

---

# ANEXO II. Estrategia Regional de Turismo.

---

## 1. JUSTIFICACIÓN

1. Para Extremadura, el sector turístico genera un Valor Añadido superior a los 700 millones de euros, lo cual supone un 4,2% de nuestro PIB. En esta rama de actividad, según la Encuesta de Población Activa, trabajan más de 20.000 personas, que representan más del 5% del total de personas ocupadas.
2. Cabe destacar que el turismo rural significa para Extremadura casi el 10% del total en cuanto a pernoctaciones se refiere, un dato significativo, sobre todo si lo comparamos con el 2% que significa a nivel nacional.
3. Si tenemos en cuenta que Extremadura es una región joven en cuanto al Turismo, que cuenta con una nutrida variedad de alojamientos de reciente creación, una amplia red de oficinas de información y unas cada vez mejores infraestructuras de comunicación podemos decir que Extremadura está preparada para hacer del Turismo una de las principales, si no la principal fuente generadora de riqueza y empleo.
4. Extremadura es una región con grandes recursos turísticos culturales, patrimoniales y especialmente naturales. Podemos afirmar que es uno de los territorios más peculiares de Europa. Con casi 42.000 km<sup>2</sup> de extensión (tamaño similar al de países como Holanda, Suiza o Dinamarca) y apenas un millón de habitantes, es una de las regiones menos pobladas de España.
5. Lo que a priori parece un factor negativo se transforma en un valioso recurso para el turismo, frente a otras regiones españolas o europeas sometidas a fuertes presiones urbanísticas o industrializadoras. Su baja densidad de población, sumado a su escasa industrialización, han hecho posible que Extremadura llegue al siglo XXI en un inmejorable estado de conservación de su medio natural. Prueba de ello es que un 30% de su territorio se encuentra bajo algún tipo de protección ambiental o que más del 70% haya sido propuesto ante la Unión Europea como área de interés para la avifauna.
6. El turismo debe ser concebido como un elemento basado en criterios de cohesión social y territorial, como elementos esenciales del desarrollo sostenible.
7. Cuando hablamos de sostenibilidad en el Turismo nos referimos a gestionarlo de forma que contribuya a generar riqueza, al mismo tiempo que preservamos nuestros recursos naturales y culturales y se satisfacen las expectativas del visitante
8. La cohesión social debe ser concebida como un factor que nos permita un desarrollo equilibrado del Turismo en toda nuestra Comunidad Autónoma, poner en valor nuestras señas de identidad y nuestra riqueza, así como la diversificación de los productos turísticos con los que cada zona puede ser más competitiva, y la cohesión territorial como un activo que contribuya al desarrollo sostenible de la región en su conjunto.
9. Las zonas rurales han ganado en atractivo y ofrecen un gran interés cultural y medioambiental, por lo que el turismo rural se ha convertido en una importante fuente de diversificación de la economía de dichas zonas, complementaria de las actividades agropecuarias. En este sentido, desde la Junta de Extremadura creemos que es necesario impulsar iniciativas locales o zonales de turismo sostenible, ya sean públicas, privadas o mixtas. Lo que pretendemos, en

definitiva, es contribuir a la diversificación de la economía rural, generando riqueza y empleo y mejorando la calidad de vida de sus ciudadanos con el fin de contribuir a fijar la población en sus pueblos.

10. Este compromiso de la Junta de Extremadura con el turismo pasa por:
  1. Desarrollar el concepto de calidad, calidad en las infraestructuras, en los servicios, en la atención que se presta al cliente, en la oferta de productos y actividades, etc. Resulta importante generalizar la cultura del detalle unida a la eficiencia del servicio.
  2. Apostar por la Competitividad. En Extremadura la relación calidad precio, en principio, es buena y adecuada, por lo que podemos decir que somos competitivos en este sentido, pero la competitividad se rige, además, por otros parámetros referidos a factores de profesionalización, ampliación y diversificación de la oferta turística o a los niveles de calidad.
  3. Luchar por Desestacionalizar el turismo. Hacer que el turista nos visite durante todas las épocas del año y aumentar su permanencia en nuestros establecimientos, ello implica desarrollar nuevos productos turísticos que den respuesta a la demanda.
  4. Seguir profundizando en la coordinación con el sector y con otras administraciones. El Turismo tiene un gran componente de transversalidad, de ahí que sea imprescindible y básica la estrecha colaboración entre las distintas Administraciones y Organismos Públicos y el Sector Privado.

## 2. OBJETIVOS

1. Consolidar el sector turístico extremeño como sector estratégico de la economía regional.
2. Realizar una política transversal desde el sector turístico: Desarrollo Rural, Medio Natural, Fomento, Sanidad, Educación, etc.
3. Aunar y coordinar esfuerzos con las distintas Administraciones públicas, instituciones, organismos y entidades.
4. Consensuar directrices con el sector empresarial y agentes sociales.
5. Fomentar la creación de empleo en el sector turístico.
6. Buscar activamente nuevos yacimientos de empleo en el sector.
7. Impulsar la competitividad e innovación empresarial.
8. Apostar por la excelencia y la calidad turística.
9. Ayudar decididamente a la iniciativa empresarial privada.
10. Impulsar políticas de desarrollo turístico sostenible.
11. Conservar y poner en valor nuestro patrimonio cultural y patrimonial.
12. Proyectar una buena y potente imagen de Extremadura en el exterior

## 3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

1. Creemos que Extremadura debe apostar por un turismo de calidad y diferenciado, frente al turismo de masas, y desarrollar los productos con los que la región puede posicionarse de forma clara.
2. La situación actual de nuestro sector turístico, en casi todos los ámbitos en los que actúa, podemos decir que se encuentra consolidada, si bien es verdad que

hay otros en los que no estamos posicionados, o lo estamos de manera muy tímida. Entendemos que existen aún productos o segmentos en los que podíamos llegar a ser competitivos si apostamos de manera firme por ellos.

3. Los objetivos prioritarios en este sentido deben consistir en dejar a un lado el tradicional enfoque que hacía hincapié en los destinos, propio de etapas anteriores, y volver nuestra mirada a los productos turísticos, así como al establecimiento de infraestructuras de calidad.
4. Las grandes líneas de actuación en materia turística, entendemos deben girar en torno a los siguientes ámbitos o productos:
  1. Naturaleza
  2. Ornitología
  3. Ríos y embalses
  4. Explotación turística de la Dehesa
  5. Caza y pesca
  6. Cultural
  7. Idiomático
  8. De negocios
  9. Industrial
  10. Gastronómico/enológico
  11. Deportivo
  12. Golf
  13. Salud y relax
  14. Senior

#### 4. AGENTES IMPLICADOS

1. Para llevar a efecto el Plan de Turismo que se propone, resulta a todas luces necesario establecer líneas de cooperación con todos los actores que participan en la actividad turística, tanto públicos como privados, con el fin de aunar sinergias y sumar esfuerzos, estableciéndose las siguientes líneas generales:
  1. SECTOR PÚBLICO:
    1. REDEX (Grupos de Acción Local)
    2. Diputaciones provinciales
    3. FEMPEX (Ayuntamientos/Mancomunidades)
    4. Agentes Sociales
    5. UEX
  2. Actualmente, Turismo no cuenta con ninguna línea de ayuda o financiación para proyectos turísticos propiciados por los ayuntamientos o mancomunidades, ni para actuaciones diversas en materia turística. Creemos que sería necesario impulsar medidas de apoyo y financiación para ellos, no dirigidas al establecimiento de meras infraestructuras, sino al desarrollo de planes turísticos de calidad, en la línea en la que se desarrollan los actuales planes de competitividad, en los que los recursos fueran financiados, en este

caso, por Junta de Extremadura, Diputaciones, REDEX y Mancomunidades, con clara participación en los mismos de los empresarios de la zona.

## 2. SECTOR PRIVADO (Asociaciones, Confederaciones, Cluster de Turismo):

1. Si bien es verdad que actualmente contamos con una orden de subvenciones dirigidas al sector, creemos que deberían complementarse con otras medidas, por ejemplo, créditos blandos o con periodos de carencia, así como aumentar las ya existentes y el porcentaje máximo del 30% del total de la inversión a la que actualmente tienen derecho.
2. Por otra parte, debería propiciarse la forma de la concesión de obra pública, para el establecimiento de proyectos turísticos relevantes (complejos integrales, embalses, recuperación de patrimonio, o cualquier medida de interés para la Junta de Extremadura)
3. Creemos que sería oportuno cerrar la actual red de hospederías con las ya previstas y alentar este otro tipo de actuaciones.
4. Estamos trabajando con el sector con el fin de integrar en una red única todos los establecimientos turísticos de calidad, sean éstos de gestión pública (Hospederías), como privados.

## 3. JUNTA DE EXTREMADURA

1. Es cierto que Turismo tiene un gran componente de transversalidad, de ahí que actualmente la venta del Destino Extremadura se esté llevando a cabo a través de varias Consejerías y Direcciones Generales, pero sería importante unificar criterios en el sentido de que todas las actuaciones que de una manera clara pueden englobarse como subsectores del turismo se acomodaran a las estrategias de venta turística que la Junta de Extremadura lleva a cabo dentro y fuera de nuestro ámbito regional, nacional o internacional.
2. Por ejemplo, todas las cuestiones relacionadas con el deporte se inscriben en la Consejería de los Jóvenes y el Deporte, pero no es menos cierto que, cada vez en mayor medida, hay actividades deportivas íntimamente relacionadas con la explotación turística, dentro del denominado Turismo Activo, que se dispersan porque no está definido desde donde actuar.
3. Otro ejemplo claro lo tenemos con las actividades de caza y pesca y también algunas de Turismo Activo en el medio natural (senderismo y actividades al aire libre en general). Son claramente productos turísticos que deberíamos potenciar mucho más de lo que se viene haciendo, y estructurar un plan de actuación hasta ahora inexistente. Pasa igualmente con el turismo que afecta a balnearios, que dependen de Sanidad y Dependencia, siendo cada vez más establecimientos que reciben turistas ajenos al tema de salud, Y así podríamos apuntar más ejemplos que afectan a Comercio, Agricultura, etc.
4. Si hemos destacado el enorme valor que para Extremadura tiene el turismo de naturaleza, y la importancia de contar con recursos que den respuestas a distintos segmentos sociales (edad, nivel socioeconómico, aficiones, etc), sería totalmente necesario invertir fuertemente en nuestra red de campings teniendo en cuenta las graves deficiencias que presentan desde el punto de vista de las infraestructuras y servicios con los que cuentan (ya tenemos un estudio de necesidades al respecto). Destacar como dato que algunos de ellos no cumplen la normativa existente.
5. En relación con los mismos, y una vez los tuviéramos en condiciones

adecuadas, deberíamos tender a transferir la red a los Ayuntamientos.

6. Desde el punto de vista de la calidad turística, y con el fin de propiciar e impulsar la profesionalización del sector, se debería apostar aún más claramente por la formación y especialización del mismo, así como por la modernización de los establecimientos y de la gestión del sector.

## 5. OBSERVACIONES FINALES

1. Uno de los factores que determinan de manera clara la llegada de un mayor número de turistas nacionales e internacionales, radica en la existencia o no de buenas vías de comunicación aéreas y terrestres.
2. Sabemos del interés por establecer en Cáceres un aeropuerto internacional que vendría a resolver en gran medida el problema existente en este campo, pero mientras el mismo llega a ser una realidad deberíamos intentar:
3. Establecer zonas de aterrizaje en puntos estratégicos de la Comunidad Autónoma (helipuertos o similares)
4. Incrementar los destinos a los que se accede desde el Aeropuerto de Badajoz, teniendo en cuenta las zonas emisoras de turismo hacia Extremadura o propiciando nuevas conexiones a otros puntos importantes de España.
5. Intentar llegar a acuerdos con compañías que operan con vuelos de bajo coste.

## 6. PROMOCIÓN TURÍSTICA

1. No debemos caer en el tópico de creer que lo que se invierte en promoción es un dinero dilapidado: lo que no se vende, no existe, por ello hay que seguir apostando por fórmulas tradicionales, entre las que las campañas de publicidad a nivel nacional y a través de los distintos medios de comunicación existentes son claves, junto a nuevas fórmulas de marketing más innovadoras y agresivas.
2. Sería muy importante coordinar las distintas actuaciones publicitarias con las que cuenta la Junta de Extremadura, para que todos logremos alcanzar el objetivo común que es la venta del Destino Extremadura.
3. Asimismo, seguir ahondando en la coordinación de la promoción turística con Diputaciones REDEX, ayuntamientos, mancomunidades, etc., para que todos nos movamos bajo parámetros similares y en la misma dirección, rentabilizando mejor los recursos existentes.