

BASES METODOLÓGICAS PARA EL IMPULSO DEL TURISMO ORNITOLÓGICO

MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS



Interreg
España - Portugal
Fondo Europeo de Desarrollo Regional



UNIÓN EUROPEA



Andanatura

PROYECTO ORNITURISMO: CONSERVACIÓN, PROTECCIÓN Y
VALORIZACIÓN DEL PATRIMONIO ORNITOLÓGICO

31-12-2019



INDICE

1. Introducción
 - 1.1. Antecedentes
 - 1.2. Contexto
 - 1.3. Objetivo de este documento
2. Experiencia andaluza en el proyecto Bioeconomy
 - 2.1. Quiénes eran los clientes.
 - 2.2. Qué se pretendía.
 - 2.3. Quiénes y de dónde eran los destinatarios
 - 2.4. Qué actuaciones de desarrollaron
 - 2.5. Qué resultados se obtuvieron
3. Experiencia andaluza en el proyecto Orniturismo
 - 3.1. Quiénes son los clientes.
 - 3.2. Qué se pretende.
 - 3.3. Quiénes y de dónde son los destinatarios
 - 3.4. Qué actuaciones se están desarrollando
 - 3.5. Qué resultados se esperan
4. Buenas prácticas metodológicas para el desarrollo del turismo ornitológico
 - 4.1. Estrategia orientada a orniturotas (especialistas)
 - 4.2. Estrategia orientada a turistas rurales (generalistas)



1. INTRODUCCIÓN



1.1. ANTECEDENTES

Este documento queda enmarcado por dos proyectos relacionados y confluyentes: Bioeconomy y Orniturismo.

1.1.1. Proyecto Bioeconomy

El proyecto **“Valorización Socioeconómica Sostenible de la Biodiversidad Transfronteriza Andalucía-Marruecos (BIOECONOMY)”** se desarrolló entre los años 2012 y 2014. Fue un proyecto financiado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) a través del Programa Operativo de Cooperación Transfronteriza España Fronteras Exteriores (POCTEFEX), y ejecutado por tanto en la zona sur de Andalucía y en Marruecos.



En él participaron como beneficiarios la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo de la Junta de Andalucía, la Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía, la Universidad de Córdoba y la Fundación de Espacios Naturales de Andalucía, y como entidades asociadas la Asociación Patrimonio Desarrollo y Ciudadanía de Tánger-Tetuán y la Association Talassentane Enviroment et Developpement (ATED), ambas del Reino de Marruecos.

El objetivo de BIOECONOMY (Valorización socioeconómica sostenible de la biodiversidad transfronteriza Andalucía-Marruecos) fue poner en valor las potencialidades que tiene la biodiversidad de interés común para Andalucía y Marruecos como base para potenciar un desarrollo socioeconómico sostenible endógeno. Lo que se pretendía era dar impulso a todo el territorio de actuación proporcionando un modelo de desarrollo basado en la diferencia y en los valores patrimoniales del territorio, la valorización y conservación del patrimonio natural y cultural, y el fomento del asociacionismo empresarial entre Andalucía y Marruecos, para poner en valor los recursos endógenos, a la par que se crea empleo y renta a través de la diversificación de la actividad empresarial en todo el territorio.

En este sentido, uno de los objetivos específicos que se abordaron fue fomentar el turismo ornitológico. Para ello, se desarrolló la Acción 2.2.- “Impulso del turismo sostenible mediante la tematización de alojamientos turísticos al turismo ornitológico, fomentando la ampliación de la temporada y el empleo estable”, en



el seno de la Actividad 2.- "Puesta en valor de las oportunidades y beneficios de la biodiversidad transfronteriza". Esta acción pretendía que un conjunto de alojamientos turísticos realizara distintas adaptaciones encaminadas a solventar las necesidades de los ornitólogos.

1.1.2. Proyecto Orniturismo

El proyecto "**Conservación, Protección y Valorización del Patrimonio Ornitológico (ORNITURISMO)**" se diseñó como extensión de Bioeconomy y se está desarrollando entre los años 2017 y 2020. Es un proyecto financiado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), en el marco del Programa de Cooperación INTERREG V A España-Portugal (POCTEP) ¹, cuyo ámbito de ejecución abarca las regiones de Alentejo y la mitad occidental de Andalucía.



Las entidades beneficiarias de Orniturismo son la Fundación Andanatura para el Desarrollo Socioeconómico Sostenible, la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía, la Asociación Grupo de Desarrollo Rural Sierra de Aracena y Picos de Aroche, y la Asociación para el Desarrollo Integral del territorio de Sierra Morena (ADIT Morena), en Andalucía, y Liga para a Protecção da Natureza, Herdade da Contenda y Entidade Regional de Turismo do Alentejo en Portugal.

Conviene mencionar que el proyecto fue inicialmente liderado por la Consejería de Economía y Conocimiento de la Junta de Andalucía, que también formaba parte del partenariado del proyecto, es decir, del conjunto de entidades beneficiarias, hasta que solicitó su salida del proyecto en mayo de 2019.

El proyecto Orniturismo persigue conservar, proteger y valorizar el Patrimonio Ornitológico presente en ambos lados de la frontera hispano-lusa, con el fin de desarrollar y consolidar modelos de actividades turísticas sostenibles que reactiven la economía de ambas regiones. Sus objetivos específicos son:

¹ Además, las actuaciones de Andanatura en este proyecto también están subvencionadas por la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía, que financia el 25% del coste soportado por esta entidad.



- Protección y conservación de especies amenazadas que forman parte del Patrimonio Ornitológico de ambos territorios.
- Valorización del Patrimonio Ornitológico a través del fomento y consolidación del Turismo Ornitológico.
- Sensibilización y difusión de las oportunidades y beneficios de conservar el Patrimonio Ornitológico como fuente de crecimiento económico en ambos territorios.

El proyecto se estructura en dos ejes temáticos. El primero de ellos está enfocado a la protección y conservación del patrimonio ornitológico, incluyendo actuaciones de estudio y protección de las aves rapaces amenazadas. El segundo eje se dirige a la puesta en valor de los recursos ornitológicos, a través del desarrollo del turismo ornitológico, contemplando acciones formativas y de asesoramiento dirigidas a las empresas turísticas, y otras actuaciones como la tematización de alojamientos, creación de paquetes turísticos, señalización de rutas, etc.

1.1.3. Relación entre ambos proyectos

Puede considerarse que en el primero de ellos (Bioeconomy) se ensayó la valorización de diversos recursos y valores naturales como fuente de actividad económica, entre los que se encontraban las aves, y en el siguiente (Orniturismo), diseñado específicamente como continuación o extensión del anterior, se decidió concentrar los esfuerzos en el recurso ambiental de las aves y en su valorización a través del fomento del turismo ornitológico.

Si bien las actuaciones relacionadas con turismo ornitológico de Bioeconomy se desarrollaron en las provincias de Cádiz, Huelva, Málaga y Sevilla, Orniturismo se está desarrollando en Cádiz, Córdoba, Huelva, y Sevilla, además de en el Alentejo portugués.

Ambos proyectos han compartido entidades o departamentos promotores:

- Dirección General de Economía Social y Autónomos, que formaba parte de la antigua Consejería de Economía y Conocimiento, y anteriormente de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo.
- Dirección General de Gestión del Medio Natural y Espacios Protegidos, bien de la antigua Consejería de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente de la Junta de Andalucía, de la posterior Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del



Territorio, o bien de la actual Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible.

- Fundación Andanatura para el Desarrollo Socioeconómico Sostenible, antes Fundación Espacios Naturales de Andalucía.

Cabe resaltar que todas las actuaciones relacionadas con el turismo ornitológico desarrolladas en Bioeconomy fueron promovidas por la Dirección General de Economía Social y Autónomos de la Junta de Andalucía, que fue precisamente quien promovió y lideró el proyecto Orniturismo en su inicio. Sin embargo, también hay que mencionar que este organismo se desvinculó de este último proyecto durante la ejecución del mismo, por falta de medios y de recursos. En sustitución de esta entidad entró en el proyecto Orniturismo la Fundación Andanatura, para ejecutar las acciones a las que se había comprometido inicialmente la Dirección General de Economía Social y Autónomos de la Junta de Andalucía.

1.2. CONTEXTO

El presente documento se elabora como actuación del proyecto "ORNITURISMO: Conservación, Protección y Valorización del Patrimonio Ornitológico". Es una de las actuaciones que desarrolla la Fundación Andanatura dentro del segundo eje, para el fomento del turismo ornitológico. Concretamente se encuadra en la Actividad 3.- "Valorización de recursos naturales y de conservación medioambiental, tematización de alojamientos y creación de servicios en torno al turismo ornitológico" y, dentro de esta, en la Acción 3.1.- "Transferencias de la experiencia española a los socios portugueses y Tematización de alojamientos al Turismo Ornitológico en Portugal".

1.3. OBJETIVO DE ESTE DOCUMENTO

El objetivo de este documento es recopilar las buenas prácticas identificadas, las dificultades encontradas, los elementos clave, los resultados alcanzados y los diferentes planteamientos o metodologías de trabajo posibles, para transferir la experiencia andaluza en el fomento del turismo ornitológico adquirida con la ejecución de los proyectos BIOECONOMY y ORNITURISMO.



En él trataremos de resumir los trabajos realizados -en materia de turismo ornitológico- en cada uno de estos dos proyectos, para luego recopilar unas recomendaciones o buenas prácticas y una propuesta metodológica para promover el desarrollo del turismo ornitológico en otros territorios.



2. EXPERIENCIA ANDALUZA EN EL PROYECTO BIOECONOMY



2.1. QUIÉNES ERAN LOS CLIENTES

Entendemos por clientes a los tipos de turistas o visitantes a los que se dirigía la oferta de turismo ornitológico que el proyecto pretendía potenciar.

Antes de entrar a analizar los clientes a los que se dirigía el proyecto Bioeconomy, extraemos a continuación un texto bastante explicativo de la publicación "PROPUESTAS PARA EL DESARROLLO Y COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO ORNITOLÓGICO EN EXTREMADURA", de los autores: José Manuel Hernández Mogollón, Ana María Campón Cerro y José María García Durán, publicada en 2011 en el nº 28 de los "Cuadernos de Turismo" (pp.93-119).

La demanda de turismo ornitológico

En el turismo ornitológico se identifican dos grupos de clientes en función del nivel de especialización, motivación y limitaciones logísticas. Según Jones y Buckley (2001) se diferencia entre (a) **generalistas** o casuales, que poseen una menor motivación específica por la observación de aves que no difiere del interés por la observación de otros aspectos de la naturaleza u otros recursos turísticos. Para este grupo las aves pueden tener un interés particular, pero no supone la fuente primaria de satisfacción. Pueden evolucionar hacia especialistas. (b) Los **especialistas** tienen una elevada motivación ornitológica, siendo la observación de aves el elemento central de su viaje. Por tanto, mientras los especialistas poseen unos conocimientos amplios sobre las aves y su motivación concreta es propiamente su observación, dedicándole la totalidad o la mayor parte de su tiempo vacacional; los no especialistas poseen un interés en la naturaleza en general y realizan actividades de observación de aves como complemento de otras actividades naturales o culturales. Los especialistas también pueden, de forma esporádica, solicitar otros servicios como complemento a su actividad principal. Según Fernández et al. (2007) esta clasificación está llena de sentido dado que influye fuertemente en el diseño y comercialización de este producto turístico



Los clientes del proyecto Bioeconomy eran los **turistas especialistas: ornitólogos o aficionados a la ornitología** (también llamados "*birdwatchers*"), nacionales o internacionales, que viajan o visitan lugares concretos con recursos ornitológicos específicos, incluso en periodos concretos relacionados con los momentos de migración, para la observación de aves.



La clave es que, en este tipo de turistas, la observación de aves es el elemento central de su viaje, su motivo principal para desplazarse, su motivación primaria. Es decir, planifican el viaje específicamente para la observación de aves, aunque después puedan complementarlo con otras actividades.

La Secretaría General de Turismo llevó a cabo un estudio de la demanda de turismo ornitológico en Extremadura, realizando una aproximación al perfil del turista ornitológico (especialista) español y extranjero:

Perfil del turista ornitológico extranjero	Perfil del turista ornitológico español
Edad: de 45 a más de 60 años	Edad: de 25 a 45 años
Grupos de un máximo de 8 personas	Grupos de máximo 15 a 20 personas, con alta participación de parejas.



Con minibuses o furgonetas alquilados	Con vehículos propios (los individuales), o minibús o autocar (los grupos)
Duración máxima una semana	Predominan fin de semana
Viene en grupos organizados por cuenta propia a establecimientos especializados	Viene en grupos por cuenta propia

Fuente: Informe de síntesis del Estudio de la demanda de turismo ornitológico en Extremadura. Secretaría General de Turismo, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de España (2007).

Los turistas especialistas en ornitología (ornituristas) que visitan Andalucía son principalmente extranjeros (fundamentalmente británicos, alemanes, franceses, holandeses y belgas), aunque también existen aficionados nacionales; pero los aficionados a la ornitología son más escasos en España que en otros países y mayoritariamente observan aves en el entorno de sus localidades o en desplazamientos de corta distancia y duración.

Los turistas extranjeros se centran en el rango de edad de 45-65 años, con una edad media de 55 años. Suelen hacer estancias de varias noches y generalmente utilizan infraestructuras de turismo rural (hotel rural o casa rural), haciendo complementaria la actividad de observación con la cultural y la gastronómica; contando con un presupuesto de más de 50 €/día.

El turista ornitológico nacional es más joven, con una edad media de 42 años. Suelen hacer viajes sin pernocta o de fin de semana, siendo las modalidades de alojamiento más utilizadas el hostel, la furgoneta camper o la casa de los amigos. Queda claro que se buscan opciones con un presupuesto más ajustado, menor a 50 €. En muchos casos se trata de excursiones, más que de turistas.

Otra característica importante es que estos tipos de turistas suelen concentrarse o ser más abundantes en espacios de alto valor ecológico y alta riqueza de avifauna.

2.2. QUÉ SE PRETENDÍA

Se partía de la base de que la riqueza ornitológica en Andalucía es un gran reclamo para determinados sectores turísticos sensibilizados, y más concretamente para los aficionados a la ornitología procedentes de Europa.



Pero para afianzar este tipo de turismo y atraer a este tipo de clientes es necesario estructurar la oferta del territorio e implicar a los empresarios locales para la conservación y utilización de este recurso como fuente de ingresos.

Bajo estas premisas, lo que se pretendía con esta actuación era capacitar al tejido empresarial local (en realidad sólo se trabajó con alojamientos) sensible al turismo ornitológico para que pudieran satisfacer las necesidades de estos clientes, especialmente en relación a sus preferencias de viaje, frecuencias, destinos preferidos, guías profesionales, precios, alojamientos, demandas específicas, etc.

2.3. QUIÉNES Y DE DÓNDE ERAN LOS DESTINATARIOS

Los destinatarios de las actuaciones del proyecto Bioeconomy, es decir, las empresas a las que se dirigían sus acciones y que participarían en las actuaciones que se pudieron en marcha, fueron única y exclusivamente **alojamientos turísticos**.

El ámbito de actuación fueron las provincias de **Cádiz, Huelva, Málaga y Sevilla**. Pero dentro de estas cuatro provincias se seleccionaron aquellos espacios concretos con relevancia ambiental y biodiversidad de avifauna de suficiente interés (espacios protegidos y Zonas de Especial Protección para las Aves), obteniendo finalmente un listado de **municipios de interés** para la iniciativa.

2.4. QUÉ ACTUACIONES SE DESARROLLARON

Los principales trabajos realizados en el proyecto Bioeconomy, en relación con el turismo ornitológico, pueden resumirse de la siguiente forma:

2.4.1. Metodología para la adaptación o tematización de alojamientos al turismo ornitológico

Para satisfacer las necesidades de los turistas ornitólogos especialistas, se definieron una serie de criterios o adaptaciones que los alojamientos debían cumplir, y que se



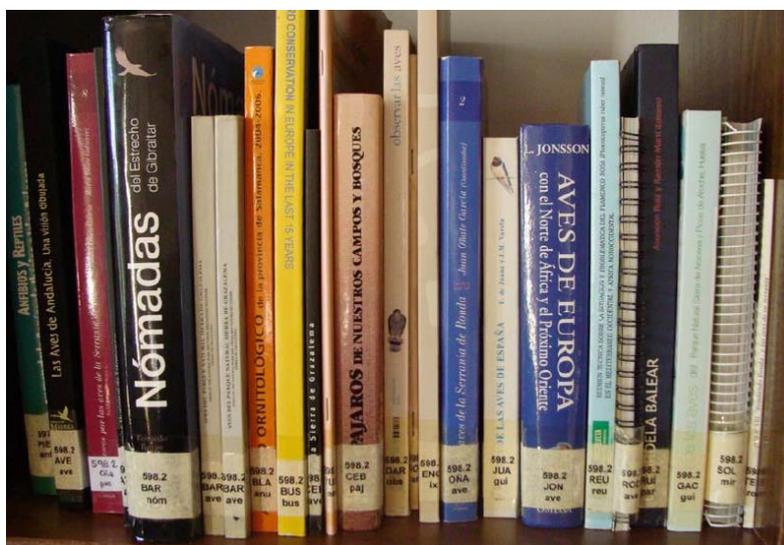
dividían en adaptaciones o medidas de carácter instrumental, y de carácter empresarial.

El objetivo no es cumplirlas todas, sino tener algunas de ellas e ir implementando progresivamente el resto, en caso de poderse o verse conveniente.

ADAPTACIONES DE CARÁCTER INSTRUMENTAL

A. Biblioteca básica especializada en ornitología

Se trata de tener a disposición de los clientes guías de identificación de aves.



B. Mapas de rutas turísticas

Consiste en tener definidas y/o identificadas rutas que especifiquen especies que se pueden encontrar, enclaves idóneos para la observación y ubicación de panorámicas, comederos, dormideros, etc.

C. Aplicaciones para smartphones, tabletas... sobre especies y rutas.

La idea es poner a disposición de los clientes Apps con rutas u otros recursos que puedan descargarse en dispositivos móviles o tabletas.

D. Libro de registro de especies observadas

Es un libro que debe disponer cada alojamiento donde los visitantes puedan anotar las especies más llamativas o relevantes que hayan observado, indicando el lugar concreto, datos de carácter meteorológico, etc.



E. Servicio de traslado a lugares de interés

Posibilidad de ofrecer a los visitantes un servicio de traslado desde el alojamiento a los enclaves de interés para el desarrollo de actividades ornitológicas. Puede ofrecerse directamente o a través de acuerdos con otras empresas. Puede plantearse el traslado con vehículos a motor, o con otros transportes más sostenibles en caso de ser posible, tales como en bicicleta, a caballo, etc.

F. Material óptico especializado

Aunque los clientes especialistas viajan con su propio material óptico, se plantea esta medida pensando en posibles clientes con menos medios económicos, o pensando en clientes generalistas que, aunque interesados en la actividad de observación de aves, no viajan expresamente para eso y, por tanto, no llevan material óptico.

G. Posaderos, cajas nidos, comederos y/o bebederos instalados.

En aquellos alojamientos con potencialidad para ello, se podrían instalar posaderos, cajas nido, comederos, etc., que deben estar integrados en el entorno.

H. Hides o estructuras de observación y fotografía

Desde el propio establecimiento se podría ofrecer información sobre la existencia y uso de hides o de otras estructuras similares, efímeras o fijas, para el avistamiento y la fotografía de aves, que se encuentren instaladas en las proximidades del ámbito de acción.

ADAPTACIONES DE CARÁCTER EMPRESARIAL

A. Flexibilidad horaria y de servicios

En la mayoría de los casos, el ornitólogo se ve muy condicionado por el patrón de comportamiento de las especies que desea ver y, por ello, es imprescindible disponer de una buena flexibilidad horaria o soluciones alternativas para las comidas (desayuno a primera hora de la mañana, paquetes de picnic para el almuerzo, etc.)



B. Folletos informativos de otros alojamientos

El empresario puede ser receptor y distribuidor de folletos informativos de otros alojamientos encaminados a la práctica del turismo ornitológico. De esta forma, se tendería hacia una promoción conjunta y a fomentar una verdadera red de acción.

C. Rutas con guías/intérpretes

Posibilidad de establecer acuerdos concertados con empresas locales de turismo activo para ofrecer a los clientes rutas con guías-intérpretes.

D. Actividades conjuntas con otros establecimientos

Promover actividades conjuntas con otros establecimientos, tipo concursos fotográficos entre los visitantes.

E. Financiación o ejecución de acciones de conservación de la naturaleza

De cara a la promoción/marketing de los establecimientos, de manera voluntaria se podrían realizar acciones de conservación en su entorno, o bien financiar en la medida de lo posible acciones a través de determinados grupos ecológicos locales, y especialmente a través de organismos que desarrollen custodia del territorio.

F. Rutas especializadas para personas con discapacidad

Se podría ofrecer algún servicio de rutas especiales para personas con discapacidad, a través de empresas locales especializadas, y mediante vehículos especializados.

G. Información del espacio natural y de los establecimientos de venta de productos locales

El alojamiento podría convertirse en punto de información sobre el espacio natural o la comarca, y sobre establecimientos de venta y distribución de productos de la zona (artesanía, gastronomía, etc.), proporcionando con ello un respaldo e impulso mayor al desarrollo rural de la zona.



2.4.2. Selección de alojamientos destinatarios de las actuaciones del proyecto

Tomando como localizaciones posibles las provincias y municipios seleccionados, se hizo una primera selección de alojamientos turísticos, recogiendo una primera muestra de 800 establecimientos con los siguientes criterios:

- ✓ Que estuvieran representadas todas las categorías de alojamiento:
 - Hoteles
 - Hoteles-apartamentos
 - Hostales
 - Pensiones
 - Apartamentos turísticos
 - Campamentos de turismo o Campings
 - Viviendas turísticas de alojamiento rural
- ✓ Que hubiera alojamientos de todas las zonas delimitadas.
- ✓ Que los establecimientos tuvieran alguna certificación de calidad.

A esta primera muestra de 800 alojamientos se le hizo un análisis a través de un cuestionario que recogía tres tipos distintos de información:

- ⇒ Información para definir el perfil de los alojamientos en función del número de empleos, formación de los recursos humanos, certificaciones, etc....
- ⇒ Información para detectar el interés y la implicación en el turismo de naturaleza y concretamente en el turismo ornitológico.
- ⇒ Información sobre medidas de adaptación del establecimiento al turismo ornitológico.



23

CUESTIONARIO PARA ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS

IDENTIFICACIÓN

NOMBRE ESTABLECIMIENTO TIPO CATEGORÍA

PERTENECIA A CADENA PERSONA DE CONTACTO CARGO

DIRECCIÓN CÓDIGO POSTAL LOCALIDAD MUNICIPIO

TELÉFONO MÓVIL FAX CORREO ELECTRÓNICO

WEB COMARCA PERIODO ACTIVIDAD AÑO CONSTR. ULT. REFORM.

CARACTERÍSTICAS DEL ESTABLECIMIENTO

CAPACIDAD HABITACIONES BAÑO CALEF/AA CC TV TV SAT MINIBAR

ACCESO INTERNET PISCINA PARKING RESTAURANTE SALA REUNIONES

ESPACIOS COMUNES OTRAS SERVICIOS EN HOTEL Alquiler vehículos, bicicletas, lavandería)

OTROS SERVICIOS DE OCIO (Propios o contratados) PRECIO TEMPORADA ALTA Y BAJA

UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

EN ESPACIO NAT. PROTEGIDO PRÓX. RUTA ORNIT. BUEN ACCESO A RUTA EN PUNTO CLAVE RUTA

PRÓXIMIDAD AEROPUERTO PRÓXIMIDAD TREN CIUDADES CERCANAS

GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL DEL ESTABLECIMIENTO

S.G. CALIDAD (ISO9000...) S.G. MEDIOAMBIENTAL (ISO 14000...) MARCA/ETIQUETA CALIDAD (Doñana 21...)

Realiza alguna buena práctica medioambiental (ahorro agua, energía, residuos selectivos, informa a clientes...)

24

ADECUACIÓN AL PROYECTO

¿ESTARÍA INTERESADO EN RECIBIR TURISTAS ORNITOLÓGICOS?

¿ESTARÍA DISPUESTO A ADAPTAR SUS SERVICIOS AL TURISTA ORNITOLÓGICO?

OBSERVACIONES

FECHA ENTREVISTA

CONCLUSIONES DEL ENTREVISTADOR

UBICACIÓN Y ENTORNO

ASPECTO EXTERIOR ESTABLECIMIENTO

RECEPCIÓN / ZONAS COMUNES

HABITACIONES

RESTO INSTALACIONES

ELEMENTO DETACADO

ACCESOS AL ESTABLECIMIENTO

FOTOS

Fruto de este análisis, se clasificaron los establecimientos de la siguiente forma:

- Establecimientos a los que no les interesa la adaptación al turismo ornitológico
- Establecimientos interesados que no han realizado ninguna adaptación
- Establecimientos que ofrecen información al cliente sobre este turismo, pero no tienen ninguna adaptación más.
- Establecimientos que presentan alguna adaptación, pero no la han culminado.
- Establecimientos que ya están totalmente adaptados.

A partir esta clasificación derivada del análisis de alojamientos anteriormente explicado, se seleccionaron finalmente a 86 alojamientos, incluyendo tanto a los que habían implantado alguna de las adaptaciones propuestas, como a los que estaban en proceso de implantarlas.



2.4.3. Adaptación o tematización al turismo ornitológico

A estos 86 alojamientos finalmente seleccionados se les explicó la metodología propuesta y se les asesoró, recomendándoles implementar algunas de las medidas de adaptación en sus establecimientos para atender las necesidades y demandas del turista ornitológico (las medidas de carácter instrumental y de carácter empresarial anteriormente enumeradas).



Las principales conclusiones de este asesoramiento fueron:

- La aptitud por parte de los alojamientos de cara a realizar las distintas adaptaciones fue generalmente positiva, puesto que creían en las posibilidades de este mecanismo para atraer nuevos clientes, aunque ciertas adaptaciones como la compra de material óptico o la instalación de infraestructuras para la observación, que suponían un importante desembolso de dinero, no se ejecutaron, pensando en postponerlas para cuando el volumen de clientes ornitológicos aumentara.
- La pequeña biblioteca especializada en ornitología es uno de los aspectos que se ejecutó en buena parte de los alojamientos, gracias a la colaboración de muchos Grupos de Desarrollo Rural que pudieron facilitar libros y guías. Además, se facilitó una lista de libros recomendados y cómo conseguirlos.
- Se diseñaron rutas ornitológicas de interés para cada comarca, que permitían conocer qué especies pueden observarse en el entorno del alojamiento y en qué estación del año; identificar los lugares más apropiados para la observación de éstas; y localizar las áreas de descanso, comederos, dormideros, panorámicas, etc. A todos los establecimientos se les facilitó información de estas rutas ornitológicas próximas y de sus recursos.



- A todos los establecimientos se les facilitó una hoja modelo del libro de registro de observaciones para que las imprimieran y las tuvieran a disposición de los clientes.
- De igual modo, con la intención de que pudieran ofrecer a los clientes los servicios de guías-intérpretes locales, se les facilitaron los contactos de las distintas empresas locales que trabajaban con ornitología.
- La flexibilidad horaria es uno de los puntos que la mayoría de los establecimientos ejecutó completamente, ya fuera porque disponían de servicio de restauración, porque el alojamiento disponía de cocina propia o porque se llegaron a algún tipo de acuerdo con restaurantes próximos que dieran ese servicio a los clientes.

2.4.4. Identificación de destinos ornitológicos notables y catálogo de recursos ornitológicos asociados a los alojamientos tematizados

El objetivo era definir y describir varios destinos notables por cada uno de los territorios donde se ubican los alojamientos con los que se trabajaba. De cada destino se describió la riqueza en biodiversidad, sus especies animales y vegetales, los espacios naturales destacables, el patrimonio cultural, etc.

Los destinos seleccionados fueron principalmente Espacios Protegidos (Parques Naturales y Nacionales, Parajes Naturales, Paisajes Protegidos, Reservas Naturales, LIC's, ZEPA's, Reservas Naturales Concertadas...), aunque también otras zonas más genéricas como las comarcas de la Sierra Sur de Sevilla, el Valle del Guadalquivir y Gran Vega de Sevilla, o La Janda.

Además, se elaboró un catálogo de los recursos ornitológicos asociados a los alojamientos tematizados, que junto con la clasificación de los establecimientos ofrecía una visión global sobre la situación actual de los establecimientos turísticos bajo la influencia de zonas con avifauna, de su equipamiento y el estado de éste, así como su relación con el turismo ornitológico. El catálogo ofrecía una idea bastante aproximada de los pasos a dar para promocionar este tipo de turismo y ofrecer un mayor y mejor servicio a los turistas de naturaleza, en general, y ornitológicos, en particular.



2.4.5. Dinamización y formación en turismo ornitológico

Además del asesoramiento específico para la implantación de las medidas de adaptación al turismo ornitológico, se llevó a cabo una actuación de formación presencial para estos 86 alojamientos, dirigida al conocimiento del recurso ornitológico vinculado a cada establecimiento. Esta acción formativa también implicaba un objetivo de sensibilización emprendedora, incluyendo para ello información sobre las potencialidades turísticas ofrecían los recursos ornitológicos vinculados a cada establecimiento.

Para facilitar el acceso a esta formación de todos los establecimientos se hicieron sesiones individuales in situ en algunos alojamientos, así como salidas al campo grupales. Los contenidos formativos se adaptaron a las necesidades de cada empresa destinataria.



2.4.6. Diseño de productos y paquetes turísticos

El objetivo fue la elaboración de paquetes turísticos vinculados a cada uno de los 86 establecimientos turísticos seleccionados y adaptados al turismo ornitológico, con la intención de ampliar y mejorar su oferta turística.

Para crear los productos turístico-ornitológicos, se tomaron como base los recursos ornitológicos de los destinos notables que fueron descritos en la actuación anterior. También se tuvieron en cuenta las rutas identificadas como idóneas para la práctica del *birdwatching* en el entorno más o menos inmediato de cada alojamiento.



Se realizaron visitas para asesorarles a la hora de crear y engarzar productos y paquetes turísticos que pudieran ser vendibles tanto en mercados nacionales como extranjeros, teniendo siempre presente a la hora de desarrollarlos la premisa de que fueran adecuados para su inclusión en la plataforma comercializadora Andalusian Wilderness.

El resultado fue el diseño de 86 productos de turismo ornitológico, de como máximo un día de duración. Uno para cada alojamiento destinatario del proyecto.

De modo complementario, se crearon varios paquetes más ambiciosos, generalmente de mayor duración temporal, que implicaban a varias empresas y alojamientos, y que tenían como escenario diferentes espacios naturales de Andalucía. En total englobaban a 30 alojamientos.

2.4.7. Definición de un modelo de red asociativa de empresas

Para la comercialización y lanzamiento publicitario de los productos turísticos diseñados, se pensó que podría obtenerse mayor impacto si los alojamientos se agrupasen en una Red Asociativa de Empresas Turísticas con una oferta dirigida y especializada en Turismo Ornitológico, lo que podría tener beneficios como:

- Agrupación de una oferta variada en Andalucía.
- Posibilidad de ofertar paquetes turísticos de mayor calado, incluyendo también a empresas de turismo activo locales.
- Creación de sinergias.

Por todo ello, se definió un modelo de Red Asociativa de Empresas Turísticas de turismo ornitológico en la que pudieran integrarse aquellos alojamientos que quieren apostar por el turismo ornitológico en Andalucía. En este modelo se establecieron los siguientes requisitos:

- Compromiso de los establecimientos
- Calidad y especialización
- Publicación específica digital en varios idiomas
- Web propia
- Identidad común

BASES METODOLÓGICAS PARA EL IMPULSO DEL TURISMO ORNITOLÓGICO



Con estos criterios se decidió utilizar la Plataforma comercializadora *Andalusian Wilderness* como base de materialización de esta red asociativa.

2.4.8. Material digital promocional

Para apoyar la promoción de los productos diseñados y de los establecimientos en sí, se diseñaron y elaboraron, en formato digital, un total de 22 folletos, en tres idiomas (español, francés e inglés), en los que se incluyeron a todos los alojamientos destinatarios del proyecto.

Para agruparlos se tuvieron en cuenta las ubicaciones de los alojamientos por comarcas o zonas geográficas, de forma que en cada folleto se incluía información de 3, 4 o 5 alojamientos tematizados.

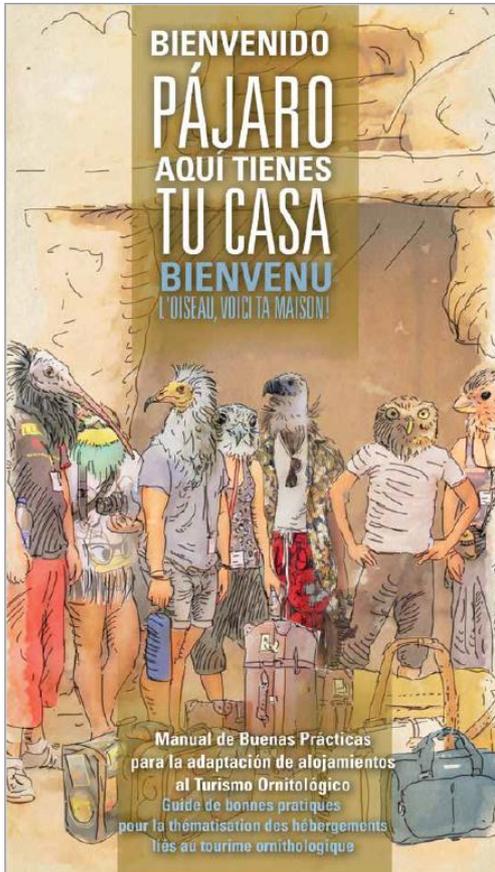
En los folletos se recogían tres tipos de contenidos:

- Datos de los alojamientos y servicios que éstos ofrecen a los turistas ornitológicos
- Rutas asociadas a dichos establecimientos turísticos
- Aves de interés que pueden ser observadas en las rutas

Ejemplo de un folleto:



2.4.9. Manual de Buenas Prácticas para la adaptación de alojamientos al turismo ornitológico



Finalmente se elaboró el Manual de Buenas prácticas para la adaptación de alojamientos al Turismo Ornitológico, en dos idiomas (español y francés), en el que se incluyeron cuatro apartados:

1. Proyecto Bioeconomy y la adaptación de los alojamientos al turismo ornitológico.
2. Las dos orillas del Estrecho, un paraíso para ornitólogos
3. Buenas prácticas sobre tematización de alojamientos al turismo ornitológico (con un ejemplo de buena práctica para algunas de las medidas establecidas de adaptación de los alojamientos al turismo ornitológico)
4. Una exploración sobre las potencialidades para el turismo ornitológico en el norte de Marruecos



2.5. QUÉ RESULTADOS SE OBTUVIERON

A la finalización del proyecto los resultados parecieron ser bastante satisfactorios, ya que alcanzaron o incluso superaron los resultados inicialmente esperados. Los alojamientos con los que se estuvo trabajando manifestaron estar satisfechos con las acciones de las que habían sido destinatarios.

Recordemos que todos los empresarios con los que se trabajó estaban concienciados y sensibilizados con el turismo de naturaleza y más específicamente con el turismo ornitológico (recordemos que sólo se seleccionaron como destinatarios a los alojamientos que ya tenían implementada algunas de las medidas de tematización propuestas).

Sin embargo, durante los meses y años siguientes tras la finalización del proyecto sucedieron una serie de hechos y circunstancias que cambiaron la situación o, al menos, la percepción de los destinatarios del proyecto Bioeconomy, entre las que se encontraron:

Fin de las acciones subvencionadas.

Como era de esperar, una vez finalizado el proyecto no hubo una continuidad de la financiación de las acciones, por lo que el mantenimiento y mejora de la tematización de los alojamientos era entonces responsabilidad de los propios propietarios de los establecimientos.

Por ejemplo, la reposición de folletos, de libros especializados, o de material óptico extraviado o roto, debía ser asumida por los propios alojamientos, y las dificultades de acceder a este tipo de material tanto por motivos económicos como de accesibilidad, complicaron el mantenimiento de estas medidas.

Las medidas que no habían sido implementadas en los alojamientos difícilmente pudieron ser implementadas con posterioridad, generalmente por falta de medios económicos o de capacidad técnica.

No siguieron realizándose acciones de dinamización ni de *networking*, por lo que las relaciones interempresariales o de red sufrieron una decaída o no llegaron a producirse nunca. Es lo que ocurrió con los acuerdos para ofrecer rutas guiadas o servicios de traslado, con lo de ofrecer información de otros alojamientos tematizados, o con las actividades conjuntas con otros establecimientos.

Cantidad de clientes ornituristas (especialistas).

Aunque en algunos espacios de alto valor como Doñana o el Estrecho, el

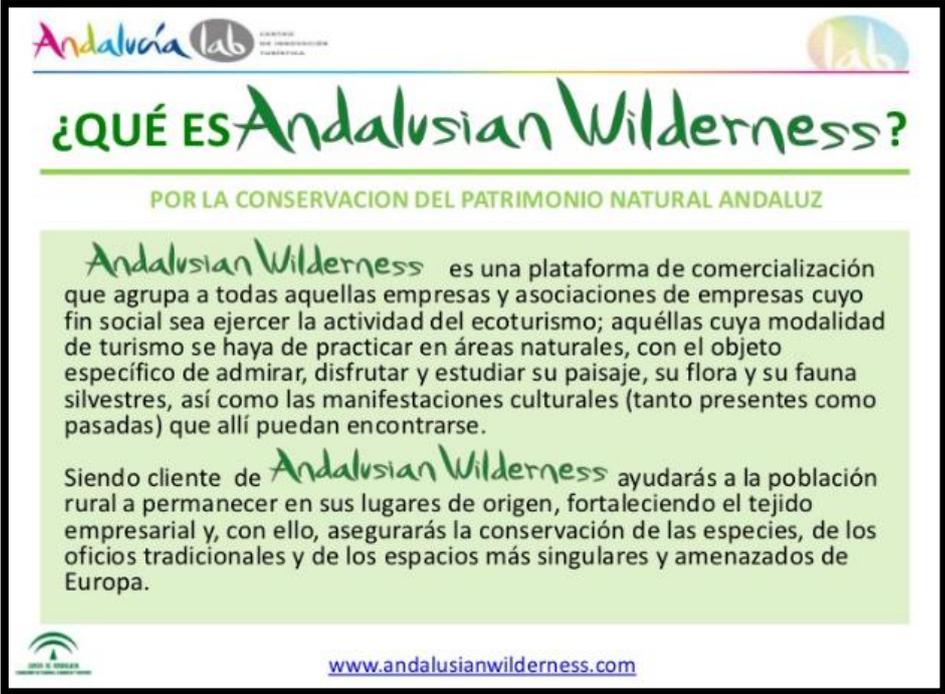


porcentaje aumenta, en general, estos turistas son muy escasos en términos de % respecto al total de clientes que reciben estos alojamientos, en el territorio y en los establecimientos destinatarios de Bioeconomy.

Además, los turistas especialistas extranjeros (que son los más abundantes), suelen venir en grupos y en viajes organizados desde sus lugares de origen (agentes turísticos o tour operadores extranjeros), alojándose habitualmente en unos pocos alojamientos especializados, en ocasiones regentados también por extranjeros.

Desaparición de Andalusian Wilderness.

Andalusian Wilderness (www.andalusianwilderness.com), concebida como una plataforma de promoción y comercialización turística, fue creada en 2012 por la Consejería de Economía, Innovación y Ciencia, con el apoyo y coordinación de la Asociación de Empresas de Ecoturismo de Andalucía, presidida por Beltrán de Ceballos. Su objetivo era gestionar y comercializar los productos de ecoturismo en Andalucía.



Andalusian Wilderness es una plataforma de comercialización que agrupa a todas aquellas empresas y asociaciones de empresas cuyo fin social sea ejercer la actividad del ecoturismo; aquellas cuya modalidad de turismo se haya de practicar en áreas naturales, con el objeto específico de admirar, disfrutar y estudiar su paisaje, su flora y su fauna silvestres, así como las manifestaciones culturales (tanto presentes como pasadas) que allí puedan encontrarse.

Siendo cliente de **Andalusian Wilderness** ayudarás a la población rural a permanecer en sus lugares de origen, fortaleciendo el tejido empresarial y, con ello, asegurarás la conservación de las especies, de los oficios tradicionales y de los espacios más singulares y amenazados de Europa.

www.andalusianwilderness.com

Dado que era una plataforma de reciente creación (al inicio del proyecto Bioeconomy), y liderada por esta Consejería, es lógico entender que el Proyecto Bioeconomy se diseñó y ejecutó para crear sinergias con esta iniciativa. Por ello, todos los productos turísticos diseñados se publicaron en esta plataforma, que había sido concebida como la (única o más importante) herramienta para la promoción y comercialización de los mismos.



El problema fue que, tras la finalización del proyecto Bioeconomy, esta plataforma desapareció, por motivos que este equipo desconoce. Por tanto, los alojamientos tematizados y los paquetes de turismo ornitológico creados se quedaron sin su principal herramienta de promoción y comercialización.

En este contexto, entre diciembre de 2018 y enero de 2019 se realizó una encuesta a los alojamientos participantes en el proyecto Bioeconomy, para evaluar los resultados del proyecto varios años después de su finalización. En esta encuesta se extrajo información sobre los clientes de los alojamientos tematizados, y más específicamente sobre los turistas especialistas en ornitología que se alojaban en ellos.



ENCUESTA EN RELACIÓN AL TURISMO ORNITOLÓGICO

Nos dirigimos a usted como destinatario del proyecto "BIOECONOMY: Valorización Socioeconómica Sostenible de la Biodiversidad Transfronteriza Andalucía-Marruecos" (que se ejecutó entre los años 2012 a 2014), pues nos consta su participación en las actuaciones que se desarrollaron relacionadas con el turismo ornitológico.



Desde Andanatura queremos hacer una valoración de las actuaciones que se realizaron, con el objetivo de mejorar los proyectos que se desarrollen relacionados con el turismo de naturaleza. Por ello, le pedimos que nos ayude respondiendo a las siguientes preguntas:

SOBRE LOS TURISTAS ESPECIALISTAS EN TURISMO ORNITOLÓGICO

1.- Del total de sus clientes, ¿qué porcentaje aproximado consideraría que son "turistas especializados en turismo ornitológico" (viajan específicamente para observar aves)? _____ %.

2.- ¿De dónde proceden estos clientes? Valore cada tipo de cliente entre 0 y 5, siendo 0 = nunca y 5 = muy habitual.

Comarca	
Provincia	
Andalucía	
España	
Otros países de Europa: (especificar)	
Otros: (especificar)	

3.- ¿De qué tipo son estos clientes? Valore cada tipo de cliente entre 0 y 5, siendo 0 = nunca y 5 = muy habitual.

Familias	
Grupos de amigos	
Parejas	
Grupos de niños	
Grupos de jubilados	
Otros: (especificar)	

3/3



4.- ¿Cree que estos turistas gastan más que el resto de turistas?

SOBRE SUS CLIENTES EN GENERAL

6.- ¿De dónde proceden sus clientes en general? Valore cada tipo de cliente entre 0 y 5, siendo 0 = nunca y 5 = muy habitual.

Comarca	
Provincia	
Andalucía	
España	
Otros países de Europa: (especificar)	
Otros: (especificar)	

7.- ¿De qué tipo son sus clientes? Valore cada tipo de cliente entre 0 y 5, siendo 0 = nunca y 5 = muy habitual.

Familias	
Grupos de amigos	
Parejas	
Grupos de niños	
Grupos de jubilados	
Otros: (especificar)	

5.- Del total de sus clientes, ¿qué porcentaje aproximado podría estar interesado por el desarrollo de una experiencia de observación de aves? _____ %

8.- ¿Dispone de material en su establecimiento para ofrecer a los clientes interesados en la observación de aves?

NO	Cuál:	
SI		

9.- ¿Cree que sus clientes estarían interesados en realizar otras actividades/experiencias (Naturaleza, Cultura, Deporte, etc.) durante su estancia?

NO	Indicar cuál/cuáles:	
SI		

10.- Cómo valoraría en general el resultado del Proyecto Bioeconomy del 0 al 5: _____

2/3

Encuesta realizada por la fundación Andanatura a los alojamientos destinatarios del proyecto Bioeconomy, en enero de 2019.

No todos los establecimientos respondieron a la encuesta, de hecho, algunos habían incluso desaparecido, o cambiado de propietario. Pero de los que sí respondieron (por correo electrónico o por teléfono), se extrajeron las siguientes conclusiones:



ENCUESTA EN RELACIÓN AL TURISMO ORNITOLÓGICO

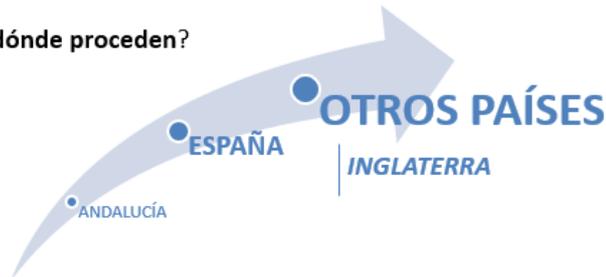
SOBRE LOS TURISTAS ESPECIALISTAS EN TURISMO ORNITOLÓGICO

1.- ¿Qué **porcentaje** de sus clientes son **“turistas ornitológicos”** (especialistas)

Depende de la zona →

Doñana: 31,40%	Sierra Morena: 6%	Jerez: 1%
Tarifa: 16%	Provincia Cádiz 4,75%	Barbate: 1%
		Sierra de Cádiz: 1%
		...

2.- ¿De dónde proceden?



3.- ¿De qué tipo son?

- Parejas
- Mayores/jubilados
- Grupos pequeños de amigos
- Hombres solos

4.- ¿Cree que estos turistas **gastan más** que el resto?

No tiene por qué

El porcentaje de ornituristas respecto al total de clientes era muy bajo, aunque en determinadas zonas (con mayor riqueza ambiental y ornitológica) aumentaba.

En su mayor parte estos clientes eran extranjeros y de edades avanzadas.

La percepción de los alojamientos sobre el gasto medio de este tipo de clientes es que no necesariamente gastaban más que el resto de clientes.





ENCUESTA EN RELACIÓN AL TURISMO ORNITOLÓGICO

SOBRE SUS CLIENTES EN GENERAL

5.- ¿De dónde proceden?

Muy variable.

- Zonas de Sierra: predominan de la Provincia o de provincias limítrofes.
- Zonas más turísticas (Doñana, Tarifa, Jerez de la Fra.): España y Otros países.

6.- ¿De qué tipo son?

1. Familias con niños
2. Parejas
3. Grupos de amigos

Al preguntarles por sus clientes más habituales, las respuestas fueron muy variables. Generalmente en zonas más turísticas o de mayor “reputación” los visitantes eran nacionales y extranjeros. Y en zonas de sierra predominaban los visitantes de la propia provincia o de las provincias limítrofes (de las ciudades).

Los clientes más abundantes eran familias con niños, parejas y grupos de amigos.

ENCUESTA EN RELACIÓN AL TURISMO ORNITOLÓGICO

SOBRE SUS CLIENTES EN GENERAL

7.- ¿Qué porcentaje podría estar interesado por una experiencia de observación de aves?

Depende del territorio:

Doñana: 27,5%

Sierra Morena: 22,50%

Costa de Cádiz-Estrecho: 8%

Aunque la percepción del empresario puede variar:

→ Hay quien le augura potencial ≈ 50%

→ Hay quien no lo ve claro ≈ 50%

8.- ¿Dispone de material para los clientes interesados en la observación de aves?

- Prismáticos, cajas nido, observatorio... 27%
- Libros-folletos...23%
- Nada...50%

9.- ¿Sus clientes estarían interesados en otras actividades/experiencias?

SI: setas, plantas, rutas a caballo, senderismo, gastronomía, vinos, flamenco, cultural...



Algunos de los alojamientos mantenían algún material de la tematización realizada en Bioeconomy, pero aproximadamente el 50% de los encuestados no tenía ningún material para el turismo ornitológico a disposición de sus clientes.

Muchos pensaban que sus clientes habituales (los turistas rurales o generalistas) podrían estar interesados en la realización de experiencias de observación de aves o de otro tipo (setas, plantas, gastronomía, etc.)

ENCUESTA EN RELACIÓN AL TURISMO ORNITOLÓGICO

PROYECTO BIOECONOMY

10.- Cómo valoraría el **resultado del Proyecto Bioeconomy**.

El 9% de los encuestados lo valora positivamente

En general:

- **No lo recuerdan**
- **No vino ningún cliente**
- **Ha quedado en poca cosa**

Finalmente, ante la pregunta concluyente “cómo valoraría el resultado del proyecto Bioeconomy”, sólo un 9% de los encuestados lo valoró positivamente. En muchos casos no lo recordaban, o mencionaban que el proyecto no había traído a ningún cliente nuevo, o percibían que los resultados no fueron finalmente los esperados.



3. EXPERIENCIA ANDALUZA EN EL PROYECTO ORNITURISMO.



3.1. QUIÉNES SON LOS CLIENTES

Como se explicó en el apartado anterior, los clientes son los tipos de turistas a los que se dirige la oferta de turismo ornitológico que este proyecto está promocionando.

Recordemos que diferenciábamos entre turistas generalistas, que poseen una menor motivación específica por la observación de aves que no difiere del interés por la observación de otros aspectos de la naturaleza u otros recursos turísticos, y turistas especialistas, que tienen una elevada motivación ornitológica, siendo la observación de aves el elemento central de su viaje.

En el caso de Orniturismo, los clientes principales (no los únicos) son los **turistas generalistas**: visitantes que hacen excursiones o viajes de **turismo de naturaleza** o de **turismo rural**, y que disfrutan de una estancia en un entorno natural o rural, y que pueden complementar su estancia con la realización de alguna experiencia turística como la observación de aves, la recogida de setas, la recogida de plantas aromáticas o medicinales, talleres gastronómicos, etc.

La clave en este caso es que, estos clientes, se desplazan buscando principalmente esparcimiento o desconexión. Planifican su viaje pensando en descansar, entretenerse y disfrutar del medio natural y/o rural, de su gastronomía, etc. La observación de las aves no es lo que les mueve a desplazarse. Pero una vez organizado el viaje, o incluso una vez en el lugar al que se han desplazado, pueden



interesarse por actividades o experiencias complementarias como la observación de aves (motivación secundaria).

Dentro de los turistas generalistas, se ha optado por dirigir la oferta a los segmentos de turismo rural más habituales en el área de actuación del proyecto: principalmente a familias con niños y a grupos de amigos.



Cabe destacar que este proyecto Orniturismo no deja de lado a los **turistas especialistas**, puesto que algunos productos previstos van dirigidos a aficionados a la ornitología. Por tanto, aunque tiene como objetivo abrir la oferta de turismo ornitológico hacia los clientes más generalistas (turismo rural), también contempla actuaciones y productos específicos para los ornituristas.

3.2. QUÉ SE PRETENDE

La finalidad es utilizar el recurso de las aves, integrándolo en la oferta de experiencias existente en el turismo rural. Así, el objetivo es ampliar y desarrollar la oferta de turismo ornitológico en el territorio de ejecución, definiendo nuevos productos y apoyando a las empresas para su lanzamiento al mercado.



Como novedad y aspecto más significativo, esta iniciativa pretende diseñar y **lanzar al mercado productos de turismo ornitológico dirigidos a clientes generalistas**, y principalmente a familias con niños y grupos de turistas rurales.

Aunque, como decíamos antes, no se están obviando a los turistas especialistas, por lo que se pretenden incorporar a la oferta turística varios productos, dirigidos unos a turistas generalistas y **otros a turistas especialistas**.

3.3. QUIÉNES Y DE DÓNDE SON LOS DESTINATARIOS

Los destinatarios de las acciones del proyecto Orniturismo han sido **todas las empresas turísticas** en general: alojamientos, turismo activo, guías de naturaleza, puntos de información u oficinas de turismo, centros de visitantes, etc., e incluso las entidades públicas vinculadas al desarrollo turístico.

Cada una de estas empresas o entidades podrá cumplir distintos roles, que se han agrupado en:

- **"Intérpretes"**: los que van a desarrollar las experiencias y a guiar a los turistas (empresas especializadas en interpretación del patrimonio cultural y natural, en turismo activo o de naturaleza, guías...),
- **"Receptores" o "colaboradores"**: los que reciben a turistas y les dan información de las experiencias, con los folletos y los carteles del proyecto (hostelería, alojamientos, puntos de información, oficinas de turismo, productores de productos locales, ayuntamientos...)

Aunque hay que resaltar que para el desarrollo de una nueva oferta turística es imprescindible darle protagonismo al tejido empresarial. El lanzamiento de nuevos productos al mercado debe partir de la iniciativa empresarial. Teniendo en cuenta que los productos ofertados son fundamentalmente experiencias turísticas, es evidente que los protagonistas de las actuaciones del proyecto, es decir, los principales destinatarios, han sido las **empresas de turismo activo o de naturaleza**, y los **guías o intérpretes**.

En cuanto a la localización geográfica, el proyecto Orniturismo en general se desarrolla en el Alentejo portugués y en Andalucía Occidental (provincias de Cádiz, Córdoba, Huelva y Sevilla). Pero las actuaciones de fomento del turismo ornitológico



se han concentrado en el **Alentejo portugués y en la Sierra Morena de Huelva, Sevilla y Córdoba**, por varios motivos, entre los que destacan:

- Que los productos transfronterizos tendrán así mayor coherencia y viabilidad. No es lo mismo desplazarse desde el Alentejo hasta la Sierra de Aracena y Picos de Aroche, que está muy cercana, que desplazarse desde allí hasta la Sierra de Cádiz, que supone varias horas por carretera.



- Que la Sierra Morena dispone de numerosos recursos de interés ornitológico, pero aún no tienen una oferta extensamente desarrollada, como sucede en otros puntos de Huelva o Cádiz como Doñana, El Estrecho o la Sierra de Grazalema, por ejemplo.

3.4. QUÉ ACTUACIONES SE ESTÁN DESARROLLANDO

3.4.1. Diseño de los productos turísticos estándar

Debido a que, en función del tipo de clientes, la propuesta de valor y en general el modelo de negocio y la estrategia debe ser distinta, se exponen a continuación las claves o premisas que se han tenido en cuenta para el diseño de los productos turísticos que van dirigidos a cada perfil de clientes:



PRODUCTOS DE TURISMO ORNITOLÓGICO PARA ESPECIALISTAS

- Ofertadas por empresas o guías especializados
- Claves: observación, fotografía y sensibilización ambiental
- Dirigido especialmente a especies más significativas, endémicas o emblemáticas
- Mayor duración (un día o varios días)

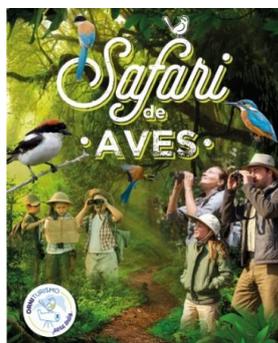
PRODUCTOS DE TURISMO ORNITOLÓGICO PARA GENERALISTAS

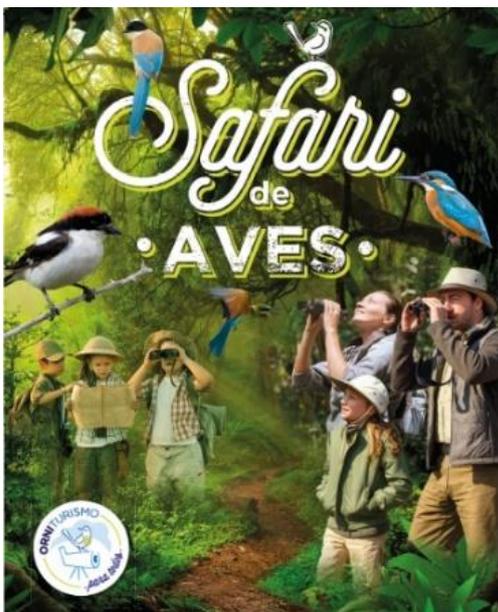
- ✂ Pueden ser ofertadas por empresas de turismo activo, de turismo de naturaleza o emprendedores menos especializados (aunque con algunos conocimientos ornitológicos, no tienen porqué ser especialistas).
- ✂ Claves: experiencias divertidas, amenas y accesibles para visitantes con poca cultura de avistamiento de aves. Por supuesto, pueden incluirse objetivos didácticos y de educación y sensibilización ambiental, pero lo que debe primar en este caso es el aspecto lúdico.
- ✂ Dirigido a todo tipo de aves.
- ✂ Duración corta, de unas dos o tres horas como máximo.

Bajo estas premisas, los productos diseñados han sido tres:

Clientes generalistas

Clientes especialistas





- Clientes objetivo: familias con niños o grupos de amigos sin conocimiento ornitológico (turistas generalistas)
- Duración: 2-4 horas
- Objetivo: entretenimiento, experiencia divertida (y didáctica)
- Utiliza como recurso todo tipo de aves, y otros recursos complementarios
- Se configura como una yincana
- En lugares específicos de la Sierra Morena de Huelva, Sevilla y Córdoba
- Precio muy asequible, en torno a los 10€ por persona
- Fines de semana y fiestas



- Clientes objetivo: turistas iniciados o no con la ornitología, pero sensibilizados
- Duración: 5-8 horas
- Objetivo: observación de aves necrófagas, fotografía
- En lugares específicos de la Sierra Morena de Huelva, Sevilla y Córdoba
- Componentes lúdico y de sensibilización ambiental
- Precio asequible
- Fines de semana y fiestas



- Clientes objetivo: especialistas, aficionados a la ornitología
- Duración: 2-7 días
- Productos transfronterizos Andalucía-Alentejo, con una parte en Alentejo (Portugal) y otra parte en la Sierra Morena de Huelva, Sevilla y/o Córdoba (y excepcionalmente en Cádiz)
- con el foco en las aves, aunque con recursos complementarios (gastronomía, otras experiencias...)

Por tratarse Orniturismo de un proyecto de cooperación transfronteriza entre España y Portugal, éste último (los paquetes turísticos transfronterizos) quizás es el producto más significativo, aunque también el menos innovador. Pero también es importante continuar desarrollando la oferta turística dirigida a los turistas ornitólogos, y especialmente en la Sierra Morena, donde existen importantes recursos ornitológicos pero la oferta de productos aún puede seguir desarrollándose y articulándose para atraer a más *birdwatchers*.

3.4.2. Red transfronteriza de empresas y servicios de turismo ornitológico.

En aras de construir una red de empresas y servicios de turismo ornitológico, en la que puedan integrarse las empresas turísticas participantes en el proyecto tanto en Andalucía occidental como en el Alentejo portugués, se han realizado las siguientes tareas:

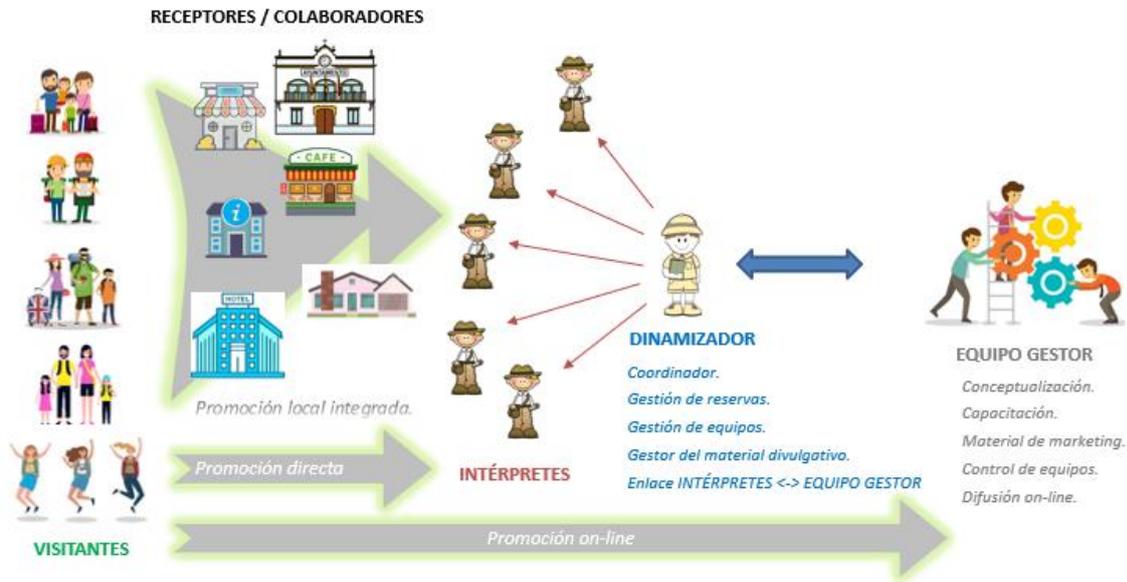
Propuesta de funcionamiento y de características de la red.

Se ha propuesto un modelo de funcionamiento y de participación en la red, en el que participen todas las empresas turísticas (de cualquier tipo) interesadas en formar parte de esta iniciativa, que incluyan en sus catálogos de servicios alguna propuesta relacionada con el turismo ornitológico, y el que también puedan participar como colaboradores otras entidades como asociaciones, fundaciones,



grupos de acción local, Administraciones Públicas, empresas privadas, etc., cuyos objetivos se alineen o complementen con los de la Red.

Los integrantes podrán tener varios roles o papeles distintos: dinamizadores, intérpretes y receptores o colaboradores. En cada comarca o territorio debe existir un dinamizador de la iniciativa, que promueva las acciones locales y coordine a los intérpretes y receptores de ese territorio.



🐦 Diseño de una **imagen común**, bajo el lema "**Orniturismo para todos**"



Se ha propuesto (aunque no impuesto) a las empresas participantes que utilicen esta imagen en sus establecimientos, en su publicidad, en sus comunicaciones, etc.



Cartel en papel para receptores y colaboradores



Señalización de sobremesa para intérpretes

Plataforma web.

Se ha desarrollado una plataforma web: www.orniturismoparatodos.es, que servirá de herramienta de promoción y comunicación a la red y a sus empresas y entidades asociadas.

Esta plataforma web se describe más adelante.

Jornadas informativas para la captación de integrantes y colaboradores de la red.

Con el objetivo de informar sobre la iniciativa a todos los posibles integrantes y colaboradores de la red, y sobre sus posibilidades de participación en el proyecto, para asesorarles en relación a los distintos productos turísticos diseñados, y para sensibilizarles en cuanto a los beneficios y oportunidades de emprender (nuevas empresas o nuevas líneas de negocio) en el sector del turismo ornitológico, se han desarrollado jornadas en todas las comarcas donde se va a trabajar:

- Sierra de Aracena y Picos de Aroche (norte de Huelva)
- Sierra Morena Sevillana (norte de Sevilla)
- Sierra Morena Cordobesa (norte de Córdoba)

Concretamente se han realizado seis **jornadas de asesoramiento y de sensibilización emprendedora**, dos en cada una de las tres comarcas, convocando principalmente a empresas especializadas en interpretación del



patrimonio cultural y natural, en turismo activo o de naturaleza, guías, etc. Pues este grupo será el que llevará a cabo la ejecución de las visitas/experiencias turísticas. Aunque también se convocó al resto del sector turístico, que de una manera u otra podrá participar en la iniciativa:

- Empresas receptoras de visitantes: hostelería, alojamientos, puntos de información, oficinas de turismo, productores locales, etc.
- Ayuntamientos, grupo de desarrollo rural, etc. Con el objetivo de mantener informado al sector público y privados relacionados y establecer líneas de colaboración.



En estas jornadas se ha explicado la iniciativa, y se han dado a conocer los beneficios para las empresas que participen (formación, asesoramiento, publicidad, materiales y equipamientos...).

Captación comarcal por un dinamizador

Además de las jornadas anteriormente descritas, para fortalecer la captación en cada territorio se ha contratado a una empresa dinamizadora en cada una de las comarcas en las que se está trabajando (Sierra de Aracena y Picos de Aroche, Sierra Morena Sevillana y Sierra Morena Cordobesa), para que continúe captando a más destinatarios, tanto intérpretes, como receptores y colaboradores.

Documento de adhesión a la red

Las empresas interesadas en adherirse a la iniciativa han firmado el "**documento de adhesión a la Red**".



BASES METODOLÓGICAS PARA EL IMPULSO DEL TURISMO ORNITOLÓGICO

DOCUMENTO DE ADHESIÓN A LA RED TRANSFRONTERIZA DE EMPRESAS Y SERVICIOS DE TURISMO ORNITOLÓGICO

Yo, _____ con DNI _____ en representación de la entidad _____ con NIF _____ con sede en _____ con email de contacto _____ y teléfono _____ declaro mi interés por adherirme a la Red Transfronteriza de Empresas y Servicios de Turismo Ornitológico "ORNITURISMO PARA TODOS", participando en la misma como:

Intérprete / Guía del "Safari de Aves"

Intérprete / Guía del "Reino del Buitre"

Colaborador en la difusión de la iniciativa

Otros: _____

En la provincia/región:

Alentejo / Portugal

Córdoba

Huelva

Sevilla

En _____ a _____ de _____ de 2020

Fdo. _____

INFORMACIÓN SOBRE EL PROYECTO "ORNITURISMO"

El proyecto "Conservación, Protección y Valorización del Patrimonio Ornitológico (ORNITURISMO)", está financiado en un 75% por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), en el marco del Programa de Cooperación INTERREG V A España-Portugal (POCTEP) y promovido por: Fundación Andanatura para el Desarrollo Socioeconómico Sostenible, Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible, LPN Liga para a Protecção da Natureza, UGA de Córdoba empresa municipal, Asociación Grupo de Desarrollo Rural Sierra de Aracena y Picos de Aroche, TURISMO DO ALENTEJO - ERT, y Asociación para el Desarrollo Integral del territorio de Sierra Morena (ADIT Morena).

Se desarrolla en el Alentejo portugués y en Andalucía occidental, y tiene como objetivos:

1. Fomentar el desarrollo socioeconómico del espacio transfronterizo a través del fomento del turismo ornitológico como actividad diversificadora de una economía basada principalmente en la dehesa.
2. Desarrollar productos, servicios e iniciativas empresariales que mejoren la comercialización de la oferta ecoturística basada en el turismo ornitológico.
3. Conservación y Protección del Patrimonio Ornitológico.

Su objetivo general es conservar, proteger y valorizar el patrimonio ornitológico presente en ambos lados de la frontera hispano-lusa, con el fin de desarrollar y consolidar modelos de actividades turísticas sostenibles que reactiven la economía de ambas regiones.

El proyecto está impulsando el desarrollo de tres productos de turismo ornitológico:

- Safari de Aves
- Reino del Buitre
- Paquetes transfronterizos de turismo ornitológico

CONDICIONES DE PARTICIPACIÓN

- Entidades públicas o privadas del sector turístico o con competencias en materia de turismo.
- Empresas o entidades legalmente constituidas y que cumplan las normas de aplicación a su actividad.

BENEFICIOS DE PARTICIPAR

El proyecto ofrece a las empresas participantes de forma gratuita:

- Capacitación, formación y asesoramiento.
- Publicidad y comunicación:
 - o Web: www.orniturismoparatodos.es
 - o Redes sociales:
 - Facebook: Grupo privado "Orniturismo para todos": <https://www.facebook.com/groups/117375584983261/>
 - Instagram: [@orniturismoparatodos](https://www.instagram.com/orniturismoparatodos)
 - o Folletos con expositores
 - o Carteles
 - o Señalización identificativa
 - o Otras medidas de difusión
- Material de dinamización de uso compartido:
 - o Prismáticas
 - o Telescopio
 - o Photocall y elementos de tematización (disfraces para clientes).

Fdo. _____

3.4.3. Apoyo para el lanzamiento de una nueva línea de negocio por parte de las empresas.

El apoyo que se le ha ofrecido a las empresas turísticas, para fomentar el desarrollo de la oferta de turismo ornitológico en la Sierra Morena de Huelva, Sevilla y Córdoba, incluye:

Un curso de formación en turismo ornitológico

Se ha celebrado un curso en cada una de las tres comarcas donde se está trabajando.

Tras una breve presentación del proyecto Orniturismo, los contenidos impartidos se han centrado en las buenas prácticas y normas que se deben cumplir en el desarrollo del Turismo Ornitológico, y en las aves más emblemáticas y singulares de Sierra Morena y sus curiosidades.

El curso se ha completado con una experiencia práctica: una salida al campo guiada, para la observación de aves, en la que se han reforzado los contenidos de la primera parte del curso.



🦅 Asesoramiento especializado

A través de un experto en turismo ornitológico, se está asesorando a los empresarios participantes como intérpretes, para la definición, concreción y puesta en marcha de los productos "safari de aves" y "reino del buitre". El asesoramiento se está personalizando en función de las necesidades de cada intérprete.

🦅 Material y equipamientos específicos

Se ha adquirido el material y los equipamientos necesarios para la realización de las experiencias del "safari de aves" y del "reino del buitre", que se utilizará en las experiencias piloto, y que luego podrán usar los "intérpretes", previa solicitud, en las experiencias que organicen con turistas.

Concretamente el material adquirido ha sido:

- Material óptico: 10 prismáticos y 1 telescopio con trípode y adaptador para digiscoping, para cada comarca.
- Photocall: uno para cada comarca.



- Elementos de disfraces: gorros de safari, chalecos multibolsillos y prismáticos de juguete, para utilizar en el photocall.

🦅 Panel de aves

Como soporte de la yincana del "safari de aves", se ha diseñado un panel de aves, que se ha adaptado a cada empresa o a cada territorio en función de las



aves que pueden encontrarse. Incluso en algunas ocasiones se están realizando varios modelos, en función de la época del año. Cada panel contiene 24 imágenes de aves que podrán verse durante la ruta, con diferentes puntuaciones en función de la dificultad de verlas o de la singularidad o representatividad. En la esquina superior derecha hay un espacio para anotar la puntuación obtenida a la finalización de la experiencia.

Cada empresa debe imprimir en A3 los paneles que necesite.



Señalización de rutas ornitológicas

Se están señalizando varias rutas ornitológicas en las tres comarcas donde se está ejecutando el proyecto, donde podrán realizarse las nuevas experiencias turísticas, o cualquier otra relacionada con la ornitología o con el turismo de naturaleza.



Experiencias piloto

Se están organizando varias experiencias piloto en cada territorio, gratuitas para los clientes, en las que pueden ponerse en práctica las experiencias diseñadas (safari de aves o reino del buitre), con los guiones establecidos, los materiales diseñados y adquiridos, etc.



Estas experiencias suponen un aprendizaje de alto valor para los intérpretes que van a desarrollar y comercializar los productos, pues les está permitiendo adaptar, perfilar y corregir muchos aspectos prácticos antes del lanzamiento al mercado.

También permiten obtener material gráfico (fotos y videos) que podrá ser utilizado en la comercialización y en la difusión de las iniciativas empresariales.



Un dinamizador en cada comarca

Como ya se adelantaba al contar cómo se ha estado haciendo la captación de integrantes de la red, se ha contratado un dinamizador en cada una de las comarcas, que está cumpliendo con las siguientes funciones:

-  Difundir la iniciativa en su comarca y captar a "intérpretes" y a "receptores de turistas". Y gestionar la firma de las "adhesiones".
-  Coordinar a todas las empresas y entidades del territorio para que cooperen entre ellas y colaboren.
-  Distribuir el material divulgativo editado.
-  Gestionar los recursos compartidos (photocall, disfraces y material óptico)
-  Promover y dinamizar las experiencias piloto, para hacer fotos y videos para la promoción, y para aprendizaje de las empresas intérpretes.
-  Coordinar la presencia de las empresas del territorio a todas las acciones del proyecto (web, cursos, asesoramiento, etc.).

Acciones de dinamización del empresariado

Otra de las acciones del proyecto Orniturismo es el desarrollo de varias acciones de dinamización del empresariado. Se están desarrollando acciones de dinamización de dos tipos: unas de identificación y puesta en valor del recurso y otras de testeo de las rutas señalizadas y de los productos ornitológicos creados.

3.4.4. Plan de comercialización de los productos turísticos

Se están diseñado, planificando y redactando tres Planes de Comercialización y Promoción Turística, uno para cada uno de los productos turísticos que se están desarrollando: Safari de Aves, Reino del Buitre y Paquetes Transfronterizos. En ellos se proponen canales, medidas y acciones para la promoción y comercialización de cada uno de los productos definidos.

Además de su diseño y redacción, se van a poner en marcha algunas de las acciones propuestas en estos planes, como son:



✚ Inserción de la oferta en plataformas de comercialización turística

Consiste en la inclusión en plataformas de comercialización turística, nacionales e internacionales, de la oferta turística recogida en los productos y paquetes diseñados.



✚ Uno o varios Fam trip

Se llevarán a cabo Jornadas o encuentros con especialistas: Clubs ornitológicos, blogueros, periodistas especializados, Tour operadores, etc., para que conozcan de cerca los productos lanzados al mercado, y puedan darlos a conocer a sus clientes, lectores o agentes clave.

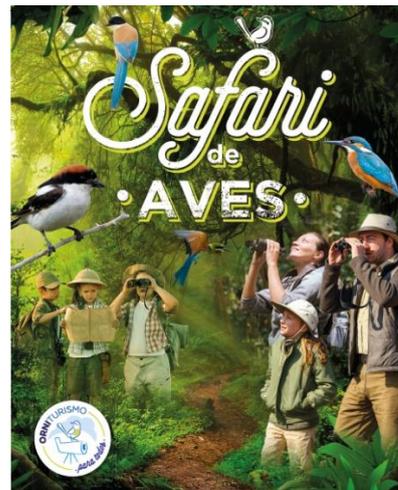
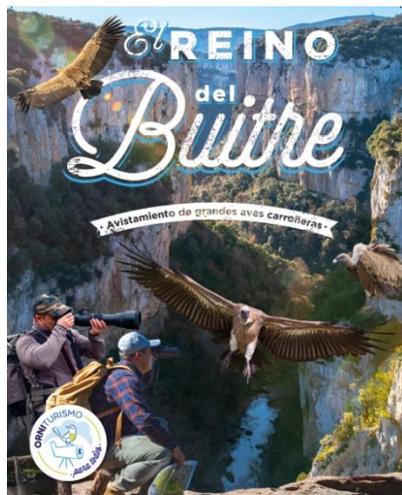
✚ Campaña de difusión en redes sociales

Una campaña de difusión en redes sociales se considera esencial entre las medidas de promoción y comercialización propuestas, tanto por su impacto como por su bajo coste. Por tanto, será una de las que se pongan en marcha una vez lanzados los productos al mercado.

3.4.5. Acciones de promoción y marketing

Las actuaciones de marketing y publicidad que se están desarrollando son:

- ✚ Diseño de una **imagen propia para cada tipo de experiencia**, además de la imagen común de la red ("Orniturismo para todos").



Esto permite afianzar la imagen de red y consolidar el producto, pues todas las empresas utilizarán esta imagen en sus acciones de promoción y comercialización.

- ✂ Edición de **Carteles** con esta imagen, en A3 y en A4, que serán utilizados tanto por los intérpretes como por las empresas y entidades receptoras y comercializadoras, que vayan a participar en la difusión de la iniciativa y en la captación de clientes.

Son personalizables, pues cada empresa, a través de una simple pegatina blanca, puede personalizarla con los datos de la experiencia y sus datos de contacto.

- ✂ Edición de **folletos y portafolletos**.



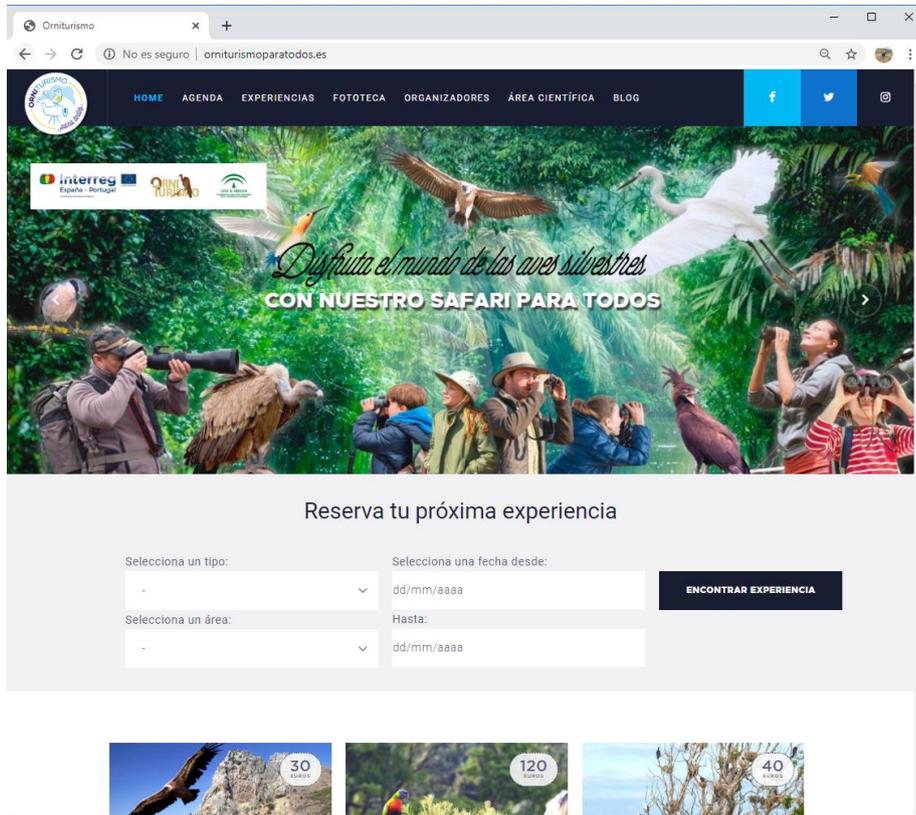
Igualmente, los folletos y los portafolletos serán utilizados tanto por los intérpretes como por las empresas y entidades receptoras y comercializadoras, que vayan a participar en la difusión de la iniciativa y en la captación de clientes.

Al igual que los carteles, son personalizables a través de pegatinas.



Web del proyecto: www.orniturismoparatodos.es

Esta web pretende ser el canal de difusión de la iniciativa a todos los posibles clientes. En ella se publican las experiencias en cada territorio, y las empresas que las ofrecen.



Redes sociales

Se ha creado un grupo de Facebook orniturismoparatodos:
https://www.facebook.com/groups/1173755849483261/?ref=group_header

Y un perfil de Instagram orniturismoparatodos:
<https://www.instagram.com/orniturismoparatodos/>

Ambos para la difusión del proyecto y de los productos turísticos creados.

Catálogo de productos y servicios

Se está elaborando un catálogo de productos y servicios de la Red Transfronteriza de Turismo Ornitológico, en formato digital, que contribuirá a la puesta en valor de la oferta de los establecimientos. En el catálogo de empresas y servicios se integrará a todas las empresas participantes, andaluzas y portuguesas.



3.4.6. Transferencia de la experiencia en turismo ornitológico entre Andalucía y Portugal

Para la transferencia entre Andalucía (España) y el Alentejo (Portugal), se han planificado una serie de actuaciones:

Protocolo de transferencia

Es un documento elaborado al inicio del proyecto Orniturismo, que tenía como objetivo establecer la metodología y los procedimientos a través de los cuales se iba a realizar la transferencia de contenidos y conocimientos entre los beneficiarios andaluces y portugueses.

Este documento hace referencia a la transferencia y a la contratransferencia, entendiendo que la transmisión de conocimientos y contenidos se realizará tanto en un sentido (Portugal → Andalucía) como en el otro (Andalucía → Portugal).

Este documento planteaba reuniones e informes como herramientas de transferencia, y acciones conjuntas entre ambas regiones, como la red de empresas, la web del proyecto, o el catálogo de productos y servicios.

Jornadas de transferencia

Durante la ejecución del proyecto se han celebrado dos reuniones de transferencia, una en Alentejo y otra en Andalucía, que han tenido como objetivo que las entidades socias del proyecto expongan los trabajos que se están realizando en cada zona, y se coordinen entre ellas. En estas reuniones se ha hablado tanto de lo que se hizo en el proyecto Bioeconomy como del nuevo planteamiento puesto en marcha en el proyecto Orniturismo.

El presente manual

El presente documento es una de las actuaciones clave dentro de la estrategia de transferencia. El objetivo con el que se diseñó es precisamente transmitir a todas las partes la experiencia andaluza tanto en el anterior proyecto Bioeconomy, como en el actual Orniturismo: sus metodologías, sus puntos clave, sus buenas prácticas y sus resultados.



Informe de evaluación de la transferencia

A la finalización del proyecto está previsto realizar una evaluación de las acciones de transferencia desarrolladas, las medidas adoptadas, la utilidad de los documentos elaborados, etc. Toda esta evaluación quedará reflejada en un informe.

Red transfronteriza de empresas y servicios de turismo ornitológico

En el proyecto Orniturismo, en Andalucía se está siguiendo la metodología expuesta en los apartados anteriores: trabajando en el lanzamiento de varios productos turísticos bajo la iniciativa empresarial principalmente de empresas de turismo activo. Pero en Portugal se está siguiendo aproximadamente la metodología de Bioeconomy: trabajando con alojamientos para tematizarlos.

La red transfronteriza de empresas y servicios de turismo ornitológico es una de las piezas clave que demuestra el carácter transfronterizo del proyecto. Yendo aún más allá de la transferencia, supone una actividad conjunta entre ambas regiones. Es evidente que esta Red transfronteriza debe integrarlos a todos: empresas turísticas de Andalucía y alojamientos de Alentejo.

Recordemos que, para la formalización de pertenecer a la red de empresas y servicios de turismo ornitológico, se ha planteado en Andalucía la firma de un documento de adhesión:

DOCUMENTO DE ADHESIÓN A LA RED TRANSFRONTERIZA DE EMPRESAS Y SERVICIOS DE TURISMO ORNITOLÓGICO

Yo, _____ con DNI _____ en representación de la entidad _____ con NIF _____ con sede en _____ con email de contacto _____ y teléfono _____ declaro mi interés por adherirme a la Red Transfronteriza de Empresas y Servicios de Turismo Ornitológico "ORNITURISMO PARA TODOS", participando en la misma como:

Intérprete / Guía del "Safari de Aves"

Intérprete / Guía del "Reino del Buitre"

Colaborador en la difusión de la iniciativa

Otros: _____

En la provincia/región:

Alentejo / Portugal

Córdoba

Huelva

Sevilla

En _____ a _____ de _____ de 2020

Fdo. _____

INFORMACIÓN SOBRE EL PROYECTO "ORNITURISMO"

El proyecto "Conservación, Protección y Valorización del Patrimonio Ornitológico (ORNITURISMO)", está financiado en un 75% por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), en el marco del Programa de Cooperación INTERREG V A España-Portugal (POCTEP) y promovido por: Fundación Andalusera para el Desarrollo Socioeconómico Sostenible, Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible, LPN "Liga para a Conservação da Natureza, Unidade de Gestão, empresa municipal, Associação Grupo de Desenvolvimento Rural Sierra de Aracena y Picos de Rupe, TURISMO DO ALENTEJO - ERT, y Asociación para el Desarrollo Integral del territorio de Sierra Morena (ADIT Morena).

Se desarrolla en el Alentejo portugués y en Andalucía occidental, y tiene como objetivos:

1. Fomentar el desarrollo socioeconómico del espacio transfronterizo a través del fomento del turismo ornitológico como actividad diversificadora de una economía basada principalmente en la dehesa.
2. Desarrollar productos, servicios e iniciativas empresariales que mejoren la comercialización de la oferta ecoturística basada en el turismo ornitológico.
3. Conservación y Protección del Patrimonio Ornitológico.

Su objetivo general es conservar, proteger y valorizar el patrimonio ornitológico presente en ambos lados de la frontera hispano-lusa, con el fin de desarrollar y consolidar modelos de actividades turísticas sostenibles que reactive la economía de ambas regiones.

El proyecto está impulsando el desarrollo de tres productos de turismo ornitológico:

- Safari de Aves
- Reino del Buitre
- Paquetes transfronterizos de turismo ornitológico

CONDICIONES DE PARTICIPACIÓN

- Entidades públicas o privadas del sector turístico o con competencias en materia de turismo.
- Empresas o entidades legalmente constituidas y que cumplan las normas de aplicación a su actividad.

BENEFICIOS DE PARTICIPAR

El proyecto ofrece a las empresas participantes de forma gratuita:

- Capacitación, formación y asesoramiento.
- Publicidad y comunicación:
 - o Web www.orniturismoparatodos.es
 - o Redes sociales:
 - Facebook: Grupo privado "Orniturismo para todos": <https://www.facebook.com/groups/11739584948261/>
 - Instagram: [@orniturismoparatodos](https://www.instagram.com/orniturismoparatodos)
 - o Folletos con expositores
 - o Carteles
 - o Señalización identificativa
 - o Otras medidas de difusión
- Material de dinamización de uso compartido:
 - o Primitivos
 - o Telescopio
 - o Photocall y elementos de tematización (disfraces para clientes).

Fdo. _____



Se ha propuesto que en Alentejo los alojamientos tematizados también firmen este documento o uno similar.

En Andalucía también se ha facilitado a los establecimientos un documento que pueden imprimir y colocar para exponer que forman parte de la red. Igualmente se ha propuesto que en Alentejo lo utilicen también.



En el catálogo de productos y servicios y en la web del proyecto habrá información de estas empresas y de la red transfronteriza.

Paquetes turísticos transfronterizos

Al igual que la red en sí misma, los paquetes turísticos transfronterizos son otra de las piezas clave de este proyecto transfronterizo. Se trata de productos turísticos de varios días de duración, que incluyen a empresas y servicios andaluces y portugueses.

De hecho, es una actividad conjunta que están desarrollando dos socios del proyecto: uno andaluz y otro portugués.

Estos paquetes también tendrán un plan de comercialización conjunto entre ambas regiones.



3.5. QUÉ RESULTADOS SE ESPERAN

Este proyecto trata de **redefinir el turismo ornitológico**, con el objeto de **conseguir la popularización del mismo** en una serie de espacios rurales de Andalucía y el Alentejo portugués.

La popularización del turismo ornitológico requiere de una serie de cambios en el enfoque, tales como:

- ✂ Los clientes sobre los que hay que actuar son, además de los turistas ornitológicos, los **turistas generalistas**.

Esta es la primera premisa clave, dado que, como se ha visto en el proyecto anterior, los turistas especialistas no son suficientes para la popularización del turismo ornitológico, al menos en los espacios de Sierra Morena.

Es decir, en el proyecto Bioeconomy se consiguieron algunos resultados parciales con los turistas especialistas en ornitología en los espacios en los que el recurso ornitológico es más poderoso, pero estos resultados fueron muy pobres en espacios en los que el recurso es menos diferencial.

- ✂ Centrarse en los turistas generalistas, la gran mayoría de la demanda requiere que, en vez de tratar de dotar de recursos a los alojamientos, se desarrollen **experiencias concretas y accesibles** para esta tipología de turistas.
- ✂ Esto, a su vez requiere que el proyecto se centre en los oferentes de experiencias (**guías, turismo activo, etc.**) **además de otros agentes** (alojamientos, restaurantes, etc.). Por tanto, se necesita un **trabajo de cooperación entre todos los operadores** de cada uno de los espacios incluidos en este proyecto.

El resultado de popularizar el turismo ornitológico requiere, por tanto, de un cambio estratégico en el enfoque del proyecto.



4. BUENAS PRÁCTICAS METODOLÓGICAS PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO ORNITOLÓGICO



En este último apartado realizamos una propuesta metodológica para fomentar el desarrollo del turismo ornitológico en un territorio determinado, basada en la experiencia acumulada tras la ejecución de los proyectos Bioeconomy (2012-2014) y Orniturismo (2017-2020).

Lo que planteamos son dos estrategias diferenciadas, aunque complementarias entre sí, una de ellas más orientada al desarrollo de la oferta dirigida a los clientes especialistas (ornituristas), y otra de ellas encaminada a crear una oferta específica para los clientes generalistas (turista rural).

4.1. ESTRATEGIA ORIENTADA A ORNITURISTAS (ESPECIALISTAS)

Este tipo de turistas tiene una serie de intereses, preferencias y necesidades que conviene tener en cuenta antes de plantear la estrategia:

- ✂ Tienen una elevada motivación ornitológica, siendo la observación o fotografía y el profundo conocimiento de las aves el elemento central de su viaje.
- ✂ Son exigentes en cuanto a la biodiversidad de aves existente en el destino. Esto excluye a muchos destinos en la práctica. No se trata de que haya sólo variedad de aves, sino variedad exclusiva de aves (aves que no se puedan ver en otros lugares).
- ✂ Pueden contratar guías especializados (a los que suelen ser fieles), o viajar a lugares con infraestructuras y equipamientos de uso público y/o guías-manuales de campo, que les permiten la realización de la actividad por cuenta propia.

Requieren que los servicios se presten en el idioma nativo o en inglés lo que en la práctica supone una barrera para muchos guías locales.

- ✂ Son conservacionistas y valoran que los beneficios de la actividad empresarial reviertan en la conservación de las aves.
- ✂ Poseen y utilizan sus propios equipos: guías y manuales de observación, equipos fotográficos y de observación específicos, etc.

El desarrollo de este tipo de mercado/cliente está indicado para aquellos territorios que cuentan con un recurso ornitológico de alto interés, es decir, que viven o pasan



por él o bien una importante diversidad de avifauna, o bien algunas especies de interés para aficionados a la ornitología por estar en peligro de extinción, por ser endémicas, raras o singulares o por cualquier otra causa.

Dicho esto, enumeramos y comentamos a continuación algunas recomendaciones para el fomento del turismo ornitológico en el territorio, es decir, para atraer a más demanda de turistas especialistas.

4.1.1. Alianzas con receptores profesionales.

La demanda existente (ornitólogos) es mayoritariamente extranjera, y principalmente de países como Reino Unido, Alemania, Francia, Holanda o Bélgica. Estos posibles clientes suelen contratar en origen y con sus empresas de confianza, y suelen utilizar canales de información especializados (blogs, guías o revistas especializadas, ferias ornitológicas, colegas, etc.).

Para captarlos, por tanto, se requiere de un esfuerzo realmente importante, entre otras cosas, por las dificultades idiomáticas a la hora de tratar con los clientes o de lanzar estrategias comerciales dirigidas a ellos, por el coste económico que supone estar presente en ferias internacionales o revistas especializadas, por la dificultad de penetrar en nuevos mercados, etc.

Por todo ello, crear alianzas con turoperadores, prescriptores como bloggers, *youtubers* u otros *influencers*, o con receptores profesionales es otro de los aspectos clave para mejorar la captación de ornitoturistas.

4.1.2. Senderos y espacios de observación.

Disponer en el territorio de senderos señalizados o incluso rutas con paneles interpretativos, así como observatorios adecuados para la observación o fotografía de la avifauna de mayor interés, también son elementos clave para el fomento del turismo ornitológico.

Se valora que los observatorios o hides sean adecuados y confortables para practicar la observación y la fotografía de aves. Que sean cerrados, con techo impermeabilizado, dispongan de asientos y tengan cristal espía, son algunos ejemplos. Lógicamente, también se valora que estén bien ubicados y permitan la observación a corta distancia, por ejemplo, por tener cerca bebederos y/o comederos.



Y otro elemento relacionado con estos es la existencia de guías ornitológicas especializadas de la zona, que también resultan de interés para los ornituroturistas.

La puesta en marcha de esta actuación ha de ser guiada por profesionales expertos en avifauna. Es crítico que antes de emprender estas costosas acciones los gestores del territorio tengan certeza de la singularidad del espacio en términos de aves diferenciales. Esta certeza podría obtenerse realizando entrevistas a un grupo de expertos, pero es importante que las entrevistas se realicen de manera neutral, para evitar confusión.

4.1.3. Guías locales especializados.

También es importante que la oferta del territorio cuente con guías locales especializados, con un profundo conocimiento de las aves de la zona y que hablen idiomas. El mejor conocimiento de la zona y de sus aves, un precio más bajo y buenas valoraciones de otros clientes, pueden hacer que la balanza se incline hacia la contratación de guías locales, en lugar de contratar a sus guías en origen.

Es crítico que estos guías locales tengan instrumentos de marketing que les aporten credenciales de personas profesionales, con el objeto de eliminar el pensamiento de muchos clientes de otros países que piensan que los guías locales no son expertos.

4.1.4. Alojamientos adaptados.

Otro aspecto de interés es la existencia de alojamientos adaptados a este segmento de turistas, que ofrezcan al cliente cosas como:

- ✂ Guías ornitológicas especializadas de la zona (en papel o en digital).
- ✂ Mapas de rutas ornitológicas (en papel o en digital).
- ✂ Libro de registro de especies observadas en la zona.
- ✂ Flexibilidad horaria en las comidas y posibilidad de ofrecer picnic de almuerzo.
- ✂ Servicios de traslado a lugares de interés.

También se valora que los alojamientos rurales tengan colocados comederos, bebederos, cajas nido o posaderos en espacios cercanos.



Y otro de los aspectos que se aprecian es que el establecimiento invierta de manera voluntaria en acciones de conservación de su entorno.

4.1.5. Paquetes turísticos.

Que exista una oferta de diferentes paquetes turísticos especializados, dirigidos a este segmento de turistas, es otro aspecto clave a tener en cuenta dentro de la estrategia de impulso del turismo ornitológico especializado.

Los paquetes deben incluir todos los servicios necesarios para el disfrute de la actividad (transporte, alojamiento, restauración, actividades complementarias, rutas ornitológicas, materiales para la observación, guías especializados, etc.) en función de las necesidades de cada tipo de cliente: nacional o internacional, más o menos especializado, con la flexibilidad de adaptar estos productos a cada demanda. Es especialmente de interés incluir a guías locales y a alojamientos de la zona, así como algún restaurante de interés.

Pueden centrarse únicamente en actividades ornitológicas (más recomendado para paquetes cortos y para clientes muy especialistas), o bien incluir actividades complementarias culturales, gastronómicas, etc. (más recomendado para paquetes de más duración y para clientes menos especialistas, más abiertos a realizar otras actividades).

Esta oferta deberá a su vez comercializarse y promocionarse a través de canales especializados.

4.2. ESTRATEGIA ORIENTADA A TURISTAS RURALES (GENERALISTAS)

El turismo rural (y el turismo en general) ha cambiado mucho en los últimos años. Existe una gran diferencia entre las vacaciones que se hacían hace unos años con las experiencias que se quieren vivir ahora, y es que el viajero ya no es el mismo. La tecnología ha influido mucho y además los gustos de ahora son diferentes. Como consecuencia, las experiencias turísticas están cobrando cada vez más importancia y la oferta turística en el medio rural debe desarrollarse en este sentido y debe diversificarse.



En este contexto, si bien es cierto que este segmento de potenciales clientes posee menor motivación específica por la observación de aves, sí es verdad que posee un interés por la naturaleza en general, y que, al estar más interesado en la realización de experiencias, podría realizar experiencias de observación de aves como complemento de otras actividades naturales o culturales.

Existen muchos segmentos incluidos dentro del “turista generalista”, digamos que existe una graduación de tonos de grises entre el negro y el blanco, pero para simplificar enfocaremos hacia el segmento más habitual: el turista rural que vive en aglomeraciones urbanas y que viaja al medio rural buscando descanso y esparcimiento en la naturaleza, por ser un entorno saludable.

Podemos caracterizar mejor este segmento de clientes con los siguientes ítems:

- ✂ Suelen viajar en familia acompañados de niños.
- ✂ No quieren gastar mucho dinero, es decir, tienen una baja disposición de gasto.
- ✂ Se desplazan a zonas rurales próximas a sus lugares de residencia para pasar el fin de semana, o los días de fiesta (puentes).
- ✂ Valoran la buena conservación del entorno y sus figuras de protección.
- ✂ Organizan el viaje por cuenta propia y contratan los servicios directamente.
- ✂ Contratan en origen el alojamiento, pero se informan de las experiencias una vez en el lugar (motivación secundaria).
- ✂ Quieren hacer actividades o experiencias lúdicas y divertidas para su esparcimiento y el de sus hijos, de corta duración y en lugares cercanos a la zona visitada.
- ✂ No tienen mucho o ningún conocimiento ornitológico.
- ✂ No disponen de equipos de observación ni de fotografía propios.

Lo bueno de este segmento es que, aun teniendo preferencias por territorios mejor conservados y más atractivos paisajísticamente, no es experto en ornitología y por tanto no es exigente en cuanto a la diversidad o a las especies que quieren ver. A esto se une:

- ✂ La belleza intrínseca de las aves y de la observación de su comportamiento.



- ✎ La presencia de avifauna en casi todos los entornos.
- ✎ La relativa facilidad de detección e identificación.
- ✎ En diferentes espacios y en diferentes épocas del año se pueden ver diferentes especies.
- ✎ Los reducidos requerimientos técnicos y experiencia necesaria (los prismáticos son el único elemento indispensable).



Por todo ello, el desarrollo de una oferta de turismo ornitológico dirigida a turistas generalistas, bien estructurada, se presenta a priori con un gran potencial para el desarrollo turístico y económico de cualquier territorio rural.

Las recomendaciones que podríamos ofrecer para el desarrollo del turismo ornitológico en un territorio dirigido a turistas generalistas son las siguientes:

4.2.1. Estrategia de cooperación comarcal

Es clave que la estrategia se cree desde la cooperación territorial, es decir, que se diseñe y se ponga en marcha a través de un proceso de colaboración en el que participen los distintos actores que puedan intervenir en el fomento del turismo



ornitológico, desde empresas del sector turístico (guías o intérpretes, turismo activo, alojamientos, restaurantes, empresas de transporte...) hasta entidades públicas o del tercer sector con competencias en el desarrollo turístico (grupos de desarrollo rural o de acción local, mancomunidades, diputaciones, ayuntamientos, asociaciones locales o comarcales...).

Los guías de naturaleza o las empresas de turismo activo son los que tendrán que ofertar las experiencias, pero los receptores de turistas (alojamientos) o los establecimientos de paso (oficinas de turismo, centros de visitantes, o incluso gasolineras, restaurantes, empresas de transporte...) pueden contribuir ofreciendo información de las experiencias ofertadas y promocionándolas. Asimismo, otras entidades como ayuntamientos, diputaciones, asociaciones... también pueden apoyar difundiendo las iniciativas en sus redes de comunicación.

Con la cooperación de todos los actores y marcando una hoja de ruta común, en la que todos los actores aporten su granito de arena, se crearán sinergias y se alcanzarán en todo caso resultados mejores y mayores.

Hay una importante justificación económica para la cooperación: la inversión que requiere cualquier experiencia o acción no es rentable si la acomete un único operador, dado que la baja demanda existente limita las posibilidades de amortización. De ahí que sea de interés trabajar en inversiones colectivas unidas a sistemas individuales de pago por uso.

4.2.2. Diseñar y ofertar experiencias de valor

Para atraer o captar al turista de naturaleza es importante ofertar experiencias de valor diseñadas específicamente para ellos. Para diseñar estas experiencias deben tenerse en cuenta estas recomendaciones:

- ✂ El precio debe ser asequible. Se recomienda que en torno a 10€ por persona o menos.
- ✂ Tiene que ser una experiencia divertida, siendo el factor más importante el lúdico.
- ✂ Todas las especies de aves pueden ser objetivo, aunque las más bonitas, llamativas, curiosas o espectaculares les llamarán más la atención.



- ✚ Debe ser accesible para todos los públicos. Pensando especialmente en los niños, se recomienda que el recorrido sea corto y fácil (un paseo) y la experiencia en general tenga una duración de entre 1,5 y 3 horas.



- ✚ La experiencia debería desarrollarse cerca del lugar donde se alojan los clientes.
- ✚ Deben aportarse a los clientes equipos de observación (al menos prismáticos), bien en préstamo bien en alquiler.
- ✚ Es también recomendable ofrecer la posibilidad añadida de un picnic o una degustación de productos locales, que podría cobrarse como un extra.
- ✚ Y, por último, también aportamos la idea de ofrecer un recuerdo como extra, como podría ser una fotografía.

4.2.3. Base sólida de marketing para captar demanda.

Como hemos mencionado antes, este segmento de clientes se organiza su propio viaje, y reservan y contratan ellos mismos los servicios.

Para informarse previamente utilizan generalmente las nuevas tecnologías: redes sociales, blogs de viajes, plataformas turísticas como Tripadvisor o Booking, etc. Aunque en ocasiones, se informan una vez que llegan al destino, donde piden recomendaciones en el propio alojamiento, en oficinas de turismo o en otros establecimientos por los que pasan.

Por tanto, se recomienda poner en marcha una campaña sólida de marketing para captar la demanda, combinando el marketing digital, para los que se informan previamente desde su origen a través de las nuevas tecnologías, con el marketing tradicional, para los que se informan al llegar al destino.

Es muy importante conseguir una buena promoción de las experiencias en la zona, dado que como se ha comentado, muchas de las decisiones se toman en los lugares de destino. En este sentido, es crítico disponer de un buen material gráfico de impacto.



4.2.4. Otras recomendaciones sobre los niños.

Como decíamos, los turistas generalistas que hemos caracterizado suelen viajar en familia, acompañados de niños. Por tanto, es muy importante tener en cuenta las necesidades y preferencias de los niños a la hora de diseñar las experiencias, puesto que este grupo les otorga mucha importancia en la toma de decisiones. Así, que las experiencias sean atractivas para los niños, divertidas y que esté adaptadas (dificultad del recorrido, tiempo, contenidos, etc.) se valorará positivamente.



También debe tenerse en cuenta la existencia de materiales o accesorios específicamente pensados para su entretenimiento: juegos, dibujos de aves para colorear, disfraces (explorador-ornitólogo), etc.

Otra opción a tener en cuenta es la posibilidad de definir paquetes o experiencias específicas para excursiones de escolares. En este caso habrá que tener en cuenta otra serie de cuestiones, como el número de monitores, la realización de varias actividades simultáneas con grupos divididos, la captación del maestro, etc.



PROYECTO ORNITURISMO: CONSERVACIÓN, PROTECCIÓN Y
VALORIZACIÓN DEL PATRIMONIO ORNITOLÓGICO

