

MANUAL DE PRODUCTO TURÍSTICO

Urban Birding



© **TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS**

LIFE-ZEPAURBAN

Tel. +34 924 930 097 / 924 930 059

Avd. Luís Ramallo, s/n.

06800 Mérida (Badajoz)

lifezepaurban@juntaex.es

www.zepaurban.com

LIFE15NAT/ES001016



Con la contribución del
Programa LIFE de la Unión Europea



Socio coordinador:

JUNTA DE EXTREMADURA

Consejería de Medio Ambiente y Rural,
Políticas Agrarias y Territorio

Socios beneficiarios:

JUNTA DE EXTREMADURA



laruinagrafica.

ÍNDICE

Definición del producto turístico	04
Manual de Producto	05
El cernícalo primilla en Extremadura	06
Las ZEPA urbanas	07
Proyecto Life: Conservación de ZEPA urbanas en Extremadura	08
Observación de aves en Extremadura y Birding in Extremadura	09
Definición del producto turístico	10
Ámbito territorial del Producto	11
Objetivos del producto turístico	14
Estructura de gestión	15
Estructura de gestión: comité local	16
Quién puede pertenecer al Producto	17
Compromiso por pertenecer	18
Beneficios de participar en el Producto	20
Procesos de participación	21
Seguimiento y evaluación	23
ANEXO 1: Formulario de solicitud de participación	24
ANEXO 2: Formulario de cumplimiento de requisitos	25
Los signos de identidad visual	26
Definición de uso	27
Versiones principales	28
Construcción y aplicación	29
Colores corporativos	30
Logotipos sobre fondos corporativos	31
Tipografía	32
Usos correctos	33
Usos correctos: elección cromática	34
Uso de logotipos del proyecto	35
Líneas de logotipos	36
Publicidad: eslóganes	37

- 1 -

DEFINICIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

El Producto Turístico “URBAN BIRDING” consiste en la articulación de una oferta turística que aglutina el recurso turístico “cernícalo primilla” con otros elementos turísticos estratégicos, como el patrimonio, gastronomía, naturaleza, etc. El objetivo es crear una serie de experiencias turísticas que permitan al viajero el aprendizaje, el disfrute y la observación de los cernícalos primilla en sus hábitats urbanos y en las cercanas zonas de influencia de la especie.

MANUAL DE PRODUCTO

Metodología

El presente manual de producto recoge de forma clara y sencilla todos los aspectos a tener en cuenta de cara a la implantación del producto y a la participación en el mismo. Dado que es un producto novedoso y de reciente creación, **se trata de un documento vivo, abierto a recoger modificaciones en función de las propuestas que puedan aportar los agentes interesados** en formar parte del producto, de la evolución de las experiencias creadas y de la respuesta que estas tengan por parte de los viajeros, tanto efectivos, como potenciales.

Para la aplicación de este manual de producto hay que tener en cuenta una serie de cuestiones, que están inspiradas en la metodología de los clubes de producto turístico, pero sin constituirse como tal.

1 PARTICIPACIÓN

Voluntaria. Nadie está obligado a pertenecer al producto. Se participa en él porque se cree en los beneficios que reporta esta iniciativa conjunta.

3 COMPROMISO

Es un proyecto exigente, con un procedimiento de participación simplificado, pero que al tiempo requiere un compromiso efectivo y cumplir los requisitos mínimos que se establecen.

5 DIFERENCIACIÓN

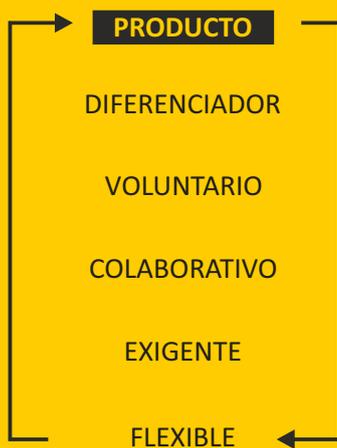
Es un producto diferenciador para los participantes en el mismo. Solo los adheridos al producto, podrán hacer uso de la imagen de marca del mismo y beneficiarse de las acciones que se deriven de este proyecto.

2 COLABORACIÓN

Es una iniciativa colaborativa entre los sectores público y privado. Todos los participantes se suman a una metodología de trabajo en común, en la que se intercambian ideas, iniciativas, recursos, etc., buscando el beneficio del destino turístico en conjunto, y de cada uno de los participantes en particular.

4 FLEXIBILIDAD

Es un proyecto flexible, porque se adapta a las características de los recursos turísticos de cada localidad, de cada espacio en concreto; y a las necesidades y demandas de los diferentes sectores y agentes que quieren y deciden participar.



EL CERNÍCALO PRIMILLA EN EXTREMADURA

¿SABÍAS QUÉ?

Este pequeño halcón, algo menor que el cernícalo vulgar, pasó de ser la rapaz más numerosa de Europa, a estar al borde de la extinción a finales del siglo XX.

→ Se estima que la población mundial actual no supera las 100.000 parejas.

ESPECIE VULNERABLE

Es una especie en regresión cuya distribución en Europa se limita a los países mediterráneos, al contrario que su pariente el cernícalo vulgar (*Falco tinnunculus*), mucho más abundante y cuya distribución se extiende por buena parte de Europa. El cernícalo primilla es una **especie protegida y clasificada como "Sensible a la alteración de su hábitat"**, según el **Catálogo Regional de Especies Amenazadas de Extremadura**.

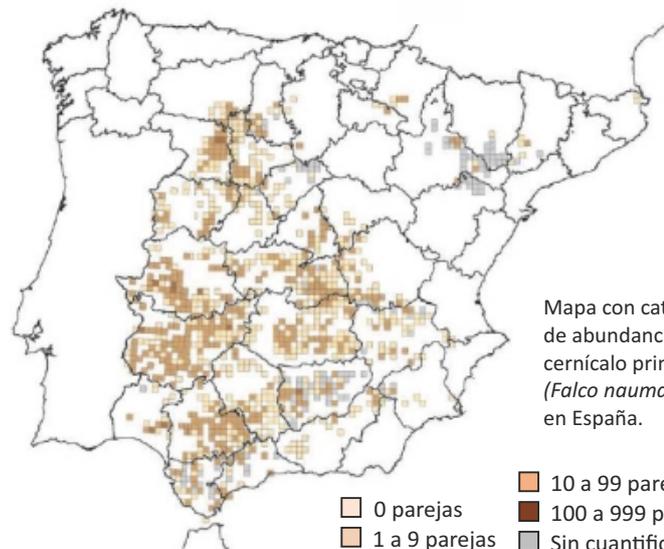
TURISMO

Dada su singularidad, se trata de una especie que ha captado la atención de turistas ornitológicos de buena parte de Europa, donde se le considera como una auténtica rareza. El hecho de que su hábitat sea el entorno urbano en general y, en numerosas ocasiones, edificios históricos, convierte a la especie en susceptible de convertirse en un valor turístico considerable, ofreciendo la **posibilidad de conjugar el turismo basado en el patrimonio cultural y el basado en la ornitología**.

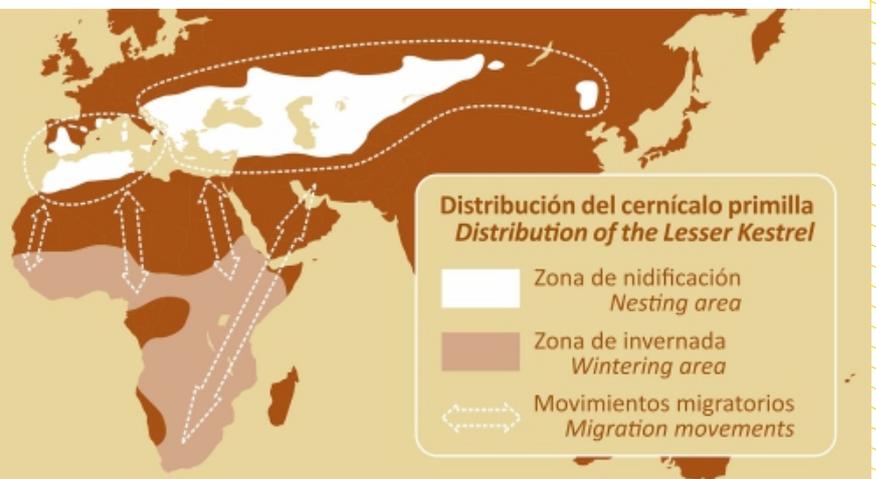
El cernícalo primilla (*Falco naumanni*) es una pequeña **rapaz diurna**, uno de los halcones más pequeños que existen, **cuyo hábitat se encuentra muy vinculado al entorno urbano**, sobre todo en aquellos lugares donde existan mechinales y huecos en antiguos edificios capaces de albergar sus nidos. Sus lugares de nidificación están próximos a las zonas de alimentación, campos abiertos y llanuras cerealistas, en los que encuentra sus presas, insectos y pequeños vertebrados, básicamente. Se trata de una **especie migratoria que vuela a sus cuarteles invernales en el sur y oeste de África**, de septiembre a octubre, y vuelve a Europa en febrero.

Extremadura, con unas **3.000-3.742 parejas repartidas en 894 colonias**, alberga el **mayor porcentaje de la población española de la especie**, localizándose el grueso de su contingente de la provincia de Cáceres en los Llanos de Cáceres, mientras que el de Badajoz lo está en La Serena, La Siberia, Tierra de Barros y Baldíos de Albuquerque, principalmente.

**Cernícalo primilla (*Falco naumanni*).
Distribución. Atlas 1998-2002**



Mapa con categoría de abundancia del cernícalo primilla (*Falco naumanni*) en España.



**Distribución del cernícalo primilla
Distribution of the Lesser Kestrel**

□ Zona de nidificación
Nesting area

■ Zona de invernada
Wintering area

⇄ Movimientos migratorios
Migration movements

LAS ZEPA URBANAS

¿SABÍAS QUÉ?

Extremadura es la única región europea con Zonas de Especial Protección de Aves (ZEPA) en casco urbano. De los 23 espacios, 19 han sido declarados por la presencia de cernícalo primilla.

→ Muchos de los lugares históricos y emblemáticos de las poblaciones extremeñas son elegidos por cientos de aves para nidificar.

RED NATURA 2000

La integración de los núcleos urbanos dentro de la Red Natura 2000 ha sido posible a través de la aplicación de la Directiva de Aves, norma que establece la obligación de declarar Zonas de Especial Protección para las Aves (ZEPA) para proteger una serie de especies consideradas prioritarias y sus hábitats.

De este modo, determinados núcleos urbanos, con reconocida importancia para las aves, han pasado a formar parte de la Red Natura 2000, incorporándose a este valioso entramado de espacios protegidos que supone actualmente el 30,3% de la superficie de Extremadura y ocupa más de 1.264.000 hectáreas.

Las **ZEPA (Zonas de Especial Protección para las Aves)** son lugares de la Red ecológica europea “Natura 2000” que requieren medidas de protección especiales con el fin de asegurar la supervivencia y reproducción de las especies de aves que viven en ellas, especialmente aquellas cuya preservación se considere prioritaria. Se encuentran reguladas por la **Ley de Conservación de la Naturaleza y Espacios Naturales de Extremadura**.

En el ámbito de estos espacios, las áreas protegidas en zonas urbanas hacen de Extremadura una comunidad pionera en la Unión Europea, otorgando una figura de protección a un hábitat creado por y para el hombre, donde no suelen tener cabida la inmensa mayoría de las especies silvestres y mucho menos las más amenazadas.

Las **21 ZEPA asociadas a los núcleos urbanos** se han convertido en uno de los rasgos distintivos de la Red Natura 2000 en Extremadura, puesto que representan casi el 30% de todas las 71 ZEPA existentes en la región. Sin embargo, su superficie conjunta no alcanza ni el 0,1% del territorio protegido, lo que no resta importancia a su valor para la conservación de las aves.

A diferencia de la mayoría de lugares de la Red Natura 2000, el objetivo de las ZEPA urbanas en Extremadura, declaradas por la conservación de colonias del cernícalo primilla, no está relacionado tanto con la conservación de hábitats naturales, como por la protección de los edificios construidos por el hombre que constituyen el hábitat de nidificación de una especie tan singular como el cernícalo primilla.



PROYECTO LIFE "CONSERVACIÓN DE ZEPA URBANA EN EXTREMADURA"

¿SABÍAS QUÉ?

Gran parte de las medidas de conservación y estudios realizados a esta especie se han hecho en Extremadura. Como la cría en cautividad, realizada por DEMA, socio de ZEPAURBAN.

→ Desde hace veintitrés años, DEMA cuenta con un centro de cría del cernícalo en cautividad, en el que han nacido más de 1.500 pollos (dato de 2013) que han permitido recuperar colonias que habían desaparecido en numerosos lugares europeos o completar algunas colonias donde el número de ejemplares era escaso.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

1 CONSERVACIÓN

Conservación y gestión de las colonias de reproducción de cernícalo primilla en las ZEPA urbanas.

2 HÁBITAT

Conservar y asegurar los hábitats de alimentación: estepas cerealistas y cultivos extensivos de secano.

3 SENSIBILIZACIÓN

Sensibilizar a la población, especialmente la más cercana a las colonias de cría y los lugares de alimentación, así como a los propietarios de los edificios en los que estas se albergan.

4 RIQUEZA

Desarrollar actividades económicas sostenibles basadas en el cernícalo primilla que generen riqueza para la población local, como este Producto Turístico.

El Programa LIFE es la herramienta de la Unión Europea para apoyar a proyectos de conservación de la naturaleza, el medio ambiente y la acción por el clima en los países de la UE. Concretamente, el proyecto LIFE "Gestión de ZEPA urbana en Extremadura" – conocido como LIFE-ZEPA URBAN -, del que forman parte distintos socios públicos y privados, participa en el área prioritaria Naturaleza y Biodiversidad, en la que son prioritarias las actividades para la aplicación de las Directivas Comunitarias 92/43/CE (Directiva de Hábitats) y 2009/147/CE (Directiva de Aves), y en particular las actividades dirigidas a mejorar el estado de conservación de los hábitats y las especies. Dado que el cernícalo primilla es una especie prioritaria para la Unión Europea, **este proyecto pretende garantizar su conservación a largo plazo, mediante la adopción de medidas eficaces que reduzcan o eliminen sus principales amenazas**, ya que la población se encuentra en un estado de declive generalizado en Extremadura y otros lugares. Junto con la alteración de zonas de alimentación y la reducción de sus presas, la disminución de lugares idóneos para su cría en núcleos urbanos es una de sus amenazas más acuciantes.

Mediante la puesta en valor de la especie, armonizando el turismo alrededor del patrimonio histórico-cultural, con el que pone su foco en los valores ornitológicos, **se aspira a convertir el cernícalo primilla y los lugares en los que ubica sus colonias de cría en recursos turísticos a nivel local.**



Logotipo del proyecto
Life ZEPAURBAN



Logotipo
RED NATURA
2000



Logotipo
Proyecto LIFE

OBSERVACIÓN DE AVES EN EXTREMADURA Y CLUB DE PRODUCTO DE TURISMO ORNITOLÓGICO BIRDING IN EXTREMADURA

¿SABÍAS QUÉ?

El cernícalo primilla es la primera rapaz a la que se le dedica un rap, una coreografía y un baile. Si no te lo crees visita la web de ZEPAURBAN y descubre su frenético ritmo.

→ En el Festival de las Aves de Cáceres 2018 más de 100 personas realizaron un *Streetdance* en plena Plaza Mayor.

ADHESIÓN AL PRODUCTO

Se puede participar en el Producto Turístico del "URBAN BIRDING", sin formar parte del Club Birding in Extremadura. Y, de la misma forma, que el participar en el Producto Turístico del "Cernícalo Primilla en Extremadura" no da derecho a poder utilizar la marca *Birding in Extremadura*, ni identificarse como miembro del club.

La observación de aves es uno de los ejes estratégicos del turismo en Extremadura. Nuestra comunidad es considerada una de las regiones europeas con mayor importancia para las aves y por ello se encuentra entre los destinos más deseados por los aficionados a la ornitología y amantes de la naturaleza de todo el mundo, atraídos por la posibilidad de observar aves en hábitats naturales de gran belleza y disfrutar además del interesante patrimonio cultural e histórico extremeño. En este contexto, el **Producto Turístico "URBAN BIRDING"** puede entenderse como una singularidad urbana dentro del extenso recurso turístico que es el *birding* (observación de aves) en Extremadura.

En el ámbito del turismo de observación de aves en nuestra región, destaca la existencia del **Club de Producto de Turismo Ornitológico Birding in Extremadura**. Se trata de una agrupación voluntaria que reúne un buen número de agentes públicos y privados, con el fin de organizar y estructurar toda la oferta especializada de servicios turísticos relacionados con la observación de aves en Extremadura.



Logotipo de pertenencia al Club de Producto **Birding in Extremadura**



DEFINICIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO "URBAN BIRDING"

TIPOLOGÍA DE EMPRESAS QUE PUEDEN PARTICIPAR

El producto está abierto a todos aquellos agentes públicos y privados, de las localidades con ZEPA urbana por cernícalo primilla, que puedan contribuir, directa o indirectamente, a crear las diferentes experiencias turísticas y darles continuidad en el tiempo.

¿SABÍAS QUÉ?

El cernícalo primilla es una especie indicadora del desarrollo sostenible. Y lo es porque se ha convertido en un símbolo de convivencia entre el hombre y las aves rapaces.

→ El ave supone un gran beneficio para la agricultura y la ganadería, pues se alimenta de un elevado número de insectos y roedores.

PLANTEAMIENTO

El Producto Turístico del "Cernícalo Primilla en Extremadura" se plantea como una **oportunidad de diversificación y dinamización turísticas** para las localidades en las que están ubicadas las 19 ZEPA urbanas declaradas por la presencia del cernícalo primilla. Teniendo en cuenta que esta es una figura de protección casi exclusiva de Extremadura, **la originalidad del avistamiento de aves en núcleos urbanos histórico-artísticos, es uno de sus grandes argumentos de venta.**

El Producto Turístico "URBAN BIRDING" consiste en la articulación de una oferta turística que aglutina el recurso turístico "cernícalo primilla" con otros elementos turísticos estratégicos: patrimonio, gastronomía, naturaleza, etc.

El objetivo es crear una serie de **experiencias turísticas** que permitan al viajero el **aprendizaje, el disfrute y la observación de los cernícalos primilla** en sus hábitats urbanos y en las cercanas zonas de influencia de la especie.

Las experiencias que se generen se reunirán en un **Catálogo de Experiencias**. Estas experiencias **conllevarán, necesariamente, el consumo de servicios turísticos y actividades de ocio, la utilización de infraestructuras, equipamientos e instalaciones**, tanto de carácter general, como específicamente concebidas para el disfrute de la presencia del cernícalo primilla.

Para ello se contará con todos los **agentes económicos y profesionales** de las distintas localidades que quieran participar en el producto.



ÁMBITO TERRITORIAL DEL PRODUCTO (FASE PILOTO)

Como ya se ha indicado, la intención es que el Producto Turístico “**URBAN BIRDING**” pueda llegar a implantarse en cualquier localidad que tenga una ZEPA urbana con presencia del cernícalo primilla y que esté interesada en participar en el proyecto, facilitándole la metodología creada en el marco de este proyecto. Sin embargo, en la fase inicial, a modo de prueba piloto, su puesta en marcha se ciñe a las cinco localidades ya citadas:

CÁCERES

En todo el casco antiguo de la capital cacereña se encuentran diseminadas numerosas colonias de cría de cernícalo primilla, lo que hacen de esta ZEPA urbana un lugar especial para conjugar turismo de patrimonio con turismo ornitológico. Como aspecto a valorar positivamente en este enclave hay que contemplar la existencia de un tejido económico basado en el turismo de patrimonio y la cercanía a espacios naturales relevantes como los Llanos de Cáceres, Sierra de Fuentes o el P.N. de Monfragüe.

UBICACIÓN DE LAS COLONIAS DE CERNÍCALO PRIMILLA CIUDAD MONUMENTAL DE CÁCERES



- 1 Calle Adarve Obispo Álvarez con C/Tiendas
- 2 Calle Monja
- 3 Calle Orellana con Calle Monja
- 4 Casa de Aldana
- 5 Concatedral de Sta. María
- 6 Calle Gran Vía 1
- 7 Iglesia de S. Mateo
- 8 Iglesia de Santiago
- 9 Calle Muñoz Chavez con Pza. de la Audiencia
- 10 Palacio de los Gofines de Arriba
- 11 Palacio de los Toledo Mocheluzuma
- 12 Palacio de Ulloa - Roda
- 13 Iglesia de S. Francisco Javier, Palacio Luisa de Carvajal y Convento de la Compañía de Jesús.
- 14 Torre de Sande
- 15 Torre del Horno
- 16 Calles Pereros, Cornudilla, Puerta de Merida y Gallegos.

PLASENCIA

Esta localidad alberga uno de los núcleos importantes para la especie situados más al norte. Las colonias se distribuyen básicamente en dos núcleos fundamentales: la iglesia de San Vicente Ferrer junto al anexo Palacio de Mirabel y las Catedrales junto al Palacio Episcopal.

UBICACIÓN DE LAS COLONIAS DE CERNÍCALO PRIMILLA PLASENCIA



- 1 Catedrales
- 2 Iglesia y Convento de San Vicente Ferrer
- 3 Palacio del Marqués de Mirabel
- 4 Palacio Episcopal

LOCALIDADES (FASE PILOTO)

Cáceres

Plasencia

Trujillo

Jerez de los Caballeros

Zafra

ÁMBITO TERRITORIAL DEL PRODUCTO (FASE PILOTO)

TRUJILLO

La ZEPA urbana de Trujillo es la de mayor extensión y una de las más importantes para la especie. Se da la circunstancia de tratarse de un enclave neurálgico para el turismo ornitológico, debido a su proximidad a espacios emblemáticos como Monfragüe, Llanos de Cáceres, Llanos de Trujillo... y al número de empresas especializadas en observación de aves.

UBICACIÓN DE LAS COLONIAS DE CERNÍCALO PRIMILLA
TRUJILLO



- 1 Viviendas C/ Herguuela con Av. Reina María Cristina
- 2 Calleja del Cuarto, junto a antigua fábrica de panis
- 3 C/ Fernán Ruiz Altamirano... Junto al antiguo edificio de ASPYAM
- 4 Iglesia y conventual de S. Miguel y C/ Alvarado
- 5 Palacio de los Duques de S. Carlos... Iglesia de S. Martín
- 6 Colegio del Sagrado Corazón
- 7 C/ Tiendas, C/ Parras y Pza. Licenciado Burgas
- 8 C/ Margarita Iturralde y colegio e Iglesia de la Merced
- 9 C/ Sola
- 10 C/ Juan Bautista de La Salle con Marqués de Albayda
- 11 Ayuntamiento y Palacio Juan Pizarro de Aragón
- 12 Iglesia de S. Lorenzo y Hospital de la Caridad
- 13 Plaza del Molinillo
- 14 Silo de i-Novo
- 15 Silo
- 16 Plaza de Toros

JEREZ DE LOS CABALLEROS

Varios edificios históricos de Jerez albergan colonias de cernícalo primilla, como la Mansión Acosta, Parroquia de Santa María, Iglesia de San Bartolomé e Iglesia de San Miguel. Es la más meridional de las ZEPA urbanas que forman parte de la fase piloto de la implantación del producto turístico.

UBICACIÓN DE LAS COLONIAS DE CERNÍCALO PRIMILLA
JEREZ DE LOS CABALLEROS



- 1 Iglesia de S. Miguel Arcángel
- 2 Iglesia y Torre de S. Bartolomé
- 3 Parroquia de Sta. María y mansión de Gutiérrez Acosta

ÁMBITO TERRITORIAL DEL PRODUCTO (FASE PILOTO)

ZAFRA

Varias son las colonias de la especie que conforman el núcleo reproductor en esta localidad. Principalmente se encuentran en el Convento de Santa Catalina, Iglesia de la Candelaria, Parador Nacional, antiguo silo y Plaza de toros. Estas colonias aprovechan como zona de alimentación los territorios de transición entre los cultivos de Tierra de Barros y el paisaje menos humanizado de la comarca Zafra-Río Bodión.

UBICACIÓN DE LAS COLONIAS DE CERNÍCALO PRIMILLA
ZAFRA



- 1 Iglesia y Convento del Rosario
- 2 Iglesia de Santa Marina y otros
- 3 Iglesia y Convento de Santa Clara
- 4 Plaza de toros
- 5 Viviendas de C/ Vicente Rodero y antiguo silo (fuera de ZEPA)
- 6 Iglesia de la Candelaria
- 7 Parador de turismo y viviendas próximas
- 8 Torre de S. Francisco (fuera de ZEPA)
- 9 Edificio DITER (fuera de ZEPA)
- 10 Edificio Alcázar (fuera de ZEPA)

OBJETIVOS DEL PRODUCTO TURÍSTICO

1 COORDINACIÓN

Coordinar a los diferentes agentes, públicos y privados, implicados en cada una de las localidades en las que se desarrolla el proyecto para, de una forma colaborativa, buscar el beneficio común.

3 DIFERENCIACIÓN

Promover la imagen de estas localidades en particular, y de Extremadura en general, sobre la base de un **producto diferenciador dentro del destino de turismo ornitológico de Extremadura,** como es la observación de aves en ámbitos urbanos patrimoniales, como el cernícalo primilla.

5 DESARROLLO

Contribuir al desarrollo socioeconómico de las localidades participantes, a través de la diversificación turística, el aumento de pernoctaciones y la atracción tanto de visitantes interesados por los recursos patrimoniales, como de viajeros interesados en la búsqueda de recursos ornitológicos.

2 EXPERIENCIAS

Propiciar una oferta turística conjunta, con el cernícalo primilla como elemento de atracción, centrada en la **creación de experiencias (actividades),** que permita complementar el atractivo patrimonial de las localidades en las que se desarrolla el proyecto.

4 CALIDAD

Generar con el producto turístico del “Cernícalo Primilla en Extremadura”, un **factor de garantía de calidad de cada una de las localidades, como destino de observación de aves,** de cara a los consumidores, actuales o potenciales.

6 PROMOCIÓN

Disponer de un **método de planificación, gestión y promoción del producto turístico** basado en el cernícalo primilla, así como de creación de experiencias, facilitando su impulso en cada una de las localidades participantes en el proyecto y la sostenibilidad del mismo.

¿SABÍAS QUÉ?

El cernícalo primilla es una especie indicadora del desarrollo sostenible. Y lo es porque se ha convertido en un símbolo de convivencia entre el hombre y las aves rapaces.

→ El ave supone un gran beneficio para la agricultura y la ganadería, pues se alimenta de un elevado número de insectos y roedores.



ESTRUCTURA DE GESTIÓN

La fórmula de cooperación público-privada que representa el Producto Turístico del “Cernícalo Primilla en Extremadura” no dispone de forma jurídica.

Para su implantación y para garantizar la continuidad del producto en el tiempo y su vinculación local, **se crea un Comité Local** en cada una de las localidades en la que se ponga en marcha. Con carácter general, el Comité Local se encargará de:

1 CORDINACIÓN

Coordinar el funcionamiento del producto en su localidad.

2 ENLACE

Actuar como enlace entre los participantes locales en el producto y la Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura.

3 VERIFICACIÓN

Verificar el cumplimiento de los requisitos por parte de los participantes en el producto (una vez finalizada la fase de implantación).

4 DINAMIZACIÓN

Proponer acciones de dinamización del producto en su localidad.

¿SABÍAS QUÉ?

Una de las mayores colonias se encuentran en la población de Almendralejo. La iglesia parroquial de la Purificación alberga más de 100 parejas, 80 de ellas en nidos artificiales.

→ Almendralejo, "cuna" del cernícalo primilla y primera ZEPA urbana de Europa.



ESTRUCTURA DE GESTIÓN: COMITÉ LOCAL

FUNCIONAMIENTO

En el momento de su creación, el Comité Local establecerá sus normas de funcionamiento y la periodicidad de sus reuniones. Como mínimo deberá reunirse dos veces al año.

ASESORAMIENTO

Cuando se considere oportuno, a requerimiento del Comité Local, se podrán incorporar como apoyo ocasional **representantes de la Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura y/o del Club de Producto de Turismo Ornitológico Birding in Extremadura**. Su tarea será de asesoramiento en cuestiones concretas que se puedan suscitar, tanto sobre la incorporación de participantes, la pertinencia de experiencias creadas o el cumplimiento de los requisitos legales. También, en este caso por iniciativa propia, podrán participar en las sesiones de los comités locales para informar de las acciones de promoción y/o comercialización de la Junta de Extremadura que puedan afectar al producto.

Este comité estará formado por los siguientes miembros y con las funciones que a continuación se describen:

- 1 REPRESENTANTE ADMINISTRACIÓN LOCAL (TÉCNICO MUNICIPAL/OFICINA DE TURISMO)**
 - Actuará como punto de información local para los agentes interesados en participar en el producto, facilitándoles los documentos y materiales generados en esta primera fase de implantación.
 - Se encargará de las convocatorias del Comité Local.
 - Dado su conocimiento de los agentes y empresas locales, será el encargado de comprobar el cumplimiento del compromiso de creación de experiencias por los interesados en sumarse al producto, una vez concluida la fase de implantación.
- 2 REPRESENTANTE DEL GRUPO DE ACCIÓN LOCAL DE LA COMARCA A LA QUE PERTENECE LA LOCALIDAD U OTRAS ENTIDADES**
 - Colaborará en su ámbito de actuación al impulso del producto turístico.
 - Aportará su conocimiento y experiencia sobre la demanda, estrategias y ofertas turísticas de la comarca, a los agentes y empresas interesadas en el diseño de experiencias y actividades de este producto.
 - Apoyará, cuando sea necesario, a los otros dos miembros en sus respectivos cometidos.
 - Si así lo decidiese el Comité Local, podría asumir las competencias correspondientes al representante de la administración local.
- 3 REPRESENTANTE DE LOS AGENTES/EMPRESAS PARTICIPANTES EN EL PRODUCTO LOCAL**
 - Será el encargado de representar los intereses, inquietudes y puntos de vista de los participantes en el producto.
 - Contribuirá a la divulgación de las iniciativas que se adopten entre el conjunto de participantes en el producto.

QUIÉN PUEDE PERTENECER AL CLUB DE PRODUCTO

¿SABÍAS QUÉ?

Existen muchas formas de designar al cernícalo primilla, según la zona geográfica. Sus nombres vernáculos son: ansarillo, kika, mical, jarico, xoriguer petit, lagarteiro...

→ En Trujillo lo llaman mical. Su proyecto de conservación del cernícalo "Mical Trujillo", toma el nombre de esta ave.

El producto está abierto a todos aquellos agentes públicos y privados, de las diferentes localidades, que puedan contribuir, directa o indirectamente, a crear las diferentes experiencias turísticas y darles continuidad en el tiempo.

1 FACILITADORES

Ayuntamientos, mancomunidades y grupos de acción local, oficinas de turismo, centro de iniciativas turísticas (CIT), museos y centros de interpretación, equipamientos culturales, espacios naturales protegidos, edificios públicos y privados.

→ Los facilitadores son administraciones, instituciones, organismos o entidades que no participan directamente en la creación de las experiencias que compondrán la oferta del producto del cernícalo primilla, pero que pueden actuar como agentes impulsores, supervisores o catalizadores de la misma. Esta función se concreta bien facilitando infraestructura y/o logística para el desarrollo del proyecto, contribuyendo a su divulgación, facilitando -en los casos necesarios- trámites para la realización de determinadas actividades...

2 EMPRESAS

Alojamientos, restaurantes, guías de turismo habilitados y guías ornitológicos y de naturaleza, empresas de actividades, fotografía, agencias de fotografía de naturaleza, artesanía, artes plásticas: pintura, escultura..., artes escénicas: música, baile, teatro, cuentacuentos..., comercio turístico local, estaciones de transporte, empresas de transporte local, agencias de viajes...

→ Son los protagonistas, y beneficiarios, principales de la puesta en marcha del producto, por medio de la creación de experiencias que puedan ser ofertadas a los potenciales visitantes.

3 PRESCRIPTORES

Investigadores, naturalistas, asociaciones y entidades ecologistas, medioambientalistas, ornitológicas, grupos excursionistas, senderistas, medios de comunicación, etc.

→ Son aquellos agentes que por su actividad pueden hacer una labor de recomendación y divulgación del producto. Suelen pertenecer a colectivos y grupos especialmente predispuestos y/o interesados por la observación de aves, la naturaleza, el turismo en general o el beneficio y desarrollo de sus localidades. Su papel es importante para ayudar a la sensibilización y comprensión del producto, tanto entre la población local, clave para la aceptación y apoyo al mismo, como entre potenciales visitantes que comparten los mismos intereses.

COMPROMISOS POR PERTENECER AL PRODUCTO

Todas las empresas, servicios y agentes en general que decidan participar activamente en el Producto Turístico "URBAN BIRDING" adquieren unos compromisos muy sencillos, pero al tiempo serios y rigurosos:

- 1 Designar a un responsable** dentro de la empresa o servicio, que actúe como interlocutor para el desarrollo del proyecto.
- 2 Participar en un proceso formativo.** Para ello los participantes en el proyecto recibirán material formativo específico. Como se verá en el punto referido al proceso de participación/adhesión al producto, deberán justificar un conocimiento mínimo en torno al mismo, mediante la cumplimentación de un formulario de autoevaluación.
- 3 Crear, de forma individual o junto con otros agentes, una experiencia (actividad) turística singular en torno al cernícalo primilla, dirigida a los visitantes actuales o potenciales de la localidad o localidades en las que desarrolle su actividad.**

Para el diseño de la experiencia deberá tenerse en cuenta tanto el perfil específico de los visitantes de cada localidad participantes en el producto, como los distintos recursos turísticos existentes en la misma y que, combinados con el recurso cernícalo primilla, pueden generar la nueva experiencia a ofertar.

Para su diseño no es imprescindible, pero se considera recomendable, un trabajo conjunto entre varios agentes de una misma localidad, de modo que la experiencia pueda abarcar diferentes sectores (p.ej: actividades complementarias + observación + talleres familiares + gastronomía + alojamiento...). También se recomienda, en su diseño, buscar complicidades y sinergias con otros productos y clubes existentes, que puedan tener agentes participantes en alguna de las localidades del proyecto: Club de Producto de Turismo Ornitológico Birding in Extremadura, Ruta del Vino Ribera del Guadiana, Ruta del Queso de Extremadura, Club de Ciudades Patrimonio de la Humanidad, Caminos de Sefarad, Red de Fiestas Históricas, etc.



COMPROMISOS POR PERTENECER AL PRODUCTO

- 4 **Mantener la experiencia turística diseñada** en torno al recurso turístico cernícalo primilla (cernícalo + patrimonio cultural + gastronomía...) **durante un mínimo de dos años.**
- 5 **Cumplir con la legalidad vigente necesaria** para ejercer su actividad las siguientes empresas: alojamiento turístico, restauración, intermediación turística y actividades alternativas. Deberán estar inscritas en el **Registro General de Empresas y Actividades Turísticas de la Junta de Extremadura.**
- 6 Utilizar y dar la **máxima difusión a la marca del producto** en sus documentos y materiales promocionales y de comunicación.
- 7 Colaborar activamente en las **actividades promocionales** que se desarrollen al amparo del Producto Turístico "URBAN BIRDING".
- 8 Contribuir a los **procesos de calidad del producto**, mediante la cumplimentación, si así se determina, de encuestas de control de calidad.
- 9 Facilitar los datos precisos para la **elaboración de materiales promocionales** conjuntos del Producto Turístico del "URBAN BIRDING".
- 10 **Informar al Comité Local de cualquier cambio** que se pueda producir en su actividad y que pueda afectar a su participación en el producto.

BENEFICIOS DE PARTICIPAR EN EL PRODUCTO

La participación en el Producto Turístico "URBAN BIRDING" reportará a los agentes adheridos los siguientes beneficios:

- 1 **Promoción de la actividad y de la empresa participante en el producto**, a través de los soportes y canales de promoción de Turismo de Extremadura.
- 2 **Diferenciarse de cara a la demanda** respecto de otras empresas y servicios que no participan en el producto.
- 3 **Participar en la creación y desarrollo de una oferta de producto conjunta, más fuerte y más competitiva**, que los productos y ofertas que pueda hacer cada agente de forma individual.
- 4 **Disponer de documentación técnica para la creación de las experiencias** que darán forma a la oferta del producto.
- 5 Disponer de **material de formación** específico del producto.
- 6 **Disponer de una marca, asociada al proyecto Life ZEPA Urban**, que definirá a los agentes participantes en el producto.
- 7 Ofrecer **una mayor garantía de calidad al usuario** de los diferentes servicios, por medio de la coordinación, creación y articulación futura del producto.
- 8 En los casos en los que se solicite y que se reúnan las condiciones adecuadas, la **posible instalación de nidales artificiales para el cernícalo primilla**.

¿SABÍAS QUÉ?

"URBAN BIRDING" es un producto turístico que aglutina agentes públicos y privados para poner en valor turística-mente la presencia del cernícalo primilla en nuestra región y ofrecer bajo una marca actividades relacionadas con este ave.

PROCESO DE PARTICIPACIÓN

SOLICITUD DE PARTICIPACIÓN

El proceso de participación de cualquier entidad, empresa o servicio, se inicia con el envío, debidamente cumplimentado, del formulario que se adjunta a este manual, a la siguiente dirección:

Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura
Av. de las Comunidades, s/n
06800 – MÉRIDA
Tel. 924 332 285
info@turismoextremadura.com

*La solicitud de participación y el cumplimiento de los requisitos derivados solo podrá hacerse antes de la revisión anual del Catálogo de Experiencias, de modo que las nuevas incorporaciones puedan añadirse anualmente de cara a la siguiente campaña de promoción del producto "URBAN BIRDING".

¡EL PRINCIPIO!

¡Quiero formar parte de este proyecto!
¿Qué tengo que hacer?

- 1 Una vez cumplimentada la solicitud de participación (anexo 1), se enviará a la Dirección General de Turismo.
- 2 La Dirección General de Turismo o el representante del Comité Local me facilitará toda la **información, manuales y documentación** necesaria para la **formación y la creación de experiencias**.

PROCESO DE FORMACIÓN Y CREACIÓN DE EXPERIENCIA

- 3 Envío de **documento de declaración responsable** a la Dirección General de Turismo (anexo 2).
Transcurridos dos meses desde el envío de la documentación, si no se ha entregado el anexo 2, se entenderá que el solicitante ha desestimado participar.
- 4 **Verificación de cumplimiento de requisitos** por parte del Comité Local.
- 5 **Aprobación y entrada en el producto** por parte de la Dirección General de Turismo. Se remitirá al solicitante los **distintivos de la marca y el certificado de integrante del producto**.

Soy adherido al producto

¡A trabajar activamente!

PROCESO DE PARTICIPACIÓN

SOLICITUD DE BAJA

Del mismo modo que cualquier agente de los descritos puede solicitar su participación en el producto, también puede solicitar su baja del mismo, si viera que no está en condiciones de responder a los compromisos adquiridos y a los requisitos exigidos.

Todos los participantes en el producto podrán ejercer, en cualquier momento, los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición, al amparo de la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD).

FORMACIÓN A DISTANCIA

Proceso de formación a distancia para adquirir los conocimientos mínimos necesarios sobre el recurso y producto, con el fin de proporcionar un servicio de calidad. La formación consta de un manual específico y autoevaluable.

EXPERIENCIAS

Crear, de forma individual o junto con otros agentes, una experiencia (actividad) turística singular en torno al cernícalo primilla, dirigida a los visitantes actuales o potenciales de la localidad o localidades en las que desarrolle su actividad.

VERIFICACIÓN DE REQUISITOS

La justificación de que se cumplen los requisitos solicitados para participar en el producto se hará mediante el envío de una declaración responsable (ANEXO 2) a Dirección General de Turismo (DGT) que dará traslado al Comité Local correspondiente. Este formulario incluye una lista de requisitos que deberán ser puntuados:

- Estar al corriente de las obligaciones legales para el ejercicio de la actividad.
- Haber creado una experiencia turística en torno al recurso del cernícalo primilla y comprometerse a mantenerla durante dos años.
- Haber realizado el proceso de formación y disponer de personal con formación suficiente para poder atender y orientar al viajero.

El Comité Local hará la verificación del cumplimiento de los requisitos, en especial que se ha creado una experiencia válida y que se dispone de personal formado.

APROBACIÓN Y CERTIFICACIÓN

La Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura será la encargada de la aprobación final de la propuesta y de la emisión del correspondiente Certificado de Participación en el producto "URBAN BIRDING". Posteriormente facilitará los distintivos de la marca al nuevo integrante.

Una vez hecha efectiva la adhesión al Producto Turístico "URBAN BIRDING", el agente en cuestión comenzará a obtener los beneficios descritos en la página 17 de este manual, al tiempo que seguirá cumpliendo con los compromisos adquiridos. Salvo en lo que se refiere a soportes promocionales, que estará supeditado a reediciones de material en el caso de papel, o actualizaciones en el caso digital.

La verificación de que un participante sigue cumpliendo los requisitos exigidos, se hará con carácter anual, por parte del Comité Local, mediante una consulta al interesado sobre si mantienen las circunstancias que justificaron su adhesión al producto. En caso de que se hubiera producido algún cambio, lo tendrá que comunicar en la respuesta a dicha consulta. Corresponderá al Comité Local la evaluación de si dichos cambios suponen un cambio de situación respecto a la pertenencia o no del producto. En caso de duda se trasladará la consulta a la Dirección General de Turismo.

Cualquier parte interesada que detecte algún tipo de anomalía o incumplimiento, podrá comunicarlo al Comité Local. Éste lo trasladará a la Dirección General de Turismo que podrá, si lo estima oportuno, realizar evaluaciones presenciales.

En todo caso, la actitud del Comité Local y de la Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura siempre será positiva y dirigida a ayudar a los agentes a solucionar el problema y facilitar su permanencia en el producto.

ANEXO 1: FICHA DE SOLICITUD DE PARTICIPACIÓN

FICHA DE SOLICITUD DE PARTICIPACIÓN Producto Turístico "URBAN BIRDING"

Entidad/Empresa/Centro/Profesional	
Tipo de empresa/Servicio	
<input type="checkbox"/> Administraciones locales	<input type="checkbox"/> Alojamientos
<input type="checkbox"/> Agencias de viajes	<input type="checkbox"/> Restaurantes
<input type="checkbox"/> Oficina de Turismo	<input type="checkbox"/> Guía
<input type="checkbox"/> Fotógrafo	<input type="checkbox"/> Artesano
<input type="checkbox"/> Artista escénico	<input type="checkbox"/> Edificio
<input type="checkbox"/> Estación de transporte	<input type="checkbox"/> Empresa de transporte
<input type="checkbox"/> Equipamiento cultural	<input type="checkbox"/> Medio de comunicación
<input type="checkbox"/> Asociación	<input type="checkbox"/> Club
<input type="checkbox"/> Empresas de actividades	<input type="checkbox"/> Museo
<input type="checkbox"/> Espacio natural	<input type="checkbox"/> Artista plástico
<input type="checkbox"/> Comercio turístico local	<input type="checkbox"/> Centro de Iniciativas Turísti
<input type="checkbox"/> Investigador/prescriptor	
Nombre comercial (si procede)	
Descripción de los servicios que presta	
Persona de contacto	
Dirección del establecimiento/actividad profesional	
Localidad	Código postal
Teléfono fijo	Teléfono móvil
Correo electrónico	
Página web	
¿Pertenece al club <i>Birding in Extremadura</i>?	
<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
<input type="checkbox"/> Me interesaría	

Mediante la presente ficha, D./D^a. _____, en representación de entidad, empresa, centro, profesional, indicado anteriormente, declara su interés en participar en el Producto Turístico "URBAN BIRDING".

En _____, a ____ de _____ de 2018

ANEXO 2: FORMULARIO DE CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS

DECLARACIÓN RESPONSABLE

D./D^a _____, mayor de edad, con domicilio en C/ _____, nº _____, de _____, con D.N.I. nº _____, actuando en su propio nombre y derecho o en representación de la Empresa /Entidad/Institución _____ con C.I.F.: _____, y a efectos de justificar que cumple los requisitos para participar como miembro de pleno derecho en el Producto Turístico c"URBAN BIRDING".

DECLARA

Primero: Hallarse al corriente del cumplimiento de todas las obligaciones legales para el desempeño de su actividad, de sus obligaciones tributarias con la Hacienda Estatal y de la Comunidad Autónoma de Extremadura y con la Seguridad Social, y estar inscritas (en los casos en los que sea pertinente) en el Registro General de Empresas y Actividades Turísticas de la Junta de Extremadura.

Segundo: Cumplir con los requisitos que se establecen en el Manual de Producto d "URBAN BIRDING" para participar en el mismo:

- Creación de una experiencia turística en la que se incluye, como recurso, al cernícalo primilla.
- Compromiso de mantenimiento de la experiencia por un período mínimo de 2 años a partir de la fecha de recepción del certificado de participación en el producto.
- Haber realizado el proceso de formación sobre el producto mediante los materiales que me han sido facilitados.
- Disponer de personal con la formación mínima necesaria para poder informar a los viajeros sobre el producto del "Cernícalo Primilla en Extremadura" y sobre los principales recursos turísticos de la localidad.

Lo que hago constar, a los efectos oportunos,

En _____, a _____ de _____ de 20 18

(Firma del declarante)

— 2 —

SIGNOS DE LA IDENTIDAD VISUAL

Los diversos soportes de esta papelería llevan todos los signos de identidad de la marca **“URBAN BIRDING”**.

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca en diferentes soportes deben seguir una serie de normas genéricas que a continuación les mostramos.

DEFINICIÓN DE USO

Identidad visual

El manual de identidad visual recoge los elementos constitutivos para la reproducción de la marca **“URBAN BIRDING”** sobre soportes impresos y digitales. Se trata, por tanto, de una guía para que los miembros integrantes y entidades públicas o privadas realicen un uso correcto de la marca en su difusión.

La observación rigurosa de estas normas contribuirá a consolidar una identidad corporativa sólida y duradera, y ayudará en gran medida al desarrollo de una línea de comunicación gráfica homogénea.



URBAN BIRDING

El presente capítulo recoge, de forma clara y sencilla, todos los aspectos gráficos a tener en cuenta en la aplicación de la marca.

VERSIONES PRINCIPALES

LIFE ZEPA URBAN Y "URBAN BIRDING"

Para la marca 'URBAN BIRDING' se ha establecido una relación gráfica con el logotipo 'Life ZEPA URBAN'. El objetivo ha sido darle una continuidad visual para poder relacionarlo, una vez terminado el proyecto, con el logotipo original.



Logotipo del Producto Turístico 'URBAN BIRDING'



Logotipo del proyecto 'LIFE ZEPA URBAN'
www.zepaurban.com

ELEMENTOS GRÁFICOS

Los colores corporativos, el cernícalo primilla cernido sobre la ciudad e incluso las tipografías utilizadas están asociadas a la marca original del proyecto Life ZEPA URBAN. La diferencia que se ha establecido para el logo turístico es la pastilla vertical, el subnombre y la forma de huevo que encuadra al ave y la ciudad.

Logotipo primario

El logotipo, en su versión primaria, aparecerá siempre con los colores corporativos o sus correspondientes en CMYK.

Cuando lo anterior no sea posible, se utilizarán las distintas versiones y formas que aparecen en este manual.



Logotipo secundario

El logotipo, en su versión secundaria, aparecerá siempre con los colores corporativos o sus correspondientes en CMYK.

Cuando lo anterior no sea posible, se utilizarán las distintas versiones y formas que aparecen en este manual.



Logotipos monocromáticos

Las versiones para aplicaciones que demanden el uso de una única tinta son:



Blanco/negro positivo



Blanco/negro negativo

CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN

La marca tendrá siempre dos formas de aplicación:

- **Sobre pastilla:** representada gráficamente en ésta página.
- **Sin pastilla:** siempre y cuando el logotipo primario o secundario vaya sobre colores corporativos (ver abajo).

Por tanto su aplicación es muy versátil en todo tipo de fondos, ya sean fotográficos o con un color específico.



Sin pastilla sobre fondo corporativo BLACK C

TAMAÑO MÍNIMO DE REPRODUCCIÓN

Se ha establecido un tamaño mínimo de reproducción de 30 mm. de alto.

En sistemas con bajos valores de reproducción, (relieves, grabados...), se aconseja un mayor tamaño, atendiendo a criterios técnicos del sistema de reproducción y de legibilidad.

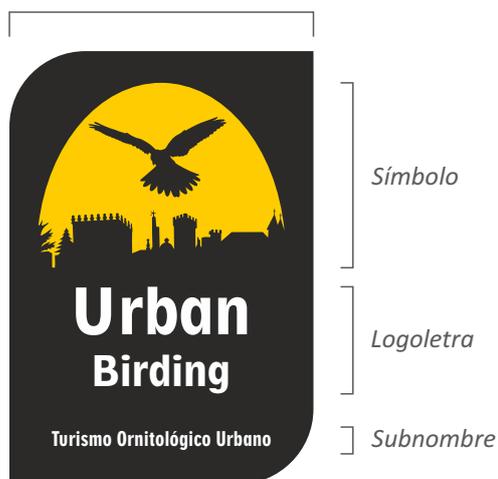


El logotipo vendrá conformado por la suma de los siguientes elementos: símbolo, logoetra y subnombre. La falta de alguna de estas partes conllevará una mala aplicación de la marca.

ÁREA DE PROTECCIÓN

Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo. Este área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca.

Área de protección o pastilla



Acotaciones en la versión secundaria:



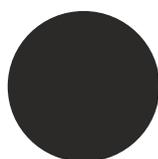
COLORES CORPORATIVOS

Los colores corporativos deberán reproducirse siempre de la manera más exacta posible, tanto en sus versiones en tinta plana, para lo que se utilizarán las referencias estándar de PANTONE, como en la impresión en cuatricomía mediante su selección en los colores de proceso especificados en porcentajes de CMYK.

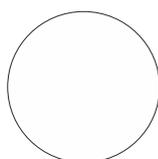
En sistemas de impresión o reproducción donde no puedan utilizarse los estándares citados, se cuidará especialmente la elección de las tintas o materiales adecuados para impedir variaciones importantes de percepción del color.



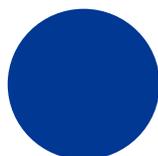
PANTONE 123 C
C:0 M:20 Y:100 K:0



PROCESS BLACK C
C:0 M:0 Y:0 K:100



PROCESS WHITE
C:0 M:0 Y:0 K:0



PANTONE 661 C
C:100 M:80 Y:0 K:0
Logotipo secundario

COLORES

Las referencias de color son los Pantones aquí especificados.

Si las condiciones de impresión no permiten el uso de éste, el logotipo podrá ser impreso en cuatricomía, o en negro.

LOGOTIPOS SOBRE FONDOS CORPORATIVOS

TAMAÑO MÍNIMO DE REPRODUCCIÓN

Se ha establecido un tamaño mínimo de reproducción de 30 mm. de alto.

En sistemas con bajos valores de reproducción, (relieves, grabados...), se aconseja un mayor tamaño, atendiendo a criterios técnicos del sistema de reproducción y de legibilidad.



30mm.

Como dijimos anteriormente, siempre que los colores de fondo coincidan con los corporativos del logotipo se podrán aplicar de dos formas:

- **Con pastilla y contorno blanco.** La anchura del filete o contorno está trazado y será proporcional a su tamaño.
- **Sin pastilla.**

Su uso puede ser aleatorio, aunque dependerá del diseño del soporte y la visibilidad de la marca.



Logotipo primario
sobre color corporativo Black C



Logotipo secundario
sobre color corporativo Pantone 661 C

TIPOGRAFÍA

La marca “**URBAN BIRDING**” utiliza una sola tipografía: **Geometr212** en sus versión Bold. Su uso solo afecta a la palabra “URBAN BIRDING”. El subnombre o Strapline “**Turismo Ornitológico Urbano**” utiliza la misma tipografía pero en su versión **Geomtr706 Black Condensed BT**.

Es aconsejable que en entornos ofimáticos y multimedia (que requieran texto editable) se reemplacen los cuerpos explicativos o de redactado por la tipografía **Calibri** en las variantes Normal, itálica y Bold.

Geomtr212 > **Urban Birding**
Geomtr706 > Turismo Ornitológico Urbano

Geometr212 BkCn BT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%€)

Geometr212 BkCn BT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%€)

Calibri

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%€)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%€)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%€)

USOS CORRECTOS

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca **“URBAN BIRDING”** se tienen que seguir una serie de normas genéricas.

Un uso desordenado de la identidad visual crea confusión, y repercute muy negativamente en el perfil de la marca y en la percepción que el público ha de tener de sus valores y servicios. Ordenar y aplicar de forma correcta el logotipo es garantía de que transmitirá perfectamente la jerarquía dentro del conjunto de la imagen corporativa.

Usos correctos (versión primaria y secundaria)



Usos incorrectos



APLICACIÓN

El valor de una marca depende en gran medida de la disciplina en su aplicación. Con el objetivo de no debilitar el mensaje visual de la marca es fundamental evitar los efectos contraproducentes en su aplicación.

**USOS
CORRECTOS.
ELECCIÓN
CROMÁTICA
SEGÚN FONDOS**



USO DE LOGOTIPOS DEL PROYECTO

En los documentos institucionales o promocionales que formen parte del proyecto, se deberán seguir las siguientes normas para el uso de logotipos y sus tamaños:

1 Durante el proyecto vigente Life-ZEPAURBAN

Siempre que se pueda se utilizará el logotipo **Life ZEPAURBAN** y los del proyecto LIFE de la Unión Europea (Natura 2000 y Life) para los documentos o folletos institucionales. Para el tamaño de los logotipos se tendrá en cuenta los manuales corporativos de cada uno de ellos y sus dimensiones mínimas. A su vez se aconseja que vaya acompañado de los textos identificativos del área a la que pertenecen. Quedaría de la siguiente manera:

EJEMPLO 1



Proyecto
Life ZEPAURBAN



Programa LIFE
de la Unión Europea



Socio coordinador:



Consejería de Medio Ambiente y Rural,
Políticas Agrarias y Territorio

EJEMPLO 2



Proyecto
Life ZEPAURBAN



Programa LIFE
de la Unión Europea



Socio coordinador:



Consejería de Medio Ambiente y Rural,
Políticas Agrarias y Territorio

Socios beneficiarios:



2 Finalización del proyecto Life-ZEPAURBAN (2016-2020)

Una vez concluido el proyecto Life-ZEPAURBAN en 2020 se dejará de utilizar su logotipo oficial en los documentos oficiales o publicitarios cuando vaya la marca '**URBAN BIRDING**'. Por tanto, podrá utilizarse de forma individual sin los logotipos oficiales del proyecto.

LÍNEAS DE LOGOTIPOS

Cuando aparezcan los logotipos institucionales o los socios beneficiarios del proyecto, éstos deberán seguir una reglas básicas en su presentación. Evitar reducir el tamaño de los logotipos que no permitan su correcta visualización y aplicar un espacio mínimo entre ellos.

Logotipos del proyecto ("URBAN BIRDING" y ZEPAURBAN)



Proyecto
Life ZEPAURBAN



Tres líneas de logotipos (logotipos institucionales)



Proyecto Life ZEPAURBAN



Con la contribución del
Programa LIFE de la Unión Europea



Socio coordinador:

JUNTA DE EXTREMADURA

Consejería de Medio Ambiente y Rural,
Políticas Agrarias y Territorio

Socios beneficiarios:

JUNTA DE EXTREMADURA



Extremadura



Defensa y Estudio del Medio Ambiente



Naturaleza Cultura Desarrollo



Prefabricados
Extremadura
2002

laruinagráfica.

SOCIOS

Se han planteado tres opciones para la presentación de los logotipos, tanto institucionales como los socios beneficiarios del proyecto. Todas las líneas pueden ir alineadas al centro o a la izquierda.

Dos líneas de logotipos



Proyecto Life ZEPAURBAN



Con la contribución del
Programa LIFE de la Unión Europea



Socio coordinador:

JUNTA DE EXTREMADURA

Consejería de Medio Ambiente y Rural,
Políticas Agrarias y Territorio

Socios beneficiarios:

JUNTA DE EXTREMADURA



Extremadura



intromac



Defensa y Estudio del Medio Ambiente



Terra Naturalis



Prefabricados
Extremadura
2002

laruinagráfica.

PUBLICIDAD

Eslogan Inglés

Los eslóganes se podrán utilizar en los soportes publicitarios y merchandising de "URBAN BIRDING".

Enjoy urban birds!



¿QUÉ ES UN ESLOGAN?

Eslogan o claim es la frase que identifica a una marca, que lo acompaña y sirve para motivar y recordar. Mientras que los logotipos son representaciones visuales, los eslóganes son representaciones informativas o emocionales de la marca.

¿Cuál es el objetivo? Dejar grabado un mensaje clave de la marca en la mente del receptor para que, aunque estos no recuerden nada más del anuncio publicitario, aún recuerden el eslogan.

Enjoy urban birds!
¡Practica el Turismo!





Manual de Producto Turístico

Urban Birding



Con la contribución del
Programa LIFE de la Unión Europea



Socio coordinador:

JUNTA DE EXTREMADURA

Consejería de Medio Ambiente y Rural,
Políticas Agrarias y Territorio

Socios beneficiarios:

JUNTA DE EXTREMADURA



Defensa y Estudio del Medio Ambiente



Naturaleza Cultura Desarrollo



laruinagráfica.