

En el marco de las acciones impulsadas por el **Hub Turismo Extremadura**, el pasado **19 de mayo** se celebró la primera reunión de trabajo dirigida a empresas de **Actividades y Experiencias Turísticas**. El encuentro tuvo lugar en el espacio Garaje 2.0 de Cáceres y contó con la participación activa de profesionales y emprendedores del sector.

Las ponencias estuvieron a cargo de Ana Moreno (**Idiomatur**), Marta Bastos (CEO de **Ad Astra y eBikes Hervás**) y María Victoria Acero (**Bodegas Habla**), quienes compartieron sus experiencias, retos y propuestas para impulsar un turismo experiencial y de calidad en la región.

Entre los asistentes destacaron profesionales como Gloria Duque (diseñadora de interiores y wedding planner), Alejandro Barrero (Alexfo), José Manuel Sánchez (Universidad de Extremadura), representantes de Kurma Yoga, Turnat, Insertus, así como dos personas interesadas en emprender en el sector de las experiencias turísticas.

Durante la jornada se abordaron varias temáticas clave. En primer lugar, se puso de manifiesto la importancia de la **colaboración entre empresas y actores locales** como herramienta esencial para diseñar experiencias más completas y atractivas. Se compartieron ejemplos de productos integrados que combinan recursos astronómicos, patrimoniales y naturales, como las rutas por la Vía Verde en noches de luna llena o experiencias termales inspiradas en la Roma clásica, evidenciando el valor de trabajar en red para fortalecer la oferta turística.

También se debatió ampliamente sobre las **dificultades históricas** en materia de **transporte y conectividad** que siguen afectando a Extremadura. A pesar de los avances anunciados desde hace décadas, se mantiene la brecha de accesibilidad, lo cual limita la capacidad de atraer turismo nacional e internacional, especialmente cuando se pretende colaborar con turoperadores o posicionar productos en mercados exteriores.

Otro de los aspectos centrales fue la necesidad de avanzar en **la profesionalización del sector**. Se identificaron carencias formativas tanto en idiomas como en competencias digitales, lo que afecta la calidad del servicio y la competitividad frente a otros destinos. Las ponentes coincidieron en que la **formación continua** debe ser una prioridad para quienes trabajan en el diseño y la ejecución de experiencias turísticas. Además, se destacó la necesidad de superar el miedo a no dominar al 100% ciertas disciplinas, reivindicando el valor de la interpretación y la pasión en la comunicación del territorio.

La percepción del valor de las experiencias por parte del visitante es otro de los retos mencionados. Se detecta una dificultad para hacer entender que **los servicios turísticos en Extremadura tienen un coste que responde a su calidad**, profesionalización y singularidad. Esta problemática se acentúa cuando se comparan los precios con los de otros destinos como Portugal o regiones más consolidadas del turismo nacional. Se remarcó que resulta necesario sensibilizar al cliente sobre la autenticidad y valor diferencial de la oferta extremeña.

En este sentido, la reunión sirvió para mostrar cómo empresas del territorio están desarrollando **propuestas innovadoras** que van más allá de las visitas tradicionales, apostando por un turismo experiencial e inmersivo. Entre los ejemplos compartidos **destacan el cicloturismo interpretado, el astroturismo con base científica y cultural, el turismo idiomático con talleres gastronómicos, el enoturismo basado en la tecnología y la sostenibilidad, las visitas teatralizadas o el turismo de bodas de alto nivel**. Todas estas propuestas están estrechamente vinculadas al entorno natural, al patrimonio cultural y a la identidad local.

Otro punto clave fue el papel de los **guías turísticos** y la necesidad de descentralizar su presencia más allá de las ciudades principales. Se enfatizó el valor de contar con personas que interpreten el territorio desde su vivencia y arraigo, como antiguos mineros o vecinos que comparten historias locales, fortaleciendo el vínculo entre el visitante y la comunidad anfitriona. Esta cercanía permite combatir fenómenos como la *turismofobia* y reforzar la convivencia y el respeto mutuo.

Finalmente, se abordó la **diversificación del producto turístico y la identificación de nichos emergentes con gran potencial**, como el astroturismo, el enoturismo, el turismo de bodas o los eventos especializados. Estas líneas estratégicas ofrecen una oportunidad para posicionar Extremadura como un destino de calidad, sostenible y capaz de atraer a un público más joven y con mayor capacidad de gasto.

Dinámica de grupo:

Tras la pausa para el café, se realizó una dinámica participativa con los asistentes que consistió en una visita guiada al Poblado Minero de Aldea Moret, un enclave de gran valor arqueológico, industrial y patrimonial.

El objetivo de esta actividad fue doble: por un lado, presentar un ejemplo de experiencia turística en un entorno singular; y por otro, fomentar la interacción entre los participantes para reflexionar conjuntamente sobre cómo enriquecer esta propuesta, identificando elementos que podrían añadirse para aportar mayor valor a la visita y al producto turístico en general.

Oportunidades detectadas

- Auge del turismo experiencial entre públicos jóvenes.
- Potencial del turismo de bodas y eventos internacionales.
- Alta demanda de propuestas diferenciadas y auténticas.
- Interés en nuevas tecnologías aplicadas a la promoción y gestión turística.

Algunos datos relevantes compartidos en la sesión:

- En 2018, Extremadura contaba con aproximadamente 47 guías turísticos, concentrados mayoritariamente en Cáceres, Mérida y Plasencia.
- Bodegas Habla, por su parte, inició su apertura al turismo en 2011 con 500 visitantes y alcanzó en 2024 la cifra de 7500 visitas anuales, además de más de 3000 personas que acuden exclusivamente a comprar vino. Sus precios han evolucionado de 14 a 50 euros por visita, con un claro cambio de perfil del visitante hacia edades más jóvenes (30-40 años).
- En el ámbito del cicloturismo, eBikes Hervás comenzó en 2018 con 4 bicicletas eléctricas, llegando a contar con 60 antes de la pandemia.
- Asimismo, se destacó que Cáceres es ya el tercer destino en España elegido por turistas americanos y sudamericanos para celebrar bodas, solo por detrás de Menorca y Andalucía.

Conclusiones preliminares:

El turismo en Extremadura atraviesa un momento clave de **transformación**, con múltiples oportunidades vinculadas al desarrollo de **experiencias auténticas, colaborativas e innovadoras**. No obstante, para consolidar este modelo y alcanzar un crecimiento sostenible, es fundamental resolver retos estructurales como la conectividad, la formación y la percepción del valor. El compromiso conjunto entre empresas, administración y comunidad local es imprescindible para posicionar a Extremadura como un destino referente en turismo experiencial de calidad.

Ilustración 1: Programa y Cartel de Difusión



HUB TURISMO
EXTREMADURA EXPERIENCIAL

PROGRAMA

**MESA SECTORIAL
ACTIVIDADES Y
EXPERIENCIAS**

10:00h Presentación

10:15h Ponencias - Más allá del viaje
Marta Bastos - Ad Astra Hervás y eBikes Hervás
Ana Moreno - Guía Oficial de Turismo
M^a Victoria Acero - Bodegas Habla

11:30h Café

12:00h Dinámica de grupo: "Una experiencia industrial"

12:45h Cierre de la mesa y conclusiones

FECHA: 19-05-2025
UBICACIÓN: Garaje 2.0 - Sala Incubadora (Cáceres)

Para cualquier duda, o información adicional, puedes contactar con nosotros en:
info@hubturismoextremadura.com
Tfno: 927 76 11 16 / 646 95 14 80/ 665 93 91 97



HUB TURISMO
EXTREMADURA EXPERIENCIAL

**PONENTES DE LA MESA SECTORIAL
ACTIVIDADES Y EXPERIENCIAS**

19 de Mayo **Garaje 2.0, Cáceres** **10:00H**

ADASTRA
MARTA BASTOS
Ad Astra Hervás y eBikes Hervás

eBikes

ANA MORENO
Guía Oficial de Turismo

IDIOMATUR
travel & learn

HABLA **M^a VICTORIA ACERO**
Bodegas Habla

Ilustración 2: Ponencias y Reunión de Trabajo

