

## MESA SECTOR TURISMO – ACTA DE LA REUNIÓN

### 1. FICHA TÉCNICA

Sector – Turismo

Invitados:

- A través de correo electrónico y teléfono: representantes de empresas relacionadas con el sector turístico, técnicos de las oficinas de turismo de la Comarca de la Vera y empleados públicos con funciones relacionadas con la información turística.
- A través de redes sociales: abierta a los/as veratos/as interesados en la actividad agroindustrial y agroalimentaria.

Lugar de celebración: Casa de la Cultura de Aldeanueva de la Vera.

Fecha: 12 de junio de 2015

Hora: 11:00 horas

Participantes: se adjunta como anexo la hoja de firmas y reportaje fotográfico.

### 2. EXTRACTO DE LA REUNIÓN

El Gerente de ADICOVER abre la reunión presentando los objetivos que persigue el grupo con las reuniones que se van a mantener durante el Proceso Participativo con diversos sectores de la Comarca. La estructura de la presentación es la siguiente:

1. Bienvenida al grupo.
2. Descripción del programa LEADER, situación actual del mismo y proceso previsto para la puesta en marcha de Programa 2014 – 2020.
3. Descripción del proceso participativo que se está desarrollando en la Comarca de la Vera, así como de los canales abiertos para participar, al margen de las mesas de participación:
  - a. Entrevistas personales
  - b. Cuestionarios on – line

- c. Facebook
- d. Cajón de Ideas (web de participación)

Una vez finalizada la introducción de la mesa, se procede a realizar una ronda de presentación de los participantes, en la que ya se dan intervenciones a través de las cuales los participantes en la mesa realizan una descripción de la situación del sector en la Comarca. Se indica que, después de un año 2013 en el que se dio una caída profunda en el número de visitantes, las dos últimas anualidades están siendo buenas en cuanto a la circulación de turistas, de los cuales se comenta que año a año exigen más. Ya no se conforman con el paisaje sino que buscan información sobre los recursos existentes: dónde dormir, dónde comer, qué ver, qué hacer... Se concluye que la búsqueda de calidad es el denominador común de los que solicitan información en puntos de información o en los propios establecimientos turísticos.

Una vez finalizada la ronda de presentación se inicia el debate sobre la situación actual del sector objetivo en La Vera, y las acciones que han de desarrollarse para mejorar su situación actual, y de esta manera incrementar su capacidad de impacto en el territorio.

## 2.1. Conclusiones y Temas Tratados

Al hilo de las exposiciones realizadas durante la presentación, el debate se abre tratando el tema del tipo de información que busca un turista, y, al margen de lo ya indicado, se expone que existe un interés creciente por los productos agroalimentarios de Extremadura, y que la tendencia se inclina a conocer los recursos existentes en La Vera, no en una localización concreta.

En relación a esta cuestión son varias las intervenciones que evidencian los escasos recursos existentes para ofrecer información a los visitantes, carencia que se hace más significativa en aquellas fechas en las que existen pico de turistas como en Semana Santa o en determinados puentes. Esta escasez de material de difusión / información de los recursos veratos es expuesta tanto por propietarios de establecimientos como por técnicos de puntos de información.

Por otro lado se indica que a veces existe una visión localista que no ve con buenos ojos que a un turista que está en una localización concreta, se le ofrezca información sobre los recursos existentes en otro punto de La Vera. En relación con esta cuestión se expone que es necesario realizar un trabajo de concienciación enfocado a hacer ver que para conseguir aumentar el número medio de estancias por turista, o el gasto que realizan en el territorio, es necesario ofrecerle alternativas de ocio que difícilmente van a encontrar en un municipio concreto, ya que hasta grandes destinos turísticos de la región como Cáceres, Mérida o Plasencia pueden verse en una tarde, y su sector turístico oferta los recursos del entorno con el fin de intentar “mantener” al turista más tiempo.

Respecto a la información que se da al turista se indica que cuando las indicaciones que se dan no se exponen de una manera fría, sino que se ofrecen basadas en las vivencias y en la experiencia propia, el impacto es mayor y suele incrementar el grado de satisfacción del visitante y que estos repitan la experiencia.

Al hilo de la falta de material promocional, tienen lugar un conjunto de intervenciones sobre el tipo de material existente, y con el que se debería contar. Algunos de los asistentes indican que a escala local realizan folletos informativos, que aunque intentan ser útiles, no tienen la calidad y el atractivo visual que ha de tener esta clase de producto. Se insiste en la necesidad de editar folletos en lo que se recojan los recursos existentes en la Comarca, y de contar con una plataforma web en la que no solo estén descritos y geolocalizados estos recursos, sino que además los establecimientos cuenten con microespacios en los que puedan exponer imágenes, ofertas y cualquier tipo de información relacionada con su establecimiento.

Desde ADICOVER se indica que se ha editado y será difundida de inmediato entre los puntos de información y los establecimientos de la comarca un catálogo en el que se describen algunas de las rutas naturales de la comarca, con enlaces para descargar los tracks.

ATURIVE indican que ellos elaboran un folleto a nivel de asociación y que suelen distribuirlo por los puntos de información y entre sus asociados, pero que, a pesar de ello, la función de la asociación no es generar este tipo de material.

Y por último en relación con el tema de la información al visitante se expone que, si bien contar con una oficina de información turística en cada localidad quizás sea excesivo, sí sería conveniente que cada pueblo tuviera al menos un punto de información turística. También se indica que las personas que trabajan en estos puntos han de tener estabilidad, ya que en algunas localidades, esta plaza se cubre de manera rotatoria (6 meses) lo que implica un deterioro del servicio.

A partir del comentario sobre el catálogo de rutas, el debate gira en torno a este recurso. Se indica que aunque el turismo cultural es muy importante dado el patrimonio con el que cuenta La Vera, el factor diferencial de esta Comarca es el entorno natural, y que sobre él ha de girar cualquier tipo de oferta enfocada a la comercialización turística. En este punto se indica que los datos de la encuesta realizada por ADICOVER en el marco de este Proceso Participativo el objetivo más valorado es el que hace referencia a la conservación y puesta en valor de los recursos naturales.

Sobre este tema se exponen varias cuestiones:

- La suciedad: muchos de los espacios naturales de la Comarca destacan por la cantidad de residuos que los “adornan” como consecuencia de la afluencia de personas y la falta de capacidad de los ayuntamientos de proceder a su limpieza. Sobre este tema se lanzan las siguientes propuestas:

- Crear equipos de vigilancia pública que garantice la limpieza del entorno.
- Incrementar la frecuencia en la recogida de los contenedores, papeleras y puntos limpios (en la actualidad hay zonas concretas en los que permanecen desbordados durante días).
- Aplicación de las normas municipales.
- Realizar campañas de sensibilización.
- La falta de civismo: en determinados puntos de la Comarca, especialmente en aquellos en los que existen puntos de ocio nocturno se producen situaciones que chocan con el tipo de turismo que viene a La Vera que busca tranquilidad y espacios en los que disfrutar de un entorno saludable. Respecto a este tema se expone también el poco respeto de los dueños de perros que no tienen ningún tipo de conciencia social en relación con los excrementos de sus mascotas. En relación con las faltas de civismo se solicita una mayor implicación de las policías municipales, que han de hacer cumplir las ordenanzas ya existentes.
- El mantenimiento de las rutas (respecto a esta cuestión son varias las apreciaciones):
  - Mantenimiento: es necesario adecuar los caminos para que los interesados en recorrerlos ya sea a pie, corriendo o en bici puedan disfrutarlos. Sin embargo se indica que muchos están muy abandonados. Desde los ayuntamientos se indica que no tienen capacidad para realizar esta gestión. Se comenta la experiencia del Losar de la Vera que está poniendo en valor las rutas en el contexto de una acción formativa a partir de la cual no solo se están adecuando los trazados, sino que se están realizando acciones modelizando y elaborando material informativo sobre ellas tanto en formato papel como digital, estando disponibles los tracks en varios formatos.
  - Homologación: es necesario impulsar un proyecto de homologación de rutas, ya que esto podría atraer turismo relacionado con el deporte al aire libre.
  - Señalización: la señalización de gran parte de las rutas es deficiente. Sobre este punto concreto se expone que parte de la culpa de la carencia de señalización la tiene la población autóctona, especialmente la que vive o tiene su explotación ganadera en parajes aislados que en ocasiones es la responsable de eliminar o deteriorar las indicaciones ya que prefieren que por determinadas zonas no transiten los turistas.
  - Tracks: se insiste en la importancia de que los recorridos de las rutas veratas estén disponibles para ser descargados en dispositivos móviles y que estén en formatos compatibles con las aplicaciones (endomondo, runtastic...) más populares entre los aficionados a los deportes al aire libre.

- Respeto a los espacios de uso público: es necesario hacer cumplir las normativas de espacios públicos ya que uno de los problemas de las rutas es que algunos propietarios de terrenos ubicados en espacios naturales están limitando sus propiedades de manera irregular llegando en ocasiones hasta las orillas de las propias gargantas, dificultando en muchos de los trazados la circulación de senderistas, corredores o ciclistas.

Por último, en torno a la valoración del patrimonio natural se tratan dos temas:

- La gestión de la gargantas, sobre lo que se coincide en señalar la necesidad de mejorar la gestión de este recurso, aunque se considera que no es fácil establecer criterios sobre la limitación de accesos.
- Es esencial realizar intervenir en los centros escolares con el fin de sensibilizar a los alumnado sobre la importancia de mantener, proteger, conservar y valorar el patrimonio natural que les rodea, ya que el comportamiento de niños y jóvenes se refleja en los padres.

En este punto de la reunión se realiza una descripción de los datos estadísticos relacionados con el sector turístico del destino Vera / Jerte. En resumen los datos demuestran que este destino cuenta con número de visitantes y pernoctaciones muy elevados, pero que el grado de ocupación apenas supera el 20%, porcentaje bajo que implica que no todos los dueños de establecimientos pueden tener una dedicación exclusiva al turismo.

También se indica que entre los eventos analizados a escala regional, la Ruta de Carlos V es la más valorada por término medio. A partir de la descripción de estos datos, se realiza una descripción del Club del Producto Ruta de Carlos V y el impacto que tendrá el haber alcanzado la catalogación de Itinerario Cultural Europeo. Se incide en el hecho de que el Club del Producto no se va a centrar en Cuacos de Yuste, Aldeanueva de la Vera y Jarandilla de la Vera, sino que se ha diseñado con el fin de que alcance un impacto comarcal.

A partir de la descripción del Itinerario Cultural, se tratan temas problemáticas concretas del sector turístico y propuestas concretas:

- Falta unión en la Comarca y en concreto en el sector turístico.
- El sector no responde a las iniciativas que se plantean. En concreto el sector necesita formación, y aunque existe oferta, es muy complicado encontrar interesados en asistir a las acciones formativas.
- Es esencial dar una mayor visibilidad a los eventos que se organizan en las distintas localidades. Se propone elaborar una guía que recoja aquellos que tienen una actividad consolidada, aunque no estén catalogados como fiestas de interés turístico.

- Ha de mejorarse la comercialización, para ello es esencial paquetizar la oferta. Para ello se debate sobre la creación de una marca comarcal que agrupe la oferta de servicios y productos de calidad de La Vera.
- Es necesario mejorar la calidad de la restauración ya que en la actualidad este es un factor de reclamo turístico. En particular se indica la importancia que tendría que en los bares y restaurantes se pudieran consumir productos autóctonos y recetas tradicionales.
- Se indica que La Vera ha de apostar por un turismo de calidad, en vez de enfocarse a modelos basados en la cantidad.
- La utilización de las redes sociales por parte de los profesionales del sector es aún escasa, por lo que se expone la necesidad de trabajar en este sentido como un factor para mejorar la capacidad de incrementar el impacto del sector turístico.
- Sería esencial contar con transporte público al menos en las fechas de mayor incidencia de visitantes, ya que en la actualidad no existe la posibilidad de atraer turismo que no disponga de vehículo propio, en este sentido se indica que, dada las características medioambientales de La Vera, este factor es claramente limitante.
- Dado el interés por los productos autóctonos, es necesario que el comercio mejore la experiencia de venta de los visitantes. Ya existen tiendas que abren domingos en las épocas de mayor afluencia, pero ha de trabajarse en la especialización y en el cuidado de la imagen, ya que existen ejemplos en la propia comarca (Guijo de Santa Bárbara) que muestran la viabilidad de los comercios singulares.

### 3. ASPECTOS CLAVES TRATADOS

- Mantenimiento, conservación y puesta en valor del patrimonio natural, como elemento diferencial de la oferta verata.
- Mejorar la oferta del material informativo tanto físico como digital.
- Apostar por la calidad.
- Mejorar la comercialización de la oferta existente.
- Formación e información al sector.
- Sensibilización y educación social.
- Homologación, mantenimiento, señalización, digitalización e interpretación de las rutas



Estrategia  
preparatoria  
Programa  
Desarrollo  
Comarcal La Vera

- Ruta de Carlos V como proyecto comarcal que va a posicionar internacionalmente a La Vera.
- Potenciar los eventos consolidados.
- Mejorar la calidad de la restauración a partir de productos y recetas autóctonas.
- Marca La Vera, como puerta a la paquetización del producto turístico.
- Combatir la suciedad en los entornos naturales.
- Incrementar los puntos de información.
- Trabajar por incrementar la cohesión en la Comarca y en particular en el sector.