

# Observatorio del Cambio



## El Turismo en Badajoz.

22 de marzo de 2010





## Ayuntamiento de Badajoz

En el año 2008, impulsado y cofinanciado por el Ayuntamiento de Badajoz, el Ministerio de Administraciones Públicas aprobó la realización del proyecto Pacto Local por el Empleo de Badajoz con la financiación del Fondo Social Europeo.

De esta manera, el **PACTO LOCAL POR EL EMPLEO DE LA CIUDAD DE BADAJOZ** se formalizó en julio del 2009 con la participación de las entidades Apamex, Cámara de Comercio de Badajoz, CCOO, COEBA, Junta de Extremadura, UGT y UEX, además del Ayuntamiento de Badajoz.

El Pacto Local por el Empleo prevé generar una dinámica de cooperación entre todas las instituciones que trabajan en el fomento de la formación y empleo en la ciudad. Entre las actividades que desarrolla se incluyen la organización de Observatorios, Jornadas Técnicas, Estudios Sectoriales sobre el Mercado Laboral, participación en Redes, Intercambios de Experiencias y programas formativos.

En el seno de estas actividades se incluye el Observatorio del Cambio de Badajoz, un foro dedicado a analizar la situación de sectores estratégicos de la ciudad, su previsible evolución y su efecto sobre el mercado laboral. A través de sesiones temáticas con periodicidad mensual se realizan análisis, debates, intercambio de ideas y propuestas de acción con el objetivo de transmitirlos al conjunto de la ciudad.

Hasta el momento se han producido las siguientes sesiones de trabajo:

- 1 diciembre 2009. Presentación del Observatorio y metodología.
- 18 enero 2010. Badajoz presente y futuro.
- 22 febrero 2010. Plataforma Logística.
- 22 marzo 2010. El Turismo en Badajoz.



# El Turismo en Badajoz

## AYUNTAMIENTO DE BADAJOZ

### OBSERVATORIO DEL CAMBIO DE BADAJOZ

#### Pacto Local por el Empleo

FECHA DE CELEBRACIÓN: 22 de marzo de 2010

LUGAR DE CELEBRACIÓN: Hotel Husa Zurbarán

### MIEMBROS PERMANENTES DEL OBSERVATORIO

- D<sup>a</sup> Maria Dolores Serrano González (Sectores Inmobiliario, Construcción, Ingenierías y Agroalimentario)
- D. Carlos Arce Pardo (Consultoría, Industrias, Medio Ambiente y Energía)
- D. Jacinto Mendoza García (Comercio)
- D. José Luis Iniesta Vázquez (Turismo, Ocio y Ganadería)
- D. Alfredo Liñán Corrochano (Sector Financiero)
- D. Ignacio Sánchez Rubio (Consultoría, Turismo y TIC)
- D. Miguel Murillo Gómez (Sector Ocio y Cultura)
- D. Ángel Sánchez Trancón (Sector Sanitario y Formación)
- D. Antonio Pitera Corraliza (Medios de Comunicación y Multimedia)
- D. Julián Casas Luengo (Multimedia, Edición y Conocimiento)
- D. Francisco Javier Fragoso Martínez (Ayuntamiento de Badajoz)
- D. Germán López Iglesias (Ayuntamiento de Badajoz)
- D. Antonio Rubio Núñez (Itae Escuela de Negocios de Extremadura)
- D. José Manuel Cuadrado Domínguez (Itae Escuela de Negocios de Extremadura)
- D. Antonio García Salas (Itae Escuela de Negocios de Extremadura)

Especialistas invitados:

- D. Jose Luis Ascarza (Presidente Confederación Empresarial de Turismo de Extremadura. CETEX)
- D. Jesús María Clemente Santos (Director Hotel AC Badajoz)
- D. Mikel Echavarren (Consejero Delegado de IREA. Consultor Turístico)

### OBJETIVOS DE LA SESIÓN

- Analizar el turismo de Badajoz. Sus posibilidades reales de desarrollo.
- Identificar los posibles productos turísticos a desarrollar.
- Identificar sus oportunidades, amenazas, puntos fuertes y débiles.
- Hacer una reflexión sobre su posible posicionamiento turístico.
- Hacer propuestas de actuaciones para el fortalecimiento del sector turístico.
- Concretar prioridades de actuación.

Para el desarrollo de la sesión ha servido de documento base de trabajo, el documento sobre “Turismo y Sector Turístico en Badajoz” del primer Observatorio del Cambio de la ciudad de fecha 20 de noviembre del 2003. Este documento ha sido sometido a revisión, actualización y ampliación, en la edición actual del Observatorio del Cambio.

Con posterioridad a la celebración de la primera edición del Observatorio del Cambio, y como consecuencia de él y a iniciativa del sector, se creó en el 2005 el Observatorio Turístico de Badajoz y, desde entonces, y de manera ininterrumpida, ha estado celebrando sesiones de trabajo y elaborando datos e información que sirven de base también para este documento.

El presente documento es el resultado de la revisión del documento anterior por el actual Observatorio del Cambio de Badajoz y se ha sometido con posterioridad, también, a aportaciones a los miembros del Observatorio Turístico de Badajoz.

## CONTENIDOS DE LA SESIÓN

- La Organización Mundial del Turismo (OMT) define el Turismo como “Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocio y otros motivos”. La OMT define como turistas tanto al visitante que pernocta como al que no, denominado habitualmente excursionista. El excursionista es cada vez más tenido en cuenta en la actividad turística debido a que: su nivel de gasto diario es alto, la rapidez de los medios de transporte ha hecho que se multiplique el número de viajeros, las motivaciones de viajes son cada vez más diversas y los periodos vacacionales se han acortado y dispersado a lo largo del año. Por ello el gasto que realiza el turista y la actividad turística no puede limitarse al concepto de pernoctación o alojamiento, sino que incluye muchas otras actividades como el transporte (taxis, autobuses, aparcamientos, talleres, gasolineras, tren, avión y alquiler de coches), hostelería (restaurantes, catering, cafeterías, bares y discotecas), organizadores de viajes (agencias, organizadores de ferias y congresos o guías turísticos), comercio (tanto el general de la ciudad como el específicamente turístico o de recuerdos), el sector sanitario (médicos, clínicas, farmacias, veterinarios, ortopedias y ópticas), actividades de ocio (cines, parques de ocio, salas de fiestas, casinos, teatros y espectáculos o salas de juegos) entre muchas otras actividades.
- Los beneficios que el turismo aporta a la ciudad, afecta a muchas actividades y el gasto del turista tiene un alto efecto multiplicador en la economía local. Con el fin de evidenciar la importancia de este sector entre los beneficios que proporciona a la ciudad se podrían destacar:
  - Genera un gran número de puestos de trabajo, directos e indirectos.
  - Atrae dinero a la ciudad exportando servicios.
  - Puede ser desarrollado a partir de la infraestructura existente, sin necesidad de grandes inversiones.
  - Puede ser complemento de otros sectores económicos como

la industria agroalimentaria, el comercio, las industrias culturales, el ocio y entretenimiento, la construcción, la sanidad, etc.

- Incrementa la educación, el conocimiento de idiomas y promueve un mayor nivel de calidad de servicios.
- Pone a disposición del residente servicios que sin el turismo difícilmente se justificarían.
- Contribuye a preservar el patrimonio histórico-cultural y tradiciones.
- Incrementa el conocimiento y aprecio de la cultura local y la autoestima ciudadana.
- Promueve el conocimiento y entendimiento de los pueblos.

■ Teniendo en cuenta al excursionista, Badajoz es la ciudad de Extremadura más visitada y por tanto la más importante turísticamente. Según los datos del Anuario Económico de La Caixa 2009, Badajoz tuvo 6.583.884 visitantes en el 2008 seguida de Cáceres con 2.235.517. Esta misma publicación asigna un índice turístico a cada ciudad que indica la importancia de la actividad estrictamente turística del municipio asignando un índice turístico de 158 a Badajoz, 128 a Mérida y 85 a Cáceres. El Anuario Estadístico de Extremadura, siguiendo otros criterios, asigna un índice turístico de 2.122 a Badajoz, 1.732 a Mérida y 1.159 a Cáceres. En lo referente a pernoctaciones, Badajoz ocupa el tercer puesto: Según los datos del Instituto Nacional de Estadística en el año 2009; Cáceres tuvo 364.249 pernoctaciones seguida de Mérida con 291.931 y Badajoz con 268.835, a mayor distancia esta Plasencia con 142.028 y Trujillo con 126.249 pernoctaciones. Badajoz tiene un comportamiento turístico típico de ciudad de servicios y comercial con mayores ocupaciones los días de diario (martes, miércoles y jueves) y los meses laborales (marzo, abril y mayo, y septiembre, octubre y noviembre) frente al resto de la región que tiene mayores ocupaciones hoteleras los fines de semana, días festivos y los períodos vacacionales. Este comportamiento revela que actualmente la principal motivación del visitante que pernocta es laboral, viéndose en los últimos años alterado este comportamiento con el incipiente turismo de congresos y eventos.

■ Las visitas de excursionistas a la ciudad están motivadas actualmente, en su mayor medida, por la demanda de los servicios que se ofrecen en Badajoz: Comercio, salud y ocio. El origen de las personas que se informan en la Oficina de Turismo, y por tanto tienen interés en conocer otros recursos turísticos de la ciudad, son en su mayoría de Extremadura. En el año 2009 los principales orígenes de los que se informaron fueron: Extremadura (18.474), Andalucía (2.512), Madrid (2.445), Comunidad Valenciana (1.639), Cataluña (1.591), Portugal (1.209) País Vasco (1.081), y Castilla-León (1.069). Más del 40% del total de los informados en las oficinas de turismo procedían de la región extremeña. Estos datos repiten el comportamiento de los años anteriores.

■ Se destaca que, siendo múltiples los motivos de visitas a la ciudad, Badajoz no aprovecha suficientemente la estancia de los visitantes, limitándose normalmente al consumo del servicio que motivó el desplazamiento. Se viene a Badajoz a comprar, al médico, al Parque de Ocio o a ver monumentos sin que se vean motivados a realizar otras actividades en la ciudad aprovechando

la visita. Esto se produce por varias razones:

- No existe un concepto global de destino turístico.
  - Los propios agentes turísticos desconocen el resto de recursos y ofertas turísticas de la ciudad.
  - Los ciudadanos de Badajoz y gran parte de las actividades afectadas por el turismo no tienen sensibilidad, vocación ni conciencia turística, siendo en muchos casos el propio residente de Badajoz quien desaconseja la visita o minusvalora los recursos.
  - Las promociones de los productos se realizan individualmente por cada agente, sin apenas actuaciones conjuntas o promocionando productos complementarios. Domina un concepto individualista de la oferta en contraposición a la del destino turístico.
- En relación al número de plazas de alojamiento, Extremadura según datos del INE dispone de 17.633 plazas, incluyendo todas las categorías y formatos, desde camping a Hoteles de 5 estrellas. Badajoz dispone de un total de 2.463 plazas lo que supone un 14% del total de plazas de Extremadura y un 30% del total de plazas de la Provincia de Badajoz. La distribución de plazas por categoría y por las principales localidades se muestra en el siguiente cuadro:

PLAZAS HOTELERAS POR CIUDADES DE EXTREMADURA													
	Casa Rural	Península	Hs 1*	Hs 2*	H 1*	H 2**	H 3***	H 4****	H 5*****	TOTAL	Hoteles de más de 2*	Hoteles de más de 3*	% Hoteles de más de 3*
BADAJOZ		22	202	15		194	693	968	116	2.210	1.971	1.777	80%
CÁCERES	10	97	210	172	191	188	191	1.110	84	2.253	1.573	1.385	61%
MÉRIDA	26		175	102	36	90	181	856	144	1.610	1.271	1.181	73%
TRUJILLO	112	41	143	123	35	60	203	378		1.095	641	581	53%
PLASENCIA	6		22	97	164		207	325		821	532	532	65%
ZAFRA	41		126	8	89	94	175	120		653	389	295	45%
BAÑOS DE MONTEMAYOR	110	16	72	168	14	66	157			603	223	157	26%
ALMENDRALEJO				12	54	68	225	230		589	523	455	77%
GUADALUPE	110		50	152		157		83		552	240	83	15%
ALANGE	66		61		70		73	172		442	245	245	55%
VAL DE ALCANTARA	273	7	14		96			10		402	10	10	2%
OLIVENZA	16	20		12	15		283	36		382	319	319	84%
DON BENITO		14	31	32		82	160			319	242	160	50%
NAVAL MATA		30		90	119					239	0	0	0%
VILLANUEVA			12		48	27	27	96		182	122	95	52%
CORIA		8			70	38		57		173	85	57	33%
<b>TOTAL</b>	<b>770</b>	<b>255</b>	<b>1.118</b>	<b>963</b>	<b>1.003</b>	<b>1.064</b>	<b>2.548</b>	<b>4.440</b>	<b>344</b>	<b>12.525</b>	<b>8.396</b>	<b>7.332</b>	

\*Fuente: Guía Profesional de Turismo de Extremadura. Junta de Extremadura

Como puede apreciarse en el cuadro, Badajoz es la localidad con mayor número de plazas hoteleras en Extremadura, disponiendo de casi 400 plazas más en hoteles de 2 y 3 estrellas o más, que la segunda localidad.

- Tomando la información suministrada por el Observatorio Turístico de Badajoz, que contempla los datos del 80% del total de camas de la ciudad, la ocupación de plazas en los últimos años ha experimentado la siguiente evolución:

<b>Observatorio Turismo</b>	<b>Plazas 09</b>	<b>Plazas 08</b>	<b>Plazas 07</b>	<b>Plazas 06</b>
ENERO	11.205	11.912	12.095	10.408
FEBRERO	12.865	14.623	14.979	13.859
MARZO	18.844	20.251	19.729	16.600
ABRIL	19.442	16.738	20.934	22.561
MAYO	19.450	21.504	15.838	16.939
JUNIO	15.892	17.495	17.230	17.881
JULIO	16.560	16.571	15.801	14.290
AGOSTO	14.405	16.139	17.809	16.806
SEPTIEMBRE	17.040	17.942	21.050	19.421
OCTUBRE	20.193	21.316	20.388	18.829
NOVIEMBRE	13.254	15.201	17.547	19.093
DICIEMBRE	14.207	13.687	14.771	16.737
<b>TOTAL</b>	<b>193.357</b>	<b>203.379</b>	<b>208.171</b>	<b>203.423</b>

Estos datos pasados a índice de ocupación de plazas hoteleras se muestran en el siguiente cuadro:

<b>Observatorio Turismo</b>	<b>% plazas 09</b>	<b>% plazas 08</b>	<b>% plazas 07</b>	<b>% plazas 06</b>
ENERO	23,61%	25,10%	25,82%	22,22%
FEBRERO	30,01%	34,11%	35,40%	32,76%
MARZO	39,70%	42,67%	42,12%	35,44%
ABRIL	42,33%	36,44%	46,18%	49,77%
MAYO	40,98%	45,31%	33,81%	36,16%
JUNIO	34,60%	38,09%	38,01%	39,45%
JULIO	34,89%	34,91%	33,73%	30,51%
AGOSTO	30,35%	34,00%	38,02%	35,88%
SEPTIEMBRE	37,10%	39,06%	46,44%	42,84%
OCTUBRE	42,55%	44,91%	43,53%	40,20%
NOVIEMBRE	28,86%	33,10%	38,71%	42,12%
DICIEMBRE	29,93%	28,84%	31,53%	35,73%
<b>PROMEDIO</b>	<b>34,58%</b>	<b>36,38%</b>	<b>37,78%</b>	<b>36,92%</b>

De lo que se desprende el bajo nivel de ocupación de la infraestructura de alojamientos de la ciudad con una ocupación media de plazas del 34,58% de media anual en el 2009, frente a una media anual en España del 49,52% en este año según el INE. Esta diferencia de media se incrementa si lo comparamos con la media en hoteles de cuatro estrella (55,29%) y con los de tres estrellas (57,06%), datos mas homogéneos para la comparación.

- Por procedencia de las ocupaciones, según los datos del Observatorio Turístico de Badajoz, el 83,67% de las pernoctaciones en el 2009 fueron de turismo nacional y el 16,33% de extranjero, frente a una media en España del 43,6% nacional y 56,4% extranjero. El turismo nacional procedía principalmente de la Comunidad de Madrid (20,77%), de Andalucía (17,45%), de la propia



Extremadura (13,72%) y de Cataluña (5,48%). En cuanto al turismo extranjero el 41,89% de este procedía de Portugal, frente al 2,14% a nivel nacional, seguido del de Reino Unido con el 5,32% y Alemania con el 4,69% que a nivel nacional suponen el 26,08% y el 28,10% del total de turismo extranjero respectivamente.

## RECURSOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD

Frente a una tradicional conciencia ciudadana de falta de atractivos turísticos, Badajoz tiene un gran número de recursos que son susceptibles de poner en valor y de aprovechar turísticamente, potenciando el número de visitantes y el nivel de gasto de los mismos.

Entre los recursos identificados cabe destacarse:

- Recursos de carácter **patrimonial, histórico-artístico y cultural.**
  - **La Alcazaba, el conjunto amurallado árabe y la Torre de Espantaperros.** Es un conjunto singular y una de las mayores alcazabas de Europa. Tiene un alto nivel de deterioro, abandono y, en la actualidad, un muy bajo aprovechamiento turístico y ciudadano. En su interior contiene el **Museo Arqueológico**, la **Biblioteca General de Extremadura** y la **Facultad de Biblioteconomía, Documentación y Comunicación Audiovisual**, lo que ha requerido rehabilitaciones parciales, no exentas de polémicas y dificultades judiciales. Con los fondos del Plan de Dinamización Turística se realizó una actuación de ajardinamiento que ha permitido un mayor uso ciudadano del espacio, también recientemente se procedió a la rehabilitación de los **Jardines de La Galera** junto a la **Torre de Espantaperros**, lo que ha puesto en valor un espacio singular e incrementado su uso. El 7 de junio del 2006 se firmó un convenio entre el Ayuntamiento de Badajoz, la Junta de Extremadura y el Ministerio de la Vivienda para proceder a una inversión de doce millones de euros para la rehabilitación integral del monumento. Se espera que en el año 2010 se inicien las actuaciones con la **rehabilitación parcial de las murallas entre la Puerta de Carros y la del Alpendiz** que finalizará en el 2012. Paralelamente el Ayuntamiento de Badajoz elaborará el Plan de Actuación Integral, para que continúe el proceso de rehabilitación hasta su totalidad, no antes del 2014. Por otra parte el Ayuntamiento de Badajoz ha cedido al Ministerio de Cultura los **antiguos depósitos de agua** existentes en la Alcazaba para incorporar este espacio al Museo Arqueológico. Desde un punto de vista turístico podría tener un especial interés la visita a la Torre de Espantaperros y hacer posible el paseo por el adarve de la muralla cerrando el círculo. Ambas visitas tienen extraordinarias vistas de la ciudad y sus alrededores. Sería interesante valorar la constitución de una red de ciudades europeas con alcazabas árabes para la promoción turística conjunta. Las actividades que se celebran en este monumento han demostrado sus grandes posibilidades, y su rehabilitación proporcionará a la ciudad de recurso de una gran singularidad patrimonial.

- **Complejo Catedralicio. Formado por la Catedral, el Claustro y el Museo Catedralicio.** Es el monumento más visitado actualmente y tiene una gran singularidad por su fisonomía. Está situado en el corazón de la ciudad, en la Plaza de España, recientemente rehabilitada y susceptible de uso para espectáculos y actuaciones turísticas. El museo se ha ampliado recientemente, y puede afirmarse que es uno de los museos catedralicios más completos y singulares de España, teniendo como principal atracción la colección de cuadros de Luis de Morales. Tiene interés y unas buenas condiciones para ser visitado, pero existen problemas en el cumplimiento y conocimiento de los horarios de apertura de visitas. En el Claustro se celebran con frecuencia exposiciones y otras actividades. Especial interés turístico tienen las vistas desde la torre de la Catedral. Hay que facilitar la accesibilidad y la visita guiada.
- **Plaza Alta y Casco Antiguo.** Se resalta el especial interés turístico que tiene la zona comprendida entre **Plaza Alta** y **San José**, **Plaza de La Soledad** y **Plaza de España**. En este entramado de calles se combina la mayoría de los recursos patrimoniales con establecimientos comerciales y de hostelería. Aunque está en proceso de superarse, todavía puede afirmarse que presenta una imagen de inseguridad, suciedad y abandono. Cabe destacar el proceso actual de recuperación, en el que está actuando la iniciativa privada, especialmente se resalta la Plaza Alta que ya está prácticamente recuperada a falta de un solo edificio y está siendo usada habitualmente para rastos, conciertos y otras actuaciones lúdico-culturales. Sería recomendable, y de gran impacto, concentrar las actuaciones en un recorrido turístico en el que se realicen los esfuerzos de rehabilitación, limpieza y seguridad.



- **Museos.** Badajoz tiene un conjunto de museos de gran interés y de muy agradable visita: Museo Arqueológico Provincial, Museo Provincial de Bellas Artes, Museo Extremeño Iberoamericano de Arte Contemporáneo (MEIAC), Museo de la Ciudad “Luis de Morales”, Museo Catedralicio, Museo Taurino y Museo del Carnaval. Esta oferta museística es diversa y completa, con lo que puede servir como recurso turístico en su globalidad o singular en función del interés del visitante. Se destaca el MEIAC por su singularidad y especialidad en arte portugués e iberoamericano. Próximamente se tiene prevista la ampliación del Museo de Bellas Artes con la construcción de un edificio anexo y el Museo Arqueológico con la anexión de los antiguos depósitos de agua. Existe un movimiento en la ciudad para la creación de un Museo de las Ciencias y la Tecnología, un Museo de la Frontera y un Museo Militar.



- **Conjunto Amurallado.** El conjunto de murallas, baluartes y puertas de entradas a la ciudad, el Puente de Palmas y Puerta Palma y los fuertes exteriores y revellines dan a la ciudad una singularidad de plaza fuerte amurallada de gran interés. En estos momentos es compleja su explotación turística por la dificultad que supone su visita en un recorrido que tenga continuidad y estar tapados por edificios y densa vegetación. Algunos tramos están puestos en valor siendo relativamente fácil recuperar la perspectiva y hacer una visita con continuidad. Se destaca la posible venta conjunta de ciudades amuralladas cercanas: Badajoz, Elvas y Olivenza. En estos momentos desde el Ayuntamiento se está promoviendo un programa para la recuperación paulatina del conjunto amurallado; se ha presentado un proyecto para recuperar el Fuerte de San Cristóbal, en el 2010 se va a rehabilitar el Revellín de San Roque para utilizarlo como albergue, en las obras en ejecución del río Guadiana se va a actuar sobre el fuerte en la cabecera del Puente de Palmas y se tiene previsto liberar la muralla con la eliminación de un edificio en las traseras del Palacio de Congresos y la eliminación de las vallas de las instalaciones deportivas de la calle Estadium. Con estas actuaciones próximas se pondrán en valor y continuidad casi cuatro kilómetros de muralla. Sería una gran oportunidad la celebración del bicentenario de la Guerra de la Independencia, en la que Badajoz tiene un alto protagonismo, para poner en valor las murallas y difundir los acontecimientos históricos en ellas ocurridos.

- **Iglesias y Conventos.** Dentro del Casco Antiguo y en un espacio relativamente próximo se encuentran las siguientes Iglesias y Conventos: *La Concepción, San Agustín, San Andrés, La Soledad, Las Descalzas, Santo Domingo, Las Adoratrices, Santa Ana y Las Carmelitas*. Cada uno de estos edificios tienen interés en sí mismo por su contenido y continente, pero también por las historias y leyendas que cada uno tienen. Requieren su puesta en valor turístico, señalización direccional e informativa-interpretativa. Es preciso mejorar su accesibilidad y garantizar unos horarios de visitas. Se debe destacar especialmente por su historia y arquitectura el Convento de Santa Ana, por su Claustro y Museo y por la actividad de fabricación de dulces monacales.
- **Plaza Alta y Casco Antiguo.** Edificios singulares. A los edificios mencionados anteriormente hay que añadir los edificios de uso administrativo e institucional, viviendas del siglo XIX y XX y edificios comerciales de principios del siglo XX. Hay que destacar los edificios singulares que en estos momentos están sin uso o pendientes de asignar un nuevo uso tales como: *La Giralda, Las Tres Campanas, Conventual de San Gabriel, Antigua Capitanía, Iglesia de los Jesuitas de Plaza de Santa María, Convento de San Agustín, Mercado de Santa Ana, La Galera y Torre de Espantaperros* o el *Fuerte de San Cristóbal*. Todos estos edificios son susceptible de nuevos usos y de utilización turística, hecho de gran interés en una fase de planificación. En los últimos años se han realizado importantes rehabilitaciones de Edificios asignándoseles distintas utilidades tales como: *Antiguo Instituto de Bárbara de Braganza* (Consejo Consultivo), *Casa de Luis de Morales* (Museo de la Ciudad), *Convento de los Jesuitas* (Concejalía de Cultura), *Casas Mudéjares* (Concejalía de Turismo), *Casas Consistoriales de la Plaza Alta* (Salón de actos institucionales), *Antiguo Hospital Militar* (Biblioteca de Extremadura y Facultad de Biblioteconomía), *Casas de la Plaza Alta* (Uned, Concejalía de Festejo y Viviendas), *Mercado de Santa Ana* (Biblioteca del Casco Antiguo), etc. Hay que resaltar las grandes posibilidades de uso turístico que tiene el edificio del antiguo *Hospital Provincial*, futuro Parador de Turismo, por su ubicación junto al Palacio de Congresos, su fácil accesibilidad y aparcamiento, la singularidad y organización del edificio con tres patios interiores y la situación en el Casco Antiguo. Por otra parte no existen en la ciudad importantes edificios de carácter industrial que pudiesen calificarse como arqueología industrial, en este sentido solo cabe mencionar la antigua fábrica de electricidad en el denominado *Canal de los Ayalas* que se tiene prevista su rehabilitación para usos interpretativos sobre el río o Museo de las Ciencias y las Tecnologías.
- **Edificios Contemporáneos.** Tradicionalmente Badajoz no ha tenido importantes edificios de vanguardia. En la primera mitad del siglo XX destacaron edificios singulares de arquitectura racionalista y de índole comercial. Pero recientemente ha surgido una ola que se inició con el *Puente Real*, el edificio del *Banco de España*, *Facultad de Biblioteconomía*, *Meiac* y el *Palacio de*

Congresos y que en estos momentos está teniendo un nuevo impulso con el nuevo Edificio de Caja Badajoz, la Biblioteca del Estado, el Instituto de Medicina Legal, la Recaudación Provincial (OAR), la ampliación del Museo de Bellas Artes, el Consorcio de Gestión Provincial del Medio Ambiente, entre muchos otros en construcción o en previsión. Este hecho puede en pocos años transformar Badajoz en un lugar de arquitectura vanguardista.

- **Espacios Urbanos.** La ciudad presenta espacios singulares dentro del Casco Antiguo de gran belleza y susceptible de uso de descanso, hostelero y de actividades públicas. Entre estos espacios se destacan: la Plaza de España, la Plaza Alta, la Plaza de San Andrés, el Paseo de San Francisco, la Plazuela de la Soledad, la Plaza Chica, la Plaza de López de Ayala y la Plaza de los Reyes Católicos entre otras. Estas plazas pueden dotarse de mobiliario urbano y terrazas normalizadas que sirviesen de atractivo turístico. Hay que destacar también la trama urbana de calles del siglo XIX como Santa Lucía, Arco Agüero, Virgen de la Soledad, Muñoz Torrerros, Meléndez Valdés entre otras, con casas de gran interés e historias que pueden ser utilizadas para informar e interpretar la historia y la vida de la ciudad.
- **Leyendas, personajes y acontecimientos históricos.** La propia historia de Badajoz puede ser fuente de inspiración de acciones de dinamización o celebración de eventos que puedan atraer visitantes. Entre estos hechos podían destacarse: La fundación árabe de la ciudad, los enfrentamientos entre los portugueses y los bejaranos, la leyenda del pendón y el caldero el día del Corpus Christi, hechos y personajes del Descubrimiento de América, entre los que destaca la importancia que tuvo la ciudad en la financiación del viaje de Colón, la estancia de Felipe II en la ciudad para anexionar Portugal al reino, los encuentros de Navegantes en Badajoz (Juntas de Badajoz-Elvas de 1524), la importancia cultural en el renacimiento, los Sitios de la Guerra de la Independencia, los pactos de Paz de Badajoz, o personajes como Luis de Morales o Manuel Godoy entre otros.

■ **La ubicación de la ciudad como recurso turístico.** La simple situación de la ciudad aporta unas características que deben ser consideradas un recurso turístico en sí mismo debido a:

- Ser el centro de un área inmediata de 830.000 habitantes en menos de 100 km. y de un área de proximidad comprendida entre Madrid, Sevilla y Lisboa de más de 12 millones de habitantes. Esta área supone en su mayoría un tiempo de desplazamiento entre 2 y 3 horas, tiempo considerado aceptable para la visita de un fin de semana.
- Situación de paso a Portugal. Esto permite hacer escala con pernoctación en un viaje que incluya Portugal o bien la simple parada para hacer comidas, compras o visitar la ciudad.
- **Ciudad Fronteriza.** El carácter fronterizo además de dotarle de una personalidad singular y prácticamente única, es un reclamo para la organización de eventos y encuentros de carácter hispano-portugués

También permite la demanda de productos diferenciales a ambos lados de la frontera o la posibilidad de visitar dos países conjuntamente. Este carácter de ciudad singular fronteriza le permite reivindicar el **concepto de lo ibérico**, con todo lo que ello pueda suponer.

- **Proximidad a enclaves de gran interés patrimonial.** Badajoz está en el centro de un área en la que se encuentra **Olivenza, Elvas, Évora, Portalegre, Estremoz, Villaviciosa, Mérida, Cáceres y Zafra**. Por ello puede ser el lugar de estancia en una visita a la zona y desde Badajoz realizar las excursiones diariamente. Se podría crear un paquete turístico entre todas estas ciudades que pivotase en Badajoz.

■ **Naturaleza y Medio Ambiente.** Cada vez más los elementos naturales y medio ambientales son un recurso turístico de gran atracción, o al menos de reclamo complementario. Siendo este recurso uno de los prioritarios en Extremadura es necesario ser coherente con este posicionamiento global de la región. Entre los recursos disponibles se pueden destacar:

- **El río Guadiana.** Posee un entorno ecológico de gran interés tanto por su vegetación como por su fauna. Tras las actuales actuaciones de rehabilitación de las márgenes podrá tener un mayor uso turístico. Como usos posibles cabe destacar las márgenes como lugar de paseo y oferta hostelera y de ocio y actividades deportivas como la **pesca** y el **piragüismo**. Hay que destacar la existencia de una **ZEPA** (Zona de protección de aves) en el mismo entorno urbano. Se podría plantear la conexión del tramo urbano de Badajoz con el pantano de Alqueva, haciendo navegable el tramo intermedio.
- **Parque de Tres Arroyos.** Recientemente rehabilitado. En un ecosistema de dehesa, contiene un lago que permite un espacio de descanso y ocio con un gran respeto medioambiental autóctono. Puede tener un mayor uso turístico que el que actualmente tiene. Podría habilitarse un espacio del parque para ser usado en congresos y actividades turísticas.
- **Parques de la ciudad.** Existe un conjunto de parques como el de **Castelar**, el **Infantil**, el de la **Trinidad**, el **Paseo de San Francisco** y **La Alcazaba** entre otros y paseos como la **Avenida de Colón** o la de **Huelva** que facilitan el encuentro con espacios verdes y permiten el descanso y uso por el visitante. Se puede resaltar el Parque de Castelar por su situación central, su gran belleza y su oferta de especies animales y vegetales de gran singularidad.
- **La Dehesa.** La ciudad dispone de un amplio término municipal en el que existe grandes espacios de dehesa. En su inmensa mayoría es de propiedad privada y de uso agroganadero o de ocio privado. Podrían usarse mucho de estos espacios para actividades turísticas, especialmente relacionadas con congresos y convenciones. Estos espacios de dehesa se extienden por toda la zona de la raya hispano-portuguesa con importantes contrastes en los usos, pero con un mismo ecosistema. Por lo que Badajoz podría capitalizar su protagonismo en la dehesa, ya que en su término municipal existe la mayor extensión de dehesas del mundo.

- **Vegas Bajas.** Las zonas de regadíos cercanas a la ciudad transmiten al visitante una imagen de una ciudad en sintonía con un entorno rural, especialmente en sus entradas cercanas al río Guadiana. Aportan también una gran riqueza agroalimentaria y gastronómica.
- **Gastronomía.** Es, junto al patrimonio y la naturaleza, uno de los principales argumentos de visitas turísticas a Extremadura, y probablemente el recurso que genera mayor fidelidad para la repetición de la visita. Hay que destacar especialmente al jamón como producto estrella, pero también existen otros productos como los quesos, vinos, carnes de ibérico y retinto y frutas y hortalizas. Además de ser un reclamo turístico es uno de los principales elementos del gasto del turista, tanto en restaurantes como en los comercio de recuerdos, y tiene una gran importancia en la promoción de productos agroalimentarios locales. Si bien en patrimonio y naturaleza hay otros destinos en Extremadura que tienen fortalezas superiores a las de Badajoz, en gastronomía la Ciudad está en superioridad a otros destinos y su posicionamiento dependerá de la gestión de este recurso. Badajoz tiene un alto número de restaurantes debido a la dimensión de la ciudad y al número de visitantes, tiene una industria agroalimentaria cada vez más fuerte (conservas, jamón, vinos, aguas y otros productos de la Vegas del Guadiana) y existen centros de formación de hostelería que pueden formar nuevos profesionales. Se destacan también las posibilidades de visitas a fábricas de jamón como la de Señorío de Montanera o Eurojamón o a bodegas como Coloma, Viña Telena o Puente Ayuda en Olivenza. En los últimos años se han destacado dos actividades que han generado un producto gastronómico: Las cencenas gastronómicas y cenas degustación del colectivo "**Badajoz Gastronómico**" y la Feria de la Tapa y diversos eventos gastronómicos organizados por AECAB, la Asociación de Empresarios del Casco Antiguo. Estas actividades han permitido que Badajoz haya sido admitida en el Club de Productos turístico, "**SABOREA ESPAÑA**", junto a otras doce ciudades españolas.
- **Comercio.** Actualmente y tradicionalmente ha sido la principal motivación de visitas a la ciudad. Badajoz tiene una moderna infraestructura comercial simbolizada especialmente en la zona de la calle Menacho y el gran almacén de El Corte Inglés. A esto hay que añadir los hipermercados y las medianas superficies especializadas así como las otras cuatro zonas de alta concentración comercial. Esta infraestructura estable se complementa con los certámenes feriales de carácter popular, rastros y mercadillos que tienen capacidad de atracción comercial. En los últimos años el tejido comercial ha demostrado una alta capacidad de dinamismo y de atracción de visitantes incrementando el área de influencia comercial de Badajoz hasta Lisboa. El desarrollo, cooperación y concentración comercial de las tres áreas centrales de la ciudad: **Casco Antiguo**, **Menacho** y **Santa Marina** puede convertir a Badajoz en una de las ciudades comerciales más importantes de la península con gran capacidad de atracción de visitantes. La reciente actuación urbanística de plataforma única y peatonalización en el eje Plaza de la Soledad – Menacho y la construcción de los aparcamientos subterráneos en Menacho y Conquistadores, puede abrir una nueva época para la oferta única comercial del centro de Badajoz que contiene más de seiscientos establecimientos.



- **Sector Sanitario.** La existencia en Badajoz de la Facultad de Medicina y el Hospital Infanta Cristina hace que en la ciudad se concentre un alto y especializado conocimiento médico. La ciudad es el principal centro de atención sanitaria de la región y el sector sanitario es el segundo sector en importancia de la ciudad por número de empleados. Esto ha hecho que se desarrolle paralelamente un sector sanitario privado dinámico y con prestigio que lidera la sanidad en la región transfronteriza. Especialmente importante son las visitas a la ciudad desde Portugal por motivos sanitarios que hace que muchas consultas y clínicas privadas tengan en el público portugués su principal clientela. Hay que destacar la reciente constitución de la **Asociación BADAJOZ CENTRO MÉDICO** que agrupa a más de quince clínicas y centros sanitarios de la ciudad, con el fin de coordinar sus actuaciones y promocionar en el exterior la ciudad como ciudad de servicios médicos. La actual infraestructura sanitaria de la ciudad se verá ampliada próximamente con nuevos proyectos públicos y privados. Algunos establecimientos hoteleros estiman en más del quince por ciento, el número de pernoctaciones que tienen por motivos sanitarios.
- **Centros científicos y educativos.** Los centros de formación e investigación requieren la permanente celebración de encuentros e intercambios de experiencias, lo que motiva visitas a la ciudad. Especialmente importante en esta área es la **Universidad de Extremadura** como ente movilizador de visitas, pero a esta institución hay que añadir centros como **CTAEX, La Finca La Orden, Santa Engracia, Conservatorio, Itae**, los Colegios e Institutos de enseñanza, los colegios profesionales entre otros. Estas visitas a la ciudad deben ser aprovechadas turísticamente para consumir otros recursos y promocionar la ciudad. Es una gran oportunidad corresponsabilizar a los profesionales de la educación y la investigación, con la promoción de Badajoz como ciudad de Congresos.
- **Ferias y Congresos.** Hasta ahora la ciudad ha tenido un limitado protagonismo en la celebración de importantes ferias y congresos, debido principalmente a las deficiencias de la infraestructura de comunicaciones y la reciente disponibilidad de infraestructuras de celebración de eventos. En la actualidad la ciudad dispone de buenas infraestructuras de congresos con el **Palacio de Congresos de Badajoz** y con **IFEBA**. Estas infraestructuras se ven reforzadas con las existentes en hoteles, Universidad, Teatro y Terraza del López de Ayala y otros espacios públicos y privados de la ciudad, pero también con espacios en ciudades próximas como Olivenza y Elvas que aportan una mayor singularidad. Así mismo la ampliación del Aeropuerto y la futura conexión por AVE abrirá nuevas oportunidades. Esta nueva situación permitirá posicionar a la ciudad en el mercado de ferias y congresos lo que requerirá una gestión y visión muy profesional y competitiva, iniciada ya desde Gevidesa y la constitución de **Badajoz Convention Bureau**. Para la celebración de congresos es necesario que la ciudad eleve su nivel de excelencia y sean suficientemente atractivos otros recursos turísticos. El concepto hispano-portugués puede ser uno de los principales argumentos de venta de congresos así como la celebración de actividades en la dehesa. Hay que involucrar para la celebración de congresos a Universidad, Colegios y asociaciones profesionales, así como a otros colectivos sociales y científicos y hacer que toda la ciudad se sienta involucrada durante la celebración, propiciando las visitas a la ciudad y participando en los eventos culturales y lúdicos de Badajoz.



- **Población Flotante.** En la ciudad se estima que hay unas diez mil personas como población flotante, que sin tener su residencia estable en Badajoz residen en ella una temporada. Esta población se centra en estudiantes y profesores de la universidad y otros centros de enseñanza, el ejército, los hospitales y otros desplazados por motivos profesionales. Además del gasto por ellos realizados, su estancia provisional es aprovechada por familiares y amigos para visitarlos. Se debe transmitir a esta población flotante los recursos disponibles para fomentar las visitas y hacerlos prescriptores de la ciudad. En muchas ocasiones estos residentes ocasionales identifican y valoran mejor los atractivos de la ciudad que los propios ciudadanos permanentes.
- **Ocio.** La dimensión de la ciudad, hace que Badajoz concentre la mayor oferta de Ocio de la región transfronteriza. Entre esta oferta se pueden destacar: el Parque de Ocio Lusiberia, el Casino de Extremadura, la programación del Consorcio López de Ayala, la Orquesta de Extremadura y otras organizaciones musicales, los centros de Ocio Conquistadores y Centro de Ocio Contemporáneo (COC), actividades en la Plaza de Toros, las zonas de copas y hostelería de Casco Antiguo, Santa Marina, Sinfiriano Madroñeros y Urbanización Guadiana, las discotecas, las ferias y fiestas -especialmente los Toros y Carnavales-, los conciertos y actuaciones musicales, las exposiciones, las programaciones de instituciones públicas, salas de teatro privadas, establecimientos de hostelería, centros deportivos y asociaciones, entre muchas otras actividades. Generalmente el consumo y la oferta de estas actividades tiene un comportamiento muy individual sin propiciar un concepto global de la ciudad como lugar de ocio que prolongue la visita o fomente la repetición para nuevas experiencias de ocio. Se destaca las debilidades de la oferta de fin de semana y las posibilidades de enclaves como la Terraza del López de Ayala, el Auditorio Ricardo Carapeto, La Plaza Alta y La Alcazaba para la celebración de actividades en verano.
- **Deportes.** La ciudad tiene una infraestructura deportiva suficientemente amplia para la atracción de visitantes que participen o asistan a eventos deportivos. Entre esta infraestructura se puede destacar: el Campo de Golf, el Polideportivo La Granadilla, el Club de Fútbol Badajoz y estadio Nuevo Vivero, los Clubes de Baloncesto, deportes paraolímpicos con un gran protagonismo de MIDEBA, los Centros Hípicos, el Guadiana como espacio deportivo con posibilidades de concursos de pesca y otros deportes náuticos como el Piragüismo o el Triatlón, instalaciones de Tenis y Pádel, así como muchas otras actividades deportivas organizadas por federaciones y asociaciones deportivas. Estas actividades no solo traen consigo visitas y el gasto que estos ocasionan y la organización de los eventos, sino que suelen tener una amplia repercusión mediática para la promoción de la ciudad. A pesar de estas posibilidades, la ciudad no dispone de un evento deportivo ni de un club con la suficiente repercusión mediática que sirva para promocionar o posicionar la ciudad. Se destaca las posibilidades actuales con el ascenso y el nuevo proyecto del CD Badajoz. También hay que destacar las nuevas instalaciones en el antiguo Vivero, las nuevas dotaciones de piscinas, las instalaciones deportivas previstas en las obras de rehabilitación del Guadiana así como senderos y rutas de senderismo y cicloturismo y especialmente la nueva escuela de fútbol. Existe un proyecto muy ambicioso del Club de Piragüismo de Badajoz para hacer un Club Náutico que multiplique las posibilidades de uso deportivo del Guadiana.

- **Sociedad Civil.** La vertebración y organización de los ciudadanos en colectivos que dinamicen sus intereses grupales proporcionan una gran oportunidad para el desarrollo de recursos y atractivos turísticos de interés para colectivos similares de otras ciudades. A título de ejemplo se podrían citar algunos de estos colectivos:

- **Sociedades de Ocio:** Casino de Badajoz, Sociedad Hípica Lebrera, El Corzo, Tiro de Pichón, Club Taurino, la FALCAP...
- **Asociaciones Culturales:** Real Sociedad Económica de Amigos del País de Badajoz, El Ateneo, Asociación Cívica Ciudad de Badajoz, Amigos de Badajoz, Sociedad Extremeño-Alentejana, Circulo Pacense, Sociedad Filarmónica, Peña Flamenca, Asociación Filatélica y Numismática, Asociación Fotográfica Extremeña, Asociación Amigos del Jazz, Asociación de Escritores Extremeños,...
- **Deportivas:** Club Maratón, Asociación de Atletas de Badajoz, Club del Caminante, Federación y clubes de ajedrez, Sociedad de pescadores Amigos del Guadiana, clubes y asociaciones de fútbol, baloncesto, balonmano, tenis, aeromodelismo, caza, pádel y piragüismo entre muchos otros que se podían citar.
- **Religiosas:** Cofradías y Hermandades de Semana Santa, Cáritas, Asociaciones de Costaleros, Parroquias,...
- **Asociaciones de Comerciantes:** AECAB, Calle Menacho, Valdepasillas, San Roque y Santa Marina.
- **Colegios y Asociaciones Profesionales.**
- ...

- **Religiosos.** La motivación religiosa es una de las más importantes para realizar visitas a una ciudad. Las ciudades de marcado carácter religioso son algunas de las más visitadas del mundo. Las organizaciones religiosas movilizan permanentemente un gran número de visitantes a encuentros y lugares de simbolismo religioso. Por Badajoz pasan un gran número de personas con destino a Fátima y desde Portugal con destino a múltiples encuentros religiosos. Badajoz tiene algunos elementos religiosos susceptibles de convertir en argumento de atracción turística como la Semana Santa, actividades de Navidad, la Virgen de La Soledad, San Judas, las romerías de Botoa y San Isidro, las fiestas de San José, las Cruces de Mayo, Catedral, templos y conventos, entre otras. Para ello sería necesario introducir estos elementos en los circuitos turísticos religiosos y que la ciudad asumiera su protagonismo, promoción y enfoque turístico. Los tres elementos más destacables son la Catedral y el Museo, la Semana Santa y los Belenes y Villancicos de Navidad. Estos tres recursos existen ya con gran singularidad y entidad y habría que convertirlos en productos turísticos para su comercialización. En estos momentos se está tramitando la declaración de la Semana Santa como fiesta de interés turístico nacional, lo que permitiría su promoción a nivel internacional.

- **Programa anual de eventos.** Badajoz debe ofrecer un calendario de actividades que haga las visitas interesantes durante todo el año, evitando la estacionalidad. Actualmente ya dispone de argumentos todo el año que

proporcionan la oportunidad de una promoción permanente o de que, según el interés de cada uno, seleccione la época de visita. Entre las actividades y eventos actuales se pueden destacar:

- **Enero:** Compras de Reyes, Rebajas de Enero, ruta de los pucheros del Casco Antiguo o la Maratón de Badajoz.
- **Febrero:** Las Candelas, San Valentín, Carnavales y 28 de Febrero Día de Andalucía.
- **Marzo:** Fiestas de San José, Día del Padre, La Primavera y Corridas de Toro en Olivenza.
- **Abril:** Semana Santa, 25 de Abril (día de la Libertad en Portugal), Feria del Hogar y MODEC, Media Maratón Elvas-Badajoz.
- **Mayo:** Puente del 1º de Mayo con el día 2 fiesta de la Comunidad de Madrid, Mira el Guadiana, Romería de Botoa, Romería de San Isidro, Feria del Libro, el Festival Ibérico de Música, Batalla de La Albuera, Conciertos en La Plaza Alta, Ruta del Gazpacho y la Tortilla en el Casco Antiguo.
- **Junio:** Festividad del Corpus Christi (fiesta en Portugal), 10 de Junio Día de Portugal, Feria del Toro y el Caballo en IFEBA, Feria de San Juan (especialmente los toros) y Festival Flamenco Porrina de Badajoz.
- **Julio:** Rebajas de Julio, el Festival Internacional Folclórico, BADASOM, Jueves Musicales en el Bellas Artes, programación en la Terraza del López de Ayala, Festival Medieval de Elvas.
- **Agosto:** No hay eventos programados.
- **Septiembre:** Día de Extremadura, Feria de la Caza y Mira el Guadiana. Media Maratón Badajoz-Elvas.
- **Octubre:** Almossassa, 5 de Octubre Día de la República Portuguesa, 12 de octubre Día de la Hispanidad, y Festival Internacional de Teatro y Danza.
- **Noviembre:** Puente de los Santos, Feria de la Tapa en el Casco Antiguo, VIDEOMED, FEHISPOR y Festival de Jazz de Badajoz.
- **Diciembre:** 1 de Diciembre día de la Independencia de Portugal, Fiestas de la Constitución y la Inmaculada, compras, iluminación y actividades navideñas, especialmente ruta de Belenes y Villancicos, e Iberocio.

Se destaca la mayor actividad que tiene la ciudad durante la semana disminuyendo esta los fines de semana que son necesarios dinamizar. Entre las actividades ofrecidas los fines de semana cabe mencionar, además del comercio, el Rastro de Artesanía y Antigüedades el primer sábado de cada mes y el mercadillo de los domingos.

Hay que destacar la importancia de las Fiestas de San Juan, que no logra encontrar su identidad. La posible división con la Feria de Día en el Casco Antiguo y la obsolescencia de algunos elementos tradicionales requiere un replanteamiento de la feria. Es muy importante identificar los elementos

singulares que permitan un mayor posicionamiento de la feria a nivel nacional e internacional y que facilite que el tejido empresarial de la ciudad pueda obtener un beneficio de la atracción de visitantes.

Es importante disponer de un calendario de actividades que posibilite tener permanentemente un argumento de visitas, una actividad complementaria para el visitante y planificar un programa de promoción. En estos momentos la ciudad ya dispone de este recurso, aunque habrá que darle un mayor enfoque turístico y complementar especialmente en la época estival, en la que se elevan las visitas a la región y se concentran las vacaciones de la mayoría de la población. En esta época, Badajoz dispone de los escenarios abiertos de Plaza Alta, Jardines de La Galera, Alcazaba, Auditorio Municipal y Terraza de López de Ayala en los que se puede programar un calendario de actividades nocturnas de gran interés para los visitantes.

## DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades)

- Como **Puntos Fuertes** para el desarrollo turístico de Badajoz se destacan:
  - Es el centro del triangulo Madrid, Sevilla y Lisboa en el que habitan 12.000.000 de personas.
  - Tiene en su área de influencia de proximidad a menos de 100 km, mas de 800.000 habitantes.
  - Singularidad como ciudad fronteriza hispano-portuguesa.
  - Centro de un área de gran interés patrimonial con ciudades como Évora, Portalegre, Villaviciosa, Estremoz, Elvas, Olivenza, Mérida, Cáceres y Zafra.
  - Dispone del único aeropuerto de la región extremeño-alentejana.
  - Buena conexión directa por autovía con Madrid y Lisboa, y mediante a A66 con Sevilla y Castilla-León.
  - Buena estructuración del sector, con disponibilidad de datos reales, mediante el Observatorio Turístico de Badajoz y CETEX.
  - Singularidad y grandes posibilidades del conjunto de la Alcazaba.
  - Personalidad hospitalaria del badajocense.
  - Gran atractivo de la gastronomía regional; especialmente del jamón, y otros embutidos, y los quesos.
  - Actividades gastronómicas ya consolidados mediante el programa "Badajoz Gastronómico" y rutas y ferias gastronómicas en el Casco Antiguo.
  - Gran presencia del Guadiana y el agua en la personalidad y el concepto de la ciudad.
  - Importante sector comercial con gran capacidad de atracción. Destacable el eje comercial urbano, Conquistadores-Menacho-Casco Antiguo, con las dotaciones de sus Centros Comerciales Abiertos y la plataforma única.

- Importante sector sanitario con capacidad de atracción de visitantes y estructurado mediante la Asociación Badajoz Centro Médico.
- Singularidad y concentración de recursos patrimoniales en el área Alcazaba-Plaza Alta-Plazuela de la Soledad- Plaza de España, en gran parte ya rehabilitados.
- Singularidad de espacios para la celebración de actividades en verano como: Paseo de San Francisco, Plaza Alta, la Alcazaba, Jardines de La Galera, Terraza del López de Ayala, Parque de Castelar, Auditorio Municipal y Parque Infantil y Río Guadiana.
- Gran oferta de museos con distintas especialidades e intereses.
- Atractivo programa de actividades anuales.
- Buenas infraestructuras deportivas que posibilitan la organización de eventos.
- Sociedad civil dinámica que posibilita su participación en actividades turísticas.
- Mayores ocupaciones en etapas no vacacionales y bajas en vacacionales lo que permite un mayor aprovechamiento de la oferta actual con la promoción turística.
- Buena y moderna infraestructura hotelera.
- Excelente infraestructura para la celebración de Congresos y Ferias.

■ Entre los **Puntos Débiles** se destacan:

- Débil vocación turística de la ciudad y desconocimiento de los propios ciudadanos de Badajoz de los recursos actuales disponibles y de su interpretación histórica.
- No hay un concepto turístico de ciudad mínimamente posicionado en los mercados turísticos, ni marca turística que la simbolice.
- No ha existido planificación ni gestión de Badajoz como destino turístico de forma sostenible.
- Escaso presupuesto municipal de la Concejalía de Turismo con baja disponibilidad para la promoción turística sostenible.
- Escasez de información y estudios sobre el turismo de la ciudad, lo que dificulta la toma de decisiones de las empresas y las administraciones responsables. La única información disponible es la elaborada desde la iniciativa privada del Observatorio Turístico.
- La industria y empresas turísticas de la ciudad no han estado organizadas colectivamente para la promoción de la ciudad como un destino único. Las promociones se han realizado de manera individual, no propiciando un consumo colectivo de la ciudad.
- No hay productos turísticos estructurados ni posicionados en los canales de comercialización.
- Lejanía de los principales mercados emisores.

- La ciudad de Badajoz no figura en gran número de guías turísticas internacionales, lo que dificulta la presencia de turistas extranjeros.
- Estado de deterioro de La Alcazaba e imagen de abandono y suciedad.
- Estado de deterioro del Casco Antiguo e imagen de abandono, suciedad e inseguridad.
- Los principales recursos patrimoniales están en mal estado de conservación y son de baja singularidad, en su estado actual.
- La Catedral, siendo uno de los principales recursos turísticos de la ciudad, tiene dificultad de ser visitada por su escaso horario de apertura, desconocimiento e irregularidad del mismo.
- Deficientes accesos a la ciudad e imagen de suciedad y deterioro en los accesos. El principal acceso desde la A5 presenta una imagen de provisionalidad permanente y los nuevos accesos desde Cáceres, Portugal y Valverde de Leganés presentan una imagen de abandono del ajardinamiento.
- Deficiente señalización turística y direccional.
- Malas comunicaciones por carretera con Cáceres, lo que desaconseja la visita complementaria a Badajoz.
- Deficientes comunicaciones por tren con Madrid, Sevilla y Lisboa.
- Malas comunicaciones con Portugal por transporte público.
- Imagen de inseguridad en el Casco Antiguo.
- Estado de deterioro del Casco Antiguo e imagen de abandono, suciedad e inseguridad.
- Imagen de suciedad de la ciudad, con papeles y restos alimenticios en suelos, papeleras escasas y deterioradas, suelos sucios y pegajosos, pintadas y carteles en paredes y fachadas deterioradas.
- Imagen de ciudad en obras permanentes y con solares abandonados.
- Desconocimiento de otros idiomas, especialmente importante es de portugués, lo que dificulta la atención a visitantes de otros países.
- Carencia de recursos humanos cualificados en el sector turístico y con baja vocación profesional.
- No hay infraestructura de acogida de visitantes ni de autocares. Esta carencia se manifiesta especialmente los días festivos en Portugal en los que se producen visitas masivas.
- Existe una deficiente oferta de ocio de fin de semana, limitándose el visitante, en gran parte, a la visita a comercios.
- Los meses vacacionales la ciudad tiene una imagen de excesivo calor por lo que se evita la visita a las zonas monumentales o el paseo por las calles de la ciudad.
- No hay clubes ni eventos deportivos de alta notoriedad nacional.

- No hay en la ciudad dentro de su programación anual, ningún evento cultural de trascendencia nacional o internacional.
- Existe en la actualidad sobrecapacidad hotelera, lo que lleva a tener un bajo nivel de ocupación media anual y ello provocar gran rivalidad de precios.

■ Entre las **Amenazas** para el desarrollo del sector turístico se destacan:

- La política turística de la Junta de Extremadura y del Gobierno Central ha estado muy enfocada al producto Ruta de la Plata que concentra la mayoría de los recursos patrimoniales y naturales de la región, así como hacia las ciudades más posicionadas turísticamente. Desde la conversión en autovía A66 supone un destino mucho más accesible para el mercado nacional.
- Existen otros destinos en la Región de gran atractivo turístico por sus recursos de carácter patrimonial como Cáceres, Mérida, Trujillo y Évora. Esto puede facilitar la comparación en este aspecto significativo, resaltando las desventajas comparativas de la ciudad.
- El posible crecimiento turístico de la ciudad se puede ver amenazado por la carencia de recursos humanos cualificados para las nuevas necesidades.
- La promoción turística de la ciudad ha estado centrada en los últimos años en los eventos de Carnavales y Semana Santa lo que ha minimizado el atractivo de la ciudad el resto del año al someter el interés a unas fechas muy concretas y con el riesgo de que la climatología pueda suspender su celebración.
- La futura conexión mediante autovía entre Madrid y Lisboa por Plasencia- Castelo Branco, con menos distancia y sin peaje, puede hacer más atractiva esta ruta y dejar de ser Badajoz el paso obligado entre las dos capitales.
- La dependencia de los presupuestos públicos de la finalización de las obras de AVE y otras infraestructuras de comunicaciones previstas, pueden generar retrasos a las obras e incertidumbre sobre su realización.
- El tradicional conformismo y resignación de la sociedad extremeña puede dificultar el aprovechamiento de las oportunidades que las épocas de cambio y crisis ofrecen.

■ Como **Oportunidades** se destacan:

- Las políticas públicas tanto Estatales como Autonómicas están otorgando al sector turístico un gran protagonismo en los cambios del modelo económico actual otorgándole un carácter estratégico. El Plan estatal TURISMO2020 ofrece multitud de oportunidades para el desarrollo del sector que debe ser aprovechado por la ciudad.
- El proceso de recuperación del Casco Antiguo, y especialmente de la Plaza Alta, se encuentra en un estado avanzado, lo que permite que actúe la iniciativa privada y sea ya un proceso sostenido e irreversible. Las actuaciones en marcha y las planificadas permiten

establecer un breve periodo para disponer de un espacio de alto aprovechamiento turístico.

- La futura conexión por AVE con Madrid y Lisboa en el 2013 permitirá acercar la ciudad a los grandes núcleos de población, hacerla mucho más accesible y estar conectada por la red de alta velocidad con todas las capitales de provincia de España en menos de seis horas.
- Las actuaciones de rehabilitación de las márgenes del Río Guadiana mejorarán la imagen de la ciudad, dotarán de nuevos espacios verdes y de esparcimiento y posibilitarán la celebración de certámenes deportivos náuticos.
- Las recientes mejoras de los accesos a la ciudad han facilitado el acceso a la misma e invitado a la visita. Las próximas actuaciones en la carretera del aeropuerto, carretera de Sevilla, Ronda Sur y autovía con Cáceres mejorarán aun más la accesibilidad a la ciudad.
- La puesta en marcha de las actuaciones previstas en el nuevo Plan de General Municipal podrá facilitar la recuperación del Casco Antiguo, la mejora de acceso a los recursos patrimoniales y el desarrollo de normas de mejora del paisaje urbano. Especialmente significativa es la prevista, y ya iniciada, construcción de plataforma única en todo el Casco Antiguo.
- La política de apoyos a los Centros Comerciales Abiertos posibilitará el desarrollo del comercio de la ciudad, especialmente el de las áreas turísticas.
- La construcción de nuevas infraestructuras comerciales en la ciudad con el Centro Comercial de Rodamco, el de Leroy Merlin y otros proyectados incrementará la capacidad de atracción de la ciudad.
- El inicio del proceso de rehabilitación de La Alcazaba, que se inicia en el 2010, posibilitará disponer en el plazo de cinco años de un recurso patrimonial muy singular y de alto aprovechamiento turístico.
- El proceso que se iniciará en el año 2010 de recuperación y rehabilitación de los baluartes y conjunto amurallado, permitirá poner en valor y uso turístico otro de los recursos patrimoniales de gran singularidad y poder solicitar con otros municipios de la Raya la nominación como Patrimonio de la Humanidad.
- La creación de la asociación Badajoz Centro Médico, permite iniciar un proceso conjunto para posicionar la ciudad como destino sanitario e incrementar las visitas por motivos de salud.
- La aceptación de la candidatura de Badajoz en el club de productos SABOREA ESPAÑA permite posicionar la ciudad a nivel internacional entre los destinos gastronómicos de España y estructurar el sector para la gestión sostenible del producto.
- Las mejoras turísticas realizadas en Badajoz en los últimos años permiten complementar con su singularidad la oferta turística de Extremadura y poder ofrecer con otras ciudades de la región y de



la frontera productos turísticos conjuntos.

- Con la creación de la Plataforma Logística del Suroeste Europeo, se incrementará el posicionamiento de la ciudad como ciudad de servicios y de negocios.
- La construcción del Parador de Turismo en el antiguo Hospital Provincial, deberá tener un fuerte elemento diferencial que atraiga turismo por sí mismo con su oferta y posicionará la ciudad en las rutas de Paradores.
- Los puentes y festivales en las ciudades próximas españolas y portuguesas del área de influencia de la ciudad son una oportunidad para la confección de productos específicos y para la promoción de la ciudad.
- La ciudad de Badajoz y sus recursos turísticos dispone de una excelente accesibilidad para personas con movilidad reducida.
- La actual situación económica puede ser una oportunidad para destinos de bajos costes económicos y accesibles.
- La proximidad de presa de Alqueva puede permitir la elaboración y comercialización de productos turísticos conjuntos o ser usado como actividad complementaria de la ciudad.
- La creación de la Euroregión hispano portuguesa puede incrementar las posibilidades de colaboración entre ambas partes de la Raya para la confección de productos turísticos.



## PROPUESTA DE POSICIONAMIENTO TURISTICO

La gran competitividad de los mercados turísticos, el gran número de recursos disponibles, la saturación de información y promoción y la inevitable comparación con otros destinos, requiere que se haga un esfuerzo de síntesis para posicionar Badajoz en la mente de los turistas, seleccionando aquellos elementos que puedan tener un mayor atractivo y singularidad, y que sirvan como referentes permanentes para la confección del producto turístico de Badajoz. Para ello destacan las siguientes posibilidades de posicionamiento:

- **CIUDAD HISTÓRICO-PATRIMONIAL:** Si bien la oferta histórico-patrimonial es más atractiva en otros destinos cercanos, Badajoz tiene algunos recursos patrimoniales singulares que hay que aprovechar. Especialmente las Murallas y las fortificaciones abaluartadas, La Alcazaba y Torre de Espantaperros, el Conjunto Catedralicio y el entramado de calles comprendidos entre estos dos monumentos: Plaza Alta, Plaza de San José, Plazuela de la Soledad y Plaza de España. En esta zona se encuentran la mayoría de los recursos patrimoniales y una alta oferta comercial y de ocio. Esta zona tiene imágenes de gran significación. A pesar de los avances experimentados en los últimos años, todavía necesita de un mayor esfuerzo para su puesta en valor. Las actuaciones previstas en La Alcazaba y en el Conjunto amurallado, pueden, en pocos años, posicionar a Badajoz como una ciudad referente en el Patrimonio Histórico. En la actualidad debe aprovecharse en mayor medida La Plaza Alta y el Conjunto Catedralicio. Su situación actual permite un mayor nivel de aprovechamiento, pero debe marcarse un objetivo de al menos cinco años para su selección como posicionamiento prioritario.



- **CIUDAD DEL AGUA Y LA NATURALEZA:** El Guadiana y el agua son la razón de ser de la ciudad. Es el principal elemento medioambiental y por tanto el que une a Badajoz con la naturaleza. Es un elemento suficientemente importante como para crear un concepto de la ciudad. Las actuaciones que se están llevando a cabo en el río Guadiana van a permitir una mayor presencia, protagonismo, uso y aprovechamiento. En la ciudad se pueden añadir múltiples elementos relacionados con el agua, como fuentes, que además de su efecto estético y emotivo, servirían para amortiguar los efectos climatológicos extremos de la época estival. El agua es un elemento esencial en todo el mundo. Así mismo la ciudad dispone de una buena infraestructura de parques y jardines en el centro de la ciudad que permiten en la misma ciudad convivir con la naturaleza. La Dehesa, como elemento más significativo del medio ambiente extremeño, debe ser utilizado en Badajoz como recurso de la ciudad. Badajoz dispone de uno de los términos municipales más extenso de España y gran parte del mismo está ocupado por dehesas, se puede afirmar que es el término municipal del mundo con mayor extensión de dehesas. La dehesa debe ser ofrecida como producto complementario y singular de la ciudad, especialmente en Congresos, y asociada a actividades como “Caza y Pesca”, Caballo, Toro, Senderismo, cicloturismo. En general puede posicionarse la ciudad dentro del turismo natural y auténtico, relacionado con un turismo sosegado, de relax y que permita la desconexión con la vida ajetreada de las grandes ciudades, sin renunciar a los servicios.

**CIUDAD IBÉRICA O HISPANOPORTUGUESA:** La singularidad de ser una ciudad situada en la misma frontera, le dota de un carácter mixto hispano-portugués. Badajoz ha pasado de ser una ciudad defensiva y militar a ser un punto de encuentro de los dos países. Venir a Badajoz es una oportunidad de conocer dos países y visitar las interesantes ciudades cercanas lusas y españolas. Los portugueses deben sentirse en Badajoz como en su país, haciendo valer el dicho de que Badajoz es una ciudad portuguesa más. Los servicios de Badajoz deben estar a disposición de toda la región transfronteriza. La tradicional hospitalidad badajocense debe ejercerse con especial énfasis con los visitantes portugueses. Deben potenciarse los encuentros y actividades hispano-lusas. Badajoz debe ser el referente de los congresos de carácter Ibéricos. Un producto turístico de alta significación sería el paquete conjunto de Elvas-Badajoz-Campomaior-Olivenza. Badajoz debe representar el concepto ibérico.

**CIUDAD MODERNA DE SERVICIOS DEL SUROESTE PENINSULAR: Comercio, Gastronomía, Ocio y Cultura, Educación y Servicios Sanitarios.** Son recursos unidos a bienestar, calidad de vida y modernidad, necesarios para el turismo urbano, de negocios y de congreso. Permite complementar la oferta turística de Extremadura, más relacionada con el Patrimonio y la Naturaleza. Los elementos anteriores deben estar soportados en un argumento de visita periódica ya que dispone en la actualidad de una oferta significativamente superior a la del resto de la región extremeño-alentejana. En comercio se puede generar un eje Santa Marina-Menacho-Casco Antiguo que sea de los más importantes de España. La ciudad puede hacer suya la gastronomía regional y conseguir ser una referencia obligada a visitar, la incorporación al club de productos "Saborea España" permitirá introducir a la ciudad en mercados internacionales. El ocio en sus múltiples facetas requiere potenciar y dar un enfoque turístico a los recursos y actividades actuales, ya que ya se dispone de una programación estable y amplia. Estas tres ofertas turísticas son las que generan mayor fidelización de los visitantes, experiencias más satisfactorias y repetición de la visita. La Educación y Formación de la ciudad debe tener una mayor vocación y trascendencia exterior. El sector sanitario y de la salud ya está iniciando su proceso de internacionalización que permitirá, en poco tiempo, incrementar el número de visitantes a la ciudad. Unido a la salud, la ciudad debe potenciar bajo este concepto el deporte. Todas estas actividades generan un alto número de puestos de trabajo y la posibilidad de disfrutar de ello el residente local. Para desarrollar estos atractivos es necesario hacer una apuesta por tener una imagen de ciudad moderna, accesible, agradable, amable y limpia. Es importante aprovechar la nueva arquitectura que se está realizando, y que está en proyecto, para potenciar el concepto de ciudad en vanguardia y de futuro.



En estas cuatro líneas de posibles posicionamientos de la ciudad, se debería programar actuaciones con diferentes horizontes de trabajo.

Si bien en las dos primeras, hay en la actualidad elementos que pueden ser aprovechados de manera inmediata, todavía se requieren esfuerzos económicos y de gestión para que puedan dar frutos significativos y hay que establecer un plan de trabajo a medio plazo.

En la tercera y cuarta propuestas de posicionamiento, la ciudad dispone de elementos suficientemente significativos para ser convertidos en productos turísticos de inmediata comercialización en mercados bien definidos.

En concreto se destaca como prioridades de actuación para el posicionamiento y comercialización de la ciudad los siguientes segmentos o mercados:

- Mercado de proximidad extremeño-alentejano.
- Lisboa y entorno.
- Madrid y Andalucía.
- Congresos y Convenciones.

## PROPUESTAS DE ACTUACIONES TURÍSTICAS

Tras el análisis de las potencialidades turísticas de la ciudad se proponen actuaciones que sirvan para aprovechar estas oportunidades y desarrollar un sector turístico que genere puestos de trabajo y bienestar a Badajoz. Como propuestas se mencionan:

### ■ **Creación y mejora de la infraestructura y servicios públicos básicos para acoger al turista, facilitándole su estancia en la ciudad**

#### ■ **Mejora de los servicios de atención al turista:**

- Creación de un **área de aparcamientos de autocares y automóviles y de acogida y descanso de visitantes**, bien comunicado con el centro de la ciudad, que permita descongestionar el tráfico, dar servicio a los visitantes y posibilitar la movilidad en la ciudad los días de alta densidad de visitas. Esta área podría situarse en las inmediaciones de la Ronda Norte de San Roque y el Pico del Guadiana ya que hay espacio disponible y habilitando la Puerta de Mérida y otros accesos al Alcazaba está cercana al Casco Antiguo y tiene una alta conexión mediante transporte público. Este espacio puede ser aprovechado para otros usos.

#### ■ **Acondicionamiento del entorno urbano:**

- Desarrollo, aprobación e implantación de **normas y ordenanzas de medio ambiente urbano**, contempladas en el Plan Especial del Casco Antiguo del PGM, que permitan disponer de un paisaje urbano coherente y singular, que de personalidad al Casco Antiguo y elimine la imagen inconsistente actual.
- Implantación de un **mobiliario urbano** definido con una identidad corporativa del destino, especialmente en las zonas identificadas como turísticas.

- Desarrollar un **plan de seguridad real y percibida** en las zonas turísticas que elimine la imagen de inseguridad. Establecer medidas para erradicar el tráfico de droga, la mendicidad y los aparcacoches ilegales en las zonas frecuentadas por visitantes. Mayor presencia policial y de cámaras de videovigilancia en las calles de interés turístico y comercial.
- **Plan de limpieza en las zonas turísticas** y de rutas de entradas a la ciudad. Campaña para involucrar en este plan a toda la ciudad y sus colectivos. Aprovechar el inicio de la nueva etapa del servicio privatizado para hacer un cambio drástico en normas, procesos del servicio y hábitos ciudadanos.
- Construcción de **fuentes y elementos relacionados con el agua** en toda la ciudad y especialmente en las zonas turísticas que sirvan para embellecer el paisaje urbano y para amortiguar real y subjetivamente las altas temperaturas del verano. Construcción de una gran fuente con un conjunto escultórico que pueda ser uno de los nuevos símbolos de la ciudad.
- Promover la existencia de **esculturas en calles y plazas** para reforzar la imagen de ciudad moderna y comprometida con la cultura.
- Promover la singularidad y el alto valor añadido arquitectónico en las **nuevas construcciones e infraestructuras de la ciudad**. Se puede conseguir en poco tiempo que la ciudad traslade una imagen vanguardista con sus nuevas construcciones como en la estación del AVE, las Torres previstas en el antiguo ferial, nuevos juzgados, Museo de Bellas Artes, rehabilitación de el Alcazaba, Centros Comerciales, Plataforma Logística, etc.
- Diseño de un modelo de **toldos**, que con sus variantes, sirvan para distintas partes de la ciudad y que además de su función de protección solar sirvan como elementos de identidad corporativa de la ciudad. Estos toldos en sus distintos formatos deberían ser usados en plazas del Casco Antiguo, tiendas y terrazas de la ciudad y en edificios o vías públicas.

#### ■ **Mejoras de accesos y movilidad:**

- Desarrollar un Plan de **mejora de accesibilidad**, movilidad y estacionamiento de vehículos en las zonas turísticas. Especial insistencia en la accesibilidad de discapacitados, lo que también facilita la accesibilidad de todas las personas.
- Desarrollar un **Plan Espacial de Acogida** a visitantes los días de gran afluencia. Especialmente destinado al visitante portugués los días festivos en Portugal. También en la medida en que se produzca los festivos en grandes ciudades en las que se hubiese promovido visitas a Badajoz.
- Implantación de un sistema de **señalización direccional** en la ciudad que facilite la movilidad entre los distintos recursos turísticos e incremente el consumo del visitante.

- Potenciar el **transporte aéreo** como singular de la ciudad. Promoción de nuevas líneas de larga distancia como con Oporto, Bilbao o Valencia. Estudio de las posibilidades de uso del aeropuerto de Badajoz como segundo aeropuerto de Lisboa en épocas de alta densidad de tráfico aéreo.
- Mejorar la **imagen de los accesos a la ciudad**, especialmente en lo referente a la limpieza y estado de los entornos, ajardinamientos y señalización. La primera imagen es la que invita a entrar o a pasar de largo.

## ■ **Adecuación y potenciación de los recursos para que sean susceptibles de un mejor aprovechamiento turístico.**

- Acelerar el proyecto de **rehabilitación integral de La Alcazaba**. Promover las condiciones técnicas y presupuestarias para que las fases del proyecto previsto se solapen y pueda estar finalizado antes del 2015. Paralelamente acelerar la ampliación del Museo Arqueológico con los antiguos depósitos de agua y priorizar el uso turístico en la rehabilitación.
- Elaboración y ejecución de un proyecto para la **recuperación y uso del conjunto amurallado abaluartado y fortificaciones periféricas**. Este proyecto debería tener actuaciones inmediatas de alto impacto como la reconstrucción de elementos de fácil recuperación y la eliminación de obstáculos que impidan la visualización de las murallas, como el Colegio Virgen de Botoa o las vallas de las instalaciones deportivas del colegio Juan XXIII. A la vez debería diseñarse un programa para la recuperación integral del perímetro fortificado.
- Continuar con el proceso de **semipeatonalización y plataformas únicas en las zonas turísticas**. Estudiar la posibilidad de unir urbanísticamente la Plaza de Conquistadores con las zonas del Casco Antiguo.
- Diseño y promoción de **un programa anual de actividades y eventos que tengan uso y aprovechamiento turístico**. Especial énfasis en la programación de verano desde San Juan a Almossassa, época para la que Badajoz dispone de espacios singulares en los que se puede programar un festival de verano de gran atractivo para los visitantes y de proyección internacional.
- Desarrollar un programa de **promoción y dinamización de fines de semana** que motive a prolongar la visita por razones de compras durante todo el fin de semana y a consumir otros recursos.
- **Señalización direccional e interpretativa** de los recursos turísticos de carácter patrimonial.
- Promover la creación de un **Mercado de Abastos** o de Alimentación que pueda compatibilizarse con oferta gastronómica de consumo final.
- **Definición de un área preferente turística** en la que se concentren las rehabilitaciones de fachadas, viviendas y comercios y se apliquen normas estrictas de medio ambiente urbano (mobiliario, rótulos, señalización, seguridad, limpieza, etc.). Este área debe contemplar el triángulo Alcazaba, Plaza de España y Plaza de la Soledad.
- Desarrollar un Plan de **accesibilidad física y horaria** a los recursos y oferta

**turística.** Especialmente importante es la garantía de horarios y visitas guiadas al Complejo Catedralicio y La Alcazaba. Visitas con accesibilidad y seguridad. Garantizar la apertura de los espacios turísticos en las fechas de visitas turísticas, especialmente en festivos y épocas estivales.

- Promover un **evento de importancia nacional o internacional** de carácter deportivo, lúdico o cultural que ayude a posicionar la ciudad en los mercados turísticos. Se propone un festival renacentista que recupere el legado de esta época de la ciudad y actualice los valores renacentistas que sean válidos.
- Poner **espacios públicos singulares a disposición de eventos y congresos** que se celebren en la ciudad. Espacios como la Alcazaba, Jardines de la Galera, Parque Infantil o los de San Roque pueden adaptarse para tener un uso temporal restringido para eventos turísticos de interés.

### ■ **Creación y mejora de la oferta turística básica de manera que exista un tejido empresarial que aproveche de forma sostenible la actividad turística.**

- Desarrollar un **Plan de Calidad y competitividad** para todas las actividades que tengan relación con los visitantes, especialmente alojamientos, hostelería, comercios, actividades complementarias, transporte y puntos de información a los turistas.
- Plan de **formación y desarrollo de recursos humanos** del sector. Tanto en lo referente a nuevos profesionales como al reciclaje de los actuales. El programa debe contener una campaña de reconocimiento social de los profesionales del sector. Se debería contemplar la creación de un centro formativo de gastronomía y restauración, tanto en cocina como en servicio de barra y sala, especialmente para el reciclaje y mejora continua de los profesionales actuales del sector. El conocimiento de portugués debe ser también prioritario.
- Programa para el **desarrollo de oferta complementaria turística.** Deberán identificarse actividades complementarias no cubiertas actualmente y promover, facilitar e incentivar iniciativas empresariales para que sean implantadas.
- Plan de **fomento de la oferta gastronómica y de restauración.** El programa deberá desarrollar actividades conjuntas del sector, programas de formación, certámenes y concursos, publicaciones, desarrollo de platos y productos típicos y promociones conjuntas entre otras acciones. Este plan deberá incluir también a la industria agroalimentaria local, al comercio gastronómico y a otras entidades de carácter culinario como escuelas de hostelería, peñas gastronómicas y asociaciones de cocineros.
- Plan de **Mejora del comercio en áreas turísticas.** El programa deberá contemplar el desarrollo de un corredor comercial que agrupe las distintas áreas comerciales céntricas que conceptualicen un gran centro comercial urbano. El comercio debe estar enfocado al visitante y ser contemplado también como una actividad turística.
- Desarrollo de una industria competitiva de **Ferias y Congresos** que involucre a todas las empresas afectadas y a los colectivos dinamizadores de la ciudad, especialmente universidad, colegios profesionales, asociaciones empresariales y otros entes sociales con intereses específicos. Debe promoverse que de la

celebración de Ferias y Congresos se beneficie en la mayor medida la ciudad evitando los programas cerrados sin vinculación con el entorno.

- Creación, desarrollo y paquetización de **productos turísticos** concretos que permitan su comercialización en los mercados. Se proponen a corto plazo estructurar los siguientes productos:

- Gastronomía dentro del Club de Productos “**Saborea España**”.
- **Ciudad de Compras del Suroeste Peninsular**. Concentrando esfuerzos en el eje Conquistadores-Menacho-Casco Antiguo y la promoción en el área de influencia de la ciudad.
- **Ciudad de Congresos**. Desarrollando una entidad de gestión de comercialización y desarrollando el sector de congresos local. Involucrar en la comercialización a los profesionales del conocimiento local.
- **Ciudad Sanitaria**. Estructurando y coordinando la oferta de salud de la ciudad.
- **Ciudad de Entretenimiento y Diversión**. Coordinando la oferta actual.
- **Ruta patrimonial**. Definiendo una ruta en el Casco Antiguo donde puedan concentrarse los esfuerzos de rehabilitación, atención y comercialización turística.

## ■ **Creación de una imagen coherente del destino y consecución de su comunicación y comercialización eficaz.**

Definición y apuesta global por un posicionamiento singular y sostenible que de sentido a una **marca turística** y que sea coherente con otros objetivos de la ciudad. Se propone el concepto de Badajoz como Ciudad abierta, moderna y de servicios especialmente por su Comercio, su Gastronomía, el Ocio y sus servicios de salud y educativos. Este concepto se refuerza y debe influir en la oferta de recursos patrimoniales, la imagen del río y el agua y la posición fronteriza. También sirve de argumento para la celebración de ferias, congresos y grandes eventos y de promoción de otros sectores económicos. Desde hace varios años se ha promovido desde instancias privadas la marca “**Badajoz Corazón Ibérico**”, que ya está siendo utilizada por distintos colectivos y empresas. Se propone decidir de manera inmediata si apostar por esta marca o adoptar otra, pero debe decidirse con la máxima rapidez, para no desperdiciar recursos.

Diseño y desarrollo de una **identidad corporativa del destino turístico de Badajoz** que sea coherente con el posicionamiento que se desee y que esté presente en todas las acciones de comunicación de Badajoz. Esta identidad corporativa debe integrar al mobiliario y paisaje urbano. Especialmente debe estar desarrollado en los itinerarios o rutas turísticas interiores de la ciudad. Los toldos pueden ser uno de los elementos de mayor impacto.

**Campaña de comunicación, promoción y sensibilización de los recursos y oferta turística de la ciudad a los ciudadanos de Badajoz.** Los residentes deben ser los primeros prescriptores de la ciudad y entender y defender el concepto de Badajoz como destino turístico. Se debe promover que el residente motive al visitante a recorrer las distintas ofertas turísticas de la ciudad. Esta campaña debe hacer un especial énfasis en los profesionales del sector turístico:



hoteles, hostelería, ocio, comercio y transportes.

- Diseño e implantación de una **campaña de comunicación y promoción de Badajoz como destino turístico**. Esta campaña debe estar focalizada en primer lugar en el área primaria de influencia de Badajoz de 750.000 habitantes y en segundo lugar en su área de rápido acceso comprendida dentro del triángulo Madrid, Sevilla y Lisboa. Lisboa debe priorizarse como área de difusión de la oferta de Badajoz por su fácil y rápida accesibilidad, por su alto nivel de vida y por las ventajas comparativas de la oferta de la ciudad.
- Diseño e implantación de un **plan de comercialización del destino turístico de Badajoz**. Para ello hay que definir con claridad los productos turísticos, paquetizarlos e introducirlos en los canales de comercialización. Se requiere la venta global del destino y en ello deben estar comprometidos los agentes turísticos locales.

### ■ **Creación de un sistema de gestión del destino turístico que sea sostenible.**

- Creación de un **ente mixto de gestión turística de la ciudad** que involucre a todos los sectores afectados por las actividades de los visitantes y que planifique y gestione la ciudad como destino turístico. Este ente mixto debería servir de coordinación de los distintas entidades de promoción de productos específicos como:
  - **Badajoz Convention Bureau**. Encargada de promover y coordinar la actividad de Congresos en la ciudad.
  - **Badajoz Gastronómico o Saborea Badajoz**. Encargada de promover y gestionar el producto turístico gastronómico.
  - **Comercio**. Promoción de la ciudad como lugar de compras.
  - **Badajoz Centro Médico**. Entidad que agrupa a distintas clínicas que pretenden posicionar Badajoz como ciudad sanitaria privada.
  - Otras entidades que se organicen para comercializar productos de carácter turístico.
- Elaboración y difusión de un **Plan Estratégico Turístico de Badajoz** que sirva de consenso y compromiso a largo plazo del posicionamiento, actuaciones y planificación turística de Badajoz.
- Desarrollo de un **sistema de información turística de Badajoz** que sirva para la toma de decisiones de las administraciones públicas y las empresas del sector y que permita hacer un seguimiento de las actuaciones desarrolladas.

## **ACTUACIONES PRIORITARIAS**

- Desarrollo del producto turístico **“SABOREA BADAJOZ”** dentro del Club de Productos **“SABOREA ESPAÑA”** que permita estructurar el producto y comercializarlo a nivel internacional. Concentrar esfuerzos para que en el año 2011 se visualice, tanto localmente como en los mercados exteriores.
- Estructurar la actividad del comercio de la ciudad, posicionando **Badajoz Ciudad de Compras del Suroeste Peninsular**, coordinando los recursos actuales y promoviendo la imagen global de la ciudad como ciudad de compras.

Hay que unir conceptualmente como espacio de compras el eje Conquitadores-Menacho-Casco Antiguo. Estas actuaciones deberían desarrollarse a lo largo de 2011 para que progresivamente se desarrollase y consolidase el producto y poderlo promocionar en las navidades del 2011 y durante todo el 2012.

- Promover el producto de **Badajoz como destino Sanitario**. En la actualidad se está estructurando el sector mediante la asociación “Badajoz Centro Médico” y se deberá a lo largo de 2011 consolidar el producto y posicionarlo en Portugal. El alto número de visitas a la ciudad por razones sanitarias deberá aprovecharse para promocionar los otros productos turísticos.
- Promover la ciudad como **ciudad entretenida y divertida; de ocio, cultura y deportes**. Hay que estructurar la oferta, con una identidad común y difundir la información de las múltiples actividades que se desarrollan en la ciudad, en el mercado de proximidad. Esto permitirá crear argumentos de visitas, experiencias gratificantes y prolongación de las estancias así como desarrollar la industria local del entretenimiento.
- Comercializar **Badajoz como ciudad de Congresos** aprovechando las infraestructuras existentes, las singularidades del entorno (la frontera y la dehesa) y los costes de la ciudad, que en estos momentos se convierten en una ventaja competitiva.
- Desarrollar un **Plan de Profesionalización del Sector**. Crear un centro formativo de turismo, gastronomía y comercio que incida en las carencias formativas de estos sectores, tanto en los aspectos operativos, como de gestión y atención al público. Especial esfuerzo en incrementar el número de profesionales que hablen portugués.
- Crear un **Ente de Gestión y Promoción del Destino Badajoz**. En esta entidad mixta público-privado pueden estar incluidos los distintos productos a potenciar: Congresos, Gastronomía, Comercio o Sanitario.
- Debe establecerse la fecha de la **llegada del AVE**, previsiblemente 2013-2014, como un hito esencial de la ciudad para haber abordado los cambios necesarios que nos permita tener productos turísticos singulares, estructurados, competitivos y posicionados en los mercados.
- Concentrar los esfuerzos de consolidación y promoción de productos **tematizando años** en función del grado de maduración de la oferta. Se proponen los siguientes temas:
  - **Año 2011: Año Gastronómico.**
  - **Año 2012: Año del Comercio.**
  - **Año 2013: Badajoz Ciudad de Congresos.**
  - **Año 2014: El Guadiana y la Naturaleza.**
  - **Año 2015: La Plaza Alta y La Alcazaba.**

## PRÓXIMA SESIÓN

La siguiente sesión se celebrará el 19 de abril de 2010 y el tema a tratar será:  
**CONSTRUCCION Y SECTOR INMOBILIARIO EN LA CIUDAD DE BADAJOZ.**



Pacto local por el empleo de la ciudad de Badajoz

financian:



participan:



JUNTA DE EXTREMADURA

