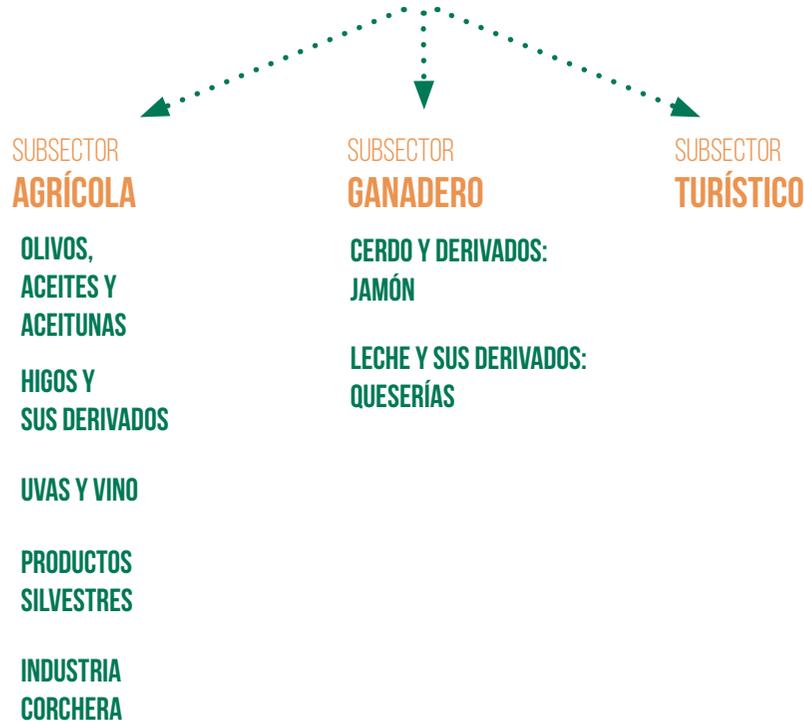


5.2.1. ANÁLISIS DE LOS SECTORES PRODUCTIVOS PARA EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA.

SECTORES PRODUCTIVOS PARA EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA



El principal sector de actividad económica en la comarca ha sido tradicionalmente el Agroganadero, del que en épocas pasadas (hasta los años sesenta) llegó a depender el triple de la población actual. En la zona serrana (Alcuéscar, Arroyomolinos, Montánchez, Zarza de Montánchez...) predominan los cultivos del olivo, la vid y la higuera; mientras que en el Llano se dan mejor los cereales, los herbáceos y pastizales. En ambas zonas la actividad ganadera ha sido y continúa

siendo importante, predominando un tipo de ganadería extensiva (ovinos y bovinos), sobre todo en los pueblos del Llano. Actualmente, la actividad agroganadera, incluso en las poblaciones más emblemáticas, se ejerce mayoritariamente como una actividad secundaria, complementaria de otra u otras actividades principales, como puede ser el empleo en la construcción o incluso el cobro del subsidio agrario.

Paradójicamente, las fuentes principales de la actividad económica no se localizan dentro de la comarca sino fuera de ella; una gran parte de la población depende de una u otra manera de las subvenciones que llegan de las arcas del Estado y de la Comunidad Autónoma, bien en forma de pensiones y prestaciones (de jubilación, de asistencia...) bien como subsidios y ayudas (prestaciones del SEXPE, subsidio agrario...). Las actividades económicas tradicionales, aún siendo importantes, han sido relegadas por otros sectores dependientes de las tendencias económicas exógenas a la propia comarca.

Es preciso que los sectores de actividad tradicional sean rehabilitados. Las comarcas más prósperas de Extremadura (Valle del Jerte, La Vera, Tierra de Barros...) son aquellas que han sabido rentabilizar y modernizar sus actividades económicas tradicionales, haciéndolas compatibles con una sustancial apertura al exterior, para la comercialización de sus productos y para la recepción de un incipiente turismo. La comarca de Sierra de Montánchez y Tamuja puede imitar estos modelos de referencia, procurando al mismo tiempo evitar sus errores.

ESTRATEGIA DLP 2014-2020

SUBSECTOR AGRÍCOLA.

La entrada de España en la Unión Europea y la posterior integración del sector en la Política Agraria Comunitaria (PAC), ha propiciado el abandono progresivo del cultivo de cereales, en favor de una agricultura de carácter más integrado y sostenible y de una ganadería extensiva, sustancialmente subvencionada por la Unión Europea.

Actualmente una gran parte de la agricultura de la comarca, sobre todo en la zona de montaña, está catalogada como "agricultura ecológica", aunque las producciones no salen al mercado como tales.

De todos estos subsectores de actividad son los cultivos de la higuera y del olivo, junto con

el porcino y sus derivados y la ganadería selecta y de calidad, los que contienen, a nuestro parecer, las mayores potencialidades de cara al futuro. No obstante, existen en la comarca otras actividades económicas que, en el marco de una necesaria diversificación económica, deben ser tenidas en consideración, bien por su importancia actual, bien por su potencialidad (turismo rural), bien por otras razones (caso de la industria cinegética, del granito...).

A continuación, vamos a realizar un análisis somero sobre la situación actual y las perspectivas de futuro de algunos de estos subsectores de actividad comarcal, que pudieran ser emblemáticos del desarrollo futuro de la comarca.

OLIVOS, ACEITE Y ACEITUNAS.

En nuestra comarca se concentra el olivar más productivo de la provincia; el cual aparece frecuentemente asociado a otros cultivos (viñas e higueras). El cultivo se concentra especialmente en la parte sur de la comarca (Alcúscar, Arroyomolinos, Montánchez...), aunque también se extiende por algunos otros términos del Llano (Albalá, Torremocha...). La superficie total cultivada ronda las 6.000 Ha y la producción media anual varía entre los 6-8 millones de kilos anuales.

La mayor parte de la cosecha de aceitunas se concentra todos los años en las cooperativas de la comarca: Cooperativa N. Sra. de la Consolación (Montánchez), Cooperativa San

Sebastián (Arroyomolinos), Cooperativa San Isidro (Alcúscar); Cooperativa N. Sra. del Rosario (Valdemorales), Cooperativa La Terrona (Zarza de Montánchez) y Cooperativa Regahigos (Almoharín), siendo sometida allí a un primer proceso de limpieza en unas, y de extracción y refinado en otras; una vez molturada la aceituna y extraído el aceite, la mayor parte de este (aproximadamente 3/4 de todo lo que se produce) se vende a granel, a grandes industriales de fuera de la región para su envasado y comercialización. Esta es una de las grandes asignaturas pendientes de las cooperativas, ya que si bien se envasa en algunas, no es la tónica habitual.



Las cooperativas de Alcuéscar, Almoharín, Arroyomolinos y Montánchez cuentan actualmente con modernos sistemas de molturación en frío, montado en dos fases (cada una tiene su propio molino, cada uno de estos molinos vale una pequeña fortuna) y todas ellas manifiestan un problema común: el eliminado de los residuos industriales, altamente contaminantes que producen, los famosos alperchines o “alperujos” como aquí se denominan. Algunas de estas cooperativas ya solicitaron al PRODER I ayuda para construir una Planta de Tratamiento del alperujo, de manera que dichos residuos no sólo fueran eliminados, sino transformados en nuevos productos susceptibles de generar una riqueza adicional en la zona.

Uno de los escollos más difíciles a que deben hacer frente las almazaras - cooperativas es el localismo y la falta de visión empresarial de los socios cooperativistas. Muchos de los problemas comunes, referidos principalmente a la transformación y posterior comercialización de los productos derivados de la aceituna, no pueden ser acometidos debido a esta falta de visión colectiva, a este ancestral sentido individualista que gobierna la mentalidad de los agricultores.

Es necesario erradicar la parte más negativa de dicho sentimiento, mediante campañas de concienciación que fomenten el asociacionismo y la acción colectiva. Dichas campañas forman parte del plan de trabajo con el sector.

Fruto de esta acción sensibilizadora, y en par-

te como consecuencia adicional de la obligada implantación de una Organización de Productores de Frutas Verduras y Hortalizas (OPFH), para estructurar el subsector del higo se constituyó hace algunos años en la zona una Cooperativa de Segundo grado (APROCEX). Esta cooperativa de 2º grado supone un importante punto de partida, una base sobre la que poder estructurar el sector agroindustrial, al menos en esta parte de la comarca, devolviéndole la trascendencia y la importancia que, sin duda, se merece.

Otros problemas importantes que se detectan en este subsector son:

- El uso abusivo de fungicidas y otros productos fitosanitarios, sin respetar los espacios de tiempo recomendados entre la aplicación y el consumo de los productos tratados. A tal efecto se han desarrollado acciones formativas desde ADISMONTA para asegurar que los productores conocen y cumplen la normativa sobre aplicación y manejo de productos fitosanitarios.
- La falta de profesionalización del sector. A pesar de que la mayor parte de las propiedades se registran como “ecológicas”, lo cierto es que el desconocimiento de las técnicas de agricultura ecológica es casi generalizado. Ante las expectativas de las subvenciones europeas, se ha pasado demasiado deprisa de una agricultura “falsamente tradicional”, abusiva, abrasiva y no respetuosa con el medio ambiente, a una agricultura “falsamente ecológica”, en la que, sobre todo por desconocimiento y

falta de atenciones, se extienden con facilidad las plagas y las enfermedades.

- La falta de gerentes profesionales que se hagan cargo de la gestión de las cooperativas. Dicha falta es achacable en parte a los propios cooperativistas, quienes no ven con buenos ojos que alguien empleado en su cooperativa gane más dinero que el propio socio; aunque la mayor parte del sueldo del gerente lo pague la Junta de Extremadura.

Volvemos a incidir sobre la escasa capitalización de las cooperativas y la ausencia de visión empresarial a medio y largo plazo de los socios cooperativistas, quienes se sienten remisos a realizar cualquier inversión o desembolso financiero, aunque el negocio sea evidente, a pesar incluso de que una gran parte de dichas inversiones sean sufragadas con dinero público. Todo ello incide en una deficiente transformación de la producción, con la consiguiente pérdida de valor añadido y de riqueza para la comarca. Estas maneras y actitudes también implican un considerable retraso en todo lo relacionado con los aspectos promocionales y comerciales, no estando la aceituna de la comarca, a pesar de su calidad evidente, dentro de ninguna denominación de origen ni marca de calidad reconocida públicamente.

El trabajo para afianzar el cooperativismo, al día de hoy sigue siendo una prioridad y un caballo de batalla para el futuro.

ESTRATEGIA DLP 2014-2020

LOS HIGOS Y SUS DERIVADOS.

En nuestra comarca se concentra la mayor producción de higos del país y que dicha producción, a pesar del reducido calibre de los higos, está considerada como de calidad extraordinaria por los expertos.

La mayor superficie dedicada al cultivo de la higuera se localiza igualmente en la zona sur de la comarca; siendo los municipios de Arroyomolinos, Alcuéscar y Almoharín los mayores productores con diferencia. No obstante, las higueras aparecen diseminadas, de manera natural, prácticamente por toda la comarca; mostrando una gran capacidad de adaptación y simbiosis con el terreno y la

meteorología. La producción anual media de la comarca se establece entre 1,5-3 millones de kilos por campaña. Los higuerales suelen estar ubicados en las cercanías de los núcleos poblacionales, en los terrenos más fértiles, siendo frecuente su asociación con otros cultivos (especialmente vid y olivo).

El potencial de expansión y de crecimiento de este subsector de actividad económica en la comarca de Sierra de Montánchez y Tamuja es enorme; estando prácticamente limitado sólo por las exigencias actuales del mercado y por la demanda. Como se viene poniendo de manifiesto de manera constante en las mesas sectoriales celebradas con los productores "... la higuera es el cultivo de secano más rentable que se practica en la comarca y uno de los cultivos leñosos considerados sociales, por la mano de obra requerida..." Sin embar-

go, la realidad actual del subsector del higo en la comarca tiene mucho recorrido; estando casi todo por hacer en temas tan importantes como la mejora de los cultivos y de la calidad, transformación del producto, comercialización... Como botón de muestra y al nivel más elemental (mejora de las producciones) baste decir que, actualmente, el higueral produce en la comarca una media de 1.500-2.000 kilos por hectárea, pudiendo multiplicarse su producción por diez; lo que permitiría, de conseguirse esta mejora e independientemente del valor añadido adicional, convertir a este producto en una referencia económica importante para la comarca, quizá la más importante, de la que podrían vivir holgadamente un gran número de familias, con una explotación media de cinco o seis hectáreas.

Uno de los mayores impedimentos para el desarrollo del subsector es la presencia de numerosos intermediarios y almacenistas, que se dedican a exportar los higos fuera de la comarca, sobre todo hacia el Levante (Murcia, Alicante, Málaga...).

En el momento actual, las industrias transformadoras de higos que existen en la comarca son pocas y de escasa entidad, con la salvedad de las existentes en Almoharín, que cuentan con una dilatada experiencia de comercialización de estos productos, así como en Valdefuentes, aunque en menor medida. Estas empresas se dedican de lleno a la producción de pasta de higo y a la elaboración de productos manufacturados de calidad y que en



la temporada de mayor actividad (Campaña de Navidad) ofrecen trabajo directo a más de cincuenta personas. Estas empresas pueden servir como símbolo de una incipiente industria manufacturera, asentada sobre las producciones locales de calidad y volcada en el desarrollo económico de la comarca.

En las cooperativas es donde se concentran las mayores producciones, pero apenas transforman nada, aunque alguna está empezando a dar los primeros pasos.

Aunque el subsector del higo está muy poco estructurado en la comarca, dicho subsector experimenta en la actualidad importantes cambios estructurales a nivel europeo, que van a condicionar su futuro inmediato.

Actualmente, entre el 70% y el 80% del higo que se comercializa en la comarca tiene que ser registrado a través de una Organización de Productores de Frutas y Hortalizas (OPFH), creada específicamente para este producto.

En el momento actual, existe una organización de productores formada entre las cooperativas de Alcuéscar, Arroyomolinos y Almoharín, quienes constituyen una cooperativa de segundo grado denominada APROCEX (Agrupación de Productores del Centro de Extremadura).

El reto actual del subsector se concreta en superar con éxito las exigencias impuestas desde Bruselas; sobre todo las cuestiones de calibrado y calidad, para poder hacer frente a una hipotética reducción, o incluso a la supresión de las ayudas directas provenientes de la PAC.

En todo caso, el subsector precisa del desarrollo del asociacionismo y cooperativismo, sin el cual, se corre el riesgo de que las producciones se abandonen por falta de rentabilidad en favor de otras zonas y regiones de España o del exterior.

Para evitar esto, habría que actuar al mismo tiempo sobre diversos niveles, implementando medidas complementarias en el terreno de la investigación, de la innovación, de la formación especializada, de los incentivos y ayudas a la industria, de la promoción de la identidad comarcal, del cambio de mentalidad, de la sustitución generacional, de la transformación del tejido productivo; medidas que se ven potenciadas desde la Estrategia de Especialización Inteligente comarcal.

ESTRATEGIA DLP 2014-2020

DE LAS UVAS Y EL VINO.

El viñedo es otra de las producciones tradicionales, de gran arraigo en esta comarca, aunque la escasa entidad de las explotaciones (minifundio) y la falta de estructuración del subsector, han inducido un acusado proceso de regresión en los últimos años.

El cultivo se presenta generalmente asociado al olivar y a la higuera y al igual que estas otras producciones, la mayor parte del viñedo se localiza en el sur de la comarca, especialmente en las laderas de la zona serrana, aunque existen pequeñas plantaciones prácticamente en todos los municipios, siendo las localidades de Montánchez y Alcuéscar las que arrojan las mayores producciones, destinadas en su mayor parte al autoconsumo. La producción anual media de la comarca ronda el medio millón de kilos de uva; transformándose en vino la mayor parte.

La comarca de Montánchez entra de lleno en la Denominación de Origen Ribera del Guadiana, creada hace unos años por la Junta de Extremadura, sin embargo, la comarca no se aprovecha lo suficiente de esta ventaja, ya que sólo se embotella aproximadamente el 30% del vino que se produce, estando tanto su elaboración como su comercialización en manos de industriales ajenos a la comarca.

El subsector del vino, a pesar de encontrarse en franca regresión, sigue ocupando un puesto relevante en la producción final del sector agrícola comarcal. Este aporte podría ser sensiblemente mayor si el sector estuviera más

estructurado y se aprovechara más la pertenencia a la Denominación de Origen Ribera del Guadiana (sólo existe una cooperativa de vinos en toda la comarca, a la que están asociados menos de la mitad de los productores).

La comercialización de los vinos de la comarca no representa problema alguno, ya que el vino se vende asociado a otras producciones tradicionales (jamón, queso...) y puede atender además a una fuerte demanda potencial, proveniente de los numerosos "hijos de la comarca", que retornan anualmente a pasar en ella sus vacaciones de verano.

El subsector del vino puede ser igualmente utilizado para valorizar y rehabilitar un importante patrimonio cultural olvidado; nos referimos a las numerosas bodegas tradicionales, auténticas joyas de la arquitectura tradicional, que en el mejor de los casos permanecen cerradas y en el peor, son abiertas para ser expoliadas, vaciadas, destruidas... Las numerosas bodegas pueden ser utilizadas como complemento de ciertas actividades turísticas y gastronómicas, como museos vivos y florecientes negocios, como reductos de la identidad comarcal y colectiva. A través de ellas quizá podría recuperarse la ancestral industria artesanal de las grandes tinajas, antiguamente ubicada en el pueblo de Arroyomolinos. Todas estas vías alternativas y complementarias deberían ser exploradas con mayor intensidad.



EXPLOTACIÓN DE PRODUCTOS SILVESTRES.

Los productos silvestres: espárragos, cardillo, achicoria, ajo porro... se dan de manera natural en la comarca, principalmente en el Subsistema de la Dehesa, siendo una fuente de recursos aprovechados tradicionalmente, pero no cultivados ni comercializados sistemáticamente.

Según los resultados del “Proyecto Piloto para la Producción, Transformación y Comercialización de Productos Silvestres” acometido hace años por el Ayuntamiento de Plasenzuela con el respaldo de la Comisión Europea, dichos productos representan, al menos en parte, una alternativa a las producciones agrícolas tradicionales excedentarias en la Unión Europea.

El Proyecto, de tres años de duración, contaba con fases de cultivo, experimentación y transformación de los productos, habiendo obtenido unos resultados alentadores.

La implementación de estas producciones nuevas choca no obstante con importantes

barreras, que habrá que ir limando de cara a la necesaria diversificación de la oferta de productos de calidad. Uno de estos escollos es el propio agricultor de la comarca, el cual, generalmente no se plantea el empleo en la agricultura como actividad principal, sino como secundaria y subordinada a otras actividades más rentables económicamente.

Esta subsidiación característica de nuestra agricultura frena igualmente la incorporación de los jóvenes al sector agrario e invalida en gran parte el imprescindible relevo generacional; conformando una fuerza laboral muy poco propensa a las innovaciones y a las aventuras empresariales arriesgadas.

La mentalidad del agricultor de la comarca está volcada en la obtención del beneficio a corto plazo y en el reparto de todos los dividendos posibles, haciendo muy difícil la financiación de operaciones de cierta envergadura, necesarias por otra parte para modernizar el sector.

trías han apostado por tener un sello de calidad que otorgue relevancia a sus productos, así como diferenciación en el mercado nacional e internacional.

Otro de los grandes escollos con los que tropieza el desarrollo agrícola en la comarca es la falta casi absoluta de estructuras de transformación y de comercialización de los productos propios; esto es así incluso en productos tan emblemáticos e introducidos como son los higos o el aceite, la mayor parte de los cuales se venden a granel, con el total beneplácito de los productores; si esto es así respecto de los productos tradicionales, cuáles no serán las dificultades adicionales para el tratamiento, la elaboración y la posterior comercialización de productos poco o nada conocidos en los circuitos comerciales.

Todas estas dificultades no deben desanimarnos en nuestro empeño de buscarle alternativas viables a la agricultura tradicional; por el contrario, debemos ver en los Productos Silvestres una nueva potencialidad emergente, que debe ser explotada a medio y largo plazo, proyectando hacia el futuro y ampliando las perspectivas de crecimiento de la agricultura, como fuente de empleo intensivo, que puede servir además de reclamo para la recuperación demográfica de la comarca.

Aún así, el sector está escasamente articulado y promocionado, pues son industrias familiares con escaso reconocimiento.

LA INDUSTRIA CORCHERA.

De escasa importancia a nivel comarcal es, sin embargo, muy a tener en cuenta en Alcués-car, municipio que monopoliza la extracción y venta del corcho a nivel comarcal, sobre todo si consideramos que algunas de estas indus-

ESTRATEGIA DLP 2014-2020

SUBSECTOR GANADERO.

La ganadería ha constituido y representa actualmente una importante actividad económica. Dicha actividad se presenta muy repartida, siendo muy relevante tanto en pueblos de la sierra (Arroyomolinos, Alcuéscar, Montánchez, Santa Ana...) como en otros del llano (Plasenzuela, Aldea del Cano, Valdefuentes...). En la zona serrana predominan los cerdos, los bóvidos y los caprinos (Arroyomolinos, Alcuéscar, Montánchez...), mientras que en el llano (Plasenzuela, Torremocha, Valdefuentes...) abundan sobre todo las ovejas.

A nivel comarcal, destaca el sector bovino, predominando las razas charolesa y retinta, seguido del ovino y del porcino, preferentemente ibérico, y con menor representatividad el caprino y el avícola.

EL CERDO Y SUS DERIVADOS: LA INDUSTRIA DEL JAMÓN.

El grueso de la Industria del Cerdo y sus Productos Derivados (sobre todo Jamón), se localiza en el sur de la comarca, en Almoharín y especialmente en Montánchez (varias empresas), cuyos excelentes jamones tienen fama y reputación en toda España, representando el 60% de la oferta cárnica de la comarca.

La actividad tradicional de curado y comercialización de jamones se pierde en el recuerdo de los más viejos; antiguamente y hasta fechas muy recientes, los jamoneros de Montánchez se desplazaban en tiempo de invierno por toda la comarca, en busca de jamones para salar y curar en sus secaderos, con la

El problema de este importante subsector es que está muy poco estructurado; aunque recientemente se ha originado una iniciativa asociativa, para aglutinar a los ganaderos de la comarca en la defensa de sus intereses. La ubicación de la sede de esta Asociación de Ganaderos en el centro geográfico de la comarca representa un factor a su favor, de cara a trascender el ámbito local e intentar abarcar, con el tiempo, a toda la comarca.

La producción ganadera puede asegurar de cara al futuro el desarrollo de una incipiente industria agroalimentaria, que hoy por hoy, sólo está planteada en sus cimientos. Un ejemplo más que ilustrativo de la enorme potencialidad y riqueza que puede generar la ganadería está representado por las industrias

llegada del automóvil, la recogida de jamones se vio favorecida y acrecentada, pero no será hasta el año 1.996, tras la promulgación de la normativa europea que regula el sector agroindustrial, cuando se produjo la verdadera revolución en este importante subsector.

Actualmente, la mayor parte de estas industrias son de escasa entidad, emplean poca mano de obra, y generalmente, aunque la crisis económica ha hecho mella en el sector, no tienen problema para vender toda su producción en el mercado regional y nacional, dada la calidad del producto.

chacineras, especialmente por los secaderos de productos derivados del cerdo, las industrias del jamón; otro ejemplo en ciernes, que habría que potenciar mucho más de cara al futuro es el de los derivados de la leche, las queserías, especialmente el queso de oveja, algunas de las cuales son ejemplos vivos de desarrollo endógeno, integrado y sostenible; además tenemos importantes producciones de carnes de calidad, ligados a un aprovechamiento extensivo de las numerosas dehesas con que cuenta nuestra comarca. Todas estas actividades agroganaderas se asientan sobre lo que han sido los pilares tradicionales de la economía comarcal hasta fechas recientes, lamentablemente abandonados en favor de recursos exógenos, ligados a las Instituciones y al Modelo de Ciudad.

Casi un 60% de la venta es “venta directa”. Entre los principales problemas que se detectan en este importante subsector de actividad se encuentran los siguientes:

- La escasa promoción de los productos.
- El riesgo que supone mantener un elevado capital circulante, sobre todo para las pequeñas empresas.
- La inexistencia de mataderos industriales en la comarca.
- El escaso interés compartido y la falta de estructuración del sector.



El primero de los problemas parece haber entrado en vías de solución, ya que la propia Junta de Extremadura realiza campañas publicitarias en favor del Jamón de Extremadura.

Actualmente las industrias de la comarca están homologadas y algunas de ellas acogidas a la denominación de origen “Dehesa de Extremadura”; además, varios industriales han obtenido el reconocimiento del Jamón de Montánchez como producto Marca de Calidad de Extremadura. La imagen de calidad asociada a los productos derivados del cerdo, ya sirve de atractivo e imán para numerosas personas que se acercan a Montánchez con el fin principal de adquirir dichos productos; de manera que la promoción de los productos derivados del cerdo son además un acicate para el desarrollo de una incipiente industria turística local.

Aunque existe una Asociación de Empresarios del Jamón, ésta apenas se muestra operativa y los propietarios manifiestan que no tienen ninguna necesidad de asociarse para vender ni para compras logísticas. Esta falta de estructuración y de acción coordinada de los industriales perjudica al sector y a la comarca en su

conjunto, ya que no se pueden acometer acciones globales que incidan significativamente en la expansión del subsector. El desarrollo de proyectos de innovación como el loncheado y envasado de productos es esencial de cara al futuro.

Casi todos los industriales compran los jamo-

nes frescos fuera de la comarca, ya que aquí no existen mataderos comarcales, ni criaderos de cerdos homologados. El matadero industrial más cercano se encuentra en Arroyo de la Luz; también se importan jamones de la comarca de la Vera y de Salamanca.

En relación al porcino, existe alguna iniciativa interesante para criar, en nuestra comarca, los cerdos que actualmente se importan, aumentando así la integración de un sector agroindustrial muy capitalizado y atomizado, localista y bastante reacio a la acción coordinada y a la empresa colectiva. De llevarse a cabo estas industrias criaderos, bien pudieran representar un importante centro de actividad económica, ya que en nuestra comarca abundan excelentes dehesas, comunales y privadas, en las que se crían de manera natural, importantes remesas de cerdo ibérico y de montanera.

Esta actividad ancestral, tal como atestiguan los numerosísimos zahurdones repartidos por toda la comarca, debería recuperarse en su integridad, desarrollando su aspecto colectivista, poniendo en clave de producción las numerosas dehesas de propios y comunales existentes en la comarca, muchas de ellas infraexplotadas, y buscando la implicación de las poblaciones en su proceso de desarrollo colectivo.

Esta podría ser una importante actividad social, cuyos beneficios pudieran estar bastante repartidos, en pro de toda la colectividad y que atendería una importante demanda proveniente de las numerosas industrias chacine-

ESTRATEGIA DLP 2014-2020

ras; las cuales, como decíamos anteriormente, se ven en la necesidad de salir a comprar los jamones frescos, incluso fuera de nuestra región

Las expectativas de hacer rentables estos

criaderos de cerdo ibérico y de montanera aumentan si tenemos en consideración las perspectivas de crecimiento del sector a medio y largo plazo, así como la importante demanda que pueden generar otras comarcas extremeñas, algunas muy cercanas a la comarca

(Jerez de los Caballeros, Trujillo, Mérida...). La promoción de criaderos de cerdo selecto en nuestra comarca puede jugar, además, en favor de la instalación futura de un matadero industrial que abasteciera a las industrias de Montánchez y Trujillo principalmente.

LA LECHE Y SUS DERIVADOS: QUESERÍAS.

Independientemente del mercado de la carne, al que se orientan la mayor parte de las producciones ganaderas de la comarca, se detecta un importante subsector de actividad económica en la transformación de los productos lácteos, sobre todo la leche de las numerosas ovejas.

La producción de quesos de calidad ha sido otra de las actividades económicas tradicionales en nuestra comarca, destacando en ello, localidades como Valdefuentes, Torreorgaz y Almoharín. En Valdefuentes existen dos industrias homologadas de fabricación de quesos artesanos (Hermanos Hidalgo e Industrias Valpe) y hay otra empresa familiar, similar, en Torreorgaz (Félix Vidarte), así como en Almoharín (Hermanos Pajuelo). El subsector forma parte de la Denominación de Origen "Quesos del Casar",

La paulatina reducción de subvenciones comunitarias a la ganadería, está forzando a los ganaderos a buscar soluciones sostenibles

para el mantenimiento de su actividad; en el caso de las ovejas, la solución pasa indefectiblemente por la transformación de la leche, el "oro blanco" de la producción ganadera de nuestra comarca; sin embargo, la cantidad de leche que se transforma en quesos actualmente es ridícula, en relación con la producción que se exporta fuera de la región.

La leche de oveja que se produce en esta comarca es de una calidad extraordinaria; sin embargo, debido al bajo precio de compra, muchos ganaderos no se sienten motivados para ordeñar a sus ovejas.

Por otra parte, la comercialización de los quesos que se fabrican no representa problema alguno, ya que todo el queso se vende en el mercado local y provincial, sin la menor necesidad de salir a vender fuera de la región, por lo que podemos suponer que la demanda potencial de estos quesos artesanos, que se han llegado a vender como Tortas del Casar, sería enorme en un mercado globalizado y cada

vez más atento a la calidad de los productos.

Pero la realidad actual es que cada año continúan saliendo de nuestra comarca cientos de miles de litros de leche, que sirven para aumentar la calidad y el prestigio de otras industrias lácteas, ubicadas lejos de nuestra región. Aunque se aprecia cierta voluntad por parte de algunos industriales del queso, para intentar llegar a algún tipo de acción coordinada o empresas colectivas, existe una gran disgregación en el subsector y una ausencia casi total de elementos articuladores, estructurantes, entre ellos, la falta de información, de formación, de concienciación...

Un caballo de batalla de cara al nuevo Programa, será continuar trabajando para la transformación de la materia prima y la obtención del valor añadido de las producciones lácteas, con la implicación de los industriales queseros y de los ganaderos de la comarca.

SUBSECTOR DEL TURISMO.



Una de las definiciones más acertadas y que mejor definen el término de Turismo Rural viene a decirnos que es la “actividad turística realizada en el espacio rural, compuesta por una oferta integrada de ocio, dirigida a una demanda cuya motivación es el contacto con el entorno autóctono y que tenga una interrelación con la sociedad local”.

El auge de este tipo de actividad turística viene dada por dos motivos fundamentales: por un lado, el aumento de la demanda de turismo rural se enmarca dentro de la creciente implicación ecológica en la que viven las sociedades avanzadas y desarrolladas de la actualidad, y por otro lado, porque el espacio rural ofrece una dimensión turística nueva muy distante del turismo de masas de nuestra costa, mucho menos congestionado y con grandes posibilidades de no sufrir degradación del medio.

El turismo rural da un sentido económico directo a los esfuerzos de protección y gestión del “paisaje rural”, ya que los convierte en recursos básicos para la atracción de visitantes (Espacios protegidos, arquitectura popular, explotaciones agroganaderas tradicionales ...), cuyos gastos en los distintos bienes y servicios inyectan rentas adicionales al espacio rural. En este sentido es una realidad, un

Turismo Rural bien planificado puede servir como un tipo de estrategia de conservación del medio ya que puede funcionar como una alternativa a la ocupación actual del tiempo li-

bre mediante las distintas ofertas de ocio que ofrece, reduciendo los impactos ambientales negativos y descongestionando las áreas más saturadas y degradadas.

Con este planteamiento se apuesta por la implantación de este sector en áreas rurales desde hace dos décadas en España a imitación de países europeos como Alemania, Francia, Austria e Inglaterra, entre otros.

El desarrollo del sector ha presentado distintas variaciones resultantes tanto de circunstancias propias como ajenas del sector, encontrándonos en la actualidad en un punto crítico a nivel nacional.

Se ha producido una saturación de oferta, con una marcada falta de adecuación a la demanda y sin previsión a la hora de la gestión. Los primeros alojamientos se llenaron con facilidad y alcanzaron con precios populares sus expectativas económicas, basadas en un complemento de renta. La demanda del turismo rural empezó a crecer, animando a inversiones mayores, y con un marcado ánimo de lucro que hizo subir los precios en base a una supuesta mejora de calidad.

La implantación de Leader y Proder en los territorios rurales generan continuas campañas de promoción turística y edición de material publicitario que satura la mente del consumidor ya que no hay posicionamientos claros de productos: “Todos tenemos de todo”.

ESTRATEGIA DLP 2014-2020

El entorno económico y social se encuentra en constante cambio, y donde no existe equilibrio de necesidades y poder adquisitivo en opciones como el disfrute de la actividad turística. Cuesta menos una semana en el Caribe que en un alojamiento rural de Cuenca.

Es un momento difícil con una necesaria reconversión del sector, debe abandonarse la idea de vender camas como negocio del alojamiento en el medio rural. Los servicios deben conformar una oferta donde el atractivo sea el destino. Un destino único.

La realidad se ve reflejada en la intención de venta de este tipo de negocio por todo el territorio español, falta de estructuración de las empresas de ocio, destacando de forma positiva el sector de restauración, especialidad que aparece con viabilidad económica positiva asegurando su sostenibilidad.

De igual forma la comarca de Montánchez y Tamuja ha apostado por el sector turístico como una alternativa económica para el desarrollo del territorio.

La oferta turística en la comarca durante los últimos años sigue una tendencia creciente tanto en hostelería como en restauración.

La demanda turística en nuestra comarca se caracteriza por ser una demanda estacional, muy concentrada en los meses de primavera y otoño en corta estancia (uno o dos días) o bien en las vacaciones de verano.

El perfil del turista que nos visita varía desde el visitante extranjero, atraído especialmente por la naturaleza, hasta el turista nacional o incluso comarcal, que se desplaza hasta la zona a comprar determinados productos (vino, jamón) o simplemente a pasar parte del día.

Tradicionalmente el turismo cinegético como actividad y el producto ibérico como elemento gastronómico siguen siendo los segmentos prioritarios. Sin embargo, en verano, la afluencia de turistas originarios de la propia comarca es muy importante, llegando a duplicarse e incluso a triplicarse la población normal de muchas localidades. Esta afluencia masiva de emigrantes-turistas aún no ha sido bien valorada ni comprendida; aunque puede representar una importante fuente de

riqueza para la comarca, no sólo material sino también, y sobre todo, de captación de recursos humanos, para devolver a esta comarca su antigua vitalidad mediante lo que se ha dado en llamar “Turismo Paisano”.

La oferta de alojamientos y restaurantes se complementa con la apertura de Puntos de Información Turística en determinadas localidades (Alcúscar y Montánchez, Arroyomolinos) y con la restauración y mejora de determinados enclaves y monumentos, que sirven de puntos de atracción y principal referencia (Basílica de Santa Lucía, Castillo de Montánchez., Vía de la Plata, Encina Terrona...).

Tanto la Junta de Extremadura como los diferentes Programas de Desarrollo Rural imple-

mentados en la comarca han apostado decididamente por el desarrollo del turismo, como recurso y como importante fuente de actividad para el desarrollo de la comarca.

Diversos han sido los proyectos abordados desde el Grupo de Acción Local, entre los que podemos citar:

Campaña de promoción “Extremadura desde el Corazón”, posicionando como producto la observación de la naturaleza y el disfrute de actividades complementarias: “Enclave Natural, Enclave de Ocio”. Dentro de este Plan se ha realizado una campaña de publicidad con slogan e imagen de una comarca abierta y activa. Se ha asistido anualmente a los Workshop organizados por la Junta de Extremadura vendiendo posibilidades del territorio y facilitando la participación de

los empresarios para establecer los lazos comerciales necesarios para impulsar el sector. La campaña publicitaria ha incluido el trabajo con medios de comunicación regional (prensa, radio y televisión). La promoción turística de estos 21 municipios en revistas especializadas como Senderos y Vivir Extremadura en el ámbito regional, y Grandes Espacios y Destino Sur en el ámbito nacional.

Se han promocionado los distintos productos, actividades y diversificación de opciones en Ferias como: FITUR, FERANTUR, TURINTERIOR, INTUR... De igual forma que una intensa promoción en colaboración con la Diputación de Cáceres con la realización de la I Semana

Temática Sierra de Montánchez y Tamuja y la colaboración en las Jornadas técnicas de la siguiente Semana Temática organizada por la Mancomunidad Sierra de Montánchez.

Debemos resaltar que la cooperación es una herramienta clave para el desarrollo y más desde el punto de vista turístico donde los destinos no tienen una fragmentación tan mínima como es la comarcal.

Con distintos proyectos de Promoción propuestos por la comisión de Turismo de RE-DEX se ha dado prioridad a la implantación de una imagen de marca turística regional “Extremadura Rural “ y en este último periodo hemos promocionado los recursos propios de cada comarca bajo un mismo paraguas y la asistencia conjunta a los distintos eventos de promoción.

El desarrollo del sector y el estudio de la demanda (motivación y satisfacción) ha fortalecido el producto gastronómico basado en el ibérico como elemento diferenciador. Así la campaña de promoción dentro del mismo posicionamiento estratégico de situación geográfica (Corazón de Extremadura) se desplaza con nuevas propuestas y alianzas: “La Dehesa con Cinco Sentidos”.

El Plan de Valorización de Recursos, responsabilidad del Grupo de Desarrollo, con el objeto de poner en valor los distintos recursos de la comarca para su aprovechamiento turístico, es el más participado por todos los colaboradores que han desempeñado distintas funcio-

nes en el CEDER. Perfiles académicos como: geografía, historia, arte, turismo y medios audiovisuales, bajo la supervisión del Equipo técnico han hecho posible contar con una base de datos actualizada y constantemente implementada.

Dentro de la valorización de recursos está la adecuación de esta herramienta a la demanda, con un marcado carácter de avance tecnológico. Por ello se ha trabajado en la digitalización de los recursos, su georeferenciación y marcación de itinerarios disponibles para descargar a los distintos dispositivos de información.

Otro objetivo de la valorización de recursos es la propuesta de restauración, mejora y adecuación de los distintos elementos de patrimonio natural, histórico-artístico y cultural susceptibles de aprovechamiento turístico.

En este aspecto se ha trabajado en la elaboración de la propuesta de Sierra de Montánchez como Paisaje Protegido, trabajo conjunto con la S.E.O. en una propuesta turística de actividad económica alternativa en la Z.E.P.A. de los Llanos de Cáceres y Sierra de Fuentes. Señalización acceso, mantenimiento y promoción de árboles singulares (La Terrona y la Nieta). Distintos proyectos de adecuación y mejora del entorno en distintas localidades con actuaciones en el casco urbano, elementos representativos, y parajes singulares.

Desde la Asociación se ha animado y acompañado a la presentación de distintos proyec-

tos de rehabilitación del patrimonio en casos como El Centro de Interpretación de la Basílica de Santa Lucía del Trampal (Alcuéscar) y el Plan Director de la excavación arqueológica de Villas Viejas del Tamuja (Botija), así como la edición de un manual práctico sobre el castro celta.

La señalización se ha mantenido desde su diseño, validación del manual y colocación, pero presenta el razonable deterioro por el paso de los años. Se hace necesario el estudio y puesta en valor de más itinerarios.

El Plan de Comercialización es uno de los más difíciles de desarrollar ya que tiene como objeto la puesta en valor del producto turístico y su venta para el logro de beneficio económico. Este objetivo marca de manera clara a los agentes directos que ejecutan el plan: Los empresarios. El grupo ha desarrollado en este plan distintas estrategias y actuaciones encaminadas a la vertebración del sector: animar a la formación de estructuras empresariales más competitivas (Federación de Asociaciones); integración en asociaciones nacionales (ASETUR); diseño y cesión de una herramienta de comercialización innovadora en el subsector de alojamiento en el mundo rural.

El sistema Centralizado de Reservas es principalmente una herramienta de Gestión que facilita la profesionalización del sector (Módulo de Gestión), la competitividad (reserva, compra y pago On-line) y la obtención de datos para estudios estadísticos.

ESTRATEGIA DLP 2014-2020

La idea del Sistema Centralizado de Reservas nace para cubrir las necesidades y salvar los distintos escollos con los que se encuentra este subsector, por ello es destacable mencionar que ha sido el elemento que ha posibilitado la integración del alojamiento en el medio rural dentro de los canales de distribución, producción y venta del servicio turístico.

Plan de Productos Genuinos: Se ha trabajado mano a mano en la producción de una oferta especializada como “Los sonidos de la naturaleza”, “Turismo Accesible, turismo para todos” “La Dehesa con los cinco sentidos”, el turismo cinegético y ornitológico “La Ruta de las Siete Maravillas”. Estos productos se han ido integrando en los distintos planes y campañas de valorización, promoción, publicidad, Formación, comercialización y calidad.

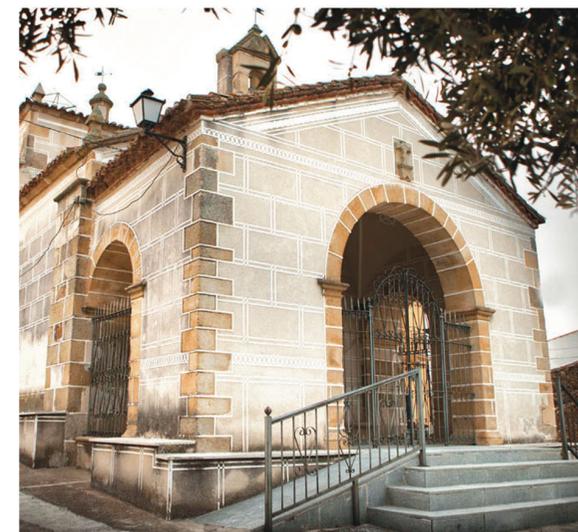
El Plan de Calidad se ha ido desarrollando desde la implantación del programa en el territorio. El primer contacto con el empresariado con la solicitud de ayuda posibilita el asesoramiento en la elección del tipo y categoría de la empresa de servicios turísticos a crear. En el caso de los alojamientos se ha optado por la clasificación media en PRODER I y la alta o media con servicios superiores en PRODER II. El resultado de esta elección encuentra su gratificación en campañas como la “Q” de calidad en las que han participado y aprobado sobradamente nuestros empresarios, incluso diferenciándose por el valor añadido de utilizar un sistema de gestión propio, innovador y pionero en el sector.

Desde la cooperación como estrategia de desarrollo se ha llevado a cabo un Plan de Calidad Turística en el medio rural “Redex Calidad” con el objeto de reconocer una marca de calidad validada para cada uno de los ejes temáticos susceptibles de reconocimiento y potencialidad turística en la que han participado gran parte del empresariado y que sigue abierto para fortalecer la imagen de marca de “Extremadura Rural”.

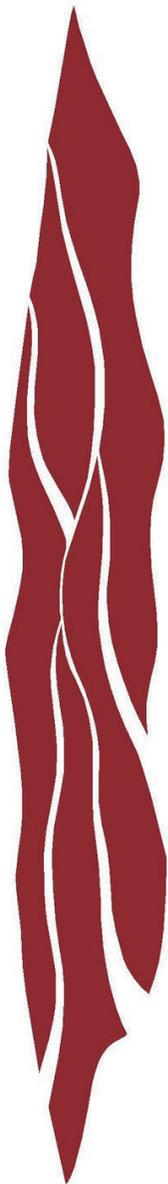
Cuando hablamos de un Plan de Formación no desarrollamos estrategias y acciones ya que es imposible ejecutarlo por nosotros mismos pero sí hacemos las propuestas oportunas a distintas entidades basándonos en las necesidades formativas detectadas al ejecutar las distintas estrategias de comunicación, promoción, comercialización u oferta de productos genuinos así como calidad de servicio.

Otros frentes históricos de trabajo a favor del sector han sido el Convenio Práctico de Formación con la Diputación Provincial, el trabajo desde el SEXPE, con el proyecto “Programa de Dinamización de Los Recursos Humanos en el Sector Turístico”, así como el proyecto Recursos Humanos y Patrimonio, liderado por la Dirección General de Patrimonio, en torno a recursos de la Vía de la Plata.

Cabe destacar también el buen hacer de la Mancomunidad Sierra de Montánchez en las campañas de Sensibilización y dinamización de la población local sobre los recursos de la comarca.



Ruta del JAMÓN IBÉRICO



EL Plan Marco de Desarrollo turístico Comarca Sierra de Montánchez y Tamuja se desarrolla en un territorio vivo al que las circunstancias exteriores y las propias del sector desvían de estrategias planificadas; ello obliga a replantear objetivos, planes, proyectos, campañas y acciones.

Por ello, en este punto nuestro trabajo se basa en diagnosticar el estado de la comarca desde el punto de vista del mercado turístico para presentar estrategias coherentes con la realidad del momento.

Detectar las fortalezas y debilidades para aminorar amenazas y potenciar oportunidades. Los reclamos que puede exhibir nuestra comarca como destino turístico son muy importantes. La comarca posee una riqueza natural y patrimonial impresionante, además de numerosas actividades potenciales de ocio. Una amplia zona de los Llanos está catalogada como Zona Especial de Protección de Aves (ZEPA), la cual sirve de reclamo para un turismo de observación de la Naturaleza muy selecto; igualmente en esa zona se desarrolla, en determinados enclaves (Santa Marta de Magasca y Torremocha), un importante turismo cinegético, de gran capacidad adquisitiva, que además sirve de respaldo para el desarrollo de algunas pequeñas industrias (granjas de perdices) y que genera algunos empleos, ya en nada precarios, que son aceptados por los naturales representando un importante complemento de renta.

Las zonas adehesadas son muy abundantes

en toda la comarca, presentando un estado óptimo para la observación de biodiversidad. Estas Dehesas constituyen un marco natural privilegiado, donde se localizan determinados hitos de la identidad colectiva, un espacio culturizado en el que permanece diseminado un riquísimo patrimonio arqueológico y cultural: yacimientos arqueológicos, molinos, puentes, fuentes, pozos, paredes, tejares, zahurdones, cortijos, chozos...

Nuestros espacios adehesados y su potenciación junto a los proyectos en torno a los productos del cerdo ibérico, han sido un eje estratégico principal para el desarrollo de la comarca. De ahí el desarrollo del proyecto "Club del Jamón Ibérico", liderado desde ADISMONTA e integrando a las principales áreas de dehesa y productoras de jamón de España.

El mencionado proyecto que tematiza el mundo de la dehesa y el ibérico, ha realizado un gran esfuerzo para la integración del sector y su articulación como fuente de experiencias genuinas, organizando en torno a él al conjunto de actores y operadores (fincas, secaderos, restaurantes, alojamientos, tiendas especializadas, museos y centros de interpretación, empresas, actividades, rutas, eventos...).

Todo este esfuerzo ha culminado en el desarrollo de la Estrategia de Especialización Inteligente comarcal en torno al binomio Dehesa-jamón.

La sierra de Montánchez presenta, junto con

ESTRATEGIA DLP 2014-2020

el recurso natural (se están siguiendo los trámites para su declaración como paisaje protegido), la posibilidad de practicar turismo activo en casi todas sus variantes relacionadas con los elementos naturales: Tierra y aire. Diferenciándose este enclave por sus excelentes cualidades para la práctica del parapente.

La existencia de una gastronomía rica y variada, que se ha ido posicionando como elemento diferenciador de atracción turística, se basa principalmente en el producto ibérico, ya que tiene un reconocimiento histórico por su calidad. No ha sido difícil, estas mismas razones, la especialización de la oferta de restauración en "El Cochinillo asado", que se relaciona perfectamente con el entorno.

Desde el punto de vista histórico se presentan como fortalezas la perfecta oferta que presenta para el visitante La Basílica de Santa Lucía del Trampal, con la finalización del proyecto de adecuación en la primavera de 2007, abriéndose las puertas del centro de interpretación y con ello una puerta más a la comarca Sierra de Montánchez y Tamuja.

En este mismo apartado se debe reflejar la importancia de los yacimientos arqueológicos. El castro Celta de Villas Viejas del Tamuja (Botija) ejecutando el Plan Director y una campaña de promoción Turística con la celebración de unas jornadas a puertas abiertas de marcado carácter lúdico festivo.

El último descubrimiento de restos Arqueológicos en Torrequemada fortalece la teoría de

D. Enrique Cerrillo Martín (Catedrático de Arqueología) que vincula Villas Viejas de Tamuja con la Vía de la Plata.

El pasillo ecológico, etnográfico y principalmente histórico que presenta el tramo de la Vía de la Plata en nuestra comarca es una de las fortalezas dentro de las estrategias de cooperación, ya que hablamos de itinerarios en principio nacionales.

La celebración de numerosas Fiestas y Tradiciones Populares de honda raigambre e indudable interés etnológico, junto con el carácter afable y hospitalario de sus gentes, conforman los ingredientes ideales para desarrollar un turismo potencial mucho más importante.

No obstante, los problemas a los que se enfrenta este subsector de actividad en la comarca son difíciles e importantes. El primero es que la oferta de servicios turísticos en la comarca sigue siendo baja y la demanda escasa; faltan ofertas complementarias de ocio, rutas temáticas, servicios de guía, información... Existe además una acusada falta de formación de los recursos humanos que atienden al turismo, así como una débil proyección exterior de la comarca, a pesar de los considerables esfuerzos que se han realizado y se siguen realizando para solventar este defecto.

A pesar de estar enclavada en el corazón de Extremadura, a escasa distancia de algunas de sus principales ciudades reclamo: Cáceres (Patrimonio de la Humanidad), Trujillo (Cuna de Conquistadores), Mérida (Teatro y Anfitea-

tro Romanos)... la comarca permanece aislada, totalmente oculta a los principales flujos turísticos que circulan por sus alrededores, ajena al importante aporte de recursos que genera el turismo. La comarca permanece invisible incluso para los habitantes de esas ciudades cercanas, quienes raramente la visitan.

Aunque el subsector parece estar dando los primeros pasos para su articulación interna, es preciso llevar más allá dicha articulación, conformando acciones complementarias con otros sectores de actividad como puedan ser las empresas de restauración (bares y restaurantes) o las tiendas y talleres de artesanías (los cuales, por cierto, brillan por su ausencia); también se observa una falta de coordinación entre los diversos servicios relacionados con el turismo de dentro y de fuera de la comarca, incluso para el simple trasvase de información entre ellos.

Consensuados por los técnicos, en labores propias para el desarrollo del mercado turístico pertenecientes a la mesa de agentes claves, y por el empresariado turístico, los problemas que atenazan al subsector del turismo en nuestra comarca son los siguientes:

- Acusada estacionalidad de la demanda.
- Deficiencia y/o ausencia de infraestructuras.
- Falta de apoyo institucional.
- Escasez de servicios complementarios.
- Inexistencia de un Plan Estratégico de

calidad.

- Deficiente cooperación y articulación empresarial.
- Carencia generalizada de información.
- Poca proyección exterior de la comarca.
- Mínima sensibilización de la población en general.
- Escasa valoración de los recursos propios.
- Desconocimiento generalizado de las riquezas patrimoniales.
- Ausencia de formación especializada.
- Inexistencia de identidad comarcal.
- Acusado localismo.
- Intervención discrecional sobre los recursos patrimoniales; etc.

Todos estos problemas se traducen en trabas e impedimentos para el normal desarrollo de este importante subsector, que podría servir de motor y empuje para la aparición y el desarrollo de numerosas actividades potenciales de ocio: senderismo, parapente, actividades cinegéticas... y para el fortalecimiento y revitalización de la riqueza natural, cultural y patrimonial de la comarca, base indiscutible de su futura identidad.

De cara al futuro, el desarrollo turístico de la comarca se abordará desde un Plan Estratégico específico, confeccionado sobre la base de

los siguientes objetivos:

- Conseguir una mayor sensibilización e implicación de la población en el desarrollo turístico de la comarca, mediante el conocimiento y la valorización de los recursos naturales y patrimoniales.
- Fortalecer la articulación del sector empresarial y fomentar las alianzas estratégicas con otros sectores de actividad.
- Elaborar una oferta diferenciada, adaptada a las demandas de cada tipo de turismo.
- Mejorar la calidad de los productos y de los servicios en general.
- Realizar acciones de formación específicas: para trabajadores y empresarios.
- Fomentar la integración de las mujeres y de los jóvenes en este subsector de actividad.
- Romper el aislamiento de la comarca con la implantación de las TIC, en todas y cada una de las estrategias propuestas para el desarrollo del sector.

La Ubicación geográfica de la comarca constituye sin duda una de sus mayores oportunidades, para convertirse en destino turístico relevante dentro del contexto regional; ya sea para el turismo cinegético, de naturaleza, etnográfico, gastronómico o de todos ellos. Para ello, hace falta crear una oferta constante, diversa y atractiva, orientada tanto al

turismo “de fuera” como al “de dentro”, empezando por mostrar la riqueza cultural a los propios habitantes, quienes la mayor parte de las veces tienen una visión muy pobre y restringida de su entorno vital. El turismo puede servir para “hacer comarca”, en el mejor sentido de la palabra, sin perder por ello las señas de identidad, más bien todo lo contrario.

Dentro de una estrategia de oferta más amplia, no debemos olvidar que por una parte de nuestro territorio discurre la Vía de la Plata (N-630); antigua Vía Romana que unía en norte y el sur de la Península, y sobre la que se llevó a cabo una actuación para la rehabilitación de la calzada, desarrollando un importante proyecto en el contexto turístico interregional; nos referimos al Proyecto Alba Plata, en fase de implementación, proyecto en el que se han invertido cuantiosos recursos

económicos para valorizar culturalmente esta ancestral vía de comunicaciones y sus alrededores; y una parte de esos alrededores (Alcuéscar, Aldea del Cano, Casas de D. Antonio, Montánchez) están en nuestra comarca, con la ventaja adicional de que en esas localidades existen importantes reclamos (Balneario del Trampal, Basílica de Santa Lucía, Castillo de Montánchez...) que pueden servir para frenar al turista ocasional que viaje por la Ruta Vía de la Plata y para hacerle conocer y disfrutar de nuestra comarca.

Esta importante puerta de acceso no puede ser obviada por más tiempo, y debe ser abierta de par en par. Igualmente deberá contem-

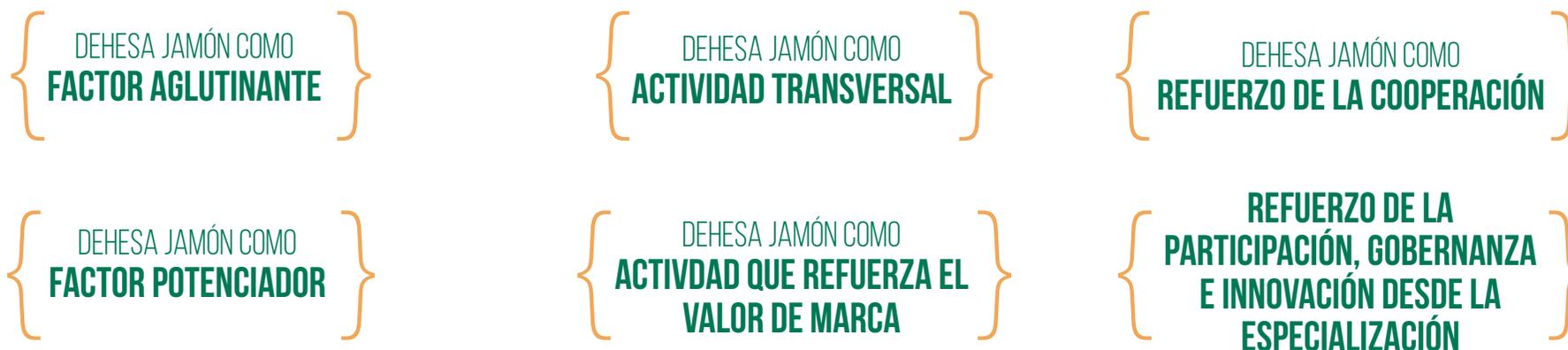
ESTRATEGIA DLP 2014-2020

plarse por parte de las administraciones responsables, la mejora de los accesos a nuestra comarca por la zona oriental (Carretera Cáceres-Trujillo); la cual se convertirá próximamente en una vía rápida de

comunicación por carretera; por ello, resulta imprescindible mantener abiertos, ampliar y hacer atractivos los accesos a la comarca desde las principales vías de comunicación que la circundan.

5.2.2. REFUERZO DE LA ESTRATEGIA DESDE LA ESPECIALIZACIÓN INTELIGENTE DEHESA-JAMÓN.

REFUERZO DE LA ESTRATEGIA DESDE LA ESPECIALIZACIÓN INTELIGENTE DEHESA-JAMÓN



Un área de especialización capaz de involucrar a todos los sectores y actividades productivas del territorio y servir de arrastre al desarrollo comarcal.

A partir del análisis de la comarca (Anexo III), el Estudio de benchmarking y la Estrategia de Especialización Inteligente comarcal, se pone claramente de manifiesto como el sector estratégico para el desarrollo comarcal recae en el binomio Dehesa-jamón, que constituye el mayor recurso de nuestro territorio capaz de involucrar al conjunto de sectores y actividades de la comarca.

ESTRATEGIA DLP 2014-2020

La estimación en cuanto a recursos necesarios para la gestión y aplicación de la Estrategia de Desarrollo Local Participativo se encuentra en base a las necesidades detectadas, los objetivos perseguidos y el plan de acción propuesto.

Se ha tenido además en cuenta los recursos presupuestarios para la Medida 19 LEADER en el Programa de Desarrollo Rural de Extremadura, su distribución en las diferentes submedidas y la coherencia con las disposiciones del Reglamento (UE) 1305/2013, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013, relativo a la ayuda al desarrollo rural a través del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural, así como del Reglamento (UE) 1303/2013, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013, de disposiciones comunes a varios fondos.

De acuerdo al artículo 35.2 del Reglamento (UE) 1303/2013, de 17 de diciembre de 2013, la ayuda para los costes de explotación y animación no superará el 25 % del gasto público total en que se incurra en el marco de la estrategia de desarrollo local participativo. De acuerdo al artículo 35.1 del citado Reglamento, dicho marco de la ayuda a la estrategia de desarrollo local participativo incluirá también los costes de la ayuda preparatoria (submedida 19.1) la realización de las operaciones conforme a la estrategia de desarrollo local participativo, la preparación y realización de las actividades de cooperación del grupo de acción local, y los propios costes de explotación y de animación (es decir, submedidas 19.2, 19.3 y 19.4)

Por otra parte, el PDR de Extremadura establece además que los gastos de explotación en estrategias superiores a 3 millones de euros se ajustarán a medida que aumente el presupuesto de la Estrategia de Desarrollo Local, teniendo en cuenta los beneficios de la economía de escala.

En consecuencia, la estimación de recursos presupuestarios se establece en el Plan Financiero para la estrategia, en especial, con la asignación prevista del FEADER, indicándose además una distribución indicativa para cada una de las actuaciones en las que se desglosa la submedida 19.2 y una previsión de los gastos privados esperados.



ESTRATEGIA DLP 2014-2020





ADISMONTA

Carretera de Cáceres Ex 206, Km. 34.800
10186 - Torre de Santa María (Cáceres)
927389039 / 927389041