

PROPUESTAS PARA EL DESARROLLO Y COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO ORNITOLÓGICO EN EXTREMADURA¹

José Manuel Hernández Mogollón

Ana María Campón Cerro

José María García Durán

Universidad de Extremadura

RESUMEN

El turismo ornitológico es una de las grandes apuestas en el desarrollo turístico de Extremadura dada su riqueza en aves. El número de empresas enfocadas a este segmento está creciendo, las agencias de viajes ya incluyen estos paquetes en sus programaciones y la administración turística regional promueve eventos como la Feria Internacional de Turismo Ornitológico (FIO) en Monfragüe, considerado punto de referencia mundial. Este trabajo trata de poner de manifiesto la relevancia de Extremadura como destino de turismo ornitológico aportando propuestas para su desarrollo y comercialización.

Palabras clave: recurso ave, turismo ornitológico, desarrollo del destino, comercialización.

Proposals for the development and commercialization of birdwatching tourism in Extremadura

ABSTRACT

Birdwatching tourism is one of the greatest bets for the development of tourism in Extremadura given its richness of birds. The number of companies focused on this segment

Fecha de recepción: 17 de mayo de 2010

Fecha de aceptación: 25 de abril de 2011

Departamento de Dirección de Empresas y Sociología. Facultad de Estudios Empresariales y Turismo. Universidad de Extremadura. Avda de la Universidad, s/n. 10071 CÁCERES (España). E-mail: jmherdez@unex.es, amcampon@unex.es, jmgarciaduran@gmail.com

¹ El presente artículo supone una extracción y actualización de un trabajo de mayor rango titulado «Turismo ornitológico: rentabilidad y sostenibilidad», financiado por el Plan Cameral de Exportaciones de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Cáceres para la realización de actividades económicas relacionadas con el comercio exterior extremeño. Fecha de entrega del trabajo: 6 de noviembre de 2008.

is growing, travel agencies have already included these packages in their programs and the regional tourism administration promotes events as the International Trade Fair of Ornithological Tourism (FIO) in Monfragüe, considered of global reference. This work tries to show the relevance of Extremadura as a birdwatching destination, providing proposals for its development and commercialization.

Key-words: bird resource, birdwatching, destination development, commercialization.

1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

1.1. La ornitología como recurso turístico

Extremadura se sitúa en el suroeste de la Península Ibérica. Posee una superficie de 41.581,98 Km² (aproximadamente el 8% del territorio español), 1.102.410 habitantes y una densidad de población de 26,51 hab./Km², según el Instituto Geográfico Nacional y el Instituto Nacional de Estadística a 1 de enero de 2009. Factores como el mantenimiento de las formas de producción agraria tradicionales, la dehesa y el hecho de ser una zona poco poblada, han convertido a Extremadura en un ecosistema de gran calidad para el asentamiento de las aves (Valdés, 2008).

Extremadura no es importante en cuanto al número de especies que alberga al no contar con una gran variedad de hábitats. Sin embargo, sí posee las mayores concentraciones de aves en peligro de extinción, el 35% de los taxones de especies europeas protegidas, el 75% de su superficie está identificada como Área Importante para las Aves (*Important Bird Area*, IBA), el 30% está protegido y propuesto como Lugar de Importancia Comunitaria (LIC) y posee 69 ZEPAs (Zona de Especial Protección para las Aves) que ocupan 1.089.936 hectáreas, lo que supone el 25,15% del territorio extremeño (Blanco, 2006; Valdés, 2008)².

Extremadura cuenta con un magnífico escenario para el desarrollo de esta modalidad turística. Entre los lugares privilegiados para la observación de aves destacan el Parque Nacional de Monfragüe, punto de referencia para ornitólogos de todo el mundo, o la Sierra de San Pedro, que alberga el mayor número de aves. En estos parajes pueden avistarse buitres leonados, buitres negros, alimoches, cigüeñas negras o el águila imperial ibérica. Los Llanos de Cáceres o la Campiña Sur son reservas para la avutarda, el sisón, el águila perdicera o el buitre negro. En las dehesas del Parque Natural de Cornalvo las grullas encuentran su cuartel de invernada. En los núcleos urbanos extremeños también existen

² Para clarificar las categorías que dan un efecto de garantía y calidad sobre los espacios naturales protegidos se presentan las siguientes definiciones. Las IBAs, según BirdLife, son sitios clave para la conservación de las aves que poseen un significativo número de una o algunas de las especies más amenazadas, pertenecen a un grupo de lugares que tienen un conjunto de especies de ecosistema restringido, y albergan excepcionalmente un gran número de especies migratorias. Las ZEPAs, según la Directiva 79/409/CEE, son lugares que requieren de medidas de conservación especiales con el fin de asegurar la supervivencia y la reproducción de las especies de aves, en particular, incluidas en el Anexo I de la citada Directiva y de las migratorias cuya llegada sea regular. Los LIC son lugares que contribuyen de forma apreciable a mantener o restablecer un tipo de hábitat natural de los que se citan en el Anexo I de la Directiva anterior, o una especie de las del Anexo II de la misma, en un estado de conservación favorable.

importantes poblaciones de aves como el cernícalo primilla en Cáceres o la cigüeña blanca en Malpartida de Cáceres (Blanco, 2006; Valdés, 2008).

Ante este escenario, el turismo ornitológico se ha convertido en una de las grandes apuestas en el desarrollo turístico de la región, dado el gran potencial que presenta. Según el Plan Estratégico de Turismo de Naturaleza de Extremadura de 2006, encuadrado dentro del plan de ámbito estatal El Turismo de Naturaleza en España y su Plan de Impulso de 2004, este segmento tiene grandes posibilidades para convertirse en un producto turístico de referencia, puesto que Extremadura es uno de los entornos ornitológicos más ricos de Europa, tanto por el ingente número de especies emblemáticas que acoge como por la facilidad para su observación. Además se trata de una actividad que puede llegar a tener una gran repercusión económica puesto que el 70% de la superficie extremeña es apta para la observación de aves.

El número de empresas que enfocan sus servicios a esta tipología turística, aunque incipiente, está creciendo. Alojamientos de turismo rural, empresas de actividades complementarias y guías de turismo ya orientan su actividad al turismo ornitológico, y las agencias de viajes incluyen estos paquetes en sus programaciones. En los últimos años, esta dinámica empresarial se ha visto apoyada por un mayor interés de la administración turística regional, promoviendo actividades y eventos como la Feria Internacional de Turismo Ornitológico (FIO) en Villareal de San Carlos (Parque Nacional de Monfragüe) o la presencia de la oferta extremeña en la *British Birdwatching Fair* (Reino Unido), lo que refuerza su posición como destino especializado en turismo ornitológico. Además, se celebran cursos de divulgación y formación en turismo ornitológico en diversos puntos de Extremadura destinados a guías, empresarios, responsables de parques, informadores turísticos, agentes de desarrollo y otro personal involucrado en esta modalidad turística (De Juan, 2006). Estas acciones emprendidas tanto por agentes públicos como privados deben desembocar en la captación de un mayor volumen de viajeros internacionales a corto y medio plazo, dando a conocer y comercializando paquetes especializados en condiciones de sostenibilidad (Rengifo, 2010).

El turismo ornitológico en España está aún poco explotado en relación a sus potencialidades. Si bien la mayoría de las Comunidades Autónomas (CC.AA.) intentan potenciarlo, son Extremadura y Andalucía las que presentan una mayor oferta de productos. En el mercado español, de unos doscientos paquetes aproximadamente, la cuarta parte incluyen Extremadura de forma total o parcial, lo que da buena idea de su potencial como destino de turismo ornitológico (De Juan, 2006).

Existe una fuerte demanda de este tipo de turismo en Europa y Estados Unidos. Los recursos ornitológicos con los que Extremadura cuenta son de gran valor para estos observadores de aves, y más que suficientes para constituir una oferta atractiva y diferenciada, ya que es previsible que en el futuro cada vez más territorios se interesen por esta modalidad turística a la vista de sus beneficios económicos y sociales. De ahí la importancia de su estudio, lo que debe revertir en la creación de productos especializados capaces de atraer una demanda estable y de calidad, que sirva para enriquecer y mejorar la variada oferta turística extremeña. El turismo ornitológico también promueve de forma indirecta el cuidado y mantenimiento del entorno natural y rural, con el consiguiente beneficio para las poblaciones rurales de la región y, en general, todos los extremeños. Se trata de encontrar

el equilibrio entre explotación turística y conservación del medio que, al fin y al cabo, es la base del recurso ornitológico. Por tanto, podría afirmarse que el desarrollo de este tipo de turismo en una zona va unido a dos tipos de beneficios fundamentales:

- **Beneficio económico.** A todo negocio turístico de éxito debe ir aparejada una rentabilidad que presumiblemente revierta en la comunidad local. El elevado precio de los viajes de observación de aves favorece una rentabilidad interesante para los profesionales y empresas dedicadas a este segmento, lo cual supone un factor de dinamización para el territorio (Koan Consulting³, 2007). El turismo ornitológico es una modalidad turística en pleno desarrollo, con un número creciente de adeptos en todo el mundo, por lo que se trata de una buena oportunidad de negocio. Según López (2008), en el actual contexto competitivo los destinos turísticos buscan diferenciarse a través de la captación de nuevos nichos de demanda y el desarrollo de productos que maximicen los beneficios de la actividad turística. Por tanto, la búsqueda de actividades económicas alternativas y sostenibles que permitan la consecución de rentas complementarias compatibles con el desarrollo económico y la preservación de los espacios naturales y rurales se convierte en una necesidad. Maynar (2007) apunta que el turismo ornitológico es un nicho de mercado interesante y con futuro dado que es necesario dotar al turismo rural nacional de productos turísticos, facilita una mayor diversificación en los destinos, es un tipo de turismo especialmente desestacionalizador, promueve la complementariedad y diversificación de la oferta turística nacional tradicional, y fomenta el aprovechamiento sostenible de los espacios naturales y protegidos.
- **Beneficio social.** Deriva del afán conservacionista de las aves que promueve esta tipología turística. En los últimos años, el turismo ornitológico se ha convertido en un producto especializado y de referencia dentro del turismo de naturaleza, justo en un momento de aumento generalizado de la protección de los espacios naturales bajo figuras jurídicas diversas, y de la sensibilidad social hacia la conservación de la naturaleza y las especies protegidas. La mayor sensibilidad de la sociedad hacia el medio ambiente favorece que conocer y observar aves se haya convertido en motivación para viajar, especialmente para ciertos sectores de demanda extranjera, más familiarizados con este tipo de prácticas en determinados países de la Europa occidental (De Juan, 2006). La conservación del medio ambiente se ha convertido en un valor en alza entre las preferencias del turista, influyendo el proceso de elección del destino, aspecto que refleja unos valores medioambientales y culturales más elevados en los actuales consumidores. Factores como el aprendizaje, el crecimiento personal o el hecho de sentirse en armonía con la naturaleza son algunas de las motivaciones de este turista. La existencia de un entorno natural rico en biodiversidad y bien conservado se ha convertido en un excelente recurso turístico, una oportunidad de negocio y una ventaja competitiva para el desarrollo turístico de los espacios naturales y rurales. El turismo ornitológico ha sido considerado una

3 La Secretaría General de Turismo (SGT) encargó a Koan Consulting un estudio sobre la demanda de turismo ornitológico en el destino piloto Extremadura, que fue realizado en 2006 y publicado en 2007. Estos datos suponen una referencia obligatoria en la investigación en turismo ornitológico, al ser el único estudio oficial realizado sobre esta modalidad turística en España.

herramienta para la conservación ambiental por muchos expertos, sin embargo, se pueden derivar algunas amenazas si no se realiza una gestión sostenible y planificada que integre a todos los agentes implicados en la actividad (López, 2008).

1.2. Objetivos, metodología y estructura del trabajo

El presente trabajo se propone como objetivo poner de manifiesto la relevancia de Extremadura como destino de turismo ornitológico competitivo y de excelencia en el contexto nacional e internacional, proponiendo estrategias para su correcto desarrollo y comercialización desde la perspectiva de la rentabilidad y la sostenibilidad que acompañan a este tipo de turismo.

La investigación se ha desarrollado en tres etapas: (1) búsqueda y recogida de la información en fuentes de datos secundarios y primarios; (2) organización, selección y análisis de la misma para lograr alcanzar los objetivos marcados, e (3) interpretación, para extraer recomendaciones en cuanto al desarrollo y comercialización de este tipo de turismo en Extremadura.

El artículo se estructura en cinco apartados. El primero tiene un carácter introductorio. Realiza una presentación inicial del trabajo, justifica su importancia, marca su objetivo y la metodología utilizada. El segundo aborda algunas cuestiones conceptuales sobre esta tipología turística. El tercer apartado trata la región extremeña como destino de turismo ornitológico realizando una aproximación a su oferta y demanda actual. El cuarto recoge algunas propuestas para el correcto desarrollo y comercialización de este tipo de turismo en la región. Presenta los principales mercados nacionales e internacionales potenciales hacia los que dirigir las acciones de comercialización, los principales instrumentos utilizados para la distribución y comunicación de esta oferta, y algunas propuestas para su desarrollo y comercialización. Se finaliza con la exposición de las principales conclusiones.

2. TURISMO ORNITOLÓGICO: DEFINICIÓN Y ANTECEDENTES

López (2008) apunta que la segmentación de la demanda, la enorme flexibilidad en la producción turística o el surgimiento de las tecnologías de la información y la comunicación, son hechos que posibilitan el desarrollo de nuevos nichos de mercado. El turismo ornitológico se encuadra en estas nuevas corrientes de supersegmentación de clientes cada vez más orientados al consumo y a la acumulación de vivencias. El valor se centra en el acceso a experiencias, no sólo en el disfrute de los servicios adquiridos. Esta evolución de tipologías turísticas incipientes se debe a los cambios que se están produciendo en los consumidores, más expertos y con diferentes valores. Esto provoca un cambio en la oferta, que deja de ofrecer una experiencia estandarizada para pasar a segmentar la demanda según sus especificidades, posibilitando un mejor acceso a nuevas vivencias.

Fernández *et al.* (2007) destacan que el concepto de turismo ornitológico, también denominado ornitoturismo, aviturismo, *birdwatching* o *birding*, ha recibido definiciones variadas pero ninguna unánimemente aceptada. Estos autores definen el turismo ornitológico como «aquella modalidad turística que presenta como motivación principal la observación y reconocimiento de especies de aves, avistadas en su entorno natural» (Fer-

nández *et al.*, 2007: 43). Esta definición está en la línea de la propuesta por López (2008: 102). Según este autor se trataría del «viaje motivado por la realización de actividades de ocio relacionadas con la ornitología, con la detección, identificación u observación de la avifauna; con el objetivo de acercarse a la naturaleza para cubrir necesidades de aprendizaje, afiliación, consecución y/o reconocimiento personal». El turismo ornitológico es de tradición fundamentalmente anglosajona y centroeuropea (Spainbirds, 2006). En las islas británicas la observación de aves es realizada por miles de personas en su tiempo libre, de todas las edades y condiciones, por lo que no es extraña la popularización de los términos en inglés *birdwatching* o *birding*. Los ingleses han creado escuela, y otros países como España buscan desarrollar esta cultura naturalista, pues hasta hace poco esta variante turística prácticamente no se consideraba como tal. Recientemente y coincidiendo con el auge del turismo rural, se ha empezado a tomar conciencia de estos turistas ornitológicos. Según Montero (2006) dada la gran afluencia de *birdwatchers* extranjeros que acuden a España, buena parte de los escasos servicios especializados se orientan al cliente internacional debido, entre otras causas, a la poca cultura y tradición naturalista de la sociedad española actualmente.

Fue a finales del siglo XIX cuando aparecen los primeros viajeros naturalistas, principalmente británicos o alemanes, que desde un principio se interesaron por España por tratarse de una de las zonas más inexploradas de Europa. Un siglo después, el interés de los europeos del norte por la observación de la naturaleza en la Península Ibérica no ha hecho más que crecer, traspasando fronteras e instalándose en buena parte de la población urbana española. La observación de aves es, dentro de las actividades de descubrimiento de la naturaleza, la más popular y espectacular, al ser el grupo de animales salvajes más frecuente y de más sencilla observación en cualquier ambiente natural (Cardalliaguet y Prieta, 2006). Sin embargo, si se hace un repaso a la historia de la observación de aves, puede notarse que desde la prehistoria ha estado presente en la vida del hombre. En casi todas las épocas históricas se han observado las aves, en la mayoría de los casos, por alimentación y supervivencia. Pero no tiene nada que ver la mirada de un *birdwatcher* actual con la de los cazadores neolíticos, ni con los aspectos religiosos y sagrados que les conferían los egipcios a las aves, ni con los coleccionistas victorianos con sus motivaciones seudocientíficas. No será hasta la segunda mitad del siglo XVIII cuando la observación de las aves sea entendida como una actividad de placer y ocio. Esta nueva forma de entender la actividad surge, en parte, como reflejo de los cambios sociales que experimentaba la sociedad inglesa urbana y su necesidad creciente de reencontrarse con la naturaleza, huyendo de la presión de la revolución industrial (López, 2008).

El auge del turismo ornitológico como actividad de ocio se debe a factores como (López, 2008): (1) los cambios en los consumidores, muy heterogéneos en sus motivaciones, lo que les hace huir de la estandarización para buscar experiencias únicas; (2) el incremento de las visitas turísticas a los espacios naturales, apoyado por una tendencia a la consolidación empresarial, el continuo incremento de visitantes y altos niveles de repetición; (3) el aumento de la concienciación medioambiental; y (4) el incremento de aspectos relacionados con el turismo de naturaleza como la venta de accesorios, edición de libros y revistas especializadas, ferias y festivales.

Las actividades fundamentales asociadas al turismo ornitológico son (Jones y Buckley, 2001): (a) viaje, de un lugar de origen a uno de destino, normalmente de gran riqueza ornitológica; (b) detección de especies que viven en sus entornos naturales; (c) identificación, pues es la distinción clara de especies lo que diferencia a un *birdwatcher* de un simple amante de la naturaleza; y (d) observación, pues para algunos la detección e identificación no es suficiente, dado que prefieren contemplar tranquilamente las aves, tomar notas, fotos, grabar sonidos, etc.).

El desarrollo de la observación de aves como actividad turística precisa ciertos requisitos físicos (Asistencias Técnicas Clave, 2007) como (1) infraestructuras (senderos bien señalizados, miradores de aves, merenderos, etc.); (2) empresas de servicios turísticos (alojamiento, restauración, transporte, etc.); (3) guías, si bien muchos grupos de turistas ornitológicos traen sus propios guías, es importante que haya guías locales con conocimientos de idiomas; y (4) una empresa de gestión, que habrá de realizar las funciones de receptivo y comercialización. Rengifo (2010) subraya que el turismo ornitológico en los últimos años ha experimentado un reconocimiento internacional, lo que ha motivado a agentes turísticos públicos y privados a tener un creciente interés en su desarrollo. Esto se ha puesto de manifiesto a través del incremento de la demanda, la creación de ferias monográficas y acciones promocionales, la elaboración de planes estratégicos y la aparición de empresas especializadas.

En 1954 fue fundada la Sociedad Española de Ornitología, SEO/BirdLife, asociación científica dedicada al estudio y conservación de las aves y la naturaleza, la más antigua de las ONGs (Organizaciones No Gubernamentales) de conservación de la naturaleza en España. Está declarada de Utilidad Pública y ha recibido el Premio Nacional de Medio Ambiente y el Premio BBVA a la Conservación de la Biodiversidad, entre otros. SEO/BirdLife considera que la conservación de las aves y su entorno necesitan tanto del esfuerzo del aficionado como el rigor del experto científico. Desde esta asociación se trata de conseguir que el mayor número de personas se interese por las aves, al tiempo que se desarrollan proyectos de investigación para conocer el estado en el que se encuentra la avifauna española. Cuenta con unos 11.000 socios que respaldan actualmente su labor. Tiene su sede social central en Madrid y posee 9 delegaciones situadas en Andalucía, Aragón, Canarias, Cantabria, Cataluña, Comunidad Valenciana y Extremadura. Estas delegaciones ejecutan una gran cantidad de actividades y campañas, y coordinan algunos programas de ámbito estatal en las autonomías. SEO/BirdLife representa en España a BirdLife International, una federación mundial que agrupa a más de 3 millones de socios y 100 asociaciones dedicadas a la conservación de la biodiversidad mundial (véanse www.seo.org y www.birdlife.org).

3. TURISMO ORNITOLÓGICO EN EXTREMADURA

3.1. La oferta de turismo ornitológico

Extremadura es la región de Europa Occidental con mayor porcentaje de IBAs en su territorio, favorecido por la baja densidad de población y el reducido desarrollo industrial. En las zonas abruptas y arboladas, rodeadas de dehesas, se instalan numerosas poblaciones

de aves rapaces. Las penillanuras extremeñas albergan poblaciones de ciertas especies únicas en España y Europa. Las zonas de vega, cultivadas y densamente pobladas, igualmente resultan de interés para su observación. También destacan las urbes extremeñas con ciertas especies características que pueblan sus cielos (Cardalliaguet y Prieta, 2006).

Algunas de las razones por las que Extremadura es un destino idóneo para la observación de aves son sus paisajes únicos en perfecto estado de conservación, donde se da cabida a 41 IBAs que ocupan alrededor del 74% del territorio, constituyendo así el porcentaje más alto de Europa. A ello se une una biodiversidad extraordinaria, pues dentro del territorio extremeño es posible observar una importante selección de aves mediterráneas, esteparias, forestales, de matorral y de zonas húmedas, así como también especies alpinas y del norte en las zonas montañosas. Ya existe a disposición del público una bibliografía de calidad sobre las aves, así como también es posible contar con la ayuda de los guías locales de las zonas receptoras (ADICOMT, 2006).

En cuanto a los accesos, se tarda unas dos horas y media en llegar al centro de Extremadura desde Madrid, por medio de unas infraestructuras terrestres cómodas y en muy buen estado. Asimismo, existen buenos accesos a todas las zonas de interés para la observación de aves. Como complemento a la actividad, hay una rica y variada oferta cultural a disposición del turista que visita la región.

Cardalliaguet y Prieta (2006) elaboraron un listado con una serie de aves que sólo se pueden observar con similar abundancia y concentración geográfica en el sur de España, y muy especialmente en Extremadura. Estas aves son el águila imperial ibérica, el águila perdicera, el buitre negro, el elanio azul, el cernícalo primilla, la cigüeña negra, la cigüeña blanca, la avutarda común, el sisón común, la ganga ibérica, la ganga ortega, la canastera común, el críalo europeo, el chotacabras pardo, la carraca, el abejaruco común, la calandria, la collalba negra, la curruca tomillera, el rabilargo y la grulla común.

Holgado (2008) destaca que ver aves en Extremadura no es tarea difícil. Por suerte, en la región existe una variada oferta de espacios naturales con diferentes ecosistemas. A ello hay que sumarle además el trabajo llevado a cabo por los distintos organismos oficiales (Junta de Extremadura, REDEX, Grupos de Acción Local, ayuntamientos, etc.), que han habilitado zonas y observatorios con el fin de permitir un avistamiento de las aves de forma cómoda y satisfactoria, así como publicado obras encaminadas a la divulgación de estos espacios. También enumera una serie de lugares que cuentan con observatorios fijos y zonas habilitadas para la correcta práctica del turismo ornitológico, respetando al máximo el hábitat donde se encuentran. REDEX (Red Extremeña de Desarrollo Rural) en colaboración con los GAL (Grupos de Acción Local de Extremadura) publicó en 2007 un listado de 24 puntos de interés para la observación de aves, uno por cada GAL, dentro del proyecto ORNIEX, que trata de dar a conocer la existencia de las aves y su avistamiento como un recurso emergente (véase REDEX, 2007). Recientemente la Junta de Extremadura ha editado la guía «Rutas Ornitológicas por Extremadura» que discurren por la Sierra de Gata, el Valle del Ambroz, La Vera y el Valle del Jerte, el Tajo Internacional, los Canchos de Ramiro y el embalse de Portaje, el Parque Nacional de Monfragüe, el embalse de Arrocampo, la Sierra de San Pedro, los Llanos de Cáceres, Magasca y Trujillo, la sierra de Las Villuercas, el azud río Gadiana y Río Caya, Cornalvo y Los Canchales, la Moheda Alta y la Sierra Brava, el embalse de Orellana y Puerto Peña, Lagunas y Llanos

de La Albuera, las sierras centrales de Badajoz, La Serena y Sierra de Tiros, las dehesas de Jerez, y embalse de Arroyo-Conejos y Campiña Sur. En ella se recoge información acerca de la localización y accesos, descripción de las rutas, valores ornitológicos de la misma, fenología, y otros valores ambientales y culturales (véase Prieto, 2009).

Es necesario elaborar productos a la demanda y especializar la oferta en segmentos concretos, que den a ese producto una nota distintiva sobre el resto de ofertas. Parece plausible orientar los establecimientos de turismo rural a segmentos determinados y en auge como es el turismo ornitológico (Campón, 2007; Hernández y Campón, 2006). El empresario rural, fundamentalmente el de alojamientos, deberá ser consciente de que esta especialización no sólo intenta elevar el grado de ocupación de su alojamiento, sino que trata de participar en la construcción de un destino turístico especializado. Ha de creer que su enfoque en esta demanda es un importante elemento de atracción de un cliente con un perfil muy especial que requerirá de la adaptación del establecimiento y sus servicios (Maynar, 2008). El recurso ave en Extremadura se ha visto apoyado por el modelo de casa rural u hotel rural, que se ha especializado en esta demanda, y que ya cuentan con guía especializado y todo tipo de materiales para el *birdwatcher* en sus instalaciones (De Juan, 2006)⁴. De Juan (2006) apunta que en una casa rural enfocada al turismo ornitológico, lo normal es que existan a disposición de los clientes libros, guías, repertorios fotográficos, etc. que les ayuden a una mejor identificación y conocimiento de las especies locales. También es frecuente encontrar manuales de identificación rápida de las principales especies, listas de aves, telescopios y prismáticos. En ocasiones también existen materiales audiovisuales, dado que los *birdwatchers* dedican parte de su tiempo de descanso al visionado de vídeos, diapositivas, CDs, etc. relacionados con su actividad. No obstante, además de estos alojamientos especialmente centrados en los turistas observadores de aves, existe una gran cantidad de alojamientos no especializados que también hay que considerar a la hora de estudiar el turismo ornitológico. En Extremadura, según datos de la Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural (EOTR) de 2010 del Instituto Nacional de Estadística (INE) en diciembre de 2010 se contabilizaron 1448 alojamientos de turismo rural que ofrecían un total de 5.329 plazas.

En cuanto a las actividades, el turismo ornitológico requiere una dedicación especial y unos conocimientos específicos de las aves, de las zonas donde éstas se encuentran y de cómo disfrutar de esta práctica sin molestar a los animales ni alterar su entorno. También hay que señalar que muchos alojamientos rurales en Extremadura ponen a disposición del turista que lo desee una oferta de servicios relacionados con la naturaleza y con la observación de aves amplia y variada. No se anuncian como empresas de turismo activo, pero sí ofrecen estos servicios. Sin perjuicio de lo anterior, varias empresas en la región dedican a su actividad de forma especializada al turismo ornitológico⁵.

4 Algunos ejemplos en la Comarca Miajadas-Trujillo (Cáceres) son la Casa Rural «Las Canteras», la Casa Rural «El Recuerdo», la Finca Santa Marta, el Hotel Rural «Viña Las Torres», la Posada «Dos Orillas» o la Casa Rural «La Florentina» en Trujillo; el Hotel Rural «El Labriego» en Plasenzuela; o la Casa Rural «El Tenado» en Aldea del Obispo (ADICOMT, 2006).

5 Empresas de actividades de turismo ornitológico en Extremadura son, por ejemplo, Elanus, En Ruta, Monfragüe Vivo, Escuela Lutra, Jera S.C., Gextto (Grupo Extremeño de Trabajo de Turismo Ornitológico) o Gredos Vivo (publicado en Revista Imagen de Extremadura, nº 9 junio-julio 2008, «El turismo ornitológico en Extremadura»).

La gran especialización de este tipo de turismo genera un turista de alta exigencia en la calidad de las observaciones, de los materiales, del entorno y de las explicaciones recibidas. Cabe por ello mencionar que el nivel de satisfacción experimentado por estos turistas en Extremadura es muy elevado (Koan Consulting, 2007). Según un análisis de la demanda potencial realizado por Koan Consulting (2007) a través de una encuesta a 103 visitantes de la feria Expotur (septiembre de 2006, Madrid), más de los dos tercios de los encuestados declaraba haber realizado turismo ornitológico, y las tres cuartas partes manifestaron haberse planteado visitar Extremadura, con Monfragüe como lugar destacado.

Hay que destacar el papel de los guías. Son básicos para el desarrollo de esta actividad porque se requiere de unos conocimientos muy específicos y existen pocos profesionales que los posean. Su presencia en el destino es necesaria para que se consolide la oferta. Se puede afirmar que la carencia de guías especializados de turismo ornitológico en Extremadura y España afecta de forma negativa al desarrollo de un producto estable, su crecimiento y su mejora. Es necesaria la formación de profesionales en el campo del conocimiento de las aves, interpretación del patrimonio, dinamización de grupos e idiomas (De Juan, 2006)⁶.

En Extremadura existe una oferta de actividades complementarias amplia para ofrecer conjuntamente con la observación de aves, hecho que supone sin duda un atractivo más de la región como destino de turismo ornitológico. Además de su riqueza natural, existe una gran cantidad de ciudades y pueblos con recursos turísticos de gran interés cultural. También se puede encontrar una amplia y variada oferta en el campo de las actividades deportivas en plena naturaleza (senderismo, rutas en bicicleta, canoas en los ríos y lagos navegables, escalada, *paintball*, etc.).

A juicio de Fernández *et al.* (2007), los destinos nacionales de renombre como Extremadura, se enfrentan a un importante reto debido al surgimiento de fuertes competidores localizados, por ejemplo, en Europa del Este, que ofrecen productos similares a precios más asequibles.

3.2. La demanda de turismo ornitológico

Para Blanco (2006) hay poca información sobre el perfil del turista ornitológico. Fernández *et al.* (2007) apuntan que el conocimiento, caracterización y cuantificación de esta demanda es fundamental, aunque resulta una tarea difícil ante la inexistencia de fuentes oficiales sobre este segmento, en lo que influye su escasa dimensión en comparación con otros tipos de turismo más consolidados y la dificultad en su conceptualización.

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

⁶ Algunos ejemplos de empresas de servicios de guías a nivel nacional son Iberian Wildlife, Birdwatching Extremadura, Andalucian Guides, Boletas, Discovering Doñana, Audouin Birding Tours, Ornitour o Spainbirds (Spainbirds, 2006; entre otros).

especialistas. (b) Los especialistas tienen una elevada motivación ornitológica, siendo la observación de aves el elemento central de su viaje. Se subdividen en tres categorías: (b1) especialistas con presupuestos limitados, (b2) especialistas con predisposición a pagar por ver más aves y (b3) especialistas que requieren de paquetes especializados. 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.

Además de las categorías propuestas por Jones y Buckley (2001), han surgido otras como las de Fernández *et al.* (2007), una categorización basada en estudios anteriores. Estos autores diferencian entre (1) excursionistas en salidas a la naturaleza, (2) turistas sensibilizados con la naturaleza, y (3) turistas entusiastas de las aves, que además se subdividen en (3.1) ornitólogos, (3.2) *twitchers*, y (3.3) fotógrafos de la naturaleza. Estos autores además proponen una segmentación sintética a partir de su investigación con una terminología ornitomorfa. Se trata de (Segmento1) «mirlos blancos» o clientes que únicamente desean ver aves, (Segmento2) «mirlos grises» aficionados interesados por la ornitología y otros aspectos de la naturaleza, y (Segmento 3) «mirlos negros» o usuarios que visitan espacios naturales protegidos.

En España se han desarrollado pocos estudios específicos sobre la demanda de turismo ornitológico. Con carácter oficial ha de citarse el estudio de la Secretaría General de Turismo (SGT) encargado a Koan Consulting (2007) sobre la demanda de turismo ornitológico en el destino piloto Extremadura (véase Tabla 2). A la vista de estos datos, se puede constatar que tanto el segmento extranjero como nacional son interesantes, si bien se puede obtener una mayor rentabilidad de los primeros, dado que suelen permanecer más tiempo y gastar más dinero. López (2008) destaca que la menor edad de los turistas ornitológicos españoles puede indicar que la contemplación de aves como actividad de ocio es un fenómeno incipiente en España. Esta afirmación se refuerza por el hecho de que la motivación por la observación de aves no resulte tan específica para el público español, ya que prefiere combinarla con otras actividades.

De Juan (2006) realiza una serie de aseveraciones en relación al comportamiento de estos turistas. (1) Son muy exigentes en cuanto a la biodiversidad de aves existente en el destino y (2) son un público muy conservacionista que valora que los beneficios derivados de la explotación comercial de la actividad reviertan en la conservación de las aves. (3) La principal actividad de los turistas ornitológicos es el disfrute, contemplación y conocimiento profundo de las aves. (4) Son muy fieles a determinados guías, que a su vez suelen estar especializados en determinados destinos. (5) En lo que se refiere a los grupos, hay una cierta condición de exclusividad en el turismo ornitológico especializado, pues no permiten que se les junte con otros grupos con distintas motivaciones, lo que hace costoso el planteamiento empresarial a nivel operacional. (6) El gran interés de los turistas ornitológicos por la contemplación de las aves se refuerza a través de las nuevas tecnologías y

Tabla 2
DEMANDA DE TURISMO ORNITOLÓGICO EN EXTREMADURA

Variable	Extranjero	Nacional
<i>Edad</i>	De 45 a más de 60 años.	De 25 a 45 años.
<i>Sexo</i>	Distribución muy equilibrada, ligeramente superior al 50% para el masculino.	Distribución muy equilibrada, ligeramente superior al 50% para el masculino.
<i>Nivel de estudios</i>	Nivel de estudios elevado.	Nivel de estudios elevado.
<i>Forma de viaje</i>	En grupos máximos de 8 personas, organizados por cuenta propia. Utilizan minibuses o furgonetas alquiladas y establecimientos especializados en turismo ornitológico.	Grupos máximos de 15 a 20 personas organizados por cuenta propia, alta participación de parejas y ocasionalmente grupos familiares con niños. Se desplazan con vehículo propio en el caso de los individuales y grupos familiares, y en minibús o autocar en el caso de los grupos.
<i>Alojamiento</i>	Se alojan en casas rurales u hoteles rurales de categoría media, situados en lugares tranquilos y cercanos a los mejores lugares para la observación de aves.	Se alojan en establecimientos especializados en turismo ornitológico, o no, siendo la casa rural y el hotel rural los establecimientos preferidos, y más ocasionalmente en <i>burgalows</i> en campings.
<i>Duración de la estancia</i>	Suelen permanecer en Extremadura como máximo una semana. Ocasionalmente combinan su estancia en Extremadura con otros enclaves de interés como Doñana.	Normalmente las visitas se realizan durante los fines de semana o con una duración de 5 días como máximo. Ocasionalmente combinan su estancia con otros enclaves de interés para el turismo de naturaleza y ornitológico en España. El más citado es Doñana y otros destinos como Gredos. En Extremadura también se suele visitar La Vera o el Valle del Jerte.
<i>Gasto medio</i>	En torno a 1.000€ por persona y semana.	En torno a 100€ por persona y día.
<i>Actividades</i>	Utilizan guías especializados que vienen del país de origen o que existen en España y que trabajan en todo el país. La actividad más realizada es la observación de aves, seguida de cerca por la fotografía y muy de lejos por el <i>digiscoping</i> . La realización de actividades diferentes a la observación de aves son muy ocasionales y de todo tipo (turismo cultural, senderismo, observación de plantas y otras especies animales). Otros no practican ninguna actividad distinta a la observación de aves.	La actividad más realizada es la observación de aves, seguida de cerca por la fotografía y muy de lejos por el <i>digiscoping</i> . La realización de actividades diferentes a la observación de aves son muy ocasionales y de todo tipo (turismo cultural, senderismo, observación de plantas y otras especies animales). Otros no practican ninguna otra actividad distinta a la observación de aves. Se trata de un turista que generalmente alberga motivaciones más amplias que la observación de aves y que consume estas actividades en combinación con la misma.
<i>Origen</i>	Mayoritariamente del Reino Unido, seguido de lejos por Bélgica, Alemania y Francia.	-
<i>Principales destinos</i>	Monfragüe en primer lugar, seguido de los Llanos de Cáceres y los Llanos de Trujillo.	Monfragüe en primer lugar, seguido de los Llanos de Cáceres y los Llanos de Trujillo.

* Datos obtenidos a partir de entrevistas en profundidad a 3 guías especializados y 25 empresas (alojamiento y actividades).
Fuente: Koan Consulting (2007).

una multiplicidad de servicios: sistemas de alerta de aves, revistas, operadores turísticos, guías y manuales de observación, equipos fotográficos y de observación específicos, y todo tipo de servicios informáticos. Existen también una serie de páginas web y blogs donde los *birdwatchers* cuentan e intercambian sus conocimientos y experiencias.

4. DESARROLLO Y COMERCIALIZACIÓN DEL TURISMO ORNITOLÓGICO, PROPUESTAS PARA EL DESTINO EXTREMADURA

4.1. Identificación de clientes potenciales

El mercado nacional de turismo ornitológico en España todavía es muy escaso y mayoritariamente ligado a clubes naturalistas, ONGs dedicadas a la protección de aves, y a actividades científicas y académicas. Probablemente esto se debe a que en España no hay una tradición social arraigada de conocimiento y observación de la naturaleza. Sin embargo, en los últimos años, la apuesta y esfuerzo promocional creciente en este ámbito ha creado una tendencia al alza hacia la práctica de este tipo de turismo (De Juan, 2006). La estimación del mercado del ecoturismo en España es del 20-25% de la demanda nacional y la ornitología como motivación principal se sitúa en noveno lugar (OMT, 2002).

En cuanto a los mercados potenciales, de acuerdo con los datos proporcionados por SEO/BirdLife, en España existen más de 11.000 socios repartidos por las diferentes CC.AA. de forma bastante desigual. Predomina Madrid con más de 3.000 socios, seguida de lejos por Andalucía con algo más de 1.500 y Cataluña con casi 1.000. Por tanto, se puede afirmar que Madrid es el primer mercado potencial, seguido de Andalucía y Cataluña. En la Tabla 3 se presenta una relación de los socios nacionales de SEO/BirdLife, y que constituyen una demanda potencial de turistas ornitológicos para Extremadura. Sin embargo, también hay que contar con las personas que practican esta modalidad turística sin ser miembros de ninguna asociación.

Tabla 3
SOCIOS NACIONALES DE SEO/BIRDLIFE

CC.AA.	Nº socios	%	CC.AA.	Nº socios	%
Madrid (Comunidad de)	3.428	30,69%	Canarias	335	3,00%
Andalucía	1.571	14,06%	Cantabria	328	2,94%
Cataluña	957	8,57%	Asturias (Principado de)	196	1,75%
Castilla y León	925	8,28%	Murcia (Región de)	159	1,42%
Comunidad Valenciana	690	6,18%	Navarra (Comunidad Foral de)	152	1,36%
Aragón	555	4,97%	Balears (Illes)	87	0,78%
Castilla La Mancha	517	4,63%	Rioja (La)	61	0,55%
País Vasco	479	4,29%	Ceuta	16	0,14%
Extremadura	359	3,21%	Melilla	2	0,02%
Galicia	354	3,17%	TOTAL	11.171	100,00%

Fuente: SEO/BirdLife (datos a 25 de marzo de 2010)

Estos datos son bastante positivos para Extremadura, ya que su cercanía con Madrid la convierte en un destino interesante para los socios de esta región, que constituyen el núcleo principal de la demanda potencial sobre el resto de CC.AA. españolas (el 30,69% del mercado potencial nacional). Si a ello se le agrega el mercado interno (3,21%) y las regiones limítrofes Andalucía, Castilla y León y Castilla La Mancha (cuyo porcentaje sobre el total de socios nacionales es del 14,06%, 8,28% y 4,63% respectivamente) se puede estimar un mercado potencial del 60,87% del total nacional para el destino Extremadura.

Dado que como señalaba López (2008) el turismo ornitológico en España es todavía una modalidad incipiente, De Juan (2006) propone estimular la demanda nacional a través de la creación de productos de turismo ornitológico generalistas, sencillos o *light*, destinados al consumo del público en general, amante de la naturaleza, pero que no tiene una especialización elevada como el *birdwatcher* especialista.

Para la determinación del perfil del turista ornitológico en Extremadura, Koan Consulting⁷ (2007) contempló un análisis sobre el comportamiento turístico de los socios de SEO/BirdLife con una muestra de 332 socios. De los mismos, el 90% declaraba haber realizado turismo ornitológico alguna vez, el 9,9% se planteaba hacerlo por primera vez y el 49,1% afirmaba haber realizado cinco viajes de este tipo en los dos últimos años. Las CC.AA. más visitadas fueron Castilla y León, Andalucía, Extremadura, Castilla La Mancha, Cataluña, Cantabria y Aragón. De esta muestra, el 81,3% se planteaba visitar Extremadura para la práctica del turismo ornitológico. En cuanto al perfil de estos turistas predispuestos a visitar Extremadura puede afirmarse que se informan mayoritariamente por Internet, y normalmente en combinación con otros medios (folletos, referencias de familiares y amigos, revistas especializadas o SEO/BirdLife). Normalmente planifican su viaje por cuenta propia, sin contratar los servicios de guías especializados. Prefieren viajar con la pareja. La duración mayoritaria del viaje está entre dos y tres noches, realizando la estancia principalmente en primavera y alojándose en casa rural. Este turista potencial visitaría Monfragüe, seguido de La Serena, la Sierra de San Pedro, Sierra Brava y Cáceres.

En cuanto a los mercados internacionales actuales, el principal mercado emisor de turismo ornitológico a España es el Reino Unido, pues representa entre el 85 y el 90% del total de la demanda extranjera de este tipo de turismo. Este país acapara casi la totalidad de acciones promocionales de turismo ornitológico de España en el exterior. Otros mercados emisores regulares de turistas ornitológicos hacia España son Alemania, Holanda o los países nórdicos, aunque en volúmenes muy inferiores. La presencia de España en estos mercados es mínima, lo que hace recomendable incrementar la promoción del producto ornitológico español (De Juan, 2006). En lo que se refiere a los clientes internacionales potenciales para el turismo ornitológico en Extremadura, habría que tener en cuenta los datos proporcionados por SEO/BirdLife sobre sus socios en el mundo (véase Tabla 4).

El Reino Unido, además de ser el principal mercado actual de turismo ornitológico en España, es el principal mercado potencial (32,42%). A escala europea es el mercado más importante, puesto que más de 10 millones de personas están afiliadas a organizaciones dedicadas a la conservación del patrimonio natural, entre las que destaca la Real Socie-

7 No se especifica en el estudio qué proporción de la muestra de estos socios es española o extranjera. En todo caso, como se observa en la Tabla 4, el número de socios extranjeros es pequeño.

Tabla 4
SOCIOS EXTRANJEROS DE SEO/BIRDLIFE

País	Nº socios	%	País	Nº socios	%	País	Nº socios	%
Reino Unido	59	32,42%	Andorra	5	2,75%	Colombia	1	0,55%
Alemania	24	13,19%	Luxemburgo	4	2,20%	Finlandia	1	0,55%
Francia	21	11,54%	Dinamarca	3	1,65%	Grecia	1	0,55%
Portugal	13	7,14%	Irlanda	3	1,65%	Marruecos	1	0,55%
Suiza	12	6,59%	Argentina	2	1,10%	México	1	0,55%
Italia	11	6,04%	Holanda	2	1,10%	Singapur	1	0,55%
Bélgica	7	3,85%	Australia	1	0,55%	Suecia	1	0,55%
EEUU	6	3,30%	Austria	1	0,55%	Uruguay	1	0,55%
						TOTAL	182	100,00%

Fuente: SEO/BirdLife (datos a 25 de marzo de 2010).

dad Protectora de las Aves R.S.P.B. (Fernández *et al.*, 2007), creada en 1889, a la que pertenecen más de un millón de miembros, 170.000 jóvenes y 12.200 voluntarios (véase www.rspb.org.uk). Le siguen Alemania, Francia, Portugal o Suiza, que también demuestran un interés ornitológico por España a la luz de los datos presentados en la Tabla 4. Es destacable el caso de Portugal (7,14%), pues al ser limítrofe con Extremadura, se perfila como un importante mercado potencial internacional. Es interesante también observar los datos que ofrece BirdLife International que posee 2.500.000 socios en el mundo y más de 2.000.000 de niños involucrados en la observación de aves y conservación de la naturaleza. A partir de un análisis de los viajes ofertados por las agencias de viajes británicas especializadas en naturaleza y turismo ornitológico entre 2004 y 2006, Muddeman (2006) destaca que para éstas España es un destino privilegiado (10% de sus ofertas). Ofrecen viajes altamente especializados, donde el 90% están enfocados al avistamiento de aves, siendo Extremadura el segundo destino (21%), antecedido por Andalucía (22,5%), y los Pirineos y Pre-Pirineos (18%) en tercer lugar.

En cuanto al mercado estadounidense, según la *Nacional Survey on Recreation and Environment*, el avistamiento de aves fue la undécima actividad en el grupo de actividades con mayor crecimiento de participantes (frente a las de crecimiento moderado y menos crecimiento) desde 1994/95 hasta 2000/01. En Estados Unidos, en 1994/95 se registraron 52,83 millones de participantes en esta actividad, mientras que en el año 2000/01 fueron 69,26 millones, lo que supone un crecimiento de 16,53 millones en seis años. A la vista de estos datos, entendemos que se puede afirmar que estamos ante un mercado suficientemente grande, con una demanda potencial significativa y con buenas perspectivas de crecimiento en el futuro. Por su parte, la *National Survey of Fishing, Hunting and Wildlife-Associated Recreation* de 2006 estimó en 47,7 millones la cifra de *birdwatchers*, de los que el 88% practicaron esta actividad en sus entornos, y el 12% restante realizaron viajes fuera de su lugar habitual para observar aves. Según Montero (2006) los observadores de aves estadounidenses gastan en productos y servicios relacionados con el disfrute de la naturaleza más de 15.000 millones de dólares al año. La mitad de este gasto se dedica a los viajes de turismo ornitológico (comida, alojamiento, transporte, guías especializados, excursiones programadas, acceso a espacios naturales, etc.) y la otra mitad a equipamientos (binoculares, telescopios, equipos fotográficos, vestuario, guías de campo, mapas, revistas especializadas, etc.).

4.2. Canales de distribución y estrategias de comunicación

Los canales de distribución y las estrategias de comunicación en el sector turístico se suelen plantear de forma vinculada, puesto que en ocasiones pueden llegar a confundirse. En consecuencia hemos optado por abordarlas conjuntamente, si bien hay que apuntar que en el destino de turismo ornitológico Extremadura, están todavía en una situación embrionaria. Fernández *et al.* (2007) afirman que al igual que sucede con el estudio de la demanda, existen carencias de información en cuanto a los canales de comercialización y organización de la actividad, al estructurarse a través de unos cauces muy reducidos y ser mayoritariamente extranjeros.

En términos generales se puede hablar de diversos canales para dar a conocer y comercializar el producto ornitológico. A nivel internacional, en la página web www.birding.com se ofrece información sobre la posibilidad de observar aves en cualquier parte del mundo, así como las empresas existentes que organizan estos *tours*. A nivel nacional, desde 1999 *Spainbirds* (véase www.spainbirds.com) organiza viajes por el territorio nacional para la observación de aves. Algunas de las principales regiones con las que trabajan es Extremadura. En Extremadura, la agencia de viajes Rural Plan (véase www.ruralplan.com) oferta, entre sus diferentes productos turísticos, destinos de turismo ornitológico dentro de la región. Tampoco está especializada en esta tipología, pero el hecho de que incorpore en su oferta estas opciones, es significativo y muestra la posible trayectoria que podrían seguir otras agencias.

Otra opción más directa, sin intermediarios, consiste en contactar directamente con asociaciones de observadores de aves de otros países⁸. A nivel nacional no hay que olvidar a los socios de SEO/BirdLife. El contacto directo permite establecer un vínculo más fuerte, muy beneficioso para poder lograr la fidelización de esos potenciales clientes.

Las centrales de reservas son otra opción para la comercialización. En 2005, en las Jornadas Internacionales de Turismo Ornitológico organizadas por ADICOMT se propuso la creación de una central de reservas para fomentar la práctica de esta modalidad turística⁹. Sería un proyecto novedoso y pionero en Europa que serviría para dar un importante impulso a la práctica del turismo ornitológico, si bien hasta la fecha no existe constancia de la existencia de la misma.

Internet es un importantísimo medio de comercialización para esta modalidad. Las páginas web son una opción muy interesante porque permiten llegar hasta cualquier rincón del planeta, maximizando así las posibilidades de captar clientes potenciales. Si a ello se le añade el bajo coste que supone publicitarse en este medio, ésta puede resultar la opción más acertada¹⁰.

Las revistas especializadas suponen un importante medio de comunicación. Como ejemplos, a nivel internacional se podría citar la revista *World Birdwatch* publicada por BirdLife International. *Bird Times* es otra publicación específica.¹¹

Otro elemento de comunicación son los materiales promocionales. En este apartado se engloban las guías, los folletos, los mapas, etc. que suponen una gran fuente de información sobre zonas, especies, rutas, actividades, empresas dedicadas a esta actividad, etc. Estos materiales son editados tanto por organismos públicos como privados y tienen una gran profusión en las ferias de turismo.

8 Algunos ejemplos serían webs como www.birding.com, www.birdlife.org o www.fatbirder.com.

9 Según la información recogida de una noticia del periódico extremeño «HOY» en Junio de 2005.

10 Como ejemplo podría citarse el sitio de Internet www.iberianwildlife.com, dedicado al turismo de naturaleza y de observación de aves en España y Portugal. Esta asociación fue creada por británicos que llevan un tiempo viviendo en España, y que se encargan de organizar rutas de observación de aves por toda la Península, Baleares y Canarias.

11 Los enlaces a las citadas publicaciones se encuentran en www.birdlife.org/publications/index.html y www.magazine-agent.com-sub.info/bird-times/magazine. Otros ejemplos de revistas ornitológicas que se publican tanto en español como en otros idiomas se pueden encontrar en webs.ono.com/psitacidos/page4.html y www.cinerea.org/publicaciones_ornitologia.htm.

Una de las acciones más interesantes a la hora de comercializar un producto turístico consiste en la celebración de eventos y ferias que acogen a una gran cantidad de entes públicos y privados, y que consiguen reunir consumidores actuales y potenciales de estos servicios.

En Extremadura se celebra desde 2006 la Feria Internacional de Turismo Ornitológico (FIO) en el Parque Nacional de Monfragüe. Dado que es una de las grandes áreas de concentración de aves del planeta y la gran facilidad para el avistamiento de las mismas, se ha generado la creación de este centro de reunión, debate y recreo donde se combina la presencia de especialistas ornitólogos y naturalistas en general, con los representantes del mundo empresarial y de las instituciones implicadas, tanto del medio ambiente, como del turismo. La FIO aspira a convertirse en uno de los más grandes acontecimientos europeos del sector. El certamen, organizado en colaboración con entes y asociaciones ambientales y turísticas, tiene el fin de dar valor y aumentar el turismo sostenible y respetuoso con el medio ambiente. Este evento es de gran utilidad ya que supone una significativa aportación a la divulgación de la ornitología. Es un foro abierto y flexible, un evento interprofesional donde tienen cabida el mundo de la empresa, la naturaleza y las instituciones. La feria comercial cuenta con un área expositiva dedicada a los sectores que están ligados a la actividad del avistamiento de aves (óptica, fotografía, empresas forestales, editoriales, deporte y tiempo libre, didáctica ambiental, turismo, productos y servicios para la preparación de áreas para el *birdwatching* y para recorridos naturalistas, etc.) (véase www.fioextremadura.es).

En Trujillo desde 2004 se vienen celebrando las Jornadas Internacionales de Turismo Ornitológico, con el fin de facilitar la promoción y divulgación de los trabajos realizados en el campo de la ornitología. Estas Jornadas acogen mesas redondas, conferencias y foros de debate que permitan a los ornitólogos de todo el mundo estar en contacto, intercambiando experiencias, consultando dudas, compartiendo conocimientos, etc. Son organizadas por la Asociación para el Desarrollo Integral de la Comarca Miajadas-Trujillo (ADICOMT).

En 2007 con motivo de la celebración de las I Jornadas de Turismo Ornitológico de Plasenzuela (Cáceres) surge la propuesta de crear GEXTTO (Grupo Extremeño de Trabajo Ornitológico). La idea surge de una buena parte de los empresarios del sector del turismo rural de Extremadura, debido a la necesidad de trabajar una serie de aspectos que necesitan ser tratados por todos los actores que intervienen en esta nueva modalidad turística. Esta iniciativa pretende contar con todo aquel que pueda y quiera aportar algo a la evolución de este sector turístico, a la consolidación de la idea de desarrollo rural sostenible y a cualquier otro aspecto que sirva para el desarrollo del medio rural extremeño desde el aprovechamiento de los recursos endógenos. Se invitó a esta asociación a todas las administraciones, a los distintos colectivos de empresarios turísticos, a ONGs, conservacionistas, REDEX, etc. Entre otras actuaciones, se contempla la creación de una web regional específica de turismo ornitológico o la discusión de determinados aspectos de las leyes turístico-medioambientales.

También hay que citar otros eventos en la región como el Maratón Ornitológico 2008¹² organizado por SEO/BirdLife, con el patrocinio de la Consejería de Cultura y Turismo de

12 Noticia del 20/10/2008. Disponible en http://www.regiondigital.com/periodico/caceres_provincia/equipo_tramuntana_birding_team_gana_maraton_ornitologico_seobird_life_celebrado-86250.html.

Tabla 5
FERIAS INTERNACIONALES SOBRE TURISMO ORNITOLÓGICO

	British Birdwatching Fair	Vogelfestival	Vogelfestival	International Po Delta Birdwatching Fair
<i>País</i>	Reino Unido	Holanda	Alemania	Italia
<i>Lugar de celebración</i>	Reserva Natural de Egleton, Rutland Water	Reserva Natural de Oostvaardersplassen	Steinhuder Meer y Lago Kemnade (Valle del Ruhr)	Po Delta Park, Comacchio
<i>Ámbito</i>	Internacional	Internacional	Internacional	Internacional
<i>Mes de celebración</i>	Agosto	Agosto	Agosto- septiembre	Abril-mayo
<i>Carácter</i>	Profesional y público	Público	Profesional y público	Profesional y público
<i>Expositores</i>	Más de 300*	136*	-	190*
<i>Visitantes</i>	20.000*	9.000*	8.000**	15.000*

* Datos relativos a 2007.

** Datos relativos a 2009 en la primera localización.

Fuente: Elaboración propia a partir de la información extraída de *Turismo Extremadura, Memoria 2007*, Turextremadura y web de cada feria (www.birdfair.org.uk, www.vogelfestival.de, www.vogelfestival.nl, www.podelta-birdfair.it)

la Junta de Extremadura, cuya final nacional se celebró en octubre en el Parque Nacional de Monfragüe; o el I Festival de las Aves Ciudad de Cáceres, celebrado en mayo de 2009, en el que participaron más de 2.000 personas (véase www.seo.org), al que se suman las ediciones de 2010 y 2011.

Aparte de la FIO existen otras ferias internacionales que es importante tener en cuenta como son la *British Birdwatching Fair* en el Reino Unido, quizá la de mayor relevancia a nivel internacional, el *Vogelfestival* en Holanda y en Alemania, y la *International Po Delta Birdwatching Fair* en Italia (véase Tabla 5). Además de estas ferias especializadas existen otras ferias de turismo que no se especializan en ninguna tipología concreta, pero que dan cabida a la difusión y promoción de los destinos de turismo de observación de aves.

En cuanto a la actividad promocional relativa al segmento del turismo ornitológico en la región, la Junta de Extremadura a través de Turextremadura ha participado en diversas acciones durante 2007, 2008 y 2009, que han ido reforzando la labor que se lleva a cabo desde 2006. Las acciones se concretan en¹³: (1) presencia en la FIO (asistencia con stand institucional, viajes de familiarización con agentes de viaje y prensa nacional e internacional, y bolsa de contratación para empresas extremeñas del sector turístico), en la *British*

¹³ Información cedida por Turextremadura y también obtenida de *Turismo Extremadura, Memoria 2007*.

Birdwatching Fair (Reino Unido), en el *Vogelfestival* en Holanda¹⁴ y en Alemania, en la *International Po Delta Birdwatching Fair* (Italia), y viaje de prospección y publicidad del destino en el catálogo oficial de la Feria de las Aves de Tarifa; (2) apoyo a tour operadores nacionales e internacionales que ofrecen el producto turismo de naturaleza y/u ornitológico; (3) apoyo a medios, prestando colaboración para la publicación de artículos, reportajes fotográficos, viajes de prensa, etc.; y (4) apoyo a eventos como las Jornadas de Grullas y Aves Invernates, el Maratón Ornitológico o el Festival de las Aves de Cáceres. Es indudable el valor de la labor que desarrolla Turextremadura como tour operador de la región y, específicamente, en el caso del turismo ornitológico.

4.3. Propuestas para el desarrollo y comercialización de Extremadura como destino de turismo ornitológico

Para que Extremadura se constituya como un destino de turismo ornitológico competitivo y de excelencia con respecto a los destinos más consolidados, así como los que previsiblemente surgirán en el futuro, es necesario que exista una acción conjunta de todas las comarcas y localidades de la región. Por ello, desde este trabajo se propone adoptar una actitud más unificada a la hora de desarrollar y comercializar este producto turístico en Extremadura. Por separado las capacidades de cada ente son menores que si se aprovechan las sinergias que se producen al trabajar conjuntamente. La colaboración entre los entes públicos y privados debe dar como fruto la creación de una fuerte imagen de Extremadura como destino de turismo ornitológico.

Una opción muy interesante sería la creación de una empresa pública, privada o mixta, que se encargara de organizar viajes y paquetes de turismo ornitológico, y captar clientes nacionales y extranjeros, a modo de tour operador. También habría que incidir en el desarrollo de las infraestructuras necesarias en la región para realizar la observación de aves, y elaborar el producto turístico, pues el problema actual está en que aunque se dispone del recurso ave, no hay una oferta establecida y consistente, ni una promoción unificada.

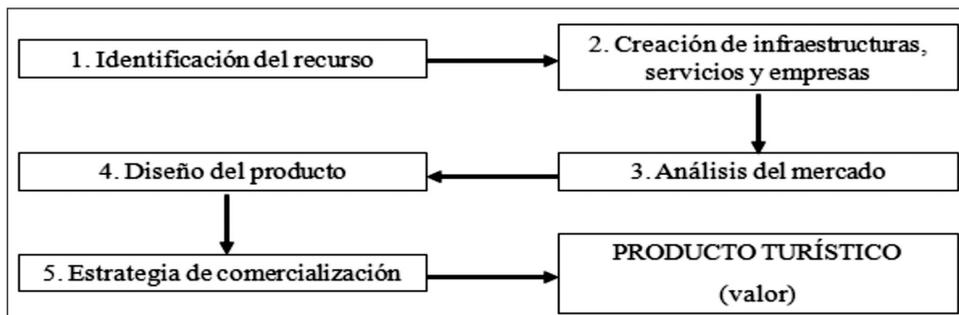
Los pasos que se habrían de seguir a la hora de desarrollar y comercializar un producto de turismo ornitológico, con apoyo en el proceso de desarrollo de nuevos productos turísticos y de investigación de mercados propuestos por Kotler *et al.* (1997) y en la definición de oferta turística de Montaner (2001), son los siguientes (véase Figura 1):

1. Identificación del recurso. En el caso del turismo ornitológico, el recurso ya existe. Lo que se debe hacer es identificarlo, catalogarlo y protegerlo por ser un recurso frágil. Los turistas ornitológicos son personas con grandes conocimientos de la naturaleza y la fauna y muy conservacionistas, por lo que valoran enormemente la autenticidad de los recursos y los destinos, así como la correcta integración del producto en el entorno natural de la zona receptora.
2. Creación de infraestructuras, servicios y empresas. Deben crearse las infraestructuras adecuadas para la observación de aves, así como los servicios y empresas que hagan posible la actividad como los servicios de alojamiento, de restauración, de rutas guiadas u otras actividades complementarias. Es de gran importancia identi-

¹⁴ No se participó en este evento en 2009, posponiendo la participación hasta 2011.

- ficar, señalar y acondicionar las rutas ornitológicas por la región, para disfrutar de una actividad bien organizada y didáctica.
3. **Análisis del mercado.** Hay que analizar el mercado, es decir, hay que estudiar pormenorizadamente su perfil para llevar a cabo el siguiente paso con éxito. Es necesario identificar los tipos de turista ornitológicos catalogados como especialistas o generalistas (Jones y Buckley, 2001), estudiando sus características particulares según sean nacionales o extranjeros (véase Tabla 2) y atendiendo a sus comportamientos específicos (De Juan, 2006). Se trata de estudiar tanto el mercado nacional como internacional, actual y potencial, a los que dirigir las acciones de comercialización del producto diseñado. Fernández *et al.* (2007) proponen una serie de acciones estratégicas para implementar en los segmentos detectados y denominados mirlos blancos, grises y negros (véase Tabla 6).
 4. **Diseño del producto.** En función del análisis anterior, se deben crear productos que sean de interés para esa demanda potencial que se desea atraer y para fidelizar a la demanda actual y potencial. De ahí la importancia de conocer el perfil de los turistas ornitológicos, pues sólo de esa forma se puede crear un producto adaptado a sus necesidades, gustos, preferencias. Sería interesante el desarrollo y comercialización de paquetes turísticos que incluyan 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.
 5. **Estrategia de comercialización.** El paso final es la comercialización del producto creado. La asistencia a ferias como la FIO en destino, o en los lugares de origen del turista como la *British Birdwatching Fair* en el Reino Unido, es una opción muy interesante, ya que a este tipo de eventos siempre acude una demanda muy especializada y con intereses reales, además de agentes públicos y privados implicados en la actividad. También es importante contactar con empresas ya establecidas, y

Figura 1
PASOS PARA COMERCIALIZAR Y DESARROLLAR UN PRODUCTO DE TURISMO ORNITOLÓGICO



Fuente: Elaboración propia a partir de Kotler *et al.* (1997) y Montaner (2001)

Tabla 6
OPCIONES ESTRATÉGICAS POR SEGMENTOS

Segmentos	Definición	Opciones estratégicas
Mirlos blancos	Clientes que únicamente desean ver aves	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar su número mejorando los canales de captación en los mercados tradicionales o penetrando en nuevos mercados. • Incrementar el nivel de contratación de guías y servicios locales.
Mirlos grises	Aficionados interesados por la ornitología y otros aspectos de la naturaleza	<ul style="list-style-type: none"> • Introducirlos en canales de comercialización especializados, incrementando el nivel de gasto real. • Incrementar su número de viajes/año y el número de días de estancia por viaje con la oferta de productos específicos.
Mirlos negros	Usuarios que visitan espacios naturales protegidos.	<ul style="list-style-type: none"> • Ofertarles en cada espacio natural productos adaptados a su nivel de conocimientos, disposición de gasto y de tiempo. • Facilitarles la profundización en la materia, fidelizándolos en la actividad para futuros viajes.

Fuente: Adaptado de Fernández *et al.* (2007).

que se dediquen a la organización de rutas de turismo ornitológico colaborando con ellas, y con las diferentes asociaciones de observadores de aves que hay en España y en el extranjero para captar esa clientela potencial. No se debe olvidar la importancia de la promoción en el proceso de comercialización. La difusión de este producto en páginas web tanto de carácter nacional como internacional, en revistas y en ferias nacionales e internacionales es decisiva a la hora de mostrar Extremadura al mundo y posicionarla como un excepcional destino de turismo ornitológico.

Por tanto, una vez que se cuente con un recurso catalogado e identificado, con unas rutas señalizadas y bien acondicionadas, así como infraestructuras y servicios turísticos, la existencia de una empresa pública, privada o mixta que se encargue de la organización de estos viajes y su comercialización, el resultado, siguiendo los pasos propuestos, puede ser un producto turístico atractivo con una gran capacidad de atracción de esta demanda. Sin embargo no hay que olvidar la importancia de agregar valor añadido al producto, que sea capaz de motivar y fidelizar a los clientes actuales y potenciales.

Además de una adecuada comercialización del producto ornitológico para la captación de estos turistas, también será importante su fidelización, pues hay que conseguir una base de

clientes fieles que garanticen una oferta de servicios ornitológicos que perdure en el tiempo y que permita la generación de ingresos para la zona de un modo sostenible. En términos generales se proponen dos tipos de estrategias para fidelizar a estos turistas: una para clientes existentes y otra para clientes potenciales. Un requisito indispensable para la creación del producto y mantener a estos turistas fieles en el tiempo es la garantía de un entorno limpio y conservado, sin alteraciones artificiales y bien señalizado y acondicionado. La creación y potenciación de ferias especializadas como la FIO y otros eventos relacionados también se perfila como una acción para la fidelización de clientes, pues además de reforzar la imagen del destino, puede servir para obtener datos de los asistentes para la construcción de una base de datos de clientes potenciales con los que realizar acciones de captación y fidelización. La elaboración de materiales divulgativos diversos también es fundamental. Se podría editar un cuaderno/álbum con las aves extremeñas para que los turistas ornitólogos recorran la región en su busca, tachándolas cuando hayan sido observadas. La difusión de *mailings* personalizados para asociaciones y ornitólogos independientes que practiquen esta modalidad es una herramienta fundamental para fidelizar. Quizá la actividad más importante para la fidelización de estos clientes es la creación de productos totalmente especializados a las necesidades de cada tipo de turista ornitológico¹⁵: niños, para los cuales podrían organizarse campamentos para la observación de aves; personas que quieren iniciarse con la oferta de actividades de iniciación; turistas ornitológicos no expertos que ya cuentan con conocimientos previos y quieren progresar; y turistas ornitológicos expertos con un producto mucho más especializado. Estos productos permitirían acompañar al turista en su evolución desde niño hasta experto, fidelizándolo durante toda su vida.

Es necesario también medir la eficacia de las acciones de promoción, captación y retención de clientes, para lo que se debe contar con un sistema de información de marketing que permita observar variables como cuántos turistas ornitológicos visitan Extremadura, con qué frecuencia, su procedencia, sus expectativas, su grado de satisfacción o su índice de repetición y/o de recomendación. Una forma de obtener esta información es a través de encuestas en los puntos de contacto con estos turistas como ferias y eventos relacionados con el turismo ornitológico en Extremadura, o en los microdestinos de la región a través puntos de información o empresas turísticas.

Una forma de crear valor en el destino es la apuesta por una mayor profesionalidad de los servicios. Como se ha citado anteriormente, existe una fuerte carencia de guías profesionales tanto a nivel regional como nacional. Por eso, se propone el desarrollo de actividades y centros de formación para guías de turismo ornitológico, para ofrecer al cliente actual y potencial un servicio más profesional. En Extremadura ya se han dado iniciativas de este tipo promovidas por el Servicio Extremeño Público de Empleo (SEXPE) para formar guías especializados, enfocadas a empresarios y otros trabajadores del sector turístico¹⁶. A nivel nacional, hay que citar la relevancia del Proyecto Red Europea de Turismo

15 Esta segmentación previa del mercado que se expone está basada en el propio trabajo de investigación, si bien una vez que exista una base de datos real con clientes de turismo ornitológico estos segmentos pueden variar.

16 Una noticia publicada en el diario regional HOY el sábado 9 de septiembre de 2006 da cuenta de estos cursos. En 2007 se llevó a cabo otra iniciativa similar en Torreorgaz (Cáceres) impartida por el experto ornitólogo Fernando Yuste, ambas iniciativas promovidas por el SEXPE.

Ornitológico (RETO), financiado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, en colaboración con la Iniciativa Comunitaria Leader+. Entre las zonas de estudio y grupos de desarrollo local incluidos en el Proyecto se encuentran Campiña Sur, La Serena, Tajo-Salor-Almonte y Valle del Alagón, pertenecientes a la región extremeña. Su objetivo general se centra en «la realización de una red de turismo ornitológico bajo tres consignas: Medio Ambiente, Turismo y Nuevas Tecnologías, cuya ambición es llegar al máximo número de actores, con la conservación y aprovechamiento de los recursos, de su paisaje y paisanaje». Así, este proyecto se propone incentivar tanto a instituciones públicas como privadas para que apuesten por un turismo rural de calidad, aprovechando los recursos naturales e infraestructuras existentes, junto a las nuevas tecnologías, para desarrollar este nicho de mercado en las comarcas. Entre sus actuaciones comunes se encuentran un plan de comunicación, acciones de sensibilización medioambiental, un aula de la naturaleza, jornadas de voluntariado o cursos de formación medioambiental. En lo referente a turismo se ha proyectado elaborar una estrategia de desarrollo turístico, estudiar e implementar sistemas de gestión turística y realizar acciones de formación en el sector. La red informática Migranet proporciona el seguimiento del proyecto (véase www.retoeurope.com). Se pueden consultar sus resultados en el artículo de Fernández *et al.* (2007).

5. CONCLUSIONES Y REFLEXIONES FINALES

Como conclusiones finales, apuntar que la apuesta por la creación de una oferta estable y seria enfocada al turismo ornitológico es una opción razonable e interesante de cara al futuro. El turismo ornitológico es una actividad con buenas perspectivas de crecimiento, que genera unos ingresos plausibles y que además es compatible con el mantenimiento y conservación del patrimonio natural de la región extremeña.

Desde una perspectiva de marketing, se podría diseñar una estrategia de desarrollo y comercialización del turismo ornitológico en Extremadura tomando como apoyo las variables operativas del marketing, popularmente conocidas como 4Ps. En cuanto al producto, Extremadura posee los elementos necesarios para la puesta en marcha de esta actividad: un recurso ave de interés, un entorno natural cuidado, atractivo y diferente según las zonas, así como una oferta especializada incipiente, pero en crecimiento, y una oferta complementaria de gran valor. A continuación lo que se hace palpable es la necesidad de organizar la oferta, apostando por la colaboración entre los agentes relacionados con el producto ornitológico. Una vez confeccionado el producto, es necesario otorgarle un precio adecuado en función de los parámetros clásicos (costes, competencia y demanda). La distribución y la comunicación de esta oferta tan especializada habría de seguir las recomendaciones y los cauces señalados en el punto 4.2. Se trata, por tanto, de dar los pasos analizados en la Figura 1, tratando de desarrollar esta oferta y comercializar este destino a nivel nacional e internacional, procurando conseguir un posicionamiento fuerte en este mercado tan especializado. Un elemento estratégico para este fin es la consolidación de la FIO, cómo herramienta útil en el ámbito de la promoción que debería centrarse en la captación tanto en los mercados nacionales como internacionales.

Como propuesta concreta, este trabajo plantea la creación de una empresa pública, privada o mixta que se encargue de organizar paquetes de turismo ornitológico en Extre-

madura, lo cual se presume acertado dado que muchos de los *birdwatchers*, especialmente los de procedencia extranjera, prefieren contratar sus viajes con intermediarios.

En resumen, señalar que parece evidente que el turismo ornitológico es una realidad, y que cada día hay más gente que se ha percatado de su atractivo como actividad en contacto con la naturaleza. La cuestión será actuar, sabiendo que Extremadura cuenta con el recurso y los servicios turísticos necesarios para la creación de una oferta seria, competitiva, sostenible y perdurable en el tiempo.

Una de las limitaciones que se ha encontrado este trabajo es que al ser una modalidad todavía incipiente y en pleno desarrollo tanto en Extremadura como a nivel nacional, existen pocos estudios e información relacionada con el tema. Para la elaboración de este trabajo se ha tenido en cuenta la escasa información disponible (Internet, guías turísticas, materiales promocionales, etc.), algunos artículos académicos surgidos en revistas, así como conferencias en cursos, jornadas y congresos. También se ha tenido acceso al estudio realizado por Koan Consulting (2007) encargado por la SGT sobre la demanda de turismo ornitológico en Extremadura, al parecer, el único estudio realizado en este ámbito a nivel nacional con carácter oficial. Destacar que la literatura científica todavía no ha hecho demasiado hincapié en este tipo de turismo. La falta de investigación en este campo dificulta el conocimiento de esta modalidad turística, lo que obstaculiza también la creación de un producto de calidad y adaptado a las exigencias de esta demanda tan especializada y su posterior comercialización. Ante esta barrera, desde este trabajo se quiere apostar por una mayor investigación en el turismo ornitológico, que desemboque en un mayor conocimiento y en concreto, en Extremadura, información que habrán de tratar tanto agentes públicos como privados en la creación de una estrategia conjunta, que repercuta en la creación de un destino de turismo ornitológico de excelencia.

6. BIBLIOGRAFÍA

- ADICOMT (2006): *Tu destino ornitológico en el corazón de Extremadura, Información sobre alojamientos y otros servicios en la Comarca Miajadas-Trujillo en Extremadura para el sector del Turismo Ornitológico*, ADICOMT.
- ASISTENCIAS TÉCNICAS CLAVE, S.L. (2007): *Turismo ornitológico en espacios naturales: una apuesta de futuro*, conferencia presentada en la «I Jornada Internacional sobre espacios naturales protegidos en el Bajo Guadalquivir: una apuesta por el ecoturismo» en Lebrija el 26 de junio de 2007.
- BLANCO, R. (2006): *Turismo ornitológico*, conferencia pronunciada en el Curso «Ecoturismo. El turismo ¿una herramienta para conservar?», La Casa Encendida, Obra Social Cajamadrid, Madrid, febrero de 2006.
- CAMPÓN, A.M. (2007): *Cáceres como destino de turismo rural en mercados internacionales*, Cámara Oficial de Comercio e Industria de Cáceres, Cáceres.
- CARDALLIAGUET, M.; PRIETA, J. (2006): *Aves de Extremadura, Guía de las especies más buscadas para su observación*, SEO/BirdLife, Patronato de Turismo, Artesanía y Cultura Tradicional de la Diputación Provincial de Cáceres, Patronato de Turismo de la Diputación Provincial de Badajoz.

- DE JUAN, J.M. (2006): «El turismo ornitológico: concepto y mercados. Referencias al destino Extremadura», *Estudios Turísticos*, nº 169-170, pp. 165-182.
- FERNÁNDEZ, A.; DE CEBALLOS, B.; CARMONA, J.M.; MAYNAR, M. (2007): «El turismo ornitológico en España como modalidad emergente. Organización interna de la actividad y caracterización de la demanda», *Papers de Turisme*, nº 42, pp. 41-56.
- FOREST SERVICE, NOAA, U., GEORGIA AND U. TENN (2005): *National Survey on Recreation & the Environment: A Partnership, Planning for the Eighth National Recreation Survey*. Disponible en www.srs.fs.usda.gov/trends/Nsre/NSRE200562303.pdf.
- HERNÁNDEZ, J.M.; CAMPÓN, A.M. (2006): «Identificación y análisis exploratorio del atractivo de los principales mercados potenciales para el turismo rural en Extremadura», en Hernández, R.; Postigo, M.V. (eds.), *Competencia sin fronteras, La empresa familiar*, Ediciones La Coria, pp. 407-422.
- HOLGADO, R. (2008): «Breve guía de lugares para ver aves», *Revista Imagen de Extremadura*, nº 9, junio-julio 2008, pp. 12-15.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE) (2008): *Encuesta de Ocupación en Alojamientos de Turismo Rural 2008*. Disponible en www.ine.es.
- JONES, D.N.; BUCKLEY, R. (2001): *Birdwatching tourism in Australia*, CRC Sustainable Tourism, Wildlife Tourism Reserach Report Series, Status Assessment of Wildlife Tourism in Australia Series, N° 10.
- JUNTA DE EXTREMADURA (2006): *Plan Estratégico de Turismo de Naturaleza*, Junta de Extremadura, Consejería de Economía y Trabajo.
- KOAN CONSULTING S.L. TURISMO, AMBIENTE Y DESARROLLO (2007): *Estudio de demanda de turismo ornitológico en Extremadura*, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Secretaría de Estado de Turismo y Comercio, Secretaría General de Turismo, Madrid.
- KOTLER, P.; BOWEN, J.; MAKENS, J. (1997), *Mercadotecnia para hotelería y turismo*, Prentice Hall, México.
- LÓPEZ, J. (2008): «El turismo ornitológico en el marco del postfordismo, una aproximación teórico-conceptual», *Cuadernos de Turismo*, nº 21, pp. 85-111.
- MAYNAR, M. (2007): *El birdwatching: alternativa complementaria del turismo rural y como nueva oportunidad al mundo rural*. Disponible en: <http://www.naturtorote.com>.
- MAYNAR, M. (2008): *Destinos de turismo ornitológico*. Disponible en: <http://www.sepinum.com/blog/category/turismo-ornitologico>.
- MONTANER (2001), *Estructura del mercado turístico*, Editorial Síntesis, Madrid.
- MONTERO, J.A. (2006): *Reflexiones sobre el turismo ornitológico en España*, conferencia pronunciada en el Curso «Ecoturismo. El turismo ¿una herramienta para conservar?», La Casa Encendida, Obra Social Cajamadrid, Madrid, febrero de 2006.
- MUDDAMAN, J.L. (2006), Un resumen de los viajes organizados a España por las empresas británicas de ecoturismo y ¿por qué este mercado no funciona para las empresas españolas?, conferencia pronunciada en el Curso «Ecoturismo. El turismo ¿una herramienta para conservar?», La Casa Encendida, Obra Social Cajamadrid, Madrid, febrero de 2006.

- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT) (2002), *El mercado español del ecoturismo, informe especial*, Madrid.
- PRIETO, J.P. (coord.) (2009): *Rutas Ornitológicas por Extremadura*, Junta de Extremadura, Consejería de Cultura y Turismo.
- RED EXTREMEÑA DE DESARROLLO RURAL (REDEX) (2007): *24 puntos para observar aves en Extremadura*, REDEX y Junta de Extremadura, Consejería de Industria, Energía y Medio Ambiente.
- RENGIFO, J.I. (2010): «Turismo ornitológico y espacios protegidos: el caso de Extremadura», en *Retos para el Turismo Español. Cambio de paradigma*, XIV Congreso de AECIT, Oviedo, pp. 521-532.
- SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO (SGT) (2004): *El Turismo de Naturaleza en España y su Plan de Impulso*, Secretaría General de Turismo, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- SPAINBIRDS (2006): *El turismo ornitológico en España, la experiencia de Spainbirds 2000-2006*, conferencia pronunciada en el Curso «Ecoturismo. El turismo ¿una herramienta para conservar?», La Casa Encendida, Obra Social Cajamadrid, Madrid, febrero de 2006.
- TUREXTREMADURA (2007): *Turismo Extremadura, Memoria 2007*, Junta de Extremadura, Consejería de Cultura y Turismo. Disponible en: turiex.com/memoria07/Turiex2007.pdf.
- U.S. FISH & WILDLIFE SERVICE (2006): *National Survey of Fishing, Hunting, and Wildlife-Associated Recreation*. Disponible en <http://www.census.gov/prod/2008pubs/fhw06-nat.pdf>.
- VALDÉS, I. (2008): «Extremadura: paraíso para las aves», *El Periódico Extremadura*, 7 de septiembre de 2008, pp. 12-13.

