPUTACIÓN DE CÁCERES  
ÁREA DE AERIO DOMINIO,  
DESARROLLO SOSTENIBLE, TURISMO Y TIEMPO



diputación  
de Extremadura  
DIPUTACIÓN DE EXTREMADURA  
ÁREA DE AERIO DOMINIO, DESARROLLO SOSTENIBLE, TURISMO Y TIEMPO

## Estrategia de canal





# PLAN DE ACCIÓN





# Ejes de actuación

## Gobernanza Turística

Optimizar la coordinación, gestión y ejecución del marketing turístico entre las tres comarcas y con la ciudad de Cáceres, así como con todos los agentes públicos y privados del destino

## Identidad Turística

Implantación de la marca turística "Tierras de Cáceres y Trujillo" de carácter supracomarcial, creando un relato turístico bonito de la zona en concordancia con los territorios que conforman "Tierras de Cáceres y Trujillo"

## Tierras de Cáceres y Trujillo Sostenible

Convertir la sostenibilidad en el eje vertebrador del desarrollo y marketing turístico del territorio.

## Propuesta de valor

Poner en valor los recursos del territorio y crear propuestas de alto valor añadido

# PLAN DE MARKETING TURÍSTICO SOSTENIBLE DE TIERRAS DE CÁCERES Y TRUJILLO

## Promoción y apoyo a la comercialización

Definir un plan de promoción y apoyo a la comercialización que se adapte al nuevo escenario turístico Pos-COVID (difícil de definir las prioridades en estos momentos)

## Marketing digital

Acelerar la transformación digital del territorio y agentes turísticos.

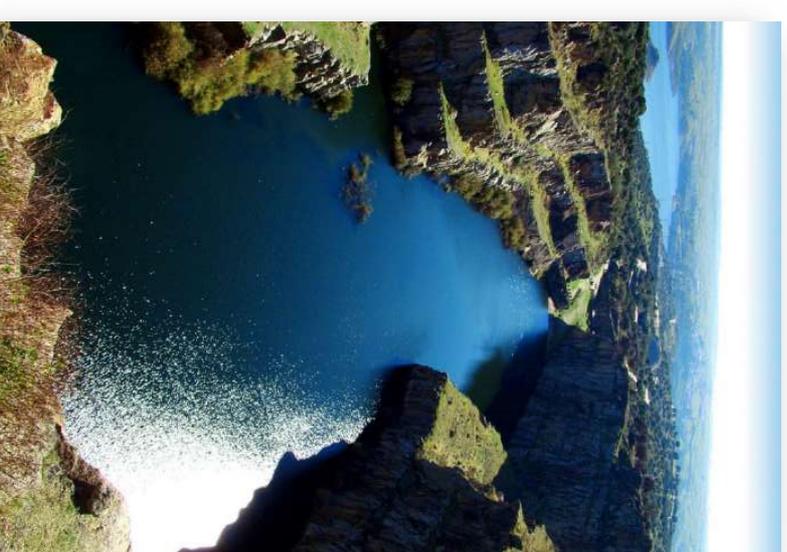
## Soportes promocionales

Crear soportes promocionales del territorio para facilitar el acceso del viajero a la información turística



# 1 Gobernanza turística

PROGRAMA DE ACCIÓN	PRIOR	HORIZONTE		
		2021	2022	2023
Creación de una <b>Mesa de Turismo</b> de Tierras de Cáceres y Trujillo, con participación de agentes públicos y privados de <b>todos</b> los territorios involucrados	ALTA			
Creación de un <b>Grupo Técnico de Trabajo</b> en el destino, con participación como mínimo de un técnico por cada territorio	ALTA			
Revisión / aprobación del <b>Plan de Acción</b> de Marketing Turístico Sostenible Post-COVID para el territorio para los próximos tres años	ALTA			
Asignación de un <b>Técnico responsable</b> para la coordinación y ejecución del Plan de Acción del territorio.	ALTA			
Estudiar la viabilidad de creación de un <b>Ente Gestor de Turismo</b> para la nueva marca – territorio.	MEDIA			
<b>Mejorar el conocimiento del destino</b> entre los agentes privados y públicos del territorio.	MEDIA			
Ampliar la información turística sobre el territorio Tierras de Cáceres y Trujillo en toda la <b>red de Oficinas de Información Turística</b> del territorio	ALTA			
Participación en la <b>Mesa Provincial de Turismo</b>	ALTA			



## 2 Identidad turística

PROGRAMA DE ACCIÓN	PRIOR	HORIZONTE		
		2021	2022	2023
Creación de un <b>“relato”</b> o <b>“storytelling”</b> del territorio en concordancia con “Tierras de Cáceres y Trujillo”	ALTA			
Programa de <b>implantación</b> y <b>visualización</b> de la <b>marca</b> turística “Tierras de Cáceres y Trujillo”	ALTA			
Programa de <b>sensibilización</b> de pertinencia de todos los agentes públicos y privados a la marca turística “Tierras de Cáceres y Trujillo”				

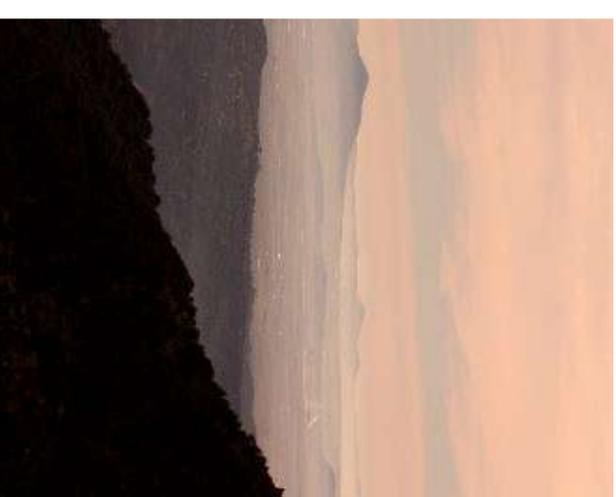




3

## Tierras de Cáceres y Trujillo Sostenible

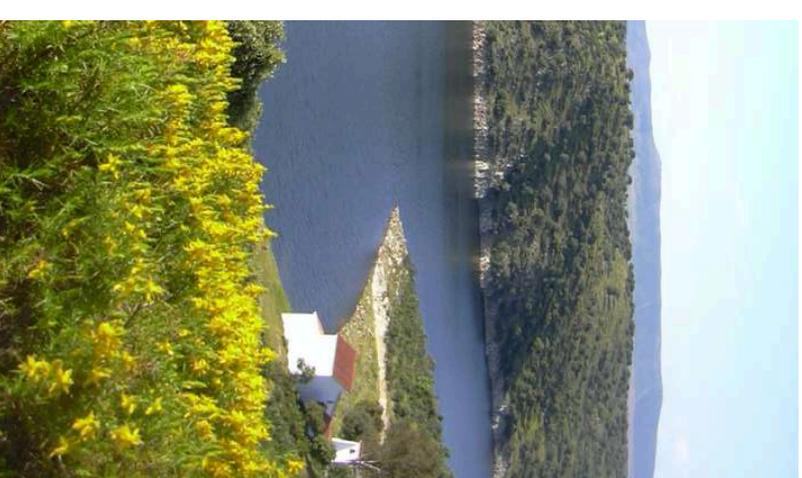
PROGRAMA DE ACCIÓN	PRIOR	HORIZONTE		
		2021	2022	2023
Definición de un <b>Plan de Acción de Turismo Sostenible</b> en el territorio.	ALTA			
Apoyo a la implantación de <b>buenas prácticas</b> de turismo sostenible en el sector público y empresarial del territorio.	ALTA			
Apoyo a la creación de <b>eventos sostenibles</b> .	ALTA			
Apoyo a la creación de <b>experiencias turísticas sostenibles</b> en el territorio.	ALTA			



4

# Propuesta de valor

PROGRAMA DE ACCIÓN	PRIOR	HORIZONTE		
		2021	2022	2023
Potenciación de los productos turísticos prioritarios del territorio	ALTA			
Elaboración de <b>planes de viaje</b> (en función de la duración y momento del año	MEDIA			
Elaboración de <b>propuestas</b> y <b>rutas</b> que fomenten la salida al entorno rural de los turistas en Cáceres ciudad y Trujillo y de los turistas en el entorno rural para visitar ambas ciudades.	ALTA			
Creación de <b>experiencias singulares</b> asociadas a los valores, recursos y elementos diferenciales del destino.	MEDIA			
Creación de <b>rutas</b> que vertebran todo el territorio de Tierras de Cáceres y Trujillo y/o ampliación de rutas comarcales y urbanas.	ALTA			
Elaboración de <b>listas de imprescindibles</b> del territorio (Top-10 o Top-20)	ALTA			



5

## Sportes promocionales

PROGRAMA DE ACCIÓN	PRIOR	HORIZONTE		
		2021	2022	2023
		<b>Selección de fotografías</b> del territorio Tierras de Cáceres y Trujillo del <b>banco provincial de imágenes</b> .	ALTA	
Creación de un <b>mapa turístico</b> del territorio con los Top-10 / Top 20. Digitalización. Disponible como mínimo en castellano, portugués e inglés.	ALTA			
Elaboración de <b>material promocional de soporte</b> a las <b>experiencias, planes de viajes y rutas temáticas que vertebran todo o gran parte del territorio</b> .	MEDIA			
Creación de una <b>web turística</b> de Tierras de Cáceres y Trujillo. Disponible como mínimo en castellano, portugués e inglés.	ALTA			
Creación de un <b>espacio / apartado</b> en la <b>web provincial</b> de <a href="http://turismocaceres.org">turismocaceres.org</a>	ALTA			



6

# Marketing Digital

PROGRAMA DE ACCIÓN	PRIOR	HORIZONTE		
		2021	2022	2023
<b>Desarrollo de contenidos</b> para el material promocional - Marketing de contenidos.	MEDIA			
Creación de <b>videos promocionales</b> con los principales valores del destino	MEDIA			
Creación y gestión de los perfiles en las <b>redes sociales. Comunicación digital.</b>	MEDIA			
Programa de <b>incorporación</b> de las <b>nuevas tecnologías</b> y el <b>marketing digital</b> en las <b>empresas.</b>	ALTA			
<b>Campañas específicas</b> en <b>redes sociales</b> en segmentos de demanda objetivo por productos turísticos prioritarios.	MEDIA			



7

# Promoción y apoyo a la comercialización

PROGRAMA DE ACCIÓN	PRIOR	HORIZONTE		
		2021	2022	2023
Elaborar un <b>plan de promoción y apoyo a la comercialización</b> que se adapte al nuevo escenario turístico Pos-COVID y que tenga en cuenta las relaciones con los medios, así como acciones de promoción más tradicionales como las ferias, los famtrips, los presstrips, etc. (difícil de definir prioridades concretas en estos momentos).	ALTA			





# ¿POR DÓNDE EMPEZAMOS?



# ¿Por dónde empezamos?

## 1. CREAR UNA MESA DE TURISMO DE TIERRAS DE CÁCERES Y TRUJILLO

Creación de una mesa de turismo con agentes públicos y privados de todos los sub-territorios involucrados.

**AÑO 1**

## 2. GRUPO TÉCNICO DE TRABAJO

Crear un grupo técnico de trabajo con participantes técnicos de cada territorio. Reuniones semanales en una fase inicial.

## 4. REVISIÓN PLAN DE ACCIÓN

Revisión / aprobación del Plan de Acción de Marketing Turístico Sostenible Post-COVID para el territorio para los próximos tres años

## 3. ASIGNACIÓN COORDINADOR TÉCNICO

Asignación de un Técnico responsable para la coordinación y ejecución del Plan de Acción del territorio.

## 5. IDENTIDAD TURÍSTICA

Revisión / aprobación de la Identidad Turística. Programa de **sensibilización** de pertinencia de todos los agentes públicos y privados a la marca turística.

## 8. SOSTENIBILIDAD

Plan de acción de turismo sostenible para la el territorio de Tierras de Cáceres y Trujillo

## 7. VERTEBRACIÓN DEL TERRITORIO

Creación de propuestas que vertebran todo el territorio de Tierras de Cáceres y Trujillo y que fomenten los desplazamientos entorno urbano – entorno rural

## 9. SOPORTES PROMOCIONALES

Creación de una web turística.  
Creación de un mapa turístico del territorio.  
Creación de un espacio / apartado en la web provincial de turismocaceres.org

**AÑO 2**

## 6. POTENCIACIÓN DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS PRIORITARIOS DEL TERRITORIO

Prioridad en Cáceres Natura - Ecoturismo, Bienestar en el Medio Rural, Cáceres Patrimonio y Paisajes y Sabores.



PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING TURÍSTICO SOSTENIBLE DE LA PROVINCIA DE CÁCERES 2020-2030

# PLAN DE MARKETING TURÍSTICO SOSTENIBLE DE TIERRAS DE CÁCERES Y TRUJILLO



innova management



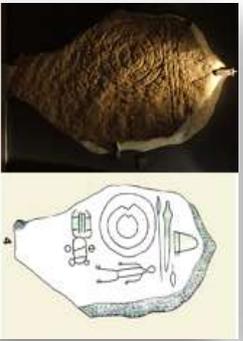
DIPUTACIÓN DE CÁCERES  
ÁREA DE RETO DEMOGRÁFICO,  
DESARROLLO SOSTENIBLE, JUVENRID Y TURISMO



diputación  
desarrollo  
CONSEJO REGULADOR DE LA CALIDAD  
DE LOS PRODUCTOS AGROPECUARIOS  
DE LA REGIÓN DE EXTREMURA



# Diagnóstico de situación



## Antiguas civilizaciones

- Villasviejas del Tamuja
- Estelas de guerrero

## Mundo romano y visigodo

- Via de la Plata
- Santa Lucía del Trampal

## Edad Media-Moderna

- Castillo Montánchez
- Convento San Agustín

## Arquitectura popular

- Corralás
- Molinos harineros