



# *Benquerencia*

*Plan de ordenación de los recursos*

100

*Less than Hundred*

*Red Internacional  
de Lugares Especiales*  
con menos de 100 habitantes





**Menos de Cien**

**International Net of Special Places**  
with less than 100 inhabitants

# Índice

PRESENTACIÓN. \_ página 5

CAPÍTULO I. LA ARTICULACIÓN DE LOS RECURSOS  
PARA CONFIGURAR EL DESTINO LESS THAN HUNDRED-BENQUERENCIA. \_ página 7

I. 1. Benquerencia, destino LESS THAN HUNDRED. \_ página 8

I.2. La focalización de la experiencia de Benquerencia en torno a la vida natural y el naturismo. \_ página 10

I.3. La identificación de los elementos que potencian la marca LESS THAN HUNDRED en torno al Tema central VIDA NATURAL Y NATURISMO. \_ página 15

I.4. La subordinación de los elementos al Tema Central. \_ página 33

CAPÍTULO II. PLAN DE ORDENACIÓN DE LOS RECURSOS BENQUERENCIA - LESS THAN HUNDRED. \_ página 35

II. 1. Marco general del Plan de ordenación. \_ página 37

II. 2. Planteamientos generales para el desarrollo del Plan de ordenación. \_ página 39

II.3. Objetivos. \_ página 40

II.4. Utilidades. \_ página 41

II.5. Debilidades y amenazas de los recursos locales. \_ página 43

II.6. Fortalezas y oportunidades. \_ página 44

II.7. Proyectos a realizar: una estrategia basada en la promoción de los recursos locales desde el enfoque en la calidad. \_ página 47

II.8. Proyectos a realizar: una estrategia basada en la promoción de los recursos locales desde la cualificación del entorno. [\\_ página 53](#)

II.9. Proyectos a realizar: desarrollo de equipamientos e instalaciones de uso público. [\\_ página 55](#)

II.10. Proyectos a realizar: fomento de la capacidad de atracción del núcleo urbano. [\\_ página 57](#)

II.11. Proyectos a realizar: cualificación y potenciación de recursos etnográficos. [\\_ página 59](#)

II.12. Proyectos a realizar: estructuración de los productos turísticos y de los sistemas de comercialización. [\\_ página 60](#)

II.13. Proyectos a realizar: acciones complementarias a la oferta turística. [\\_ página 61](#)

II.14. Proyectos a realizar: fomento de la marca y estrategia para su implantación. [\\_ página 64](#)

II.15. Proyectos a realizar: cualificación de los recursos humanos que han de desarrollar los proyectos. [\\_ página 67](#)

II.16. Proyectos a realizar: potenciación desde las instituciones a los proyectos. [\\_ página 69](#)

### **CAPÍTULO III. PLAN DIRECTOR LESS THAN HUNDRED-BENQUERENCIA. [\\_ página 71](#)**

III.1. Actuaciones del Plan Director. [\\_ página 73](#)

III.2. Temporalización y presupuesto orientativo de las inversiones. [\\_ página 76](#)

## Presentación

Desarrollamos el presente Plan de ordenación de los recursos de Benquerencia en el contexto de la marca LESS THAN HUNDRED para encarar un nuevo proceso de desarrollo en la localidad, conectado con otros municipios de menos de 100 habitantes. Buscamos con ello poder alcanzar una visibilidad internacional en torno a los atractivos y potencial de nuestros territorios, en un mundo globalizado que busca los valores genuinos y auténticos.

Iniciamos el ejercicio con el análisis y articulación de nuestros recursos locales para configurar el destino LESS THAN HUNDRED-BENQUERENCIA, a partir de aquí realizamos el Plan de ordenación y finalmente un Plan director en el que organizamos y priorizamos las actuaciones a abordar en un marco temporal.

LESS THAN HUNDRED es una Red Internacional de Lugares Especiales que tienen menos de 100 habitantes. Hemos decidido unirnos para enfrentar un futuro lleno de posibilidades donde todos ganamos en torno a una serie de objetivos compartidos, entre los que podemos citar:

- La lucha contra el despoblamiento, estabilización y crecimiento de la población.
- Disponer de una marca de calidad que aporte visibilidad internacional y acceso a los mercados del mundo.

- Formar parte de una oferta turística diferenciada para su comercialización conjunta.
- Formar parte de una red exclusiva en torno a un selecto club caracterizado por el compromiso con la calidad de sus socios.
- Desarrollar nuevas posibilidades para el crecimiento económico y el empleo.

La especialización inteligente de Benquerencia en el marco LESS THAN HUNDRED se focaliza en torno a la vida natural y el naturismo, para completar y ofrecer un repertorio amplio y atractivo con el resto de socios que componemos este gran proyecto.

El Alcalde.

**Alberto Buj Artola.**



*Red Internacional de Lugares Especiales*  
con menos de 100 habitantes

*Less than Hundred*





*Menos de Cien*

*International Net of Special Places*  
with less than 100 inhabitants

# Capítulo I

LA ARTICULACIÓN DE LOS RECURSOS PARA  
CONFIGURAR EL DESTINO LESS THAN HUNDRED

## Benquerencia

## I.1. Benquerencia, destino LESS THAN HUNDRED



Benquerencia reúne los requisitos de los lugares menos de 100 para ser un destino único en relación a los estándares del selecto club LESS THAN HUNDRED. La oferta que representa el municipio se basa en la vida natural y el naturismo como elemento central que integra y aglutina el resto de recursos y actividades de la localidad, dirigida a un segmento de mercado y clientela que busca el contacto con la naturaleza y la autenticidad alrededor de la economía de la experiencia y la especialización inteligente, y es aquí donde vamos a centrar sus esfuerzos en los próximos años.

Todo el planteamiento se realiza en torno a un modelo de actividades y negocios que contribuyen al crecimiento económico y del empleo de la población, desde la producción de nuevas y singulares sensaciones para los clientes (consumidores, visitantes, turistas...). La filosofía que marca LESS THAN HUNDRED es la creación de experiencias por las cuales el comprador está dispuesto a pagar un sobreprecio. Y este planteamiento ha de sustentarse en la existencia de una demanda solvente capaz de absorber las ofertas que brinda la localidad (fabricamos experiencias únicas organizadas en torno al tema central de la vida natural y el naturismo).

El contexto mundial de la oferta y la demanda de productos y servicios ha cambiado con gran rapidez en las últimas décadas, y con ello la propensión al consumo de los clientes, un cambio en paralelo a las transformaciones económicas globales. En poco tiempo hemos pasado de una economía rural, basada en los productos primarios de consumo; a una sociedad de consumo en masa de

**100****Menos de Cien****International Net of Special Places**  
with less than 100 inhabitants

productos elaborados por la industria. Y de aquí a la economía de los servicios, en la que la gran mayoría de los empleos y del valor se generaba en este sector.

Ahora estamos entrando en la economía de la experiencia, con un trasvase considerable de capitales y trabajadores hacia este sector emergente, a medida que crecen exponencialmente las propensiones y las demandas por el consumo de experiencias y emociones, y a impulso de una sociedad que persigue sensaciones genuinas y una nueva forma de percibir, estar y relacionarse con el mundo.

En el contexto de la Red LESS THAN HUNDRED generamos una oferta genuina en Benquerencia, capaz de abrirse paso en un mercado globalizado. Se trata de aprovechar las enormes oportunidades para el disfrute de las ventajas que buscan diferentes colectivos relacionadas con el naturismo, la naturaleza, el silencio, la historia, el mundo rural tradicional, la alimentación sana y saludable; una experiencia que solo pueden ofrecer los pequeños pueblos como Benquerencia por haber mantenido vivos unos recursos, formas de vida y manifestaciones del pasado.

La estrategia del Plan de ordenación de los recursos pasa por organizar desde la marca LES THAN HUNDRED que garantiza el atractivo de los lugares de menos de 100 habitantes, en torno a un eje central que ejerce de tema principal con valor referencial (naturismo) para un amplio colectivo de personas (clientes) a escala global, y a partir de aquí, integrar todos los recursos y oportunidades existentes (elementos).

**100****Less than Hundred****Red de Lugares Especiales**

con menos de 100 habitantes

## 1.2. La focalización de la experiencia de Benquerencia en torno a la vida natural y el naturismo

### Benquerencia

lugar

◀100 Less than Hundred

Tema Central: **Vida Natural y Naturismo**



Una estrategia focalizada en el desarrollo de una experiencia naturista. La identificación y elección del Tema Central en el que se sustenta la oferta responde a los siguientes criterios:

- El turismo naturista en particular y de otros colectivos que les gustan las experiencias auténticas relacionadas con la vida tradicional y la naturaleza está en auge, sus clientes están organizados y poseen un alto nivel adquisitivo.
- La localidad ya posee un camping naturista, con lo que estamos en condiciones de ejercer un efecto llamada a ese colectivo.
- Poseemos recursos ambientales y patrimoniales de alto valor que complementan e incrementan el atractivo turístico para proporcionar una experiencia única y memorable a nuestros visitantes.

Se trata de una experiencia diferenciada que encaja y complementa perfectamente la oferta de la Red LESS THAN HUNDRED poniendo en valor su valor de marca a escala internacional.

Los recursos que están presentes en nuestro entorno, por sí solos, tomados de manera individualizada no disponen de identidad suficiente para constituir una oferta diferenciada, capaces de competir con garantías en un mundo globalizado, ya que en muchos otros lugares de la región y del país existen recursos de rango y categoría igual o superior a los de Benquerencia.

La primera tarea que nos corresponde realizar es la identificación del eje temático que va a caracterizar y singularizar la oferta, definido a partir del análisis del conjunto de los recursos presentes en nuestro territorio (municipio y comarca).

El Tema Central “Experiencia de la Vida Natural y Naturismo LESS THAN HUNDRED” responde a los siguientes requisitos:

- Es preciso y conciso.
- Tiene una única línea argumental.
- Está dirigido a un segmento de clientes o grupo grande de personas con una característica o afinidad común que lo comparten y lo hacen suyo.
- Posee un carácter diferenciado del resto de ofertas existentes en el mercado y complementa la oferta LESS THAN HUNDRED.





- Se basa en elementos de autenticidad (realismo y coherencia con los recursos existentes y el entorno).
- Tiene fuerza para organizar y armonizar el conjunto de recursos del territorio en torno a él.

Estamos ante un argumento de peso suficiente como para armar una experiencia y desarrollar en torno a él todo un entramado económico dirigido a un segmento de clientes.

Tomamos un único eje temático, de tal manera que el mensaje llegue nítido a las personas del mundo a las que va dirigido, evitando la tentación de focalizar el mensaje en varios temas, con lo que se conseguiría difuminar la identidad del destino.

Nuestro entorno local y comarcal reúne las condiciones idóneas para crear un espacio referencial de experiencias y servicios dirigido a naturistas, consumidores y amantes del estilo de vida natural (llanos, dehesas, entornos naturales bien conservados, gastronomía, historia, patrimonio...); una marca y destino, que nuestros clientes puedan identificar dentro de una referencia geográfica, donde se cultivan los valores, sensaciones y experiencias. En definitiva una capital, un "centro de visita y de referencia" para estos colectivos englobados a su vez dentro del reclamo LES THAN HUNDRED.

Estamos ante una nueva concepción para el desarrollo de Benquerencia, potenciando todas las actividades económicas del municipio (agricultura, ganadería, industria, servicios) en la lógica de un destino único a escala internacional (menos de 100), desde un Tema central bien identificado (vida natural y naturismo). Todo lo cual nos sirve para planificar el desarrollo futuro de la localidad, potenciando el conjunto de sus actividades económicas para producir una experiencia única al servicio de naturistas y amantes de la vida natural.



Una vez identificado el Tema Central, hay que establecer los elementos que lo componen, a partir de los recursos presentes en el territorio, supeditados ya al mismo, los escenarios para la recreación de experiencias en torno a él, así como la construcción de esos escenarios. Todo ello con el fin de agregar fases de valor en la línea argumental del tema. Los elementos que componen el Tema Central, por sí mismos, no tienen autonomía propia de manera independiente, siendo todos ellos subsidiarios de éste.

El eje temático vertebra toda la acción, y de manera concisa puede ser identificado por sus potenciales usuarios y demandantes en un contexto global.

Una vez tematizada la experiencia (todo lo concerniente al naturismo, la vida natural y sus manifestaciones), el paso a seguir para convertir los recursos en activos de experiencia, es identificar los mismos, sintonizarlos con el Tema Central, agruparlos y subordinarlos en torno a él.

Todos los elementos han de confluir en la misma línea argumental, no puede haber elementos que se dispersen, distorsionen, o no formen parte de esa lógica; todo lo que sea discordante con la marca "Experiencia de Vida Natural y Naturista LESS THAN HUNDRED" acabará difuminando la identidad y potencia de la oferta, y por tanto, restándole valor.

Con todo ello se trata de trasladar a nuestros clientes (personas que compran productos de la localidad, visitan-



tes, turistas...) a una cultura concreta, a un conjunto de vivencias, alterando el sentido del tiempo y el espacio y creando un entorno realista y coherente en torno al Tema Central.

Finalmente es absolutamente decisivo poder identificar a las personas y comunidades globales a las que va dirigida la "Experiencia Naturista LESS THAN HUNDRED": comunidades naturistas, colectivos que buscan el consumo de experiencias en la naturaleza, personas que buscan una alimentación y forma de vida saludable, personas que buscan la autenticidad y el silencio...; siempre que se trate de clientes dispuestos a pagar un sobreprecio por pasar por esta experiencia, alejándonos de los destinos que compiten sobre la base del precio.

No queremos muchos clientes. Queremos clientes selectos.

I.3. La identificación de los elementos que potencian la marca LESS THAN HUNDRED en torno al Tema central NATURISMO.

## Benquerencia

lugar **<100** *Less than Hundred*

Tema Central: **Vida Natural y Naturismo**

Elementos que componen el tema central

Elemento 1  
**Clima**

Elemento 2  
**Dehesa**

Elemento 3  
**Paisajes**

Elemento 4  
**El pueblo**

Elemento 5  
**Patrimonio**

Una vez tematizada la experiencia, el paso a seguir, es identificar los elementos para agruparlos en torno al tema y su eje argumental.

El tema: "Vida Natural y Naturismo" lo podemos descomponer en una serie de elementos identificados a partir del estudio de los recursos locales, para en torno a ellos, establecer un conjunto de escenarios de experiencia que den cuerpo al Tema Central, al cual se subordinan todos.



**ELEMENTO 1. EL CLIMA Y SU CARÁCTER BENIGNO PARA EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES AL AIRE LIBRE EN TODO EL AÑO.**

Las características climáticas garantizan el desarrollo de actividades al aire libre a lo largo del año, propician una amplia gama de experiencias diferentes y contrastes entre el verano, primavera, otoño e invierno; garantizando el desarrollo de una diversidad de actividades y experiencias que enriquecen el mundo LESS THAN HUNDRED

Experiencias que proporciona el elemento y diseño de actividades que impliquen a los cinco sentidos para aumentar el atractivo LESS THAN HUNDRED en torno al Tema central NATURISMO.

**Visuales:** vistas de los diferentes paisajes en las diferentes estaciones del año, contemplación de las dehesas y llanos en primavera, paisajes invernales, otoñales, visualizar las estrellas en un firmamento libre de contaminación lumínica, contemplar puestas y salidas del sol, luminosidad de la luna nocturna...

**Táctiles:** participar en las actividades propias de cada estación del año, experimentar las texturas de las plantas en las diferentes estaciones, andar descalzo sobre la hierba, tocar la escarcha y el rocío, sentir el frío del invierno y la brisa fresca de la mañana en verano...

**Gustativas:** degustar los productos de las diferentes estaciones, degustar los diferentes platos típicos de estaciones diferentes (migas, gazpacho, revuelto de espárragos, etc.)...

**Auditivas:** escuchar y recrear los sonidos típicos de las diferentes estaciones, canto de las aves, sonidos de los insectos, sonidos de los batracios, sonidos de las actividades humanas en las diferentes estaciones...

**Olfativas:** experimentar los aromas de cada estación: poleo en verano, aromáticas en primavera, tierra mojada...

### ELEMENTO 2. LA DEHESA COMO ECOSISTEMA NATURAL SINGULAR Y SUS ACTIVIDADES.

La dehesa constituye uno de los buques insignias de Benquerencia, un ecosistema muy localizado a escala global que encuentra en nuestro término municipal un alto grado de conservación y diversidad.

La dehesa es la fuente principal para la producción de experiencias, de ahí que constituya la punta de lanza a la hora de promover nuevas actividades económicas en la localidad (potenciación de las actividades ganaderas, transformación de sus productos, desarrollo de servicios, turismo rural...).

Experiencias que proporciona el elemento y diseño de actividades que impliquen a los cinco sentidos para aumentar el atractivo LESS THAN HUNDRED en torno al Tema central NATURISMO.

**Visuales:** vistas a dehesas, contemplación de dehesa, visitas a actividades de manejo de ganado, recreación de escenas en la dehesa...





**Táctiles:** participar en la recolección de la bellota, recolección de especies silvestres, practicar actividades tradicionales (vareo de la encina, manejo de ganado, paseos a caballo...).

**Gustativas:** degustar los productos de la dehesa (bellotas, jamón, embutidos, productos silvestres...), degustar y preparar comidas elaboradas con productos de la dehesa...

**Auditivas:** escuchar y recrear los sonidos típicos de la dehesa, cantos de aves, sonidos de los animales,...

**Olfativas:** oler las plantas de la dehesa, olores de especies aromáticas, aromas asociados a las tareas de la dehesa...

### **ELEMENTO 3. PAISAJES AGRARIOS, HUERTOS, CULTIVOS Y ACTIVIDADES ASOCIADAS A LA AGRICULTURA Y GANADERÍA TRADICIONAL.**

En el entorno local existen un conjunto de paisajes agrarios caracterizados por la pervivencia de una agricultura tradicional que es fuente de producción de ofertas relacionadas con la gastronomía, la transformación agroindustrial o el turismo.

Experiencias que proporciona el elemento y diseño de actividades que impliquen a los cinco sentidos para aumentar el atractivo LESS THAN HUNDRED en torno al Tema central NATURISMO.

**Visuales:** vistas a lugares paisajes agrarios, visitas a actividades agrarias y ganaderas, matanza tradicional...

**Táctiles:** participar en la recolección de la aceituna y vendimia, laboreos en las huertas, sacar agua de los pozos, participar en las actividades de la matanza...

**Gustativas:** degustar los productos locales (aceitunas, higos, aceite, pan, vino), degustar y preparar comidas típicas, degustar productos de la matanza...

**Auditivas:** escuchar y recrear los sonidos típicos de las actividades agrícolas y los animales.

**Olfativas:** oler las plantas y los productos, aromas asociados a las tareas agrarias (arado, recolección, trilla...).

### **ELEMENTO 4. EL PUEBLO Y SU CASCO URBANO COMO ESPACIO DE AUTENTICIDAD, CONVIVENCIA Y DISFRUTE.**

El pueblo nos ofrece la experiencia única de estar en un espacio urbanizado y humanizado de pequeñas dimensiones donde se funde el sabor a pueblo con la arquitectura tradicional, la historia, las gentes que forman parte del paisaje y la naturaleza misma. La sensación de vivir y sumergirse el mundo LESS THAN HUNDRED

Experiencias que proporciona el elemento y diseño de actividades que impliquen a los cinco sentidos para aumentar el atractivo LESS THAN HUNDRED en torno al Tema central VIDA NATURAL Y NATURISMO.

**Visuales:** vistas por el casco urbano, paseos por las calles, disfrute de los rincones típicos...





**Táctiles:** participar en las actividades tradicionales del pueblo, experimentar las texturas de las piedras y los muros, juegos populares y festejos...

**Gustativas:** degustar los productos típicos del pueblo y su gastronomía, degustar y preparar comidas elaboradas con productos locales...

**Auditivas:** escuchar y recrear los sonidos típicos del pueblo, canto de las aves, sonidos de las actividades humanas...

**Olfativas:** experimentar los aromas del pueblo, cocinado de los alimentos, fabricación del vino...

## **ELEMENTO 5. LOS ELEMENTOS PATRIMONIALES COMO VALOR DE SINGULARIDAD Y AUTENTICIDAD.**

Los elementos patrimoniales y culturales confieren un valor extraordinario a la marca LESS THAN HUNDRED, una singularidad que potencia nuestro atractivo. A continuación vamos a realizar un repaso por esos recursos.

### **Ermita del Cristo del Amparo.**

Es un edificio exento, de mampostería, con sillares en lugares específicos como las esquinas. Actualmente presenta un enlucido con la técnica del esgrafiado, además de un banco corrido alrededor de todo el perímetro de la construcción y pocos metros por delante, una cruz erigida en el suelo de granito, todo ello fruto de una reciente restauración. Solo tiene un acceso, por una puerta a los pies del templo, precedida por un pequeño pórtico cuadrado,

# ◀ 100

## Menos de Cien

*International Net of Special Places*  
with less than 100 inhabitants

con los vanos formando arcos de medio punto. Sobre la puerta un escudo de la Inquisición y algunos símbolos de tipo comodín.

Pero es su interior lo que hace a esta ermita un edificio singular, sorprendente y atractivo, hasta el punto en que ha sido considerado por los ciudadanos una de las siete maravillas de la comarca. El espacio se distribuye en una nave, con bóveda de cañón con lunetos, sobre El presbiterio una cúpula de media naranja sobre pechinas, y detrás una especie de girola. Toda la bóveda y las paredes están pintadas al fresco, con pinturas murales que representan escenas de la vida de Cristo y de su pasión, complementadas con algunas figuras geométricas y personajes de la Biblia. En el presbiterio un calvario casi de tamaño natural formado por las esculturas del Cristo del Amparo, a sus lados Dimas y Gestas (el buen y el mal ladrón) todo ello con un fondo, pintado, de una ciudad amurallada, y en la parte superior el cielo abierto con la imagen de Dios Padre. Siendo ejemplo de la perfecta simbiosis entre arquitectura, pintura y escultura.

Este alarde de iconografía, colores y sentimientos introduce al visitante en un mundo de sensaciones y estímulos sensitivos, sintiéndose transportado a la época barroca, cuando las pintura mural permitía, al iletrado pueblo llano, entender la doctrina católica mediante imágenes.





### **Iglesia de San Pedro.**

El edificio que podemos contemplar actualmente es de mampostería, con sillares en los contrafuertes, de una nave con cuatro tramos, cubiertos con bóveda de cañón con lunetos, y en el presbiterio cúpula con bóveda semiesférica sobre pechinas.

En el lado del evangelio están la sacristía con bóveda de aristas con una Cruz de Santiago en el centro, y la capilla bautismal, cubierta con bóveda de crucería, y a la que se accede por un arco carpanel con triple arquivolta.

En el lado de la epístola hay una puerta en arco de medio punto, con dovelas muy largas. A los pies del templo se abre otra puerta con arco de medio punto, y sobre ella entablamiento y frontón. El coro se sitúa a los pies, y el campanario, de dos tramos, en el lado del evangelio.

El exterior del templo, por la parte trasera, presenta decoración con esgrafiado, destacando la figura de un león con la lengua fuera y lo que parece un pez. Además en esta parte podemos ver un escudo, aunque no parece esté en su sitio original. En las cuatro esquinas del campanario, podemos encontrar gárgolas con forma de león.

En la cúpula puede observarse una inscripción que dice "ANNO D.N.I. M.D.CCXLIX REGENTE ECCLESIA BENEDICTO XIV REGNANTE IN HISPANIA FERDINANDO VI RECTORE D. FRANCISCO A. FRNZ DEL POZO", que puede tradu-

cirse como AÑO 1749, SIENDO REGENTE DE LA IGLESIA (PAPA) BENEDICTO XIV, REINANDO EN ESPAÑA FERNANDO VI, RECTOR (CURA) D. FRANCISCO A. FERNÁNDEZ DEL POZO.

También en la cúpula, concretamente en las pechinas, quedan restos de pinturas de los cuatro evangelistas del siglo XVIII, actualmente solo pueden verse las de San Marcos y San Lucas. El templo puede calificarse como una obra barroca, de los siglos XVII-XVIII, aunque con restos del siglo XVI, como sería la capilla bautismal o la puerta lateral.

Por lo que respecta al contenedlo de la iglesia parroquial de San Pedro, encontramos esculturas, pinturas y retablos.

En el lado del Evangelio se sitúan: escultura de madera policromada de San Antonio de Padua, presenta un aspecto arcaizante, por lo que puede considerarse una obra popular del siglo XVIII. Escultura de madera policromada de un Niño Jesús, del siglo XVIII, que remata un retablo de madera de un cuerpo, de la misma época. Imagen de vestir de la Virgen del Rosario, talla de madera policromada, obra popular del siglo XVIII, alojada en un retablo clasicista de la misma época. Púlpito de granito de cuatro paneles, con decoración floral, con la Cruz de Santiago y las llaves cruzadas, símbolo de San Pedro. Es una obra de importante valor artístico datable en el siglo XVI.

Por encima de la puerta de la sacristía se puede observar la placa en la que se menciona que un Benquerenciano (Hermenegildo Pérez Tosina) costeó el pavimento del templo, y llama la atención que el texto acaba con las siglas A.M.D.G. que son las iniciales de "Ad Maiorem Dei Gloriam", lo que traducido significa: "A la mayor gloria de Dios", este lema se convirtió en la divisa de la Compañía de Jesús, cuyos miembros son conocidos como jesuitas.

En el lado de la epístola se sitúan: un retablo de madera de un cuerpo, con recuadro central adintelado, rematado por frontón donde está un Crucificado y pinturas de símbolos de la Pasión, es del siglo XVIII. Niño de Jesús de madera policromada y ojos de cristal, llama la atención su desproporcionalidad, también del siglo XVIII. Un lienzo de las Ánimas del Purgatorio, donde aparecen San Francisco, Santo Domingo y la Corte Celestial con Dios Padre, es obra del siglo XVIII.

Por lo que respecta al presbiterio contiene retablo mayor clasicista de madera. El remate es liso con escudo papal en el centro y sobre él la Cruz de Santiago. Presenta tres calles, en la central tiene una hornacina que contiene una escultura de madera policromada de San Pedro Ex -Cátedra, con la figura de un gallo. Fuera del retablo a un lado se encuentra escultura de madera policromada de San Blas, recientemente restaurada, también del siglo XVIII.



### **La Plaza.**

Espacio céntrico de forma cuadrangular, donde se sitúan la iglesia, el ayuntamiento, recientemente restaurado, y el bar, lo que hace de la plaza el lugar de mayor actividad social de Benquerencia: los mayores conversan sobre la actualidad, ya sea de antaño o de ogaño, al sol en invierno y al "fresco" las noches de verano; los niños juegan y correatan, las personas religiosas visitan la iglesia, y todos disfrutan en las fiestas.

### **Puente Romano.**

Un coqueto puente construido en sillares de granito, con 4 ojos abiertos en arcos de medio punto, tajamares redondeados, pretils de sillarejo. Alzado plano. Sobre el río Santa María, junto a la carretera de Benquerencia a la Ex381 y a Zarza de Montánchez, posiblemente formara parte de una antigua vía romana. Su estado de conservación no es bueno, sobre todo en la parte superior, donde ha desaparecido parte del pretil y del piso. Necesita una limpieza integral y algo de consolidación. Es uno de los pocos ejemplos de puente romano pequeño con una forma que se asemeja a una miniatura de los archiconocidos puentes romanos.



### **Cruz del Calvario.**

En siglos anteriores en los alrededores de los pueblos se construían cruces, casi siempre coincidiendo con el inicio de algún camino, por eso se las ha llamado cruces de camino. Según la tradición estas cruces servían para que el caminante fuera bendecido al iniciar el camino. A veces, cuando en la población no existía un calvario, cualquier cruz de envergadura podía hacer la función de éste, de ahí el nombre de Cruz del Calvario. Este tipo de cruces se construyeron en el siglo XVI. En Benquerencia hay una cruz de camino, es la conocida como Cruz del Calvario, situada al inicio del camino principal, el que va a Trujillo y a Madrid. Presenta escalinata cuadrada con dos escalones, base y fuste cilíndrico, cruz con capitel circular y sin ninguna figura labrada. Toda ella es de granito.



### Benquerencia: Roma la Chica.



Si hay una singularidad que distingue a Benquerencia de los otros pueblos es el sobrenombre, una especie de apodo, que recibe: Roma la chica, o la pequeña Roma. Apelativo tradicional que sobrevive al paso de tiempo. Lo que ha dado lugar a alguna anécdota: a mediados del siglo XX, estaban varios taxistas esperando en Cáceres la llegada del autobús procedente de Madrid, pues iban a recoger a algún viajero para llevarlo al pueblo de destino, toda vez que muchas localidades no llegaba el autobús de línea. Mientras llegaba o no el autobús unos charlaban, otros paseaban...cuando los pasajeros comenzaron a bajar, los taxistas se acercaron al andén.

En esto Domingo, taxista de Salvatierra de Santiago, elevó la voz para decir: voy camino de Salvatierra, hay alguien para esa zona...entre el barullo una voz de joven timbre femenino se alzó para decir MI HIJA Y YO VAMOS A ROMA, ¿puede llevarnos?, en ese momento se hizo el silencio, y alguien, probablemente pensando en voz alta dijo ¿A ROMA? ¿A ROMA?...a lo que DOMINGO RESPONDIÓ: SI A ROMA, A VER A SAN PEDRO...cogió las maletas de la señora, montaron en el coche y pusieron rumbo a Benquerencia, perdón a Roma.

El motivo de recibir este calificativo es la abundante simbología de símbolos papales y de San Pedro, incluida la propia imagen de San Pedro.

La tradición oral cuenta que antaño el ayuntamiento tenía un habitáculo a modo de cárcel o calabozo, que apenas tenía uso. Salvo el día de San Pedro, que es cuando se acababa el contrato de los pastores, y se negociaban los nuevos contratos, continuando con los mismos ganados o cambiando. Era este un día de fiesta, aunque a veces alguien se pasaba de la raya, en este caso San Pedro se bajaba de su cátedra, salía de la iglesia con el gallo en el hombro y las llaves en la mano; cogiendo al infractor de una oreja lo llevaba a la puerta de la cárcel, la cual abría con la llave plateada, y lo dejaba dentro. Al día siguiente volvía San Pedro y con la llave dorada daba la libertad al preso. Volviendo después a su sillón hasta el año siguiente.

### **Milagro del Cristo del Amparo.**

La tradición oral que ha pasado de generación en generación, recuerda el milagro que sucedió en Benquerencia, y que hizo el Santísimo Cristo del Amparo, cuando salvó la vida de un albañil que estaba arreglando la iglesia.

Este milagro estaba recogido en un pequeño cuadro pintado al óleo sobre lienzo, a modo de ex-voto, en el que aparecía una pequeña imagen y el milagro narrado, debido a la mala calidad de la pintura no se podía leer el texto, por lo que alguien en el reverso lo había transcrito. El cuadro en los años noventa del pasado siglo, se encontraba en la ermita del Cristo del Amparo, aunque actualmente ha desaparecido. El cuadro, que no tiene valor artístico, si tiene gran importancia desde el punto de vista antropológico y emocional para los benquerencianos. Por ello hacemos desde aquí un llamamiento para su recuperación.

La transcripción que está en el reverso del cuadro dice así:

“Milagro efectuado por el Santísimo Cristo del Amparo y que se narra:

Isidoro Martín Sereno, natural de Benquerencia de Montánchez, estando encima de la capilla mayor de la iglesia quitando unos ladrillos cayó al suelo, con dos ladrillos en las manos. Viendo su próxima muerte, invocó la protección del Santísimo Cristo del Amparo, e inmediatamente quedó colgado un cuartón que estaba sobre el tejado, mas a poco se hundió todo y quedó hasta la cintura de escombros, sin daño ni imperfección alguna, todo debido a la fe con que invocó la protección del Santísimo Cristo del Amparo. Acaeció este milagro el 4 de marzo de 1712”.





### **Fiestas de San Blas.**

El origen de la fiesta de San Blas data de más allá del siglo XVII. Concretamente el 17 de enero de 1677 el Concejo de Benquerencia se reúne para ratificar el voto antiguo que sus predecesores hicieron a San Blas.

En los libros de la Cofradía de San Blas de esa fecha, podemos leer que reunidas las autoridades: "...ratifican el antiguo voto que por nuestros predecesores fue hecho al bienaventurado señor San Blas pontífice y mártir, estante en dicha parroquia en el día 17 de enero del año del señor de 1677 con misa mayor y ofertorio...de este cristiano pueblo congregado en esta santa iglesia del señor San Pedro, en la cual hacemos y profesamos nuestra libre y espon-

tánea voluntad...a efecto de servir al señor San Blas, y en medio de este acto juramos y votamos solemnemente haciendo la señal de la cruz, y poniendo nuestras manos sobre los santos evangelios, que ahora y siempre, en señal de dicho voto, guardaremos la fiesta del día de la muerte y martirio del Señor San Blas, que la iglesia católica celebra el día tercero del mes de febrero de cada un año; en aquel día, en cumplimiento de esta promesa espontánea hemos de ofrecer una misa solemnemente cantada y procesión general antes de ella perpetuamente, que se ha de hacer con toda modestia, decencia, devoción y moderación, para que mediante su intercesión para con Dios, nos veamos libres de la antigua bestia del género humano perpetuo enemigo, de achaques guturales, de la epidemia y males contagiosos, restituya la paz a la cristiandad y nos conserve la de esta provincia..."

Durante los siglos XVII-XVIII y XIX seguimos encontrando noticias que nos hablan de la popularidad y vitalidad de la fiesta de San Blas.

Durante el siglo XX la tradición del día de San Blas continúa intacta, sobre todo en la primera mitad del siglo. En esta época se sigue haciendo un mercado con multitud de puestos, alimentos, ferretería, tómbolas y otros, destacando sobre todo las naranjas, que se colocaban en pirámides, de modo que si alguna salía rodando allí estaban los niños para dar cuenta de ella. En aquella época las naranjas se vendían por docenas y no al peso. El mercado se hacía desde la plaza por la calle Altozano.

A esta fiesta asisten gentes de los pueblos cercanos: Valdefuentes, Torre de San María, Zarza de Montánchez, Salvatierra de Santiago, La Cumbre, Botija, Toremocha... los que no faltaban nunca eran los quintos de todos estos pueblos, que venían en caballos y traían panderetas para animar la fiesta.

Aunque la fiesta se desarrollaba principalmente en la plaza y calles aledañas, los alrededores del pueblo se llenaban de grupos que iban a comer al campo. Además en todas las casas se hacían dulces, obsequiando los benquerencianos y benquerencianas a los visitantes.

Los actos religiosos comenzaban el día 2 de febrero, día de las Candelas, en el que había misa y procesión, en la que se sacaba a la Virgen del Rosario alrededor del ayuntamiento. Cuenta la tradición que la Virgen iba con una vela, si ésta se apagaba antes de volver a la iglesia presagiaba un mal año de cosechas, y si se mantenía encendida el año sería bueno.

Por lo que respecta al día de San Blas, los actos religiosos daban inicio con la procesión en la que se sacaba a San Blas por las calles del pueblo, desde los puestos tiraban caramelos al santo. Acto seguido tenía lugar la misa, un acto multitudinario para el que la iglesia se quedaba pequeña. Además durante todo el día se pasaban las cintas de colores por la garganta al santo, y luego cada uno se la colocaba en el cuello para estar protegido. Los últimos novios que se hubieran casado antes de San Blas, eran los mayordomos y los encargados de refregar al santo las

cintas que la gente traía y que se solía comprar en los distintos puestos que para ello había ese día en la plaza.

Después de los actos religiosos llegaba el baile, éste tenía lugar en salones habilitados para ello, que aunque funcionaban todo el año, pues había baile todos los domingos, el día de San Blas era especial. Al principio la única música que sonaba en el baile era de un acordeón, aunque con los años ya vendrían orquestas. En el baile sólo pagaban los mozos que podían invitar a dos mozas, las que no eran invitadas también podían entrar gratis. A lo largo de tiempo ha habido distintos salones de baile, como los de tía María Antonia, Tía Rafaela..., algunos que sólo abrían en San Blas como el de tía Rosario, aunque hubo una época en la que había dos bailes, el de Pepa y el de César.

La fiesta solía durar tres días: las Candelas, San Blas y San Blasino, y se contrataba a los músicos para los tres días, no obstante, si sucedía alguna desgracia o acto luctuoso, la fiesta no se celebraba de forma lúdica, como un año en el que murieron dos personas.

Actualmente la fiesta en sí ha cambiado poco, pues aunque ya no hay mercado y sí algún puesto de golosinas, se sigue haciendo la procesión con el santo, acto seguido la misa y luego el baile, en este caso en la plaza (si el tiempo lo permite) o en un local del ayuntamiento. Se siguen refregando las cintas al santo y las personas se las ponen al cuello. Y las mujeres hacen dulces con las recetas de siempre, que son comprados por los visitantes.



### **Conjunto de pozos y fuentes.**

Son varios los pozos que tradicionalmente han surtido de agua al vecindario hasta unas décadas, cuando se instaló el agua corriente en las casas. En el pueblo podemos visitar varios pozos como son:

**Pozo herrero.** Tiene agua ferruginosa (rica en hierro) Ya existía en 1720 pues da nombre a un barrio: barrio del Pozo Herrero, ya que en este barrio tenía unas casas la Hermandad de San Pedro. Agua salobre... para endulzar aceitunas...para llenar las botellas de las cantaderas porque no producía mal olor o aspecto.

**Pozo de la Cruz.** También llamado Pozo la Cruz. Su agua se ha usado siempre para beber, también es muy buena para cocinar unos garbanzos. Su nombre podría deberse a que junto a él se situara en su momento alguna cruz. Algo posible porque está a la salida del pueblo al inicio de un camino que iba a Badajoz, lugar idóneo para situar una cruz de camino.

**Pozuelo.** Situado en la calle a la que da nombre, ya existía en el siglo XVIII

**Pozo brocal,** su agua se utilizaba para beber, se sitúa cerca de la Charca de los Huertos, junto a un tejár, muy cerca del pueblo.

**Pozo del Ejido o de la Salud.** A él iban las mujeres a lavar las tripas cuando se hacía matanza. Está situado en el Ejido.

Cuando se iba a por agua a los pozos se iban alternando unos con otros, para que pudieran recuperarse.

### Formas arquitectónicas tradicionales.

Aunque hemos podido comprobar que las construcciones religiosas tienen un gran interés histórico y artístico, en Benquerencia también existen ejemplos de construcciones civiles de interés y muestras de arquitectura popular:

Edificio del ayuntamiento, era el antiguo pósito, aunque se encuentra muy reformado, aún pueden apreciarse algunos contrafuertes y sillares en las esquinas, ha sido recientemente reformado, quitándole el enlucido y quedando a piedra vista, destacando la espadaña construida de ladrillo macizo. Parece ser obra de los siglos XVI o XVII. También del siglo XVI serían restos arquitectónicos como portadas de granito que se abren en arco de medio punto e impostas en los laterales.

Casa en la calle Pozuelo, es una casa señorial que presenta alguna decoración de tendencia modernista, por la forma, color y decoración.

Casa en la calle Camino de Salvatierra, que presenta una tipología sureña, propia del Sur de la Península Ibérica. Por la fachada principal, pintada de blanco presenta un patio delantero, con cerramiento acabado en celosía, presenta un soporotal que se abre con tres arcos de medio punto. Sobre ellos una terraza, cerrada con celosía a lados y con una reja en el centro. Se construyó en el siglo XIX.

Como muestras de arquitectura popular, encontramos en Benquerencia la existencia de portales que sobresalen a la ca-



Ile por delante de las puertas de las casas, algo de lo que se quejaban en el siglo XVIII, según hemos visto en 1791 “Las calles ... no están empedradas y con el suelo de pizarra, son anchas aunque algunas se estrechan por la costumbre de hacer portales en las puertas que dan a la calle...” . Portales de este tipo los podemos ver en las calles Núñez de Balboa, Pozo Herrero en algunos casos con una celosía a modo de terraza..

Experiencias que proporciona el elemento y diseño de actividades que impliquen a los cinco sentidos para aumentar el atractivo LESS THAN HUNDRED en torno al Tema central VIDA NATURAL Y NATURISMO.

**Visuales:** vistas por el casco urbano, los pozos, monumentos, iglesia, ermita, puentes, fiestas típicas...

**Táctiles:** participar en las actividades festivas, experimentar las texturas de las piedras y los muros, sensaciones del agua...

**Gustativas:** degustación de los platos típicos, participar de los sabores tradicionales, sabor del agua de las fuentes...

**Auditivas:** escuchar y recrear los sonidos típicos de las fiestas, cánticos, misas, historias de los mayores...

Olfativas: aromas del pueblo, incienso, alimentos y platos típicos...



## I. 4. La subordinación de los elementos al Tema Central.

### **Benquerencia**

lugar ◀100 **Less than Hundred**

Tema Central: **Vida Natural y Naturismo**

Elementos que componen el tema central



### SUBORDINACIÓN DEL ELEMENTO 1 (EL CLIMA) AL TEMA CENTRAL.

Recursos que engloba: conjunto de características climáticas que propician el desarrollo de actividades al aire libre a lo largo del año, con una variabilidad estacional que enriquece sus posibilidades.

Relación con el Tema central y cómo se subordina a él: las condiciones climáticas junto al resto de elementos refuerzan la oferta de la vida natural y el naturismo y el acceso a las actividades relacionadas con la naturaleza y la autenticidad.

### SUBORDINACIÓN DEL ELEMENTO 2 (LA DEHESA) AL TEMA CENTRAL.

Recursos que engloba: la dehesa engloba todo un conjunto de recursos para el desarrollo de actividades (deportes al aire libre, senderismo, recreo, observación de aves, ganadería, recolección y conocimiento de especies silvestres...), con una oferta diferenciada y singular a lo largo del año.

Relación con el Tema central y cómo se subordina a él: la dehesa representa un ecosistema ideal para vertebrar una oferta genuina para los amantes del naturismo en particular y en general para las personas atraídas por los espacios naturales únicos.

### SUBORDINACIÓN DEL ELEMENTO 3 (PAISAJES AGRARIOS) AL TEMA CENTRAL.

Recursos que engloba: los paisajes agrarios tradicionales como el olivar, viñedo, higueral, cultivos hortícolas...; así como su fisonomía y elementos patrimoniales (muros de piedra que separan las parcelas, caminos, construcciones singulares...); configuran un conjunto de recursos de primer nivel para armar nuevas actividades económicas en la localidad.

Relación con el Tema central y cómo se subordina a él: los paisajes agrarios tradicionales y el conjunto de actividades que sustentan (producción de alimentos, conocimiento del medio, turismo...); enriquecen sobremanera la calidad de una oferta basada en la naturaleza, el naturismo y el patrimonio.

### SUBORDINACIÓN DEL ELEMENTO 4 (EL PUEBLO) AL TEMA CENTRAL.

Recursos que engloba: la experiencia vivencial de lo que representa Benquerencia como un pueblo de menos de 100 habitantes configura un conjunto de recursos en alza (silencio, tranquilidad, armonía, conexión emocional...); todo un conjunto de recursos que conectan con el movimiento slow, la economía de la experiencia o la búsqueda de la singularidad.

Relación con el Tema central y cómo se subordina a él: el

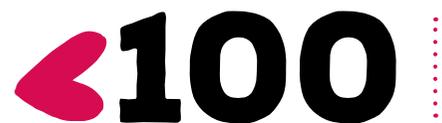
pueblo representa un espacio de gran calidad para completar una oferta en torno al naturismo y la vida natural con una capacidad de visualización y atracción para este colectivo a escala internacional.

### SUBORDINACIÓN DEL ELEMENTO 5 (EL PATRIMONIO) AL TEMA CENTRAL.

Recursos que engloba: la riqueza patrimonial (construcciones, fiestas, ritos, costumbres, gastronomía...); constituyen un conjunto de elementos singulares que no están presentes en ningún otro lugar del mundo, confiriendo una autenticidad a las actividades que se proyectan en Benquerencia.

Relación con el Tema central y cómo se subordina a él: todo el conjunto de valores patrimoniales completan la oferta local en torno al naturismo y la vida natural para dar visibilidad internacional a un destino único.





*Menos de Cien*

*International Net of Special Places*  
with less than 100 inhabitants

## Capítulo II

PLAN DE ORDENACIÓN DE LOS RECURSOS

### **Benquerencia - Less than Hundred**

**Red Internacional de Lugares Especiales**  
con menos de 100 habitantes

**Less than Hundred**





**Menos de Cien**

**International Net of Special Places**  
with less than 100 inhabitants

## II. 1. Marco general del Plan de ordenación.

Benquerencia, construyendo una oferta diferenciada de productos y servicios basada en la economía de la experiencia en el marco de LESS THAN HUNDRED. Un espacio de experiencias únicas para personas que buscan la vida natural y el turismo.

Nos aproximamos a escenarios sociales donde se generalizarán prácticas económicas basadas en la experiencia, en la vivencia de circunstancias memorables, en los sueños, en las emociones... Y ahí, en ese mundo de posibilidades, es necesario contar con la imaginación como componente básico. Con la imaginación y con la innovación radical como instrumentos para construir –siempre en proceso– las iniciativas que van a poblar escenarios de futuro que aún –hoy no se perciben (Manifiesto sobre la Sociedad de la Imaginación, Gabinete de Iniciativa Joven).

Todo el Plan de ordenación se fundamenta en la articulación de los recursos para configurar el destino LESS THAN HUNDRED que hemos visto en el Capítulo I. Desde ese punto de vista hemos podido observar el enorme potencial que encierra Benquerencia para el desarrollo de nuevas actividades.

Todos los elementos alcanzan su máximo valor cuando se proyectan en torno al Tema central de la vida natural y el NATURISMO ; auténtico elemento dinamizador y motor de nuestras actividades económicas, un argumento con la suficiente fuerza tractora para atraer a una comunidad mundial que busca esta singularidad, en un mundo que se organiza en torno a “tribus” con una gran movilidad.

En este momento histórico, las orientaciones de los mercados y propensiones de los clientes están sufriendo unos cambios frenéticos en las formas y contenidos de los productos y servicios que consumen. Este hecho condiciona el desarrollo de estrategias consecuentes con estos movimientos, por ser un amplio segmento de clientes que se constituyen en una demanda solvente.

La planificación económica de Benquerencia, la creación de empresas y empleos, está definida por los argumentos que hemos expuesto anteriormente, presidida por un relato único y coherente, todos los elementos que componen el Tema central no están dispersos, están interactuando dentro de un sistema organizado que es necesario tener en consideración en todo momento desde una visión integral y un enfoque holístico.

El planteamiento descansa en el desarrollo de las sinergias y alianzas para articular el Plan de ordenación, que ha de incluir una red de aliados (promoción pública, implicación económica del capital privado, implicación de la población ...). Se trata de enfocar todos los esfuerzos financieros en una misma dirección, haciendo converger los recursos locales, comarcales, provinciales, regionales, nacionales y europeos en el mismo foco.

“Estamos realizando la transición a lo que los economistas llaman una “economía de la experiencia”, un mundo en el cual la vida de cada persona se convierte, de hecho, en un mercado de publicidad. [...] La producción cultural comienza a eclipsar a la producción física en el comercio y el intercambio mundial. [...] En la era industrial, cuando la producción de bienes constituía la parte principal de la actividad económica, tener la propiedad era decisivo para alcanzar éxito y sobrevivir. En la nueva era, en la que la producción cultural se convierte de manera creciente en la forma dominante de la actividad económica, asegurarse el acceso a la mayor diversidad de recursos y experiencias culturales que alimentan nuestra existencia psicológica se convierte en algo tan importante como mantener la propiedad. [...] La producción cultural refleja la etapa final del modo de vida capitalista, cuya misión esencial ha sido siempre la de incorporar cada vez mayor parte de la actividad humana al terreno del comercio. [...]” (Rifkin, 2000)

El Plan de ordenación acomete de manera integral y paralela el desarrollo de los diferentes sectores productivos (revitalización de la producción primaria, agroindustria, nuevas industrias y artesanías, alojamientos, actividades de restauración...); así como el desarrollo de nuevos proyectos para la puesta en valor del patrimonio (centro de interpretación de la dehesa, recuperación de singularidades como fuentes y lavaderos públicos, desarrollo de rutas BTT, implantación de sistemas de autoguía turística... Todo ello en un esfuerzo para crear una masa crítica para revitalizar la actividad económica local y crear nuevas empresas, riqueza y empleo.

En los nuevos modelos contables de la economía-red, el capital físico se va desplazando en los libros del lado de los activos, hacia la columna de los gastos apareciendo como un coste de las actividades, mientras que las formas intangibles de capital van encontrando su espacio en las páginas de activos.

La producción cultural comienza a eclipsar la producción física en el comercio y el intercambio mundial. La producción cultural se convierte de manera creciente en la forma dominante de la actividad económica, cuya misión esencial ha sido siempre la de incorporar cada vez mayor parte de la actividad humana al terreno del comercio. (Rifkin, 2000).FOTO 21

## II. 2. Planteamientos generales para el desarrollo del Plan de ordenación.

En la planificación económica que es objeto del presente Plan de ordenación, juegan un importante papel los intangibles, donde las actividades culturales y de ocio son las principales ya que presentan un mayor rango de crecimiento, en especial para aquellos colectivos como al que se dirige nuestra oferta que buscan la singularidad LESS THAN HUNDRED y dentro de ésta, la vida natural y el naturismo; todo ello desde un paradigma y una visión diferentes a la forma de planificar el desarrollo local hasta ahora.

La planificación estratégica se realiza sobre la base de la generación de economía, no sobre la base de pérdidas, no se trata de atraer por atraer personas hacia nuestro micromundo rural LESS THAN HUNDRED, se trata de seducir y fidelizar a una demanda solvente. De esta manera, las actividades turísticas, como el resto, han de ser diseñadas como actividades lucrativas para activar económicamente la comunidad local, por tanto el primer punto de recentramiento gira en torno a la sociedad rural y la mejora de sus perspectivas de vida. Y en nuestro caso la apertura de nuevos horizontes para el crecimiento de empresas y empleos sobre estas bases.

Las actuaciones futuras e inversiones se realizarán desde un enfoque integral, buscando la integración y jerarquía de los elementos en torno al Tema central, cuyo punto de apalancamiento se fundamenta en la calidad.

Otro de los aspectos clave es el desarrollo de actividades que contemplen el alojamiento, frente a actividades de paso, bajo criterios estrictos de sostenibilidad.

Igualmente se trata de fomentar las iniciativas desde el sector privado, como motor para movilizar las inversiones y los recursos necesarios.

En todo caso, el papel del Ayuntamiento es central, tanto en el diseño de nuevas propuestas basadas en la generación de experiencias genuinas en función de los recursos disponibles, articulación de redes de ayuda para hacer esto posible con actores públicos y privados, desarrollo de procesos de formación y recualificación de la mano de obra.

Generar una identidad como destino que pueda acompañar el proceso, basada en una oferta genuina en forma de experiencia que sea única en España desde la marca LESS THAN HUNDRED y el Tema central de la vida natural y el naturismo.

Desarrollo de actividades complementarias necesarias para hacer suficientemente atractivo el destino Benquerencia como lugar para adquirir experiencias.

Acompañamiento de un conjunto de políticas locales tendentes a la captación de recursos que complementen las actuaciones (representaciones, espectáculos, recursos multimedia, animación, creación de escenarios, recreación de ambientes, eventos temáticos...). Y sobre todo, la promoción de todo tipo de iniciativas relacionadas con la inversión en infraestructuras, así como la potenciación de actividades para incrementar el atractivo de Benquerencia desde el desarrollo de nuevas experiencias que abarquen los cinco sentidos en torno a los elementos que componen el Tema central.

Acompañamiento a las políticas comarcales, provinciales, regionales y nacionales, desde la integración y las sinergias con el Grupo de Acción Local de ADISMONTA, contribuyendo a la Estrategia de especialización inteligente comarcal e integrando todos los recursos y atractivos de la comarca en la oferta de Benquerencia, incidiendo en la lucha contra el despoblamiento y el desarrollo de nuevos enfoques y alternativas para el mundo rural. En la emergente economía de la experiencia, las empresas deben tomar conciencia de que ya no producen más productos sino 'souvenirs', y que ahora no deben entregar servicio sino crear el escenario para generar el valor económico. Los bienes y servicios ya no son suficientes. B. Joseph Pine II y James H. Gilmore, "The Experience Economy". FOTO 22

## II.3. Objetivos.

- Definir la planificación, inversiones y acciones futuras que se llevarán a cabo en Benquerencia en los próximos años, desde el eje LESS THAN HUNDRED y el Tema central de la vida natural y el naturismo.
- Movilizar la inversión pública y privada para llevar a cabo las actuaciones planteadas.
- Generar nuevas empresas, actividad económica y empleos.
- Poner a Benquerencia en el mapa del mundo en torno a una oferta singular basada en la vida natural y el naturismo.

## II.4. Utilidades.

Las utilidades del presente Plan de ordenación se establecen en torno al eje LESS THAN HUNDRED y al Tema central de la vida natural y el naturismo, como foco de donde surgen todas las actividades y actuaciones conexas.

- Definir un modelo de desarrollo en Benquerencia sintonizado con la economía de la experiencia que suponga una oferta singular en el ámbito internacional como una oferta diferenciada de productos y servicios.
- Constituir el marco referencial para el desarrollo de todas las políticas locales y actuaciones (toma de decisiones) que tengan que ver con Benquerencia, estimulando las inversiones de naturaleza pública y privada.
- Servir de referente en todo momento para la planificación y desarrollo de infraestructuras, recursos y negocios en la localidad.
- Servir de base al diseño y ejecución de programas e iniciativas que el Ayuntamiento lleve a cabo con el concurso de otras instancias (ADISMONTA, Diputación de Cáceres, Junta de Extremadura, fondos europeos...), como fuente de financiación de proyectos, así como la captación de inversiones privadas para el desarrollo de proyectos empresariales.
- Establecimiento de sinergias con otras fuentes de financiación para la potenciación de proyectos empresariales en el ámbito turístico:
  - » **Comarcal.** A través del programa LEADER de la comarca, así como de otras iniciativas promovidas por el Grupo de Acción Local.
  - » **Provincial.** Conectando con las líneas de financiación de infraestructuras y promoción de la Diputación de Cáceres.
  - » **Regional.** Aprovechando las vías de financiación de la Junta de Extremadura encaminadas al desarrollo del turismo rural.
  - » **Nacional y europea.** A través de todas las líneas y mecanismos de financiación existentes (Plan de Calidad del Turismo Español, Planes de Excelencia, Dinamización de Estrategias y Actuaciones y de Calidad, Comercialización y Turismo Sostenible, Programas cofinanciados por los fondos europeos...).



- Fomentar la colaboración y el apoyo entre los agentes locales y comarcales implicados en el proceso, en la búsqueda continua de nuevos retos y estrategias.
- Potenciar las estrategias de comercialización, comunicación y marketing, ayudando a configurar la identidad y marca de destino único, buscando la involucración y la participación activa de la población en el proceso.

Las compañías tendrán que asimilar y afrontar la transición de la venta de servicios a la venta de experiencias. La experiencia es una oferta real pues tiene una estructura definida que debe diseñarse deliberadamente para atraer a un consumidor que está dispuesto a pagar un sobreprecio por vivirla. B. Joseph Pine II y James H. Gilmore, "The Experience Economy".

## II.5. Debilidades y amenazas de los recursos locales.

### DE LAS INFRAESTRUCTURAS.

- Deficientes comunicaciones en la red vial y de accesos.
- Deficiente red de conexiones de transporte público con los nodos regionales.
- Deficientes conexiones desde el municipio a las redes de comunicación por aire y ferrocarril.
- Deficiente red de conexiones del transporte público con los nodos nacionales.
- Dificultad en las conexiones por carretera.

### DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS.

- Dificultades de acceso y tránsito para la visita (accesos, comunicaciones) Mercado turístico.
- Necesidad de una mayor oferta de alojamientos sobre todo de aquellos de media y alta categoría, con capacidad de soportar una carga futura de visitantes. Tejido empresarial.
- Poco desarrollo en el tejido de actividades complementarias
- Debilidad en el tejido de empresas de servicios locales especializados en el turismo. Territorio.
- Inexistencia de una oferta articulada que responda a las grandes oportunidades que ofrece Benquerencia en torno a la vida natural y el naturismo para poder complementar la oferta del camping naturista.
- Condiciones climáticas especialmente duras (finales de primavera, verano).
- Debilidad del tejido empresarial con la inexistencia de empresas relacionadas con la agroindustria, artesanía....

Las experiencias son una oferta económica distinta, tan diferente de los servicios como lo son éstos de los bienes. Los consumidores desean experiencias y las empresas están respondiendo a ésta demanda diseñándolas y promovéndolas explícitamente. B. Joseph Pine II y James H. Gilmore, "The Experience Economy".

## II.6. Fortalezas y oportunidades.

### DE LAS INFRAESTRUCTURAS

- Cercanía a la Vía de la Plata.
- Cercanía a la autovía Madrid - Lisboa.
- Rápido acceso a Cáceres por la Ex-206.
- Amplia red de caminos rurales e infraestructuras de comunicación para el desarrollo de actividades complementarias.
- Cercanía relativa a los accesos aéreos de Madrid, Sevilla y Talavera la Real.

### DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS.

- Patrimonio ambiental, natural y cultural capaz de articular experiencias singulares relacionadas con la naturaleza.
- Existencia de un elemento identitario capaz de articular una oferta basada en la economía de la experiencia en torno al conjunto de recursos en este ámbito (vida natural y naturismo).
- Patrimonio cultural local y comarcal susceptible de ponerse en valor.
- Existencia de fiestas, tradiciones y eventos en la localidad y la comarca de interés turístico.
- Rica tradición culinaria basada en las especialidades locales.
- Apoyo desde las instancias regionales, nacionales y europeas a las actividades encaminadas al desarrollo rural y lucha contra el despoblamiento.

### SOPORTE INSTITUCIONAL.

- Apoyo decidido del Ayuntamiento de Benquerencia para la creación de la marca LESS THAN HUNDRED.
- Apoyo de la Administración regional y nacional al desarrollo rural y lucha contra el despoblamiento.
- Apoyo al desarrollo rural desde las instituciones europeas.
- Implantación y consolidación del Grupo de Acción Local de ADISMONTA y contribución a los objetivos del desarrollo local.

**100**

***Menos de Cien***

***International Net of Special Places***  
with less than 100 inhabitants



## MERCADO TURÍSTICO.

- Crecimiento de la demanda turística basada en la búsqueda de la singularidad (especialización inteligente) y nuevas experiencias (economía de la experiencia).
- Aumento de la demanda de turismo rural de naturaleza y naturismo
- Crecimiento del servicio de interior asociado a viajes culturales
- Crecimiento de la demanda asociada a la tranquilidad y actividades temáticas
- Tejido empresarial.
- Existencia de un interés inversor, en un contexto global, por invertir en negocios basados en la economía de la experiencia
- Existencia de un interés inversor, en un contexto global, cuyas prioridades están en la inversión en actividades singulares de turismo rural.

## TERRITORIO.

- Proximidad a la capital regional y provincial.
- Cercanía de Trujillo como ciudad de referencia turística.
- Proximidad del mercado madrileño (3 horas).
- Proximidad de los mercados portugués y andaluz.
- Clima propicio para el desarrollo de actividades en buena parte del año.

El marketing de experiencias no consiste en crear un evento sólo para aumentar la preferencia de los clientes por los bienes o servicios de una compañía, pues aquí no estaríamos vendiendo una oferta económica. De todos modos, que los clientes tengan que pagar un sobreprecio por la experiencia no significa que los bienes y servicios vayan a desaparecer. "The Experience Economy".

## II.7. Proyectos a realizar: una estrategia basada en la promoción de los recursos locales desde el enfoque en la calidad.

El primer paso que debemos de dar desde Benquerencia en el contexto del valor de marca LESS THAN HUNDRED y la tematización en torno a la vida natural y el naturismo, es el desarrollo de nuevas actividades orientadas a la especialización y a la creación de nuevas experiencias para los consumidores de nuestros productos y visitantes, y el desarrollo de nuevas iniciativas económicas y empresariales basadas en estos principios.

Desde este punto de vista habremos de tener presentes las actividades y negocios existentes en la localidad (camping naturalista, casa rural, bar-restaurante, dehesa municipal...), para su potenciación y ordenación en torno al Tema central; y la promoción de nuevas empresas y actividades económicas que refuercen el potencial local (empresas de transformación agroalimentaria, empresas de artesanía, nuevos alojamientos y casas rurales, servicios de guía turística e interpretación de la naturaleza, centro de interpretación de la dehesa, rutas cicloturistas, rehabilitación y puesta en valor de los recursos...).

Hemos de tener en cuenta que el motor de la estrategia de desarrollo en la que se basa el Plan de ordenación, es la iniciativa privada, se trata de diseñar un modelo económico sostenible que genere ganancias para los inversores y promotores, esfuerzo que será secundado desde el Ayuntamiento.

A la vez, el objeto del Plan es abrir las posibilidades de inversión en la localidad a promotores que descubran las posibilidades de apostar por un lugar con gran atractivo y visibilidad (LESS THAN HUNDRED), se trata de atraer y promover el desarrollo de iniciativas empresariales que tengan que ver con la naturaleza, el ocio, la alimentación o la artesanía bajo los principios de la calidad y excelencia.

La economía agraria se basó en los productos primarios, la economía industrial se basó en bienes; apareció luego la economía de servicios, y hoy las experiencias se perfilan como el siguiente paso en lo que Pine y Gilmore denominan la progresión del valor económico, pronosticando que el próximo campo de batalla competitivo de las empresas será la organización de experiencias. "The Experience Economy".



**II.7.1. CREACIÓN DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS BASADAS EN EL PRINCIPIO DE CALIDAD PARA DAR UN MARCHAMO DE EXCELENCIA A LAS MISMAS QUE REFUERCEN EL VALOR DE LA MARCA LESS THAN HUNDRED.**

**II.7.1.1.** Desarrollo de los mecanismos encargados de velar por el principio de calidad de los productos y servicios locales que se sumen a la marca LESS THAN HUNDRED.

Propiciar el control regular de la calidad mediante el despliegue de las actividades para garantizar que responden a los valores de la marca, asegurando que las empresas y establecimientos cumplen con los compromisos adquiridos. Estas actuaciones garantizan a largo plazo el desarrollo de una imagen que contribuye al conocimiento de la oferta y a la fidelización de clientes (aquí se incluye la utilización de señalética y otros distintivos de la marca LESS THAN HUNDRED).

**II.7.1.2.** Estímulo y apoyo a los promotores de actividades económicas dirigidas a la puesta en marcha de nuevas empresas en la localidad que incrementen el atractivo LESS THAN HUNDRED, bajo criterios de calidad (alimentos artesanos y de calidad, actividades sostenibles, servicios complementarios en torno a la naturaleza y el naturismo, establecimientos hosteleros y de restauración de categoría media y alta...).

Especial atención tendrán las actividades basadas en los alojamientos y atraer visitas y estancias a la localidad.

Se llevarán a cabo actividades en torno a la cualificación del tejido empresarial, optimizando para ello las ayudas públicas disponibles y su difusión entre la población local y los potenciales emprendedores de nuevas iniciativas empresariales. Vital en este proceso será el aprovechamiento de todas las sinergias dimanantes de los diversos programas y Administraciones que actúan en el territorio (ADISMONTA, ayudas de la Diputación de Cáceres, Junta de Extremadura, Estado y UE).

**II.7.1.3.** Desarrollo de todas las actividades en torno a la identidad y los valores LESS THAN HUNDRED en el Tema central: vida natural y naturismo, potenciando todo el abanico de empresas y actividades que incidan en esos dos aspectos.

El conjunto de actividades económicas (alimentación, artesanía, alojamientos, rutas, visitas...) se alineará en torno a ese eje que actuará como elemento central de marketing y venta.

En los negocios relacionados con el alojamiento se potenciarán aquellos alojamientos de mayor rango y categoría posible.

Se potenciará el desarrollo de actividades de alojamiento que tengan como referente los modelos constructivos inspirados en la arquitectura local.

Se potenciarán las actividades productivas que tengan relación con los recursos locales (olivar, dehesa, ornitología...).

Se tendrá en cuenta el potencial de edificios y viviendas susceptibles de albergar nuevos usos (alojamiento rural, restauración, actividades artesanas, bodega, almazara...), que por sus características son susceptibles de adaptarse para el desarrollo de nuevos usos económicos.

**II.7.1.4.** Apoyo al desarrollo de actividades económicas relacionadas con la naturaleza y recreación de escenarios históricos, naturales, culturales que responden perfectamente a la construcción de nuestra marca identitaria, tomando como eje vertebrador el medio rural, la calidad ambiental y los recursos naturales (dehesa, llanos...).

**II.7.1.5.** Apoyo al desarrollo de actividades turísticas de agroturismo, asociadas al medio rural, la vida pastoril en la dehesa y la agricultura tradicional.

**II.7.1.6.** Apoyo al desarrollo de actividades empresariales relacionadas con la puesta en valor del conjunto de los elementos que componen el Tema central de la vida natural y el naturismo.

**II.7.1.7.** Apoyo al desarrollo y difusión de experiencias exitosas que están funcionando en otros lugares y se adaptan a los objetivos LESS THAN HUNDRED.

Se trata de orientar la mirada de la población local y de inversores de otros lugares para que descubran el potencial inversor que encierra Benquerencia, buscando un efecto demostrativo que descubra las oportunidades de la localidad en el seno de la red.

El buque insignia para el desarrollo de esta línea de trabajo, es sin duda el camping naturista, un elemento con la suficiente fuerza para atraer la mirada de todo un colectivo ("tribu") que pone a la localidad en el mapa del mundo. La población necesita referentes demostrativos y estímulos para poder iniciar un nuevo proceso económico que desconoce, un compromiso que se asume desde el Ayuntamiento en torno a las siguientes actuaciones:

- Visitas y conocimiento de otras experiencias basadas en los principios LESS THAN HUNDRED.
- Apoyo a la tramitación burocrática y remoción de obstáculos administrativos para los promotores que decidan instalarse en la localidad.
- Acompañamiento en los trámites administrativos y de documentación (licencias, procesos de calidad...).

**II.7.1.8.** Dinamización del sector empresarial local, acciones de estímulo y apoyo a los potenciales inversores y emprendedores locales y de otros lugares que decidan instalarse en Benquerencia.

- Desarrollo de encuentros y jornadas de trabajo específicas para dar a conocer el potencial que encierra la localidad en el marco LESS THAN HUNDRED, promovidas por el Ayuntamiento, en colaboración con ADISMONTA.
- Desarrollo de servicios de información y atención especializados abiertos al público desde el Ayuntamiento, que permitan unos servicios de calidad a la hora de asesorar y acompañar a los nuevos emprendedores.
- Puesta a disposición de los ciudadanos del municipio y del mundo una web dirigida al apoyo a la actividad empresarial de forma conjunta con los socios de la marca LESS THAN HUNDRED al objeto de atraer nuevos inversores y alumbrar nuevos proyectos.



*Menos de Cien*

*International Net of Special Places*  
with less than 100 inhabitants

## II.7.2. REESTRUCTURACIÓN Y MEJORA DE LA CALIDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE RESTAURACIÓN.

En el esfuerzo de convertir a Benquerencia en un lugar de estancia que fije a los visitantes, teniendo en cuenta que la necesidad más básica para cumplir con este propósito está relacionada con la función biológica de la alimentación. El atractivo de un destino exige entre sus condiciones esenciales servicios de calidad en cuanto a restauración.

Uno de los objetivos principales del trabajo será apoyar el establecimiento de restauración existente para que amplíe sus capacidades y el fomento de nuevas actividades relacionadas con el sector, aspecto esencial para la configuración de una oferta cualificada basada en la restauración, cuyas señas de identidad apuntan a nuestras singularidades y a los productos estrella de la zona (productos de la dehesa, vino, aceite, queso, cordero, ...).

**II.7.2.1.** Estímulo para la creación de establecimientos de restauración: creación y modernización de las instalaciones de cocina y almacenamiento, modernización de las instalaciones (cocina, servicio, aseos, etc.), y acondicionamiento de las salas (climatización, mobiliario, etc.).

Todas las infraestructuras e instalaciones guardarán la lógica argumental con la marca LESS THAN HUNDRED y el Tema central.

El estímulo será doble: por un lado el dirigido a la adaptación de los negocios existentes a los criterios de calidad, y otro a la creación de nuevos establecimientos basados en la calidad de servicios de restauración, capaz de atraer el interés de segmentos de clientela de fuera de la localidad.

Estímulo para el desarrollo de una oferta culinaria propia centrada en el uso de los productos locales y comarcales. Se trata de aunar voluntades y esfuerzos entre la iniciativa pública y privada en torno a una visión compartida que pone su foco en LESS THAN HUNDRED, la vida natural y el naturismo.

**II.7.2.2.** Diseño e implantación de un marchamo local basado en la calidad gastronómica (productos autóctonos). Se impulsará una imagen que el cliente pueda reconocer de manera claramente diferenciada en función de los productos y la gastronomía local, siembre en el hilo argumental LESS THAN HUNDRED.



Difusión a través de diversos soportes (tríptico, Internet...), para su conocimiento en las oficinas turísticas, ferias comarcales y regionales, y otros medios.

### II.7.3. POTENCIACIÓN Y MEJORA DE LAS ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS AL TURISMO.

Las actividades asociadas al turismo han de contemplar un conjunto de actividades complementarias para que éstas susciten un interés en el visitante. A la vez han de ser contempladas como negocios viables y no sólo como un conjunto de servicios públicos de apoyo.

Benquerencia dispone de un conjunto de atractivos y valores susceptibles de soportar numerosas actividades colaterales: conjunto de atractivos comarcales de ADISMONTA, dehesa, ornitología, rutas naturales, rutas cicloturistas, parajes singulares (ver Capítulo I).

La oferta turística implica todo un conjunto de sinergias y alianzas locales para que el circuito económico funcione, las empresas y actores implicados están en una relación de simbiosis en la cual dependen unos de otros, y a su vez de todos en el seno de la red LESS THAN HUNDRED.

**II.7.3.1.** Fomento de empresas de actividades complementarias: fomento de la mejora y diversificación de empresas dedicadas a proveer actividades complementarias.

Se prestará atención especial a las actividades emergentes en el

medio rural relacionadas con las tecnologías y la innovación, el desarrollo integral de los recursos locales ya descritos, así como las visitas y usos de espacios públicos, senderismo, rutas en bicicleta y rutas ecuestres, actividades deportivas en la localidad y la comarca.

A la hora de estimular el desarrollo de actividades complementarias se priorizará en aquellas que pongan en valor los atractivos más singulares de la localidad.

**II.7.3.2.** Apoyo a la creación de instalaciones museísticas que pongan en valor el rico patrimonio natural, histórico y cultural de la localidad: creación y puesta en valor de un Centro de interpretación de la dehesa.

Se dará prioridad a aquellos proyectos que contribuyan a establecer una imagen diferenciada de calidad dentro del mercado turístico, por responder a los principales valores identitarios de la localidad.

## II.8. Proyectos a realizar: una estrategia basada en la promoción de los recursos locales desde la cualificación del entorno.

Las actuaciones a llevar a cabo han de realizarse bajo estrictos principios de sustentabilidad, acordes con la conservación del medio y sus recursos, siempre en línea con los valores LESS THAN HUNDRED y la puesta en valor de la vida natural y el naturismo.

El espacio referencial para el diseño de escenarios de actividades y nuevas experiencias es el camping naturista.

El planteamiento central es generar todo un proceso económico y un espacio para el nacimiento de proyectos empresariales en torno al naturismo, en coherencia y armonía con el medio natural, en donde la "ecología humana", es decir, las personas que habitan en la localidad y el poblamiento, también son un elemento esencial que se armoniza con el Tema central, contribuyendo a crear un variopinto número de escenarios y actividades que ponen en juego los cinco sentidos.



Ocurre una experiencia cuando una compañía usa intencionalmente los servicios como escenario y los bienes como incentivos para involucrar individualmente a los clientes/usuarios de manera tal que crea un evento memorable. Los bienes son tangibles, los servicios intangibles, y las experiencias memorables. The Experience Economy”.

### II.8.1. ARMONIZACIÓN DE LA POLÍTICA DE CONSERVACIÓN DE ESPACIOS Y ESPECIES CON LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO.

**II.8.1.1.** Activación del uso de los espacios públicos, en especial los del casco urbano con instalación de audioguías y otros recursos tecnológicos, habilitación de la red de caminos y senderos y su apertura y acondicionamiento para el desarrollo de actividades turísticas al aire libre: potenciación de los planes de uso público de este tipo de espacios con los recursos disponibles y el desarrollo de actuaciones de limpieza, forestación, acondicionamiento de caminos...; maximizando todo lo que suponga multiplicar las oportunidades de aprovechamiento de los mismos por los visitantes (centros de interpretación, redes de senderos, instalaciones de acogida...).

Se prestará especial atención al desarrollo de actividades experienciales y guiadas en la dehesa municipal (actividades ganaderas, recolección de especies silvestres, talleres de uso de las especialidades de la dehesa, matanza...).

**II.8.1.2.** Fomento y estímulo a las actuaciones promovidas desde los ámbitos público y privado para el desarrollo de los equipamientos necesarios: aumentar los equipamientos e instalaciones necesarias para el disfrute del medio natural, construcción y acondicionamiento de espacios temáticos, centro de interpretación, observatorio de aves...

**II.8.1.3.** Fomento de actividades para el estímulo y la concienciación de la población en relación a la conservación del patrimonio histórico y natural, y su trascendencia para la vida económica de la comunidad local (rehabilitación de edificios en el núcleo urbano y dispersos en el término municipal, forestación de áreas degradadas, recuperación de fuentes y zonas verdes).

Todas estas actuaciones formarán parte de las políticas locales y serán proyectadas desde el Ayuntamiento en sus planes de infraestructuras e inversiones, concretándose en proyectos específicos a realizar en colaboración con las diferentes Administraciones públicas y otras instancias (Mancomunidad, Grupo de Acción Local, Diputación de Cáceres, Junta de Extremadura...).

## II.9. Proyectos a realizar: desarrollo de equipamientos e instalaciones de uso público.

### II.9.1. DESARROLLO DE UN PLAN DE SENDEROS QUE SIRVAN COMO CORREDORES Y ESPACIOS PARA LA CONDUCCIÓN Y PRÁCTICA DE ACTIVIDADES AL AIRE LIBRE.

La puesta en valor de estas infraestructuras es fundamental para el desarrollo de actividades turísticas en torno a la marca LESS THAN HUNDRED en torno a la vida natural y el naturismo.

**II.9.1.1.** Elaboración de un plan de senderos consistente en el acondicionamiento de los senderos existentes (desbroces, forestaciones, lugares de descanso), implicando los fondos procedentes del Grupo de Acción Local, Mancomunidad de municipios, Diputación, Junta de Extremadura y otras instancias nacionales y comunitarias.

**II.9.1.2.** Puesta en funcionamiento de un conjunto de rutas cicloturistas en colaboración con la Diputación de Cáceres.

**II.9.1.3.** Mejora de la conectividad entre caminos y senderos, entrando en conexión con otras rutas turísticas de carácter comarcal y regional (Ruta del jamón, Villasviejas del Tamuja...).

**II.9.1.4.** Publicitación en guías y divulgación a través de las oficinas de turismo e Internet, en coordinación con los socios de la red LESS THAN HUNDRED.

**II.9.1.5.** Desarrollo de nuevas rutas turísticas en el término municipal, en especial aquellas que puedan generar un conjunto de bucles con origen- destino en Benquerencia.

## **II.9.2. DESARROLLO DE UN PLAN DE ACONDICIONAMIENTO DE RIBERAS, POZOS, FUENTES Y ZONAS VERDES.**

El agua es un elemento escaso, cuya presencia contribuye a refrescar el ambiente en las largas temporadas secas y de estío que caracterizan nuestro clima, por ese motivo es necesario maximizar ese recurso con un conjunto de actuaciones específicas.

**II.9.2.1.** Elaboración de un plan para la mejora de la accesibilidad y disfrute de los entornos naturales con presencia de agua o humedad.

**II.9.2.2.** Acondicionamiento de charcas, lavaderos, pozos, fuentes y zonas de ribera.

**II.9.2.3.** Publicitación en guías y materiales divulgativos para su distribución entre las oficinas de turismo e Internet, en coordinación con el resto de socios de la red LESS THAN HUNDRED.

## **II.9.3. APOYO A LAS ACCIONES DE GESTIÓN Y MANTENIMIENTO DEL EQUIPAMIENTO.**

Se prestará atención especial a las instalaciones próximas a los lugares tradicionales de recreo por parte de la población local.

## II.10. Proyectos a realizar: fomento de la capacidad de atracción del núcleo urbano.

Uno de los principales atractivos que están presentes en el entorno, es el valor del núcleo urbano (la población con sus pobladores), como fuente de evocación histórica y de sensaciones culturales (ruralidad), el adecentamiento y acondicionamiento de estos entornos es fundamental para el mantenimiento de nuestro atractivo, exigiendo un esfuerzo tanto desde el Ayuntamiento de Benquerencia, como de la ciudadanía.

**II.10.1.** Acondicionamiento de los espacios urbanos: realización de obras y actuaciones encaminadas a facilitar el acceso turístico al núcleo urbano y mejora viaria en general respetando los materiales y arquitectura tradicional, así como la correcta señalización de los recursos aplicando el manual de estilo LESS THAN HUNDRED.

Estas actuaciones incluirán también el acondicionamiento de las entradas a la localidad.

**II.10.2.** Mejora de la calidad de los paisajes urbanos: mejora de la calidad paisajística mediante la adecuación de fachadas, tendidos eléctricos, cartelería, pavimentos, mobiliario urbano, ajardinamiento, alumbrado...

Especial atención requerirá el encalado de fachadas y la recuperación de las fachadas tradicionales, cerrado de solares...

**II.10.3.** Estímulo para el desarrollo del comercio local. El fenómeno turístico va unido al desarrollo del comercio y viceversa.

Incrementar la diversidad y calidad de la oferta mediante el acondicionamiento de las tiendas y establecimientos existentes, la creación de otros nuevos, la habilitación de sus interiores y escaparates, la modernización de sus medios de pago, etc.

A través del Ayuntamiento se llevará a cabo una campaña de estímulo para promover el comercio tradicional, apoyo técnico, difusión de las ayudas existentes. Se prestará atención especial al establecimiento existente en la localidad, potenciando los productos artesanos y singulares de la comarca.

**II.10.4.** Habilitación y mejora de elementos patrimoniales de carácter singular en el medio urbano local (cruces, lugares de reunión, jardines, portadas...).

Recuperando y poniendo en valor los elementos patrimoniales que pueden visualizarse en el entorno urbano, integrándolos en las rutas locales y comarcales, facilitando su presencia en señalización y publicidad; prestando atención especial a los elementos de mayor calidad y deterioro.

**II.10.5.** Potenciación de los elementos de interés histórico-cultural y etnográfico, tanto del casco urbano como del término municipal, al objeto de que sus entornos sean visitables y no se causen daños a los mismos.



## II.11. Proyectos a realizar: cualificación y potenciación de recursos etnográficos.

La potenciación de los recursos etnográficos ha de contener un plan específico, tanto para su ordenación y estructuración como para su comunicación y comercialización.

El visitante ha de tener unas coordenadas claras, cuando visite Benquerencia, de las posibles actividades a realizar en el entorno (incluidas las de la comarca), la oferta gastronómica, los productos que puede adquirir, los eventos (fiestas, romerías, procesiones...) a los que puede asistir, así como los museos etnográfico-históricos a visitar, tanto de la localidad como de la comarca.

**II.11.1.** Tipificación de la oferta artesana y gastronómica, sobre todo aquella basada en productos típicos, de forma que los productos mantengan unas características homogéneas.

En la localidad hay que estimular el desarrollo de iniciativas en este ámbito, tan necesarias para el apalancamiento de una oferta turística futura basada en la economía de la experiencia. Para trabajar en esta línea se promoverán desde el Ayuntamiento campañas de sensibilización entre la población local.

**II.11.2.** Fomento de la presencia de puntos de venta de productos típicos y artesanos de Benquerencia y la comarca.

**II.11.3.** Difusión, promoción y puesta en valor de las fiestas y eventos locales relevantes.

**II.11.4.** Fomento de centros de interpretación etnográfico-históricos y de naturaleza.

Crear nuevas experiencias tiene que ver con la participación del cliente en lo que se oferta y a un alto grado de involucración y compromiso con lo que está haciendo.

## II.12. Proyectos a realizar: estructuración de los productos turísticos y de los sistemas de comercialización.

La propuesta de estructuración de los recursos locales y de los sistemas de comercialización se focalizan fundamentalmente en los proyectos a realizar en el marco de LESS THAN HUNDRED y el Tema central de la vida natural y el naturismo, la cual se implementa a través de un conjunto de actuaciones.

**II.12.1.** Desarrollo de una oferta basada en la recreación y teatralización sustentada en los recursos locales LESS THAN HUNDRED y el Tema central de la vida natural y el naturismo.

**II.12.2.** Comercialización de los productos como una oferta diferenciada y de calidad.

**II.12.3.** Desarrollo de un conjunto de estrategias en el ámbito local, que impliquen a la población y lleven aparejadas actividades y programas de formación y empleo.

**II.12.4.** Creación de escenarios artificiales para recreación histórica en el marco LESS THAN HUNDRED y el Tema central de la vida natural y el naturismo.

**II.12.5.** Recreación multimedia para producción de experiencias memorables en torno a los recursos históricos.

**II.12.6.** Desarrollo de actividades teatrales y de interpretación.

**II.12.7.** Desarrollo negocios mediante los cuales el cliente participa de experiencias únicas, adentrándose en vivencias en las que se convierte en actor.

**II.12.8.** Participación de la iniciativa pública y privada (empresas del sector turístico).

**II.12.9.** Desarrollo de programas prácticos de formación y cualificación de las personas que se decidan a abordar estas actividades.

Los estimulantes sensoriales que acompañan a una experiencia deben apoyar y mejorar el Tema central, cuantos más sentidos involucre una experiencia, más efectiva y memorable podrá ser.

## II.13. Proyectos a realizar: acciones complementarias a la oferta turística.

Para complementar esta oferta turística se precisan una serie de medidas de acompañamiento que se exponen a continuación, constituyendo elementos que pongan en valor la marca LESS THAN HUNDRED y el Tema central de la vida natural y el naturismo.

**II.13.1.** Fomento de establecimientos que permitan estancias de media y larga duración.

La estrategia para la sostenibilidad del turismo rural pasa por productos turísticos asociados al alojamiento que contemplen al menos la estancia de fin de semana

**II.13.2.** Fomento de la oferta turística basada en las modalidades de hotel rural y casa rural, tomando como referencia las construcciones típicas de la zona y la tradición cultural e histórica, así como ciertos productos basados en la realización de actividades agroturísticas.

Se prestará un especial estímulo a aquellos proyectos basados en la creación de una oferta turística sustentada en la calidad, desde el Ayuntamiento se estimulará, apoyará y promoverá entre los inversores de la localidad y de otros lugares el desarrollo de negocios en esta línea.

**II.13.3.** Estímulo al desarrollo del turismo de reuniones y eventos relacionados con la vida natural y el naturismo.

Promoción de iniciativas privadas de acompañamiento al turismo rural basadas en la adecuación o construcción de instalaciones y equipamientos para albergar eventos asociados al turismo de incentivos y reuniones (salas, medios audiovisuales, comunicaciones, mobiliario, etc.).

**II.13.4.** Formalización de excursiones organizadas y/o autoguiadas: diseño, organización y comercialización de excursiones.

El desarrollo de estas actividades exige la puesta en valor conjunta de todos los recursos turísticos locales y comarcales.



**II.13.5.** Aprovechamiento turístico de la observación de avifauna.

Esta actividad turística se encuentra en pleno desarrollo por contar cada vez más adeptos, aprovechando además el tirón de Benquerencia y el entorno como una de las zonas de mayor interés ornitológico de la Península Ibérica.

El tirón de la observación de aves ha de contemplar la totalidad de la comarca, vinculando la marca turística local al fenómeno del turismo ornitológico. Las medidas de acompañamiento han de tener en cuenta las mejoras de los equipamientos e infraestructuras destinadas al menester de la observación de aves (acondicionamiento de caminos, observatorios, zonas de aparcamiento...).

**II.13.6.** Colocación de la oferta en los mercados turísticos mundiales, desde una perspectiva de la singularidad desde la acción conjunta LESS THAN HUNDRED y el Tema central de la vida natural y el naturismo.

La colocación se ha de producir penetrando en la red donde se comercializan este tipo de productos turísticos (centrales de reservas en Internet, portales promocionales e institucionales, oficinas de turismo...).

La oferta se dirigirá de forma especial a los colectivos organizados a nivel global en torno a la vida natural y el naturismo, para realizar un efecto llamada a los mismos, y poner a la localidad en el mapa mundial de esta especialidad.

**II.13.7.** Acondicionamiento de las instalaciones frecuentadas por el turismo excursionista.

Potenciación de una oferta específica para este turismo, articulada con servicios de alojamiento y de restauración, tomando como principal atractivo y espacio de referencia a la dehesa: degustaciones de productos típicos, actividades de muestra de artesanía. Para la potenciación de este tipo de actividades se tendrán en cuenta los recursos turísticos globales de la comarca y la posibilidad de integrar en torno a ellos una oferta de interés.

**II.13.8.** Fomento de instrumentos de fidelización y desarrollo promocional desde el Ayuntamiento en torno a la marca LESS THAN HUNDRED y el Tema central de la vida natural y el naturismo.

## II.14. Proyectos a realizar: fomento de la marca y estrategia para su implantación.

**II.14.1.** Desarrollo de un programa de concienciación ciudadana basado en difundir la necesidad de nuevas alternativas económicas en la localidad.

Con un debate a fondo con la población local, donde surjan nuevas ideas y sobre todo una acción concertada y compartida por la base social, focalizada en la creación de un destino y una oferta única en el país en torno a la marca LESS THAN HUNDRED y el Tema central de la vida natural y el naturismo, el aprovechamiento integral de la dehesa desde nuevos enfoques productivos, el desarrollo de pequeñas empresas de transformación agroalimentaria y de artesanía...

**II.14.2.** Desarrollo de planes de dinamización local con la puesta en valor de los recursos culturales o naturales no explotados.

Tomando como referencia metodológica el enfoque abajo arriba, haciendo participe a la población de Benquerencia de su propio proceso de desarrollo.

**II.14.3.** Fomento de la imagen e identidad en torno a la marca LESS THAN HUNDRED para su adopción en todas las actividades de la localidad y apropiación por parte de los vecinos.

La creación de la marca ha de realizarse desde las acciones que culminen en el empoderamiento de la misma por parte de la población, haciéndola suya e incorporándola a sus actividades y a sus vidas, se trata de que el relato de la marca esté presente en la vida cotidiana de la gente.

**II.14.4.** Implantación de una imagen corporativa de toda la oferta turística fundamentada en la marca LESS THAN HUNDRED y el Tema central de la vida natural y el naturismo.

Adopción del diseño corporativo de dicha marca y de su manual de uso (logotipos, cartelería, señalética...) que han de estar presentes y asociarse a todas las actividades que se lleven a cabo en la localidad (fiestas, eventos culturales...), así como a

las empresas (ocio, espectáculos, alojamiento, restauración, artesanía...).

Desarrollo y difusión desde el Ayuntamiento de campañas de adopción de la marca. La imagen debe fijar signos corporativos, tipos de soporte en los que reflejarla y reglas de uso en edificios, negocios, señalización de vías...

**II.14.5.** Desarrollo de una estrategia de comunicación de la marca.

Utilizando para ello la comunicación en prensa y publicaciones (artículos, notas de prensa). Utilización de los resortes de comunicación de la comarca a través del Grupo de Acción Local, y a través de Internet.

Elaboración de perfiles en las principales redes sociales para dar a conocer la marca.

Desarrollo de acciones promocionales conjuntas con el resto de municipios que forman parte de la red LESS THAN HUNDRED.

**II.14.6.** Potenciación de la información para los profesionales y clientes finales, centrándonos de manera especial en torno al Tema central de la vida natural y el naturismo.

Desarrollo de materiales informativos destinados a los operadores y circuitos turísticos en los que se inserta nuestra oferta, incluidas las oficinas de promoción turística, con una focalización especial en el turismo naturista (trípticos, promoción por Internet, guías específicas de restauración...).

**II.14.7.** Desarrollo de cauces de distribución y acceso a la información para usuarios y potenciales clientes.

Desarrollo de una página web donde se canalice toda la información sobre la red LESS THAN HUNDRED donde se incluya información general y una sección particular destinada a Benquerencia.

Promoción de la oferta en ferias regionales (FEVAL, ferias ornitológicas, ferias comarcales...).

Realización de campañas específicas a través de Internet promocionando la oferta naturista local.



**II.14.8.** Fomento de una política promocional selectiva en torno a la marca LESS THAN HUNDRED y el Tema central de la vida natural y el naturismo.

Focalización de la oferta en torno al Tema central, evitando la dispersión y velando por la especialización inteligente de la elección, centrándonos en el desarrollo de productos y servicios para clientes que buscan experiencias singulares con un nivel adquisitivo medio y alto.

Desarrollo de un plan de trabajo dirigido a llevar la oferta a través de las fuentes de información especializadas en la oferta relacionada con la vida natural y el naturismo).

**II.14.9.** Presencia institucional en los mercados.

Utilizando para ello las vías promocionales y de presencia en mercados regionales, nacionales y extranjeros que ofrece la Junta de Extremadura y otras instancias provinciales, nacionales y europeas, a través de programas de financiación disponibles: participación en misiones comerciales especializadas (directas e inversas) a otros países para promocionar los productos y servicios de la marca LESS THAN HUNDRED, participación en foros y encuentros sobre turismo...

**II.14.10.** Apoyo a la promoción privada de los productos y servicios locales.

Apoyo y acompañamiento técnico desde el Ayuntamiento a las actividades de articulación y apoyo a los productos y



**Menos de Cien**

**International Net of Special Places**  
with less than 100 inhabitants

servicios locales, contemplando la implicación de la iniciativa privada en todo el proceso, siendo el papel de lo público en lo relativo al estímulo, acompañamiento y promoción.

**II.14.11.** Desarrollo de proyectos piloto para conocer y poner en práctica experiencias exitosas llevadas a cabo en otros lugares del mundo.

Apoyo a aquellas actuaciones que impliquen proyectos de innovación basados en la economía de la experiencia en torno a la marca LESS THAN HUNDRED, esto incluirá visitas a otras zonas donde se estén abordando iniciativas similares.

## II.15. Proyectos a realizar: cualificación de los recursos humanos que han de desarrollar los proyectos.

La coyuntura económica actual en el medio rural exige de procesos de reconversión de la mano de obra y las actividades del sector primario y secundario hacia actividades terciarias de alto potencial económico (transformación agroindustrial, turismo, producción de nuevas experiencias...), constituyendo en la práctica una estrategia para la lucha contra el despo-  
blamiento.

La planificación estratégica de la formación y la cualificación de los trabajadores es esencial para afrontar una nueva economía de la experiencia, además, la oferta formativa ha de realizarse desde un enfoque eminentemente práctico en torno a nuevas actividades formativas para generar nuevos productos y servicios consecuentes con la marca LESS THAN HUNDRED y el Tema central de la vida natural y el naturismo.

Creación de escenarios artificiales para recreación de actividades al aire libre para personas con discapacidad.

**II.15.1.** Desarrollo de actividades formativas para poner en marcha iniciativas empresariales relacionadas con servicios complementarios al turismo y el consumo naturista.

**II.15.2.** Desarrollo de actividades formativas para poner en marcha iniciativas empresariales relacionadas con el aprovechamiento integral de la dehesa (productos silvestres, aprovechamiento de la bellota, nuevas experiencias turísticas en la dehesa...).



**II.15.3.** Desarrollo de actividades formativas para poner en marcha iniciativas recreativas de interpretación ambiental y guías turísticos (rutas, ornitología, interpretación histórica...).

**II.15.4.** Desarrollo de actividades formativas para poner en marcha iniciativas recreativas de interpretación ambiental.

**II.15.5.** Desarrollo de actividades formativas para poner en marcha iniciativas teatrales, festivas y de recreación histórica y natural.

**II.15.6.** Desarrollo de actividades formativas para poner en marcha iniciativas recreativas de rehabilitación y puesta en valor del patrimonio (construcción de muros de piedra, rehabilitación de fachadas, rehabilitación y conservación de espacios degradados...).

**II.15.7.** Desarrollo de actividades para promover el espíritu emprendedor y creación de nuevas empresas.

**II.15.8.** Desarrollo de actividades formativas consistentes en viajes y conocimiento "in situ" de experiencias exitosas de aplicación en torno al Tema central de la vida natural y el naturismo.

**II.15.9.** Desarrollo de actividades formativas relacionadas con la atención al cliente, procesos de calidad, técnicas de comunicación, administración turística....

## II.16. Proyectos a realizar: potenciación desde las instituciones a los proyectos.

El presente Plan de ordenación de los recursos de Benquerencia, tiene como objeto la potenciación de las actuaciones planteadas en colaboración con diversas organizaciones y Administraciones públicas (Ayuntamiento, Mancomunidad, ADIS-MONTA, Diputación de Cáceres, Junta de Extremadura...); así como en el seno de la red LESS THAN HUNDRED, buscando el marco financiero para la concreción de las mismas.

**II.16.1.** Apoyo institucional local a través del Ayuntamiento, el cual se compromete a incluir en sus políticas las líneas de acción (plan de infraestructuras, obras, adecuación de servicios, promoción...), a través del Plan director.

**II.16.2.** Animación y dinamización desde el ayuntamiento de Benquerencia a la iniciativa privada y a la población local en torno a los objetivos y resultados perseguidos.

**II.16.3.** Acciones y proyectos para la participación económica de otras instancias y Administraciones que a través de sus programas e iniciativas pueden apoyar el proceso (Junta de Extremadura, Diputación, programas europeos, LEADER, entidades financieras...).

**II.16.4.** Modernización de los medios técnicos y tecnológicos desde el Ayuntamiento para el acompañamiento al desarrollo del conjunto de proyectos (creación de portal web, audioguías...).

**II.16.5.** Elaboración de proyectos conjuntos en el seno de la red LESS THAN HUNDRED para financiación de actuaciones compartidas (promoción turística, promoción de los productos, creación de marca de calidad...).

*Red Internacional de Lugares Especiales*  
con menos de 100 habitantes

*Less than Hundred*





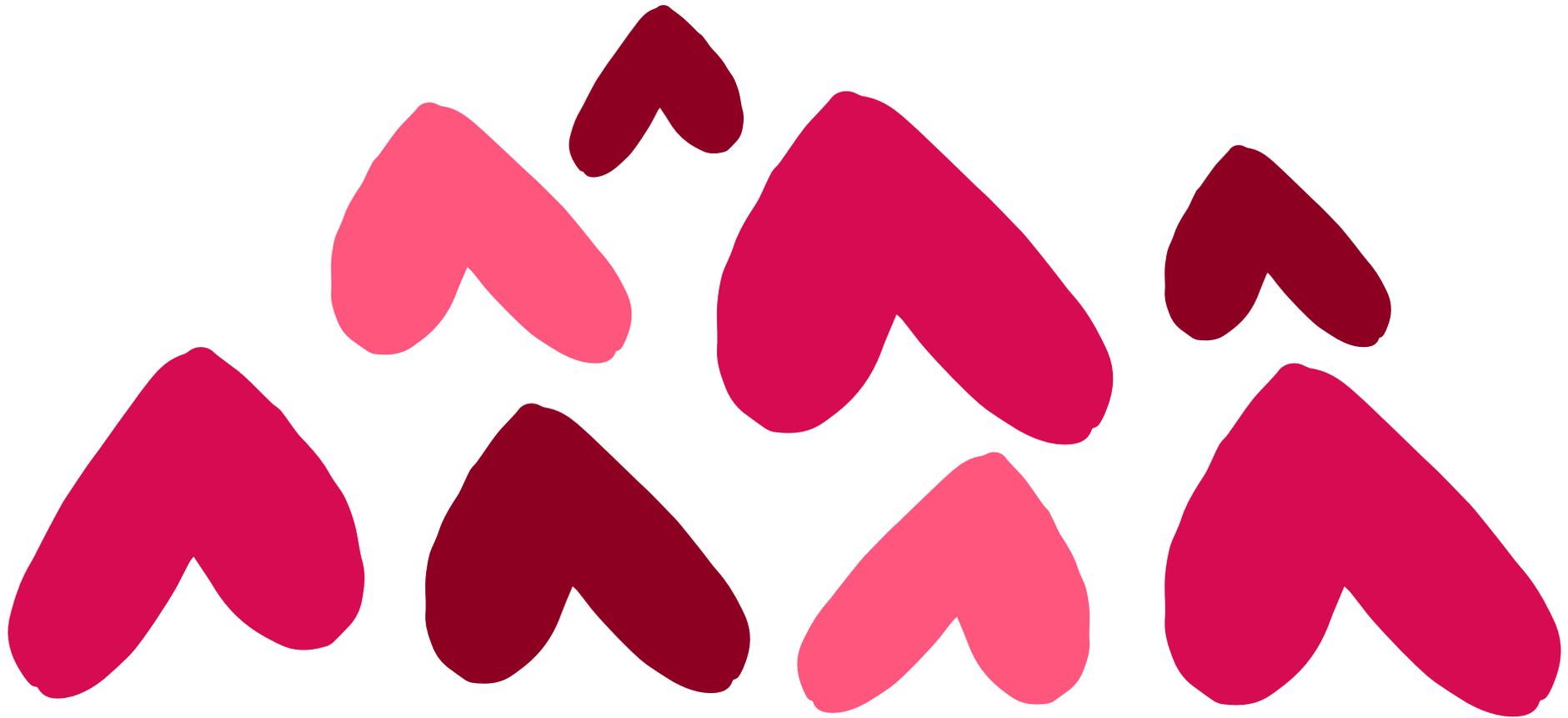
*Menos de Cien*

*International Net of Special Places*  
with less than 100 inhabitants

# Capítulo III

PLAN DIRECTOR

## Benquerencia - Less than Hundred



## III.1. Actuaciones del Plan Director.

### ACTUACIÓN 1. DESARROLLO DE LAS ACCIONES PARA EL FORTALECIMIENTO DEL CONJUNTO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS DE LA LOCALIDAD EN TORNO A LA MARCA LESS THAN HUNDRED.

- 1.1. Diseño y elaboración del Plan de ordenación de los recursos de Benquerencia para articular el desarrollo futuro de la localidad y las inversiones en torno al mismo.. 10.000 € (INVERSIÓN PÚBLICA).
- 1.2. Acciones promocionales comunes desde la red LESS THAN HUNDRED (folletos, web, videos promocionales...). 3.000 € (INVERSIÓN PÚBLICA).
- 1.3. Desarrollo de proyectos conjuntos de manual de imagen corporativa y señalética desde la red LESS THAN HUNDRED. 1.000 € (INVERSIÓN PÚBLICA).
- 1.4. Plan de señalización del conjunto de recursos de la localidad bajo el manual de imagen corporativa y señalética LESS THAN HUNDRED. 20.000 € (INVERSIÓN PÚBLICA).
- 1.5. Visitas programadas a inversores de otros lugares del mundo que quieran conocer Benquerencia como destino de inversión LESS THAN HUNDRED. 6.000 € (INVERSIÓN PÚBLICA).
- 1.6. Promoción de la oferta turística local en el marco de la red LESS THAN HUNDRED en mercados nacionales e internacionales. 10.000 € (INVERSIÓN PÚBLICA).
- 1.7. Promoción de la localidad como destino LESS THAN HUNDRED a través de Internet, redes sociales, medios de comunicación. 9.000 € (INVERSIÓN PÚBLICA).

## ACTUACIÓN 2. INVERSIONES EN MATERIA DE DESARROLLO DE LOS SERVICIOS, EL TURISMO Y LAS INFRAESTRUCTURAS.

2.1. Inversiones públicas en la dehesa municipal para acondicionamiento de visitas y actividades al aire libre.

100.000 € (INVERSIÓN PÚBLICA).

2.2. Puesta en funcionamiento del Centro de interpretación de la dehesa y la vida natural. 50.000 € (INVERSIÓN PÚBLICA).

2.3. Puesta en funcionamiento de rutas cicloturistas por el término municipal que conecten con el resto de municipios de la comarca. 100.000 € (INVERSIÓN PÚBLICA).

2.4. Puesta en funcionamiento de diferentes rutas senderistas por el término municipal que conecten con el resto de municipios de la comarca. 100.000 € (INVERSIÓN PÚBLICA).

2.5. Puesta en funcionamiento de ruta ornitológica y observatorio de aves por el término municipal.

10.000 € (INVERSIÓN PÚBLICA).

2.6. Rehabilitación de espacios verdes y recuperación de fuentes en diferentes puntos del término municipal.

60.000 € (INVERSIÓN PÚBLICA).

2.7. Desarrollo de un sistema de audioguías para visitar los recursos turísticos de la localidad. 8.000 € (INVERSIÓN PÚBLICA).

2.8. Organización de excursiones y actividades de interpretación en la dehesa y el entorno natural (conocimiento y recogida de especies silvestres, usos y aprovechamientos tradicionales de la dehesa...). 5.000 € (INVERSIÓN PÚBLICA).

2.9. Rehabilitación del entorno público urbano (adecentamiento de calles, mejora de accesos a edificios públicos, rehabilitación de fachadas, zonas ajardinadas...). 100.000 € (INVERSIÓN PÚBLICA).

2.10. Potenciación de fiestas tradicionales y eventos festivos en la localidad. 10.000 € (INVERSIÓN PÚBLICA).

2.11. Desarrollo de un evento relacionado con la promoción de la vida natural y el naturismo en la localidad para su visibilización internacional. 15.000 € (INVERSIÓN PÚBLICA).



**Menos de Cien**

**International Net of Special Places**  
with less than 100 inhabitants

2.12. Rehabilitación de fachadas de las viviendas tradicionales para aportar calidad estética al conjunto urbano.

400.000 € (INVERSIÓN PRIVADA).

2.13. Ampliación de los servicios de alojamiento y complementarios para incrementar la oferta de turismo naturista.

500.000 € (INVERSIÓN PRIVADA).

2.14. Servicio de alojamiento (casa rural en la dehesa) para incrementar la oferta de turismo en la localidad.

250.000 € (INVERSIÓN PRIVADA).

2.15. Puesta en marcha de un nuevo establecimiento de restauración para incrementar la oferta gastronómica.

150.000 € (INVERSIÓN PRIVADA).

### ACTUACIÓN 3. INVERSIONES EN LA CREACIÓN DE PEQUEÑAS INDUSTRIAS ARTESANAS Y DE APROVECHAMIENTO DEL POTENCIAL LOCAL Y COMARCAL.

3.1. Creación de un Laboratorio de innovación para el diseño de iniciativas emprendedoras en la localidad y espacio formativo experiencial..... 20.000 € (INVERSIÓN PÚBLICA).

3.2. Implantación de pequeña industria de transformación agroalimentaria artesana (producción de productos del cerdo)..... 300.000 € (INVERSIÓN PRIVADA).

3.3. Implantación de pequeña industria de elaboración de conservas vegetales artesanas (higos, aceitunas, productos silvestres...). 275.000 € (INVERSIÓN PRIVADA).

## III.2. Temporalización y presupuesto orientativo de las inversiones.

**Actuación 1. Desarrollo de las acciones para el fortalecimiento del conjunto de actividades económicas de la localidad en torno a la marca LESS THAN HUNDRED.**

ACTUACIONES	2.018	2.019	2.020	2.021	2.022	2.023	INVERSIÓN
1.1. Diseño y elaboración del Plan de ordenación de los recursos de Benquerencia para articular el desarrollo futuro de la localidad y las inversiones en torno al mismo.	////	////					10.000 € inversión pública
1.2. Acciones promocionales comunes desde la red LESS THAN HUNDRED (folletos, web, videos promocionales...).	////	////	////	////	////	////	3.000 € inversión pública
1.3. Desarrollo de proyectos conjuntos de manual de imagen corporativa y señalética desde la red LESS THAN HUNDRED.	////	////					1.000 € inversión pública
1.4. Plan de señalización del conjunto de recursos de la localidad bajo el manual de imagen corporativa y señalética LESS THAN HUNDRED.	////	////					20.000 € inversión pública
1.5. Visitas programadas a inversores de otros lugares del mundo que quieran conocer Benquerencia como destino de inversión LESS THAN HUNDRED.		////	////	////	////	////	6.000 € inversión pública
1.6. Promoción de la oferta turística local en el marco de la red LESS THAN HUNDRED en mercados nacionales e internacionales... 10.000 euros (inversión pública).	////	////	////	////	////	////	10.000 € inversión pública
1.7. Promoción de la localidad como destino LESS THAN HUNDRED a través de Internet, redes sociales, medios de comunicación.	////	////	////	////	////	////	9.000 € inversión pública

### Actuación 2. Inversiones en materia de desarrollo de los servicios, el turismo y las infraestructuras.

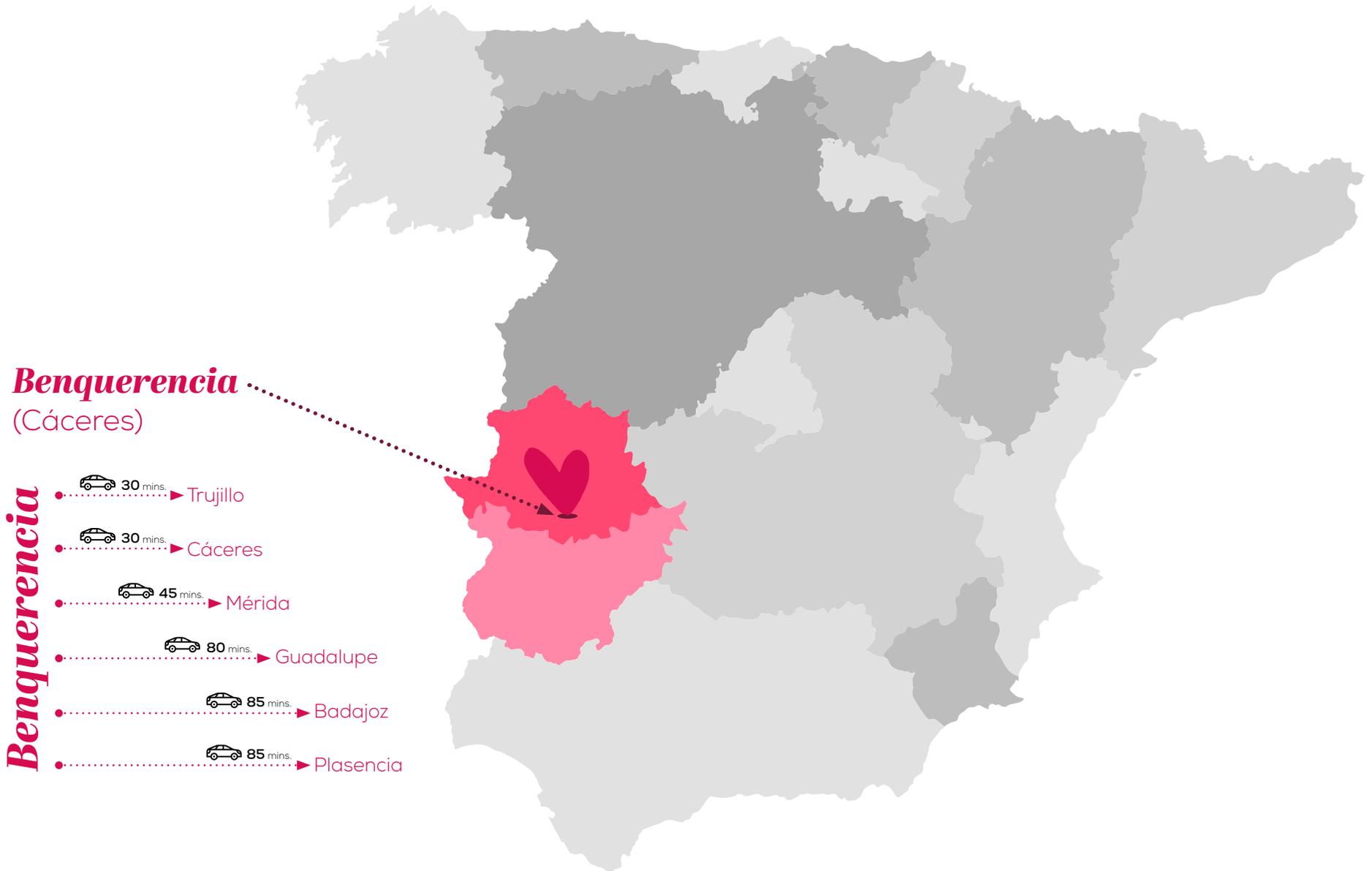
ACTUACIONES	2.018	2.019	2.020	2.021	2.022	2.023	INVERSIÓN
2.1. Inversiones públicas en la dehesa municipal para acondicionamiento de visitas y actividades al aire libre.		////	////	////	////	////	100.000 € inversión pública
2.2. Puesta en funcionamiento del Centro de interpretación de la dehesa y la vida natural.		////	////	////	////	////	50.000 € inversión pública
2.3. Puesta en funcionamiento de rutas cicloturistas por el término municipal que conecten con el resto de municipios de la comarca.		////	////	////	////	////	100.000 € inversión pública
2.4. Puesta en funcionamiento de diferentes rutas senderistas por el término municipal que conecten con el resto de municipios de la comarca.		////	////	////	////	////	100.000 € inversión pública
2.5. Puesta en funcionamiento de ruta ornitológica y observatorio de aves por el término municipal.		////	////	////	////	////	10.000 € inversión pública
2.6. Rehabilitación de espacios verdes y recuperación de fuentes en diferentes puntos del término municipal.		////	////	////	////	////	60.000 € inversión pública
2.7. Desarrollo de un sistema de audioguías para visitar los recursos turísticos de la localidad.	////						8.000 € inversión pública
2.8. Organización de excursiones y actividades de interpretación en la dehesa y el entorno natural (conocimiento y recogida de especies silvestres, usos y aprovechamientos tradicionales de la dehesa...).		////	////	////	////	////	5.000 € inversión pública
2.9. Rehabilitación del entorno público urbano (adecentamiento de calles, mejora de accesos a edificios públicos, rehabilitación de fachadas, zonas ajardinadas...).	////	////	////	////	////	////	10.000 € inversión pública
2.10. Potenciación de fiestas tradicionales y eventos festivos en la localidad.	////	////	////	////	////	////	10.000 € inversión pública
2.11. Desarrollo de un evento relacionado con la promoción de la vida natural y el naturismo en la localidad para su visibilización internacional.		////	////	////	////	////	15.000 € inversión pública

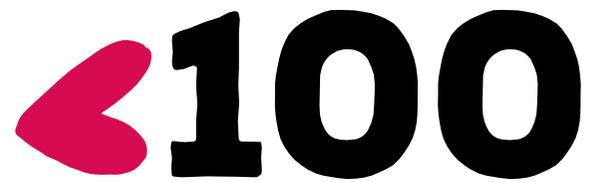
**Actuación 2. Inversiones en materia de desarrollo de los servicios, el turismo y las infraestructuras.**

<b>ACTUACIONES</b>	<b>2.018</b>	<b>2.019</b>	<b>2.020</b>	<b>2.021</b>	<b>2.022</b>	<b>2.023</b>	<b>INVERSIÓN</b>
2.12. Rehabilitación de fachadas de las viviendas tradicionales para aportar calidad estética al conjunto urbano.		////	////	////	////	////	400.000 € inversión privada
2.13. Ampliación de los servicios de alojamiento y complementarios para incrementar la oferta de turismo naturista.		////	////	////	////	////	500.000 € inversión privada
2.14. Servicio de alojamiento (casa rural en la dehesa) para incrementar la oferta de turismo en la localidad.		////	////	////	////	////	250.000 € inversión privada
2.15. Puesta en marcha de un nuevo establecimiento de restauración para incrementar la oferta gastronómica.		////	////	////	////	////	159.000 € inversión privada

**Actuación 3. Inversiones en la creación de pequeñas industrias artesanas y de aprovechamiento del potencial local y comarcal.**

<b>ACTUACIONES</b>	<b>2.018</b>	<b>2.019</b>	<b>2.020</b>	<b>2.021</b>	<b>2.022</b>	<b>2.023</b>	<b>INVERSIÓN</b>
3.1. Creación de un Laboratorio de innovación para el diseño de iniciativas emprendedoras en la localidad y espacio formativo experiencial.		////	////	////	////	////	20.000 € inversión pública
3.2. Implantación de pequeña industria de transformación agroalimentaria artesana (producción de productos del cerdo).		////	////	////	////	////	300.000 € inversión privada
3.3. Implantación de pequeña industria de elaboración de conservas vegetales artesanas (higos, aceitunas, productos silvestres...).		////	////	////	////	////	275.000 € inversión privada





**<100**

.....  
***Less than Hundred***

.....  
***Red de Lugares Especiales***

con menos de 100 habitantes