

EL TURISMO ORNITOLÓGICO: CONCEPTO Y MERCADOS. REFERENCIAS AL DESTINO EXTREMADURA

José María de Juan Alonso*

Resumen: El presente trabajo consiste en una presentación del concepto del turismo ornitológico, en el marco del turismo de naturaleza, y de las principales características de su oferta y del perfil de su demanda. Se exponen así mismo las distintas modalidades en las que el turismo ornitológico se puede presentar al mercado. Se pasa también repaso a algunos de los principales destinos del turismo ornitológico en el mundo, en España y en Extremadura. Las necesidades de planificación del turismo ornitológico así como de profesionales especializados y de unos canales de promoción y comercialización específicos son objeto de este artículo.

Abstract: The present article contains a presentation of the birdwatching main concepts, as to the principal characteristics of its offer and of its demand profile. Also are exposed the different kinds of birdwatching products present in the tourism market. The main destinations of birdwatching all over the world, in Spain and in Extremadura are described. The planning needs of ornithological tourism, as to the need of very specialized professionals, are in the core of the article, related to the specialized promotion and distribution channels used by the birdwatching tourism guides and operators.

I. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, el turismo ornitológico se ha convertido en un producto de especialidad y referencia en el marco del turismo de naturaleza en España. No es casualidad que este aumento se haya producido en unos años de aumento generalizado de la protección de los espacios naturales bajo figuras jurídicas diversas, de la sensibilidad social hacia la conservación de la naturaleza, y del aumento del interés público hacia las especies protegidas.

La mayor sensibilidad de la sociedad hacia el medio ambiente en general y hacia los espacios naturales y rurales en particular,

favorece que determinadas especies animales endémicas (lince, oso, lobo) y un buen número de aves se hayan convertido en objeto de deseo y motivación para viajar, conocerlas y observarlas, especialmente para un sector sustancial de la demanda extranjera, más familiarizada con este tipo de prácticas en determinados países de la Europa más desarrollada.

En todo caso, parece ser que en España se están creando recientemente demasiadas expectativas a corto plazo en torno al turismo ornitológico, especialmente en destinos de interior emergentes, y es necesario tener claros todos sus condicionantes y posibilidades. El turismo ornitológico puede ser

* Socio director de Koan Consulting. Presidente de la Sociedad Española de Ecoturismo. Profesor de la Escuela de Turismo de la Universidad de Valladolid (Campus de Segovia). Profesor de Ecoturismo en la Diplomatura en Turismo de la UOC-Universitat Oberta de Catalunya. josemadejuan@yahoo.es.

claramente un factor de desarrollo y de dinamización del territorio, como se puede comprobar fácilmente en el entorno de Monfragüe o en Doñana, pero no hay que olvidar en ningún caso que se trata de un producto minoritario y especializado; practicado por un público muy exigente con la calidad de los servicios que recibe, con la calidad ambiental del entorno y con la calidad de la interpretación del patrimonio natural que constituye la base de su experiencia turística.

II. LA GENERACIÓN Y OPORTUNIDAD DE UN DESTINO DE TURISMO ORNITOLÓGICO

El hecho de que exista una demanda muy amplia de birdwatchers, y que ésta haya generado una industria turística muy potente, aunque minoritaria en el conjunto del mercado turístico mundial, no quiere decir que todos los destinos que cuentan con aves entre sus recursos puedan convertirse en destinos de turismo ornitológico.

La cantidad de aves presentes en un destino, sus especies, sus tiempos de estancia o paso, influyen sobremanera en que el destino pueda ser competitivo o no, y pueda ser incluido en alguna ruta o catálogo de turismo ornitológico; si no se da esa condición de atractivo y de competitividad en cuanto a las especies, no tendrá normalmente ningún sentido insistir en la creación de oferta cualificada en turismo ornitológico en el área.

Tampoco hay que olvidar que su estacionalidad es muy fuerte, por ejemplo debido a

las migraciones de las aves, y ello influye de forma directa en la estabilidad de la oferta y de los empleos generados en torno a ella.

Por ello conviene consultar a expertos antes de desarrollar cualquier iniciativa en este terreno, o a algunos de los muchos operadores especializados radicados en España, alguno desde hace más de diez años.

Es cierto también que el turismo ornitológico juega con relativa ventaja sobre otras formas de turismo en la naturaleza a la hora de su implantación en los destinos aún emergentes, como es el caso de España. Ello es así ya que esta modalidad de turismo no sólo tiene la gran implantación social y cultural en algunos países a los que hacemos referencia en este artículo, sino que también tiene en ellos también una gran capacidad emisora instalada, con abundantes tour operadores especializados únicamente en esta forma de turismo, o con departamentos importantes específicos de birdwatching dentro de otros operadores dedicados de forma genérica al turismo de naturaleza, aventura, destinos exóticos y turismo activo.

Esta gran capacidad instalada envía turistas ornitológicos hacia destinos de birdwatching de todo el mundo: Costa Rica, México, Perú, Trinidad y Tobago, Brasil, Venezuela, etc.

El aprovechamiento de esta gran capacidad operativa y comercial, que ya lleva varias décadas en funcionamiento, permite colocar en el mercado productos de calidad en un plazo relativamente corto, si se toman las medidas promocionales y comerciales adecuadas; y sobre todo si se convence al

operador de la bondad y alto nivel de calidades del producto.

III. EL MERCADO DE TURISMO ORNITOLÓGICO HACIA ESPAÑA

También es cierto que estos operadores necesitan ofertas continuamente con productos consolidados y que ya funcionen bien en el mercado desde hace tiempo, como los productos clásicos de Doñana, Monfragüe y el Estrecho de Gibraltar, por ejemplo; pero también necesitan incorporar de vez en cuando nuevos destinos y productos a sus catálogos. Algún operador extranjero consultado alega que no tiene en estos momentos España programada en sus catálogos porque ya ha vendido todo lo que podría vender en este destino y que sólo puede funcionar sobre demanda con él, hasta que aparezcan nuevos microdestinos.

También en este mismo sentido, y en opinión de los especialistas, existe ya una cierta saturación del mercado británico hacia los destinos tradicionales de turismo ornitológico en España. Ello es tanto más importante cuanto que el mercado británico representa entre el 85 y el 90 % del total del turismo ornitológico extranjero hacia España, manejado por unas dos docenas de operadores especializados.

El gran dinamismo que presenta el subsector del turismo ornitológico en algunos mercados emisores, como el citado mercado británico, permite aprovechar muy bien la coyuntura para posicionar nuevos microdestinos de turismo ornitológico en España.

A ello se unen favorablemente determinados factores tanto estructurales como coyunturales. No es necesario insistir en la potente estructura receptiva turística de España, pero por ejemplo la irrupción en el mercado de las aerolíneas de bajo coste favorece la preparación y puesta en el mercado de productos de turismo ornitológico a precios muy competitivos. Además, la extensión de estas líneas y aeropuertos regionales, descentralizados, pequeños y alternativos, muchos de ellos en los espacios interiores, también acerca sensiblemente los destinos potenciales y actuales de turismo ornitológico a los mercados emisores internacionales, que en estos momentos representan la práctica totalidad del turismo ornitológico en España.

En este contexto, el enorme aumento de los vuelos intereuropeos, generado en los últimos años, tanto por esta causa como por otras, como la pérdida de confianza en la seguridad en los vuelos de larga distancia, puede beneficiar notablemente al turismo ornitológico en España si se desarrolla una verdadera capacidad productiva en un mercado cercano y seguro.

IV. TIPOLOGÍA DE LAS ACTIVIDADES DE OBSERVACIÓN DE AVES

La actividad de observación de aves se puede enfocar con muy distintos grados de intensidad, y está claro que puede consistir o no en un producto turístico. De lo que no cabe duda es de que hay una relación muy estrecha entre la práctica de la observación

de aves como actividad genérica de ocio, y la generación de productos turísticos y de ocio organizado en torno a ella.

Los turistas ornitológicos o birdwatchers necesitan de entornos de gran calidad ambiental y paisajística, generalmente protegidos con figuras estrictas, ya que en ellos se debe asegurar al máximo posible la presencia de las especies deseadas. También es frecuente que se trate de espacios privados, en los que el propietario de los terrenos puede garantizar la conservación del ambiente, y en gran medida la presencia de las especies, como es el caso de la finca Veta La Palma en Doñana.

En los países con mayor tradición en el turismo ornitológico, como es el Reino Unido, las sociedades ornitológicas son propietarias de grandes extensiones de terrenos favoritos de las aves, especialmente zonas húmedas amenazadas, que compran con frecuencia para salvarlas como espacios destinados al birdwatching, instalando en ellas pasarelas, hides y observatorios, y convirtiéndolas en verdaderos santuarios de las aves.

No cabe duda tampoco de que es necesario considerar y combinar en los destinos o las áreas, las actividades de birdwatching especializado, que son muy minoritarias y estacionales, con otras actividades menos estacionales dentro del turismo de naturaleza y la educación ambiental, que permiten garantizar cierta estabilidad en las empresas y la especialización y dedicación exclusiva de los guías a este tipo de actividad. Ya hemos apuntado que la elevada estacionalidad es uno de los peligros para la implantación

firme de las actividades de turismo ornitológico y a fijación de estructuras empresariales en torno a ella.

También hay que tener en cuenta que el desarrollo de actividades privadas de conservación de aves y de sus hábitats es infinitamente más limitado en España, y los mejores hábitats de conservación de aves se encuentran en los espacios naturales protegidos o en su entorno.

V. LA CONSERVACIÓN Y EL TURISMO ORNITOLÓGICO

Como en todo el turismo de naturaleza en general, la existencia del recurso aves es muy frágil y sensible a fenómenos biológicos y climatológicos, migraciones, ciclos reproductivos, etc., así como a cualquier agresión a sus hábitats. En este caso como en ningún otro, de la conservación del recurso y de todos los factores de su entorno depende directamente la existencia o no de este tipo de turismo. De ahí que sea en él muy difícil separar, a la hora de su planificación y desarrollo, los condicionantes ambientales de los condicionantes propiamente turísticos.

En esta forma de turismo como casi en ninguna otra, la planificación de las actividades turísticas depende directamente de la gestión ambiental y la planificación de las visitas y del uso público en el espacio protegido.

Por todo ello una de las primera cuestiones a realizar a la hora de evaluar si un lugar es un potencial destino especializado en

turismo ornitológico, es conocer la cantidad y diversidad de especies que existen en un área determinada, así como sus posibilidades y facilidades para ser observadas: accesos, caminerías, puntos de observación, etc., así como implementar, en caso necesario, miradores artificiales y otro tipo de facilidades (*hides* o escondites, instrumentos ópticos de apoyo a la observación, etc.) para facilitar el disfrute de los birdwatchers, molestando lo menos posible a las especies observadas. También será importante estudiar su evolución y previsiones en cuanto a conservación.

Con independencia de la protección y disponibilidad de aves, la protección de los paisajes ornitológicos es fundamental para que los microdestinos de turismo ornitológico tengan una buena imagen pública. La adecuación de estos paisajes a las visitas, la creación de rutas de observación definidas para distintos niveles de público, la implantación de señalización informativa y de señalización interpretativa, la definición de zonas restringidas, la instalación de centros de interpretación donde convenga... son sólo algunas de las medidas más evidentes que hay que tomar para empezar el proceso de reconversión de un territorio en un destino de turismo ornitológico.

Evidentemente, en todas estas iniciativas hay que tener en cuenta la compatibilidad del turismo de observación de aves con otras formas de turismo en el espacio rural y natural. La observación de aves necesita del mayor silencio y tranquilidad posibles, por lo que no es compatible en un espacio de pequeña dimensión con formas de turismo masivas o ruidosas (senderismo en

grandes grupos, deportes de riesgo y aventura en la naturaleza, deportes a motor en el medio rural y natural, caza, actividades paracinegéticas, etc.).

VI. ESPAÑA EN EL MERCADO DE TURISMO ORNITOLÓGICO

Tampoco cabe duda de que el turismo ornitológico en España está aún muy poco explotado, en relación a sus potencialidades relativas a la gran cantidad y diversidad de especies de aves que existen en España. En este momento, son mayoría las Comunidades Autónomas embarcadas de una u otra manera en la potenciación de este tipo de turismo, aunque son claramente Extremadura y Andalucía las que tienen ya una representación notable en cantidad y calidad de productos en el mercado, así como una presencia internacional habitual en los eventos especializados de turismo ornitológico.

Es esperable y deseable que en un plazo de tiempo relativamente corto otra serie de destinos españoles empiecen a ser habituales en las ferias y eventos de turismo ornitológico nacionales e internacionales, para evitar esa saturación de la oferta hacia los destinos tradicionales a la que hemos hecho referencia.

El proyecto RETO, Red Española de Turismo Ornitológico, es uno de los varios ejemplos de potenciación del turismo ornitológico que están en marcha en España en este momento, de momento en fase de estudio de los recursos y de creación de la red productiva, en espacios tanto tradicionales

como novedosos. También se puede citar a este respecto el Proyecto TRINO, en Castilla y León; y otras muchas iniciativas menores de creación de redes y clusters de turismo ornitológico, como la que se desarrolla en este momento en la Comarca de Cazorla, en el ámbito del Parque Natural de las Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas.

VII. LOS MERCADOS EMISORES DE TURISMO ORNITOLÓGICO. EL CASO PARTICULAR DEL MERCADO BRITÁNICO

El ejemplo más notable entre los mercados emisores cercanos a España es el del Reino Unido, en el que existe una costumbre y cultura social muy extendida de la observación de aves. Esta cultura, con cifras millonarias de afiliados a la RSPB-Real Sociedad para la Protección de las Aves, conduce a que el Reino Unido sea en este momento el mayor generador de viajes de turismo ornitológico a España. También es un emisor fundamental para los destinos ornitológicos del resto del mundo, junto a otros países como Estados Unidos y Canadá.

El *birdwatching* es una actividad muy tradicional y socialmente extendida a todas las capas sociales en el mundo anglosajón. De hecho el Reino Unido es el mercado más deseado inicialmente en todas las acciones promocionales del turismo ornitológico de España hacia el exterior, y el que concentra en este momento la mayor parte de las acciones promocionales, a pesar de la citada saturación relativa. En todo caso, se trata fundamentalmente de un emisor de turismo

ornitológico muy especializado; aunque sería recomendable que se fuesen incorporando poco a poco en el mercado español productos complementarios de turismo ornitológico para los turistas extranjeros de naturaleza no especializados, como ya ocurre en el turismo de observación de cetáceos en las Islas Canarias, por ejemplo.

Hay que tener en cuenta aquí, desde el punto de vista mediático y promocional, que el posicionamiento de microdestinos como especializados en turismo ornitológico favorece su extensión a otras formas de turismo de naturaleza, y viceversa. Además, una vez que está creada la estructura productiva, ésta se puede rentabilizar mejor operando varios productos compatibles (aves, cetáceos, mamíferos, reptiles) como se hace en los grandes destinos ecoturísticos de América Latina.

Otros mercados: Alemania, Holanda, países nórdicos, son también emisores regulares de turismo ornitológico hacia España, aunque en un volumen muy inferior. La presencia promocional española es mínima en tales mercados y, aunque la capacidad receptiva no es aún muy grande, sería conveniente ir posicionando en ellos al destino España como un futuro referente en turismo ornitológico en Europa; ya que la abundancia de aves y su diversidad así lo aconseja. Esta circunstancia hace recomendable la presencia intensiva en estos mercados: en sus ferias especializadas en turismo ornitológico y de naturaleza, en sus revistas, en sus clubs ornitológicos, según se vayan desarrollando los nuevos productos y se vayan consolidando los destinos actuales más competitivos, ya citados.

En cambio, el mercado interior de turismo ornitológico en España es aún muy escaso y está mayoritariamente ligado a clubes naturalistas, ONG dedicadas a la protección de las aves, y a actividades científicas y académicas. No hay en España una tradición social arraigada de conocimiento y observación de la naturaleza en general y ello afecta mucho más sensiblemente a un sector tan especializado; aunque en las últimas dos décadas, el esfuerzo promocional de los espacios naturales protegidos, entre otros factores, ha creado en el gran público una tendencia creciente de visita a estos espacios, y naturalmente el turismo ornitológico se ve y se verá reforzado por ello.

VIII. LA ESTRUCTURA PRODUCTIVA: TURISMO DE NATURALEZA Y TURISMO ORNITOLÓGICO

Podemos decir que ya existe una estructura básica de turismo de naturaleza en los ENP (guías, rutas, centros, señalización, observatorios, senderos, materiales) que puede irse adaptando con relativa facilidad al turismo ornitológico, especialmente al doméstico y menos especializado.

La presencia de esta modalidad turística empieza a hacerse habitual en ferias y eventos turísticos sólo desde hace muy poco tiempo.

En las ferias turísticas genéricas, incluso en las dedicadas al turismo rural e interior, la presencia del turismo ornitológico es anecdótica y muy poco visible hasta la fecha, salvo casos específicos como el que se

refiere más adelante a Extremadura, que ha comenzado a acudir con un stand complementario especializado en turismo ornitológico.

Es claro que hacer crecer a la demanda externa va a requerir de un gran esfuerzo formativo, productivo y promocional; y la demanda interna es aún mínima, dispersa y no identificada.

Ante estas circunstancias, y mientras se insiste en mejorar la captación de flujos de turistas ornitológicos extranjeros, sería también conveniente estimular la demanda interna por medio de la creación de productos de turismo ornitológico generalistas, sencillos o *light*, destinados al consumo familiar del público en general, amante de la naturaleza, pero que no tiene una motivación o una especialización elevada como el perfil habitual del *birdwatcher* extranjero que hace largos y costosos viajes únicamente para observar aves. Ello puede contribuir a crear la cantera nacional de turistas ornitológicos del futuro, que en este momento es muy escasa.

No parece complicado ni costoso ir creando estos productos con la infraestructura que ya existe en los espacios naturales protegidos, a la que ya hemos hecho referencia.

Aunque estemos abordando con mayor amplitud los aspectos productivos y promocionales del turismo ornitológico, no hay que olvidar en ningún momento la elevada función que este tipo de actividades tiene en la conservación de los hábitats, de los paisajes y de la biodiversidad. La generación del gran negocio del ecoturismo en general

y del turismo ornitológico en particular permite estimular y presionar la protección jurídica y la conservación de espacios y especies emblemáticos. Ello será así una vez que se despeje la preocupación por que el crecimiento de esta modalidad, si no se hace ordenadamente, pueda afectar a los hábitats y las condiciones de vida de las propias especies de aves observadas.

El interés despertado en tiempos recientes por aumentar la oferta de turismo ornitológico en España se debe inicialmente a la gran cantidad de recursos potenciales que España presenta para desarrollar esta actividad, tanto en los espacios naturales protegidos como fuera de ellos.

Una buena parte de estos recursos no son, para empezar, conocidos por la demanda turística potencial que podría consumirlos, ni en los mercados extranjeros ni en España; y no existe ningún producto en torno a ellos, permaneciendo únicamente su conocimiento en los ámbitos científicos y académicos. Estos productos son también poco abundantes en España. Tampoco todos los recursos ornitológicos pueden convertirse en productos turísticos, obviamente.

Por ello conviene ser muy cuidadoso a la hora de plantear de una manera universal la condición de España como destino de turismo ornitológico, promoviendo la idea en todo tipo de espacios. El turismo ornitológico adquiere todo su sentido dentro de un conjunto de microdestinos o clusters de turismo de naturaleza que funcione bien como España entera, en todas las modalidades y para todo tipo de públicos.

IX. EL TURISMO ORNITOLÓGICO EN RELACIÓN AL TURISMO CONVENCIONAL

Desde el punto de vista productivo, al conjunto de recursos se une la gran cantidad de infraestructuras de transporte y acogida turística que España ha desarrollado en las últimas décadas, que pueden ser ahora utilizadas para el movimiento de los flujos de turismo ornitológico a precios competitivos y en condiciones muy favorables para la operatividad de los viajes. En este aspecto España presenta una ventaja competitiva muy importante frente a otros potenciales destinos de turismo ornitológico en Europa, especialmente en el Mediterráneo.

Sin embargo, esa ventaja competitiva también tiene el peso de la marca y el posicionamiento de un país turístico convencional, y se necesita hacer un gran trabajo en este sentido, creando una potente imagen corporativa para el destino España como destino de turismo de naturaleza y ornitológico, que es un trabajo pendiente.

X. LOS MICRODESTINOS ORNITOLÓGICOS EN ESPAÑA

En este momento, son Extremadura y Doñana los principales destinos de turismo ornitológico en España, y al mismo tiempo los que más esfuerzo productivo y promocional están realizando dentro y fuera de España. Otros destinos como el Estrecho de Gibraltar también son objetivos favoritos de los turistas ornitológicos, además de otros menos intensivos o menos conocidos como Grazalema, Gallocanta, Pirineos, las costas

gallegas, las lagunas de Villafáfila; prácticamente todas las Comunidades Autónomas cuentan con microdestinos de turismo ornitológico de mayor o menor relevancia, aunque en muy distintos niveles de desarrollo. Su presencia en todo caso es minoritaria en los productos de turismo ornitológico.

También en cada Comunidad Autónoma hay niveles de interés y apuestas muy distintas por el desarrollo de esta modalidad turística. No cabe duda de que es deseable que la práctica de esta actividad se extienda en el campo del ocio individual u organizado, tanto como en el campo puramente turístico, para que ambos tipos de público puedan alternarse y complementarse en las distintas temporadas, generando destinos y estructuras receptoras estables.

En este sentido, el gran trabajo de las Comunidades Autónomas estaría en apoyar en sus microdestinos más interesantes y estratégicos la creación de productos de turismo ornitológico; tanto si pueden convertirse en destino principal, como para formar parte de itinerarios o circuitos por todo el país, a los que están muy acostumbrados los *birdwatchers* para conocer la mayor variedad posible de aves y paisajes en un solo viaje.

XI. FACTORES DE COMPETITIVIDAD EN EL TURISMO ORNITOLÓGICO

Podemos decir que la situación y problemática del turismo ornitológico son sólo una variable más compleja de la situación y problemática del turismo de naturaleza en general en España.

La mayor complejidad que genera el turismo ornitológico se refiere espacialmente a la necesidad de contar con territorios en muy buen estado de conservación, especialmente los hábitats de las aves; así como a la necesidad de contar con profesionales muy especializados disponibles en tales territorios para actuar como guías y/u operadores de los productos sobre el terreno.

La presencia de estos guías u operadores en el territorio es recomendable para que se consolide la red productiva con personas y empresas del propio territorio. En caso contrario, los destinos españoles de turismo ornitológico estarían simplemente «prestando» el territorio para los tours organizados por operadores extranjeros, lo que viene siendo bastante frecuente y no ayuda nada en absoluto a la consolidación de tales destinos como especializados en turismo ornitológico. Algunos empresarios locales se quejan de forma recurrente de esta práctica y de la dificultad que ellos tienen para acceder a los mercados extranjeros. La dinamización turística generada gracias al turismo ornitológico en destinos como Monfragüe y Doñana puede ser un ejemplo de cual debe ser el enfoque, aunque aún quede – incluso en estos dos destinos más avanzados– mucho camino por recorrer. Lo comentamos más adelante en este artículo.

XII. LA PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN DEL TURISMO ORNITOLÓGICO. LAS FERIAS ESPECIALIZADAS

A este respecto, existen una serie de características y condicionantes comunes que

referimos a continuación. La falta de posicionamiento es el primero de ellos. A pesar de la evidente abundancia de recursos naturales en general y de espacios naturales protegidos en particular, España carece de un posicionamiento turístico sólido y conjunto como destino de naturaleza. El turismo de sol y playa y el turismo cultural urbano, principalmente, anulan en la práctica la imagen del resto de las modalidades turísticas salvo para los turistas muy especializados y *connaisseurs*. Sólo muy recientemente se ve un esfuerzo notable de las administraciones turísticas públicas hacia el posicionamiento de microdestinos turísticos de naturaleza en España. De momento, tanto la presencia en eventos, ferias y acciones promocionales, como el posicionamiento en los mercados de demanda, son muy escasos, incluso en el mercado británico.

A modo de ejemplo, la presencia en ferias de turismo alternativo como el *Reisepavilion* de Alemania es meramente testimonial, y es muy escasa la actividad en cuanto a acciones y eventos promocionales.

Además, y en el caso concreto del turismo ornitológico, si tales acciones no van acompañadas sobre el terreno de la creación y fortalecimiento de una estructura productiva eficaz y especializada, tendrían muy poca repercusión real en los destinos; ante la alta exigencia de los clientes y de los operadores, y su recelo sobre los nuevos destinos.

La presencia en las ferias turísticas especializadas en *birdwatching* es más que aconsejable, a raíz de lo expuesto por los operadores presentes de forma habitual en

las ferias especializadas. La gran especialización propia del público visitante hace que sean ferias con una gran capacidad de impacto comercial directo, y de imagen positiva para el destino de que se trate; y están en ellas los principales destinos citados, así como algunas empresas independientes que operan en ellos y en el resto de España.

No es casualidad que operadores tradicionales de otros países con gran tradición y especialidad en turismo ornitológico a nivel mundial, como Costa Rica, también estén presentes habitualmente en este tipo de ferias.

En cuanto a la promoción, es recomendable potenciar la presencia de destinos y empresas españolas especializadas en *birdwatching* en las principales ferias, webs, eventos y revistas especializadas en turismo ornitológico. La presencia de España como país con un stand, de la forma que viene siendo habitual su presencia en otras ferias internacionales, no parece tener sentido en un principio, hasta que no se consolide una oferta más amplia y cualificada en el territorio, aunque sí lo tendría una presentación oficial de destino algún tipo de evento que refuerce la imagen de España como destino de *birdwatching*, por ejemplo.

Esta presencia de España como destino tendría sentido si se dedicase a presentar los nuevos microdestinos y productos de turismo ornitológico que aparecen continuamente en el mercado; así como las iniciativas de conservación de aves y sus hábitats que atraen y estimulan al turista ornitológico y le dan una imagen ambientalmente consciente del destino.

En todo caso a este tipo de ferias no tiene mucho sentido, o ninguno, acudir sólo con folletos y promoción genérica de destino. En el caso de que se lleven productos concretos, tienen que ser productos que ya estén testados como productos de birdwatching efectivos, sea para grupos o para individuales.

La promoción genérica de destino en este tipo de ferias sólo tiene sentido si está claramente ligada a iniciativas visibles de turismo ornitológico y de fomento y conservación de los hábitats de las aves. Si se llevan productos, tienen que estar ya definidos y aceptados en consenso con los operadores emisores, que son los que marcan los criterios mínimos de calidad.

La presencia en la British Birdwatching Fair de Rutland (Reino Unido) ya viene siendo habitual para los citados destinos españoles, así como para una serie de empresas ya consolidadas en este mercado, como Turismo de Doñana, Casa Boletas, Discovering Doñana o Spainbirds.

XIII. CARENCIAS Y CONFLICTOS EN EL TURISMO ORNITOLÓGICO: EL PAPEL DE LOS GUÍAS

Existen otra serie de carencias que afectan sensiblemente al desarrollo del turismo ornitológico. En primer lugar, hay una gran necesidad de formación de guías de turismo ornitológico, expertos tanto en el conocimiento de las aves, como en la interpretación del patrimonio, la dinamización de grupos e idiomas extranjeros de los merca-

dos emisores, entre otras materias. Tal formación es muy difícil de adquirir en España en este momento y la carencia de guías especializados constituye una gran limitación para el crecimiento y mejora de la oferta de turismo ornitológico.

Esta necesidad de momento se sufre puesto que el volumen real de la operación de turismo ornitológico organizado es muy escaso en España, y los principales operadores ya cuentan con una plantilla de buenos guías propios tanto en origen como residentes en España, con los que trabajan habitualmente.

Esta carencia es lógicamente más evidente en los microdestinos emergentes, y mucho menos notable en los destinos más tradicionales como los ya citados Doñana y Extremadura.

XIV. ALGUNAS NOTAS SOBRE LA DEMANDA DEL TURISMO ORNITOLÓGICO

En lo que respecta a la demanda, se trata en general de un público muy fiel a determinados guías que a su vez suelen estar especializados o radicados en determinados destinos. Una buena parte de los guías trabaja tanto de forma directa con los colectivos ornitológicos como con diversas agencias y tour operadores especializados, generalmente de forma indistinta. Abunda en este sector el viaje de autor, en el que la figura de un determinado guía de prestigio es esencial para su promoción y venta final.

Son estos guías los que en este momento constituyen el verdadero núcleo de la operación del turismo ornitológico en España, tanto los que son totalmente independientes como los que están ligados a una zona concreta o a un establecimiento propio. El nombre del guía puede ser decisivo en el éxito de un producto y también de un establecimiento de turismo ornitológico.

Los birdwatchers son un público muy conservacionista, que valora de forma especial que los beneficios derivados de la explotación comercial de su actividad favorita se reinviertan en parte y de forma visible en la conservación de las propias aves y de sus hábitats. Cabe decir a modo de ejemplo que los notables beneficios derivados de la citada feria de Rutland se reinvierten en su totalidad en proyectos de conservación de aves y de sus hábitats, proyectos que los visitantes de la feria conocen y sobre los que los miembros de las sociedades conservacionistas pueden decidir.

El turista ornitológico es muy exigente como perfil de demanda, en cuanto a la variedad o biodiversidad de aves existente en el destino. Evidentemente, las grandes cantidades de aves también se buscan, como las que se encuentran en los Llanos de Venezuela o el Pantanal de Brasil, tanto si se trata de aves que residen permanentemente en el área como cuando se trata de migraciones, como las que atraen a los ornitólogos en el Estrecho de Gibraltar.

No existen hasta el momento estudios específicos de demanda de turismo ornitológico en España de amplio alcance, salvo el que se está desarrollando en este momen-

to (otoño de 2006) por encargo de la Secretaría General de Turismo de España en el destino piloto Extremadura, sobre demanda real y potencial.

El papel de las entidades de conservación de aves, como es en España el caso de SEO/Birdlife, puede ser también muy relevante en la promoción y difusión de las actividades de turismo ornitológico en sus diferentes niveles de especialidad hacia todo tipo de públicos. Su papel también puede y debe ser muy relevante en la formación de los guías especializados.

Una cierta condición de exclusividad es inherente al turismo ornitológico especializado, y no sólo en el territorio, sino también en el tamaño de los grupos, necesariamente pequeños. El relativo aislamiento frecuente en estos grupos, debido a la gran especialidad de su motivación, tampoco permite generalmente que se junten con grupos de otras motivaciones o se combinen actividades. Esta necesidad tan elevada de especialización y aislamiento hace más costoso y más inestable el planteamiento empresarial de las operaciones de turismo ornitológico especializado.

El gran interés de los birdwatchers por la contemplación de las aves se ve ayudado por las nuevas tecnologías y genera 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 además una serie de webs y blogs donde los *birdwatchers* cuentan sus experiencias e intercambian conocimientos y

lugares sobre países y zonas de observación de aves. El estudio de estos blogs es muy útil para conocer la personalidad y pautas de comportamiento de los birdwatchers, así como los servicios turísticos que requieren, sus exigencias de calidad y el tipo de viajes que se plantean.

En lo que respecta a los hábitos y actividades propios de los turistas ornitológicos, no cabe duda de que su principal actividad es el disfrute de la contemplación detallada y el conocimiento profundo de las especies. Será muy importante que existan espacios protegidos, especies emblemáticas, fenómenos biológicos singulares, para poder atraer a los turistas ornitológicos al lugar. La calidad y diversidad de las especies en este aspecto es el factor fundamental de atracción.

La cantidad de aves también aporta un factor de atracción importante, sobre todo cuando se trata de cantidades espectaculares, como se puede ver en los flamencos de la Laguna de Fuente de Piedra, en Málaga, y en la mayoría de las migraciones. La combinación de calidad y cantidad es ideal para un destino de turismo ornitológico. La espectacularidad de las grandes cantidades es también interesante para los públicos menos especializados. En todo caso, el birdwatcher especializado va a demandar siempre un contacto muy íntimo, cercano y privilegiado con las especies de su interés.

A tal efecto, habitualmente el ritmo de una visita o excursión de birdwatching se va a adaptar totalmente al ritmo de las especies que se desea contemplar, a sus ciclos vitales y a sus movimientos.

XV. LOS PRODUCTORES U OPERADORES DE BIRDWATCHING

En cuanto a las empresas productoras españolas de *birdwatching*, existen una serie de ellas ya muy consolidadas en el mercado y con el máximo nivel internacional, entre las que se pueden citar a modo de ejemplo: Casa Boletas, Spainbirds, Turismo de Doñana, Ornitur... Estas empresas también actúan como corresponsales de los principales tour operadores especializados del Reino Unido y de otros países, están presentes en la feria de Rutland y alguna otra feria europea de turismo ornitológico con stand independiente, y operan en un radio muy amplio, desde las Comunidades Autónomas limítrofes hasta todo el país e incluso Marruecos. Al tipo de empresas que operan en Extremadura nos referimos más adelante.

Sería conveniente para la estructura productiva promover la aparición de más empresas operadoras especializadas, que puedan trabajar en varios destinos emergentes a la vez y dotar de nuevos productos al mercado.

También sería conveniente apoyar a las empresas actualmente existentes, algunas de las cuales ya hemos citado, en la prospección y apertura de mercados emisores en nuevos países hacia el turismo ornitológico en España; así como intensificar la labor de promoción en aquellos que todavía no emiten hacia España toda su capacidad emisora, como Holanda o Alemania; pero conocemos que tienen una gran cantidad de birdwatchers entre sus segmentos de demanda.

Lo que más pueden necesitar las empresas en un momento como éste es que se les apoye creando una línea de promoción selectiva y especializada en el turismo ornitológico hacia España, que realmente posicione el destino; y tutelando su penetración en tales mercados.

Hay que tener en cuenta que en general se trata de empresas de pequeño tamaño (salvo Turismo de Doñana), que tienen unas muy limitadas capacidades de inversión en promoción exterior.

La capacitación en colaboración con estas empresas de nuevas generaciones de guías también sería un apoyo muy importante a su gestión privada. Es necesario recordar en este punto que aunque se trata de un mercado aún muy minoritario en España, se trata también de un turista de alto nivel de gasto, que cualifica el destino que visita y crea empleo cualificado en torno a su actividad. La falta generalizada en todo el Estado de la regulación de la figura del guía de naturaleza, como sin especialidad en turismo ornitológico, también es una asignatura pendiente para la ordenación empresarial de esta actividad. En este momento la figura de los guías prestigiosos en este campo y de las empresas pequeñas prácticamente se confunden.

En todo caso, lo primero que va a demandar el operador o asociación al que tratamos de presentarle un nuevo producto o microdestino de turismo ornitológico es un listado de las especies que se pueden ver, en qué épocas, frecuencia, facilidad, accesibilidad a los puntos de observación, etc.; y todo tipo de condiciones operativas y de

imagen del destino, como la climatología o la conservación de paisaje y del medio ambiente.

Es frecuente que los operadores cuenten siempre en sus grupos con un guía especializado desde el origen, y que soliciten la presencia de un guía local o guía «baqueano» como conocedor del territorio, de los accesos, de la localización de las especies, de sus costumbres y movimientos en el territorio. Por ello no es necesario que este guía sea un gran experto en el idioma de los visitantes, ni que sea un erudito, sino que tenga grandes conocimientos operativos. Hay que tener en cuenta que se debe tratar de garantizar al máximo la contemplación de las especies, o al menos la percepción de su vida en el territorio visitado, por lo que hay que combinar la erudición y el conocimiento científico de las especies con los conocimientos profundos del terreno. Si ambas figuras no se combinan en un solo guía, será necesario contar con ambos.

Los conocimientos profundos en interpretación del patrimonio van a ser también estrictamente necesarios para que el guía de turismo ornitológico pueda presentar a las aves y a otros recursos naturales de una forma dinámica y amena, generando en los turistas una experiencia emotiva y memorable.

XVI. LA RELACIÓN CON LAS ESPECIES Y LA GESTIÓN DE LAS VISITAS

En cuanto al acercamiento a las especies, los únicos condicionantes van a ser los que establecen la regulación vigente en el espa-

cio natural protegido de que se trate, en su caso, y los que de forma privada y voluntaria establezcan los operadores y guías de turismo ornitológico, tanto si se trata de un espacio natural protegido como si no. Normalmente los propios guías y operadores de turismo ornitológico tienen pactados sus códigos de conducta o de buenas prácticas en la observación de las especies, que regulan cuestiones como: que no se les hostigue, que no se les persiga, que no se acerquen los visitantes al límite de molestar o espantar a las especies, que se tenga un extremo cuidado en las épocas de anidamiento y reproducción, y cuestiones similares. En otras modalidades afines de turismo de naturaleza, como la observación de cetáceos, existen también habitualmente códigos de conducta o de buenas prácticas de este tipo, establecidas por los operadores y guías de cada territorio.

La práctica de una visita de observación de aves tiene unos ritmos temporales muy concretos, que dependen de las costumbres de las especies concretas que se desea contemplar. Las horas del amanecer y las del atardecer suelen ser fundamentales, combinándolas con los momentos que se les dedican a las aves nocturnas o a los pasos de aves migratorias. La distribución cronológica o *timing* de las visitas debe tratar de asegurar la mayor cantidad posible de buenos momentos de observación en el transcurso del día. Los momentos posteriores en el alojamiento, o los momentos de retirada debido a la climatología, sirven para chequear y comprobar las especies que se han visto con los guías y otro personal local, asesorarse sobre las especies y sus costumbres, comentar las fotografías, etc.

Por ello los establecimientos especializados tiene habitualmente guías de aves, listas de aves, telescopios, prismáticos, etc. La observación de aves, para los públicos más especializados, tiene un componente científico muy importante, y en caso de dudas sobre alguna especie observada se intercambian los datos de la observación con otros guías o expertos, o entre los propios turistas a través de los cuadernos de viaje o trip reports. Lo importante es que los *birdwatchers* puedan apuntar en su lista con garantía la especie realmente observada.

En una hacienda o casa rural de observación de aves realmente especializada, lo normal es que existan a disposición de los clientes materiales especializados en birdwatching y aves en general (libros, guías, topografía, repertorios fotográficos, etc.) que les ayuden a una mejor identificación y conocimiento de las especies locales. También es frecuente encontrar cartas o manuales de identificación rápida de las principales especies, y listas de aves, además de telescopios y prismáticos, tanto para ser usadas en sesiones de estudio como a la intemperie.

La existencia de materiales para presentaciones audiovisuales también es muy agradecida, ya que los birdwatchers dedican parte de su tiempo de descanso al visionado de vídeos, diapositivas, CD, relacionados con las aves.

Estas últimas apreciaciones nos conducen a la necesidad de que existan alojamientos verdaderamente especializados en observación de aves, aunque puedan compaginar este uso con el turismo rural tradi-

cional, siempre dentro de los niveles de calidad medio alto y alto. Tenemos buenos ejemplos en España de este tipo de alojamientos especializados en *birdwatching*, como por ejemplo Casa Boletas (Aragón) y diversos en el área de Monfragüe/Trujillo a la que nos referimos en mayor detalle posteriormente, en el capítulo dedicado a Extremadura.

La profusión de alojamientos de este tipo en un área determinada es un síntoma evidente de su buena salud como destino de *birdwatching*.

De cara a dar respuesta a las necesidades de los *birdwatchers*, también existen empresas que prestan el servicio de alertas, avisando a sus usuarios de la presencia de determinadas aves de su interés, o de aves raras o inusuales en un determinado lugar. Rare Bird Alert, del Reino Unido, es un buen ejemplo; los mensajes de alerta rápida se envían generalmente por SMS.

XVII. EL TURISMO ORNITOLÓGICO EN EXTREMADURA

El caso de Extremadura es un buen ejemplo de lo que se puede conseguir en la dinamización del territorio gracias al turismo ornitológico. El espacio protegido de Monfragüe y su entorno son el centro más conocido e intensivo de esta actividad en Extremadura; y donde se concreta la mayor parte de las empresas y establecimientos que se han especializado en esta actividad en exclusiva o en los que ésta constituye su clientela fundamental.

El modelo de casa rural o de pequeño hotel rural, que se ha especializado en este tipo de demanda, y que cuenta con guía especializado y todo tipo de materiales útiles para el *birdwatcher* en sus instalaciones, resulta especialmente interesante. Podemos citar como ejemplo la casa rural El Tenado, o la finca Santa Marta.

En los últimos años esta dinamización se ha visto refrendada por las Jornadas de Turismo Ornitológico de Trujillo y por la Feria Internacional de Turismo Ornitológico de Villareal de San Carlos, cuyas ediciones 4.^a y 2.^a se celebrarán en 2007. No cabe duda de que al dinamismo empresarial de esta modalidad turística se le ha unido en este caso un apoyo efectivo por parte de la Administración Turística de la Junta de Extremadura.

En este momento se están celebrando cursos de divulgación y formación en turismo ornitológico en diversos puntos de Extremadura destinados tanto a guías privados, empresarios, guías y responsables de los parques, informadores turísticos, agentes de desarrollo local y todo tipo de personal involucrado en la comunicación e información de este tipo de turismo.

No cabe duda de que el turismo ornitológico necesita aún de muchas acciones de especialización de este tipo, relativas de forma especial a los guías y a los empresarios que se ocupan de la operación sobre el terreno. Ello es así porque aunque en este momento ya existe en Extremadura una plantilla de nivel internacional de guías de turismo ornitológico, es conveniente una presencia más intensa de guías de alto nivel

que generen, como hasta hora, desarrollo local creando sus propias empresas y sacándolas a competir al mercado internacional y al aun escaso mercado español existente.

Aunque se trata de mercados emisores (en el caso de los extranjeros, fundamentalmente Reino Unido) que aún son minoritarios, la presencia de más guías y empresarios especializados abre el camino a la creación y puesta en el mercado de nuevos productos de turismo ornitológico que estimulen y atiendan el incipiente mercado doméstico español; son productos más orientados al público profano, que vayan fomentando la aparición de los turistas ornitológicos del futuro.

En casos como Monfragüe, y gracias al turismo ornitológico, se puede apreciar la verdadera función de un espacio natural protegido en lo que al turismo de naturaleza se refiere.

Otros espacios de interés para la observación de aves en Extremadura son los Llanos de Cáceres, el río Tajo Internacional, la comarca de La Serena, la Sierra de San Pedro, las Dehesas del Suroeste de Badajoz, la comarca de Villuercas, La Vera, El Valle del Jerte, entre otros.

En cuanto a la presencia de la oferta de Extremadura en el mercado, de unos doscientos paquetes de turismo ornitológico organizado que están presentes en este momento en el mercado español, aproximadamente la cuarta parte incluyen Extremadura de forma total o parcial, lo que nos da una buena idea de la potencia de este destino.

Salvando las distancias, también los Parques Naturales y Nacionales de Doñana y su entorno pueden ser presentados como un microdestino de turismo ornitológico de renombre internacional. Como en el caso de Monfragüe, la actividad de turismo ornitológico más o menos especializada se complementa con el turismo de naturaleza *light*, el turismo de naturaleza de interés general y las actividades de educación ambiental. Es habitual que los viajes de los birdwatchers combinen ambos destinos, Doñana y Extremadura.

En lo que respecta a la población, la presencia de Extremadura como destino en la British Birdwatching Fair de Rutland (Reino Unido) refuerza su posición como destino especializado, apoyando la presencia en estos eventos de los empresarios privados. La reciente presencia de Extremadura con un stand independiente dedicado únicamente al turismo ornitológico en eventos como Expotural (Feria Nacional de Turismo Rural, Madrid) y Naturavia (Feria y Congreso de Turismo Ornitológico, Elche) refuerza su posicionamiento. Ciertamente es por otra parte que al ser ésta una modalidad turística cuyo relativo «boom» mediático se ha producido recientemente, las acciones de este tipo todavía despiertan un interés y efecto muy reducidos en la demanda global, mucho más concentrada en actividades más genéricas como el turismo activo, o el senderismo en la naturaleza.

También es cierto que en este momento se cuenta con muy poco conocimiento de la demanda de turismo ornitológico más o menos especializada en España, dado que el primer estudio específico de demanda,

como ya hemos apuntado, se está realizando en este momento por encargo de la Secretaría General de Turismo sobre el destino Extremadura.

Las únicas fuentes más o menos fieles aunque incompletas serían los datos suministrados por los guías y operadores especializados de turismo ornitológico en España, que apuntan, por ejemplo, a unas 1.400 personas calificables como birdwatchers o turistas ornitológicos especializados, procedentes del mercado británico al año como potencial de todos los viajes programados.

Un gran porcentaje de ellos visita Extremadura, ya que de los productos citados que visitan Extremadura más de las dos terceras partes proceden de este mercado.

En 2005 y en grupo organizado para toda España, se desconocen totalmente las cifras concretas de Extremadura y de cada una de las Comunidades Autónomas, puesto que no existe un sistema estadístico al respecto. Ésta es otra de las asignaturas pendientes de esta modalidad turística, sobre la que todos los datos son escasos y dispersos hasta la fecha.