

## ESTUDIO SOCIOECONÓMICO DEL TURISMO CINEGÉTICO EN OURENSE

Rosalía Eva Rodríguez Portela\* y Tomás R. Cotos-Yáñez\*\*

**Resumen:** El turismo cinegético es una actividad relativamente joven en Galicia. Hasta hace poco la caza estaba considerada como una actividad de ocio vinculada al medio rural. Recientemente, una serie de cambios han llevado a desarrollar y enfocar esta actividad de una forma diferente. Estos cambios han propiciado la puesta en valor, de forma sostenible, de unos montes actualmente en estado de abandono. En este estudio, tras dar una visión global de la importancia del turismo cinegético, analizamos los datos obtenidos de la temporada de caza 2009-2010 respecto a la caza mayor en Ourense con el objetivo final de ofrecer un perfil del turista que se desplaza hasta nuestra provincia para el ejercicio de la caza, así como de los impactos socioeconómicos que genera el desarrollo de dicha actividad. Este enfoque trata de cambiar la norma general que considera el turismo cinegético en Galicia como un subproducto turístico. En este sentido, Ourense ha llevado a cabo a lo largo de los últimos años una serie de actuaciones en la gestión del turismo cinegético, avanzando en este terreno con la puesta en escena de distintos proyectos que han demostrado resultar rentables y sostenibles. Muestra de ello es la puesta en marcha de la primera explotación comercial cinegética cerrada de toda Galicia – Explotación Cinegética Montes de Leboeirón. Será objeto del proyecto la realización de un estudio sobre el impacto socioeconómico que la actividad cinegética, en concreto la caza mayor, tiene sobre la provincia de Ourense como desarrollo de un tipo de turismo de interior para el que creemos que está altamente capacitada. El estudio se complementará con un análisis de la demanda que nos permita descubrir las características del consumidor final para poder dirigir nuestros esfuerzos hacia clientes que cumplan con el perfil identificado, con el objetivo de atraerlos a nuestra provincia. Asimismo, se realizará un estudio sobre el gasto medio repercutido por cada cazador en las diferentes zonas aptas para el desarrollo de la actividad basado en los datos obtenidos tanto a priori como en los obtenidos a partir de los resultados alojados por los consumos realizados.

**Palabras clave:** turismo, turismo cinegético, caza mayor, estudio económico, rendimiento cinegético, rendimiento económico, perfil del turista

**Abstract:** Purpose of the project will be a study on socioeconomic impact of hunting, particularly big game has over Ourense and development of tourism type for which we believe is highly qualified. The study will be complemented by a demand analysis that allows us to discover the characteristics of the final consumer to be able to cater customer who meet the profile identified in order to attract them to our province. Also conduct a study on the average expenditure per hunter impact in different areas suitable for the development of the activity based on data obtained a priori and those obtained from the results hosted by the consumption made.

**Keywords:** tourism, hunting tourism, big hunting, economic study, hunting performance, economic performance, tourist profile.

### I. INTRODUCCIÓN

Desde la Edad Media, España ha sido considerada un paraíso cinegético debido a su diversidad en las condiciones medioambientales y geográficas, así como por su variedad paisajística y la abundancia de montes. Contamos, a su vez, con una variada fauna, siendo ésta uno de los principales atractivos de nuestro país no solo para los

turistas de naturaleza, tanto residentes como extranjeros, que acuden año tras año a disfrutar de nuestro territorio.

Haciendo referencia al turismo relacionado con la naturaleza, nuestro país es considerado como destino internacional de primer orden debido a la gran variedad de ecosistemas tanto peninsulares como insulares en los que disfrutar de espacios excepcionales.

\* evagestion@gmail.com.

\*\* Universidad de Vigo. cotos@univigo.es.

Dentro del conjunto de actividades de ocio relacionadas con la naturaleza y con el disfrute de espacios naturales se puede, en una primera aproximación, encuadrar la actividad de la caza; practicada en España por un 2,5% de la población (Farfán, 2004), y que a mayores cuenta con visitantes extranjeros principalmente procedentes de países europeos (Francia e Italia) y Estados Unidos (Mulero, 1991).

La caza es una actividad social y cultural, y la mayor parte de la actividad cinegética de nuestro país se centra en tres Comunidades Autónomas de gran tradición por capturas, variedad de especies de caza y número de practicantes. Estas comunidades son por excelencia Extremadura, Castilla-La Mancha y Andalucía (Metra Seis, 1985).

Históricamente, Galicia no ha sido una zona donde la caza se explotara socialmente lejos de las relaciones meramente rurales entre vecinos de unas tierras altamente parceladas, donde el dominio del minifundio y los pequeños espacios cercados eran lo común en nuestro campo unido a una alta dispersión poblacional.

Estas circunstancias han propiciado que esta Comunidad Autónoma nunca haya figurado entre las preferentes de los cazadores que se desplazaban desde su lugar de residencia habitual con el fin de cobrar una o varias piezas, meritorias de trofeo.

Por otra parte la orografía de nuestro territorio y el clima, hacen del mismo un lugar propicio para el desarrollo de la actividad cinegética sobre todo si nos centramos en la caza mayor puesto que ésta se practica en

zonas de monte donde existan bosques en los que las piezas puedan habitar.

El continuo abandono del medio rural, ganadería y agricultura, por parte del hombre ha supuesto un incremento de las masas forestales, arboladas y de monte bajo, lo que ha implicado que Galicia se haya convertido en uno de los mejores cotos de caza mayor de España, con unas condiciones inmejorables, climáticas, alimenticias y de refugio para los animales (Fernández, 2009).

Estas condiciones favorecen la cría y el desarrollo de las especies que encuentran en el nuevo hábitat el medio ideal para su supervivencia y reproducción. Como consecuencia de ello, en determinadas localizaciones las poblaciones de determinadas especies, como el jabalí, se multiplican llegando a ser un inconveniente por causa de los destrozos que ocasionan en las explotaciones agrarias que resisten en el medio rural, resultado de su continua búsqueda de alimento. Llegados a este punto, es cuando ponemos en nuestro conocimiento la caza como la captura de excedentes poblacionales de determinadas especies que de no ser controladas en número podrían llegar a resultar un problema tanto para el resto de las especies como para el ser humano no sólo afectando a sus cultivos, sino también a su seguridad puesto que ese excedente de animales provoca continuos accidentes de tráfico en las inmediaciones de sus hábitats naturales.

Inicialmente esta riqueza cinegética se ha aprovechado por parte de cazadores locales a través de sociedades deportivas de caza. Debido a la abundancia natural de especies cinegéticas, se cazaba sin ningún

tipo de gestión y sin saber, por desconocimiento, la riqueza que estaban explotando. En la actualidad los cazadores locales siguen cazando en sus territorios, pero cada vez son más conscientes de que cuentan con unos recursos fácilmente explotables (Fernández, 2009), que reportarían unos ingresos interesantes para gestionar sus sociedades.

Así pues, la caza ha pasado de ser un mero entretenimiento de ocio social a una posible fuente de ingresos nada despreciable en el medio rural. El ejercicio de esta actividad, lleva implícita la creación de empleo, por ejemplo, en forma de guardería. Estos guardas, no solo velan por la integridad y bienestar del ecosistema sino que son los encargados de acompañar a los cazadores foráneos que acuden a territorios desconocidos para ellos en busca de su trofeo.

A su vez la práctica de esta actividad lleva asociada otra serie de usos que actúan como efectos multiplicadores en el entorno, nos referimos a las repercusiones en renta que suponen los ingresos por alojamiento, restauración y ocio que se derivan como consecuencia de la actividad principal por la que se realiza el viaje, en este caso, la consecución del apreciado trofeo.

Directamente relacionado con la obtención del trofeo, se encuentra la preparación del mismo para su posterior exposición por parte del dueño. Esto implica el paso por un taxidermista, actividad que a su vez se encuentra en alto grado conectada con la actividad cinegética.

### **I.1. Objetivos del estudio**

En el siguiente trabajo estudiamos el impacto socioeconómico que tiene el turismo cinegético en la provincia de Ourense, centrándonos en la caza mayor en su modalidad de rececho y montería o gancho exclusivamente.

En la sección 2 realizaremos una primera aproximación al turismo cinegético y a su importancia y evolución en Galicia y en la provincia de Ourense.

En la sección 3 estructuraremos la oferta de la caza mayor en Ourense, dando una aproximación cuantitativa al rendimiento (económico y cinegético) de los espacios oferentes de actividad cinegética. También delimitaremos las formas de comercialización del producto.

En la sección 4 realizaremos un pequeño estudio empírico mediante una encuesta para analizar y concretar el perfil del demandante de caza mayor en nuestra provincia.

Por último en la sección 5 se hará un resumen de las conclusiones alcanzadas.

## **II. APROXIMACIÓN AL TURISMO CINEGÉTICO EN ESPAÑA Y EN GALICIA**

### **II.1. Concepto de Turismo Cinegético**

A diferencia de la mayoría de las actividades englobadas dentro del turismo, el turismo cinegético no cuenta con una definición propiamente dicha y explícita dentro de la Organización Mundial del Turismo.

Sin embargo, podemos acercarnos a una definición de turismo cinegético teniendo en cuenta diversos factores que tienen lugar en el desarrollo de la actividad.

Es importante no confundir la actividad cinegética con lo que vulgarmente se conoce en el ámbito de la caza como escopetero (aquel que le tira a todo lo que se mueve sin tener en cuenta la temporada, edad y sexo del animal, cupos disponibles, repoblaciones...); el turista cinegético no sólo persigue un trofeo sino que a su vez también busca un contacto con la naturaleza, observando la vida salvaje y en general respetando entorno y recursos. En este punto es necesario hacer un inciso sobre el trofeo puesto que es normal encontrarse con turistas de este tipo que teniendo a tiro piezas no las cobran por no ser portadores del trofeo buscado.

Consultando la bibliografía citada al final del presente trabajo encontramos una definición de turismo cinegético: «El turismo cinegético engloba el conjunto de actividades llevadas a cabo por las personas que se desplazan a un espacio concreto, atraídas por el recurso caza, con objeto de capturar con criterios sostenibles una pieza, utilizando distintas técnicas y medios. A su vez el recurso caza está constituido por determinadas especies animales, divididas en especies de caza mayor y caza menor, cuya distribución por el territorio, en términos de variedad y densidad, presenta realidades asimétricas» (Rengifo, 2008).

La principal razón por la que estamos de acuerdo con esta definición es por su complejidad y precisión, haciendo referencia a quien realiza la actividad y cuáles son sus

objetivos y de qué forma los consigue. Así mismo distingue entre las dos modalidades de caza que pueden ser ejercidas y finalmente también nos ubica en qué lugares éstas se pueden practicar. Hace referencia tanto a la demanda como a la oferta, y algo que consideramos importante en el contexto actual, la actividad se realiza mediante criterios de captura sostenibles, es decir, teniendo en cuenta todos aquellos parámetros (densidad de población, edad, sexo, temporada...) que pueden afectar al correcto desarrollo y evolución de la especie en su hábitat natural.

## **II.2. Importancia del turismo cinegético en Galicia**

Para la práctica de la caza es necesario contar con una amplia estructura de equipos y mano de obra, no sólo para la jornada de caza en sí, sino también para las preparaciones previas, así como para la posterior transformación de las piezas cobradas.

En este sentido podemos afirmar que existe una conexión entre la actividad cinegética y el conjunto de la economía de la zona en que se practica, siendo uno de los medios de diversificación de dicha economía (Willebrand, 2009). Algunos de los sectores directamente involucrados, que aportan rentas y empleo en torno al desarrollo de la actividad serían: guarderías de medio rural, rehalas (1), armerías y tiendas de deporte, taxidermistas, veterinarios, comercialización de productos cinegéticos, licencias y seguros.

Otros sectores a los que también afecta la actividad, generando rentas y empleo

puesto que son servicios en los que se tiene que apoyar el consumidor son: hoteles, restaurantes, agencias de viajes, transporte e inversiones en el medio rural para la conservación de espacios.

La caza en Galicia dentro de su contexto generalizado ha sido un fenómeno social asociado al mundo rural. La mayor parte de los terrenos cinegéticos están gestionados por sociedades deportivas o asociaciones de cazadores en figuras denominadas Tecor (Terreno Cinegéticamente Ordenado), prolongaciones de los antiguos cotos privados de caza.

Cada Tecor es gestionado por una sociedad de cazadores que normalmente se corresponde con los vecinos del pueblo, tanto los que viven habitualmente como los que vienen de vez en cuando. Los fines de semana, durante la época hábil de caza en Galicia, los vecinos se juntan y se lanzan al campo a disfrutar de su actividad. Esta norma ha venido siendo así, hasta que los gastos de mantenimiento de las sociedades de cazadores se han incrementado; en gran medida debido a la obligatoriedad de realizar planes de ordenación de los Tecor y de contratar seguros de responsabilidad civil como consecuencia de los daños ocasionados por la caza en accidentes de tráfico. Es, en este punto, cuando buscando formas de financiación (Fernández, 2009), surge la posibilidad de ofertar a cazadores con un nivel adquisitivo elevado permisos de caza dentro del Tecor, pero sin pertenecer a la Sociedad de cazadores, este hecho es el origen del turismo orientado a la caza en Galicia.

Otro factor importante a tener en cuenta en este desarrollo, es la ordenación del

territorio en Galicia, en el interior de la comunidad, en las provincias de Ourense y Lugo, alrededor de cada pueblo existe un pequeño (o no tan pequeño) territorio denominado monte comunal, gestionado a través de comunidades de montes formadas por los comuneros (vecinos cuya residencia habitual se encuentra en ese núcleo rural). La oportunidad de realizar un aprovechamiento sostenible en estos montes ha supuesto el comienzo de la puesta en marcha de una nueva figura distinta a las sociedades de caza tradicionales, esta figura comprende las primeras explotaciones cinegéticas de Galicia, creadas con el fin de obtener beneficios a través de la venta de permisos para cazar en estos terrenos, cuyos derechos de explotación previamente son alquilados a las comunidades de montes.

Actualmente nos encontramos en un momento importante para el futuro desarrollo de la actividad cinegética dentro del turismo tanto para la Comunidad, como para nuestra provincia, rica en recursos cinegéticos de caza mayor. Estos recursos bien gestionados de forma sostenible pueden generar beneficios para los propietarios de los terrenos en los que se encuentran. Con esta gestión se conseguirá dotar de un valor añadido a nuestros montes y conseguiremos dos objetivos muy importantes para el mismo: protegerlo y mejorar las poblaciones cinegéticas, pudiendo con ello proporcionar los medios naturales para la conservación del medio (Bauer y Gilles, 2002).

El aprovechamiento del monte para el desarrollo de la actividad cinegética lleva parejo la limpieza y clareo de zonas de maleza; la repoblación de masas forestales y

plantación de zonas de cereales para recomponer hábitats favorables para el desarrollo y continuidad de las distintas especies. Finalmente y no por ello menos importante, se toman medidas necesarias para la prevención de incendios en dichas localizaciones.

Todas estas actuaciones han servido para que poco a poco se haya ido articulando entorno a esta actividad un entramado social y económico que ha dado lugar a la aparición de un turismo cada vez más en auge como es el turismo cinegético.

Acompañando la actividad, se han realizado inversiones (aunque aún queda mucho por hacer) en el intento de ofertar paquetes turísticos que ofrezcan alojamiento, ocio y restauración no sólo para el cazador sino también para sus posibles acompañantes ajenos a toda práctica cinegética. Esto en su conjunto supone para la Comunidad una nueva vía de desarrollo turístico, con un efecto multiplicador económico y social en la región avalado por un estudio realizado por la empresa Econométrica Investigación Social para el observatorio de la Federación Gallega de caza en 2009; la caza en Galicia genera un volumen de negocio que sobrepasa los 94 millones de euros anuales.

Actualmente, con la legislación vigente, es necesario estar en posesión de una licencia de caza para el ejercicio de la misma.

Así pues, un primer acercamiento a la importancia de la caza y a la cuantificación del fenómeno (Rengifo 2008) para conocer el número de turistas potenciales en un determinado lugar viene proporcionado por el número de licencias expedidas cada temporada a foráneos.

El peso específico de la caza en Galicia, aunque aún por debajo de otras Comunidades tradicionalmente vendedoras de caza, queda reflejado en las más de 52.000 licencias expedidas por la Administración para la temporada 2009-2010, objeto de estudio.

Económicamente, centrándonos ya únicamente en dicha temporada, y atendiendo una vez más a los datos facilitados por el Servicio de Conservación de la Naturaleza de la Consellería de Medio Rural podemos concluir que la Administración ha ingresado en lo que a licencias de caza se refiere 1.390.664,26 € durante el año 2009 y 1.389.858,11 € en el 2010.

Desmenuzando aún más la información exclusivamente para la provincia de Ourense, los ingresos aportados a la Administración por la tramitación de licencias en los años 2009 y 2010 han sido 285.512,51 € y 283.796,25 €, respectivamente.

Comparativamente hablando y teniendo en cuenta los datos facilitados, Ourense contribuye con un 20% en la recaudación económica para las arcas públicas.

Finalmente y para terminar este análisis diremos que de las más de 52.000 licencias que se expidieron en la Comunidad para la temporada de caza 2009-2010, un 96% de las mismas correspondían a cazadores originarios de algunas de las cuatro provincias gallegas, y tan solo un 4% procedían de otras comunidades. Este porcentaje de turistas foráneos es el que nos interesa como objeto de estudio, para poder descubrir pautas que nos permitan incrementarlo en un futuro.

La mayor parte de los cazadores foráneos que vienen a nuestra comunidad proceden de Madrid, con más de un 20% de participación. El segundo puesto como mercado emisor lo ocupa Castilla y León y dentro de ésta el 76,8% de las licencias emitidas proceden de la provincia de León. Finalmente el tercer lugar lo ocupa Asturias.

### **II.3. Organización y regulación de la caza en Galicia**

La caza en Galicia depende del Servicio de Conservación da Natureza, Sección de Caza y Pesca de la Consellería de Medio Rural, con una Subdirección Xeral en Santiago y 4 delegaciones, una por provincia. La normativa existente es la Ley de caza de Galicia del año 1997 y el reglamento que la desarrolla, hasta hace poco no era común en materia de gestión administrativa en las cuatro provincias, existiendo formularios diferentes e incluso criterios diferentes para el desarrollo de la actividad en cada provincia.

La organización y regulación en materia de caza dentro de la Comunidad Autónoma de Galicia queda recogida en la Ley 4/97 de 25 de junio de caza de Galicia, la cual clasifica los terrenos cinegéticos en Galicia en dos grandes categorías:

- Terrenos sujetos a régimen cinegético especial
- Terrenos sujetos a régimen cinegético común.

Es de publicación anual en el DOGA por parte de la Consellería de Medio Rural una

orden de vedas que regulará: períodos hábiles de caza, especies sobre las que se podrá ejercer dicha actividad, métodos autorizados para su práctica, y las limitaciones tanto generales como particulares que afecten o puedan afectar al ejercicio de la caza en Galicia.

Nuestro trabajo se basará en la recogida de datos procedentes de la temporada 2009/2010; razón por la cual nos hemos remitido a la orden correspondiente publicada el 30 de julio de 2009. Nos centraremos única y exclusivamente en aquellas zonas que oferten caza mayor a foráneos (cazadores procedentes de otras provincias) y en la modalidad de rececho.

## **III. ESTRUCTURA DE LA OFERTA EN OURENSE**

### **III.1. Introducción**

El sector turístico-cinegético en Galicia todavía no está considerado un sector propiamente dicho dentro del panorama turístico de la autonomía y mucho menos a nivel provincial. Desde el punto de vista de ciertos colectivos (confederación empresarios de Ourense y confederación de hostelería de Ourense) encargados del desarrollo del turismo en nuestra provincia, esta actividad queda definida como un subproducto derivado del fenómeno turístico que acompaña a otras actividades en nuestra provincia, o incluso en el conjunto de la Comunidad, como pueda ser el turismo termal.

La gestión de la caza ha evolucionado de forma diferente dependiendo de la zona

geográfica en que se localice. En comarcas poco pobladas, de montaña con densidades altas de caza mayor, a base de concienciar a los pocos cazadores locales se ha logrado generar pequeñas ofertas de caza y turismo rural, con modalidades de montería, batida y recechos. En algunos de estos lugares, aprovechando terrenos baldíos, se ha logrado construir cercados de caza mayor para la explotación turística de la caza, como es el caso de la Explotación Cinegética Comercial Montes de Leboeirón (Quinta-Padrenda). En estas zonas la gestión es máxima, cuidando las poblaciones en densidad y calidad, realizando repoblaciones controladas, sembrados, desbroces y demás acciones que permitan rentabilizar la gestión así como mantener la capacidad de carga máxima del entorno para el correcto desarrollo de las especies en su hábitat natural, cuidando de no sobrecargarlo y de no alterar el resto de fauna (no cinegética) existente en la zona, así como la flora autóctona.

En las comarcas más pobladas el aprovechamiento cinegético básicamente corre a cargo de los cazadores locales con una actividad centrada en la caza del jabalí y corzo. Este aprovechamiento se realiza en el mejor de los casos con cierto criterio de gestión pero en su mayoría se caza indiscriminadamente, por lo que se desconoce y es arriesgado aventurar el futuro cinegético de algunas de estas zonas.

Como resultado del estudio realizado podemos constatar que no existe en nuestra provincia una oferta cinegética homogénea. Hemos podido comprobar sin embargo, que menos de un tercio de los Tecor presentan una oferta consolidada de caza en las mo-

dalidades de rececho y espera, siendo éstas las que mayor repercusión económica tienen pues se contabilizan por pieza cobrada. En el caso de las explotaciones cinegéticas, todas presentan actividad en esta práctica.

El principal escollo que nos encontramos en Galicia y en Ourense en particular, no solo en lo que concierne al turismo cinegético, es la falta de infraestructuras. Nos referimos, a estar en condiciones de ofertar al turista un buen plantel de servicios de alojamiento y restauración de acuerdo con la calidad exigida por un cliente que como veremos con posterioridad demanda un estándar de la misma medio-alto. Esto exige a su vez, el acompañamiento de una fuerte inversión en recursos humanos altamente cualificados y con un alto conocimiento del producto ofertado. El siguiente problema, y siempre desde el punto de vista turístico, se centra en la facilidad con la que los clientes puedan encontrar un lugar idóneo para la práctica de la caza. Es decir, desde las administraciones locales, provinciales o autonómicas en su caso, no existe una oferta homogénea que nos proporcione unos indicadores de los lugares a los que acudir en función de las especies buscadas, mediante unos mapas de localización adecuados con rutas de acceso y personal a su servicio capaces de proporcionarles medios de transporte adecuados, guías, mapas, o cualquier otro requisito que puedan demandar para su comodidad.

Sí existe, sin embargo, esta iniciativa a nivel privado, con un alto grado de involucración por parte de los agentes locales propios de las localizaciones geográficas de las fincas en las que se comercializa la caza.



Estos cercados cinegéticos realizan las acciones oportunas para gestionar y explotar intensivamente sus recursos de caza mayor (Rengifo, 2008), afrontando inversiones, y ejecutando estrategias de gestión mediante proyectos técnicos que les permitan mantener un nivel de población adecuado así como una mejora de la calidad y cantidad de trofeos.

A pesar de todo lo expuesto, se consiguen llevar adelante ofertas competitivas que resultan atractivas no solo para nuestro mercado interno sino también para el resto del territorio nacional, y en general la valoración de los expertos en turismo a nivel autonómico es positiva. El único inconveniente que le ven a la gestión del turismo cinegético, no sólo en la provincia sino a nivel Galicia, es que la gestión administrativa del territorio destinado a la caza hasta este momento está en manos de los socios de los Tecor en su inmensa mayoría habitantes de los municipios donde se localizan los terrenos. Estos terrenos a su vez, en la mayor parte de los casos, son propiedades privadas cuyos dueños, ceden los derechos de explotación cinegética a las sociedades de caza por un periodo de tiempo determinado según contempla la ley de caza de Galicia. Estos derechos conceden el permiso para cazar en estas fincas, pero es necesario recordar que según nuestra legislación las especies cinegéticas son propiedad de la Administración.

Todos ellos coinciden en que la Administración debería tomar cartas en el asunto y dejar la gestión de estos terrenos en manos de expertos, coincidiendo también en que una posible solución pasaría por la adjudicación de los derechos de explotación du-

rante períodos de tiempo determinados y renovables (o no) a su vencimiento, a diversas entidades a través de concurso público. Evidentemente este modelo pasaría por dejar una parte de ese territorio única y exclusivamente para los cazadores locales.

Mientras esta u otra regulación no llega hemos creído conveniente realizar una aproximación de lo que podría llegar a ser el turismo cinegético en nuestra provincia y partiendo de los datos de que disponemos en la actualidad, se elabora un mapa de localización por especies. Consideramos que éste sería un buen punto de partida para configurar un programa de información y promoción turística que contribuya al desarrollo de este sector en nuestra provincia.

### **III.2. Clasificación y ubicación de las distintas especies cazables**

Centrándonos en la caza mayor, las especies que más se abaten en Ourense (Fernández, 2009) son corzo y jabalí seguidas en menor medida por ciervo, gamo y muflón.

El jabalí junto con el corzo constituyen las dos especies más representativas de la caza mayor en Galicia aunque el primero cuenta con una mayor densidad y dispersión geográfica que el segundo. La razón principal se encuentra en que mientras el jabalí ha estado presente desde siempre en nuestra geografía, el corzo ha sido una especie que se ha introducido desde la meseta, razón por la cual la mayor concentración del mismo se va a localizar en las zonas más occidentales de nuestra comunidad, y más concretamente al oeste de nuestra provincia.

En el mapa (ver figura 1) se pueden ver las localizaciones geográficas referenciadas a las comarcas ourensanas óptimas para la caza mayor de las distintas especies cinegéticas.

Las zonas de localización se han seleccionado siguiendo el criterio de mayor densidad poblacional y en función de la calidad de los trofeos.

Para la elaboración de este mapa hemos partido de la base de la red de carreteras tanto nacionales como autonómicas, provinciales y locales que nos permitan tener una visión clara a primer golpe de vista de la ubicación geográfica de nuestra provincia así como de las infraestructuras en comunicación por carretera con el resto de la Comunidad, y sus salidas hacia la meseta y Comunidades colindantes. Posteriormente se ha tomado como referencia la división comarcal de la provincia como unidad turística de la misma. A través de las distintas guías de turismo publicadas sobre Ourense podremos tener acceso a un inventario de hostelería y restauración. Finalmente hemos marcado los límites municipales para facilitar las rutas de acceso y localización.

### **III.3. Cuantificación de los espacios destinados al turismo cinegético**

Existen en la provincia de Ourense 108 entidades destinadas a la práctica de la caza, de las cuales 105 son Tecor y 3 explotaciones cinegéticas comerciales.

Estas entidades y otros territorios de menor consideración, todos ellos dedicados a la caza en nuestra provincia, se recogen en

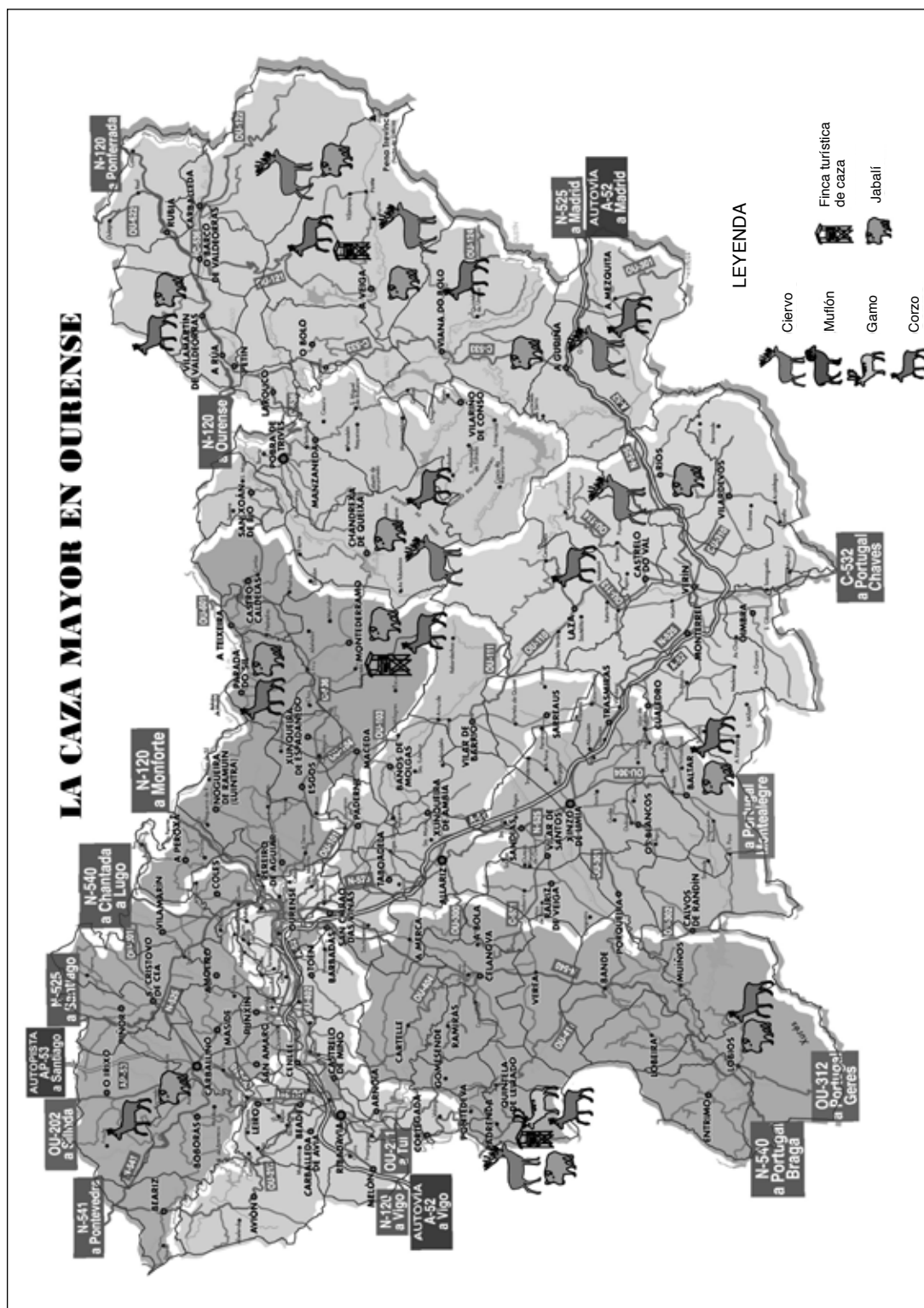
el mapa de situación que mostramos a continuación (ver figura 2), en el que además aparecen los límites municipales.

Identificamos mediante tonalidades diferentes las zonas en las que está prohibida la práctica de la caza y las zonas libres, que son terrenos no acotados de más de 500 hectáreas continuas cuya gestión cinegética la realiza la Xunta. Cazador en estos lugares es libre para cualquier cazador sin necesidad de pertenecer a ninguna sociedad, ni estar empadronado en el municipio de la zona.

Como se puede comprobar prácticamente el total de la superficie de la provincia se encuentra de una forma u otra habilitada para el ejercicio de la caza. Del total de la superficie de la provincia 723.700 hectáreas, aproximadamente un 90% se encuentra dentro de una zona con actividad cinegética.

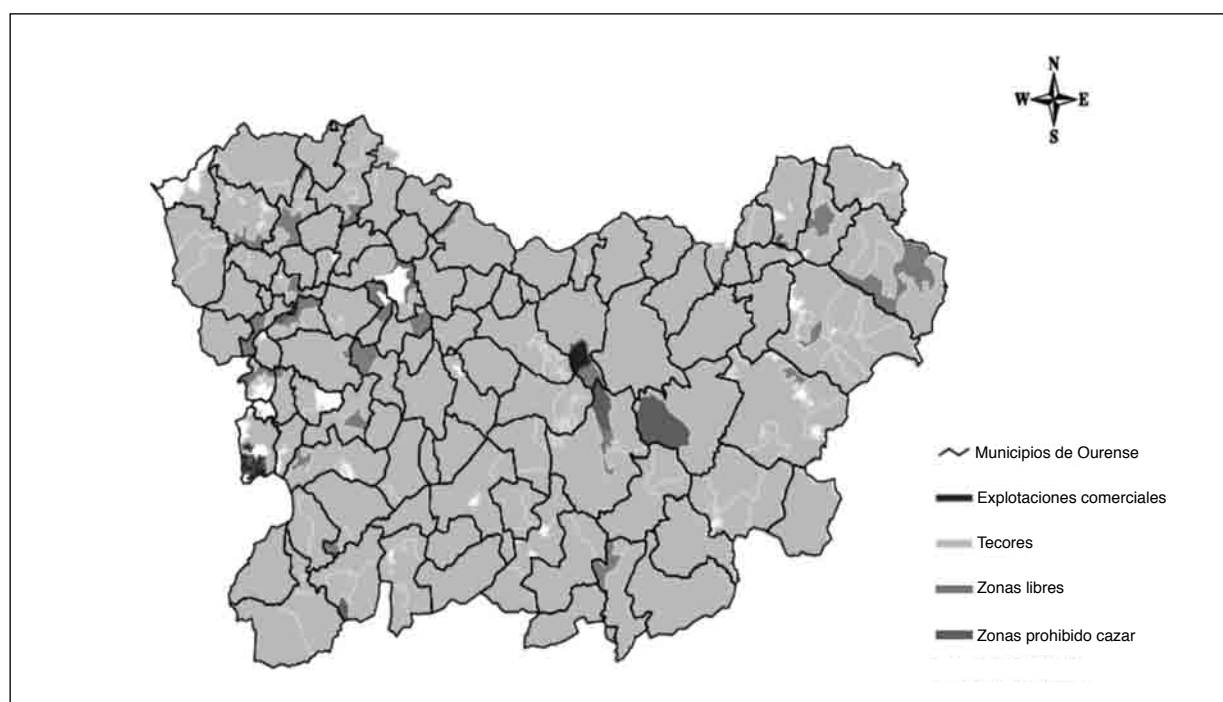
Partiendo de los datos que nos ofrece la figura anterior hemos generado un tercer mapa (ver figura 3), en el que se pueden visualizar aquellos territorios en los que se ofrece caza mayor, en la modalidad de rececho para las especies de corzo, ciervo, gamo y muflón. La mayoría de las explotaciones cinegéticas que venden caza identificadas mediante una zona rayada en el mapa, podemos distinguir tres zonas claramente diferenciadas. La más representativa es la que se corresponde con la zona más occidental de la provincia, en la que se encuentran ubicadas Viana do Bolo, Chandrexa de Queixa, A Veiga, o Bolo, A Gudiña y su entorno. Como se puede comprobar, ésta es la zona oferente de mayor superficie en la provincia. La especie cinegética que mayor oferta presenta en ésta y de la que más piezas se cazan es el corzo macho.

Figura 1  
Mapa de localización de especies



Fuente: Elaboración propia. Datos de la Consellería de Medio Rural. Servicio de Conservación de la Naturaleza. Departamento de Caza.

**Figura 2**  
**Identificación de las zonas habilitadas para caza, zonas prohibidas y zonas libres**



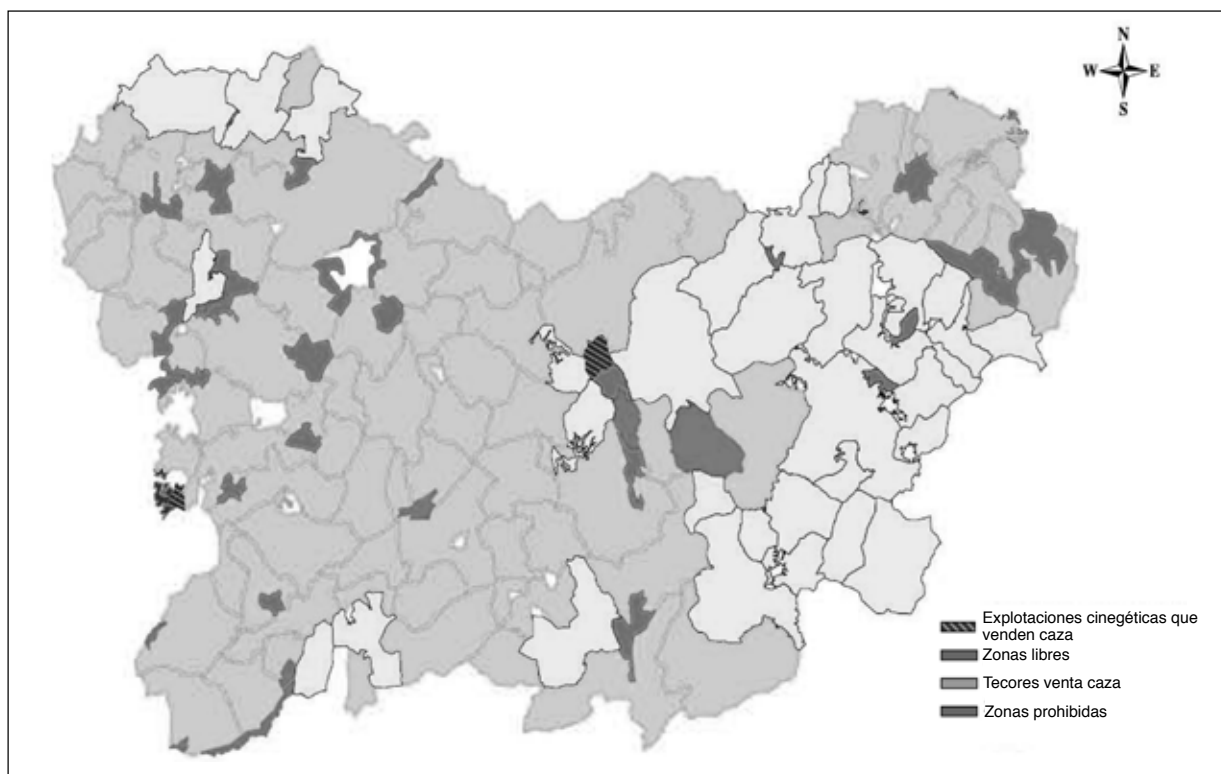
**Fuente:** Elaboración propia. Datos de la Consellería de Medio Rural. Servicio de Conservación de la Naturaleza. Departamento de Caza.

#### **III.4. Cuantificación del rendimiento económico y cinegético en Ourense**

Una vez determinadas las zonas geográficas en las que se vende caza en la modalidad de rececho para las distintas especies, y localizados los Tecor y Explotaciones que la comercializan, pudimos realizar un cálculo de los rendimientos tanto cinegéticos como económicos de las zonas seleccionadas, similar a los calculados para Andalucía (Farfán et al., 2004).

El estudio se realizó partiendo de la superficie en hectáreas de cada Tecor y Explotación que comercializan recechos para las siguientes especies: ciervo, gamo, corzo, y muflón. En primer lugar se solicitaron al Departamento de Caza del Servicio de Conservación de la Naturaleza de la Consellería de Medio Rural en su delegación provincial de Ourense, el listado de las entidades a las que se les autorizaron los recechos solicitados en la temporada 2009/2011. Este dato nos proporcionaba un total de 33 entidades, dos de las cuales funcionan como explotaciones comerciales y el resto son Tecor.

**Figura 3**  
**Localización zonas de venta de caza**



**Fuente:** Elaboración propia. Datos de la Consellería de Medio Rural. Servicio de Conservación de la Naturaleza. Departamento de Caza.

El siguiente paso fue obtener la relación de resultados de esos recechos, es decir, el número de piezas cazadas por especie cinegética en cada entidad. El total de piezas cazadas para todas las especies fue de 244.

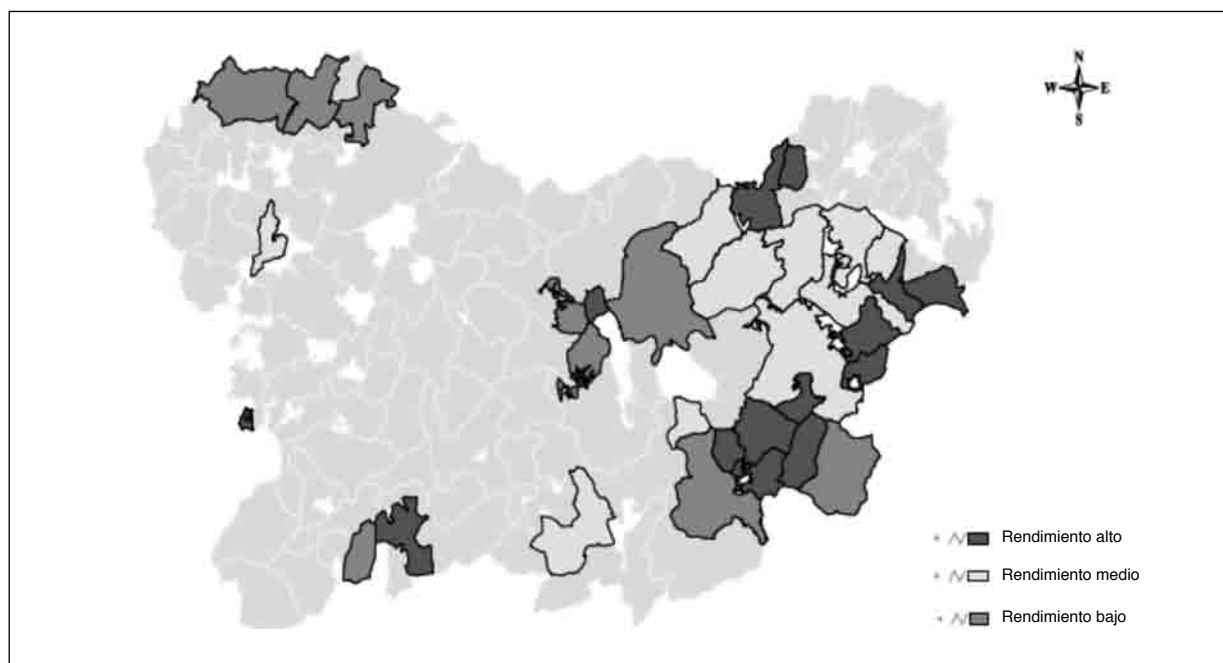
Partiendo de estos datos y contando con la superficie total y parcial en la que se realizaban esos recechos, pudimos realizar un cálculo de rendimientos cinegéticos en función de la densidad de piezas cazadas. Este rendimiento se calculó primero individualmente como rendimiento cinegético medio por hectárea en cada entidad y en segundo lugar se calculó el rendimiento medio total

por hectárea refiriéndonos a la superficie total de todas las entidades participantes en el estudio. El resultado final fue un total de 0,46 piezas por hectárea como media para el total de la superficie de las 33 entidades.

Posteriormente se preguntó entre estas entidades el precio de venta de las piezas. Clasificando éstas por edad y sexo podemos obtener unos valores medios aproximados para la pieza macho y en edad de trofeo.

Con los datos obtenidos se elaboró una segunda tabla de rendimientos, pero esta vez económicos, por hectárea de superficie en

**Figura 4**  
**Clasificación de las entidades según rendimientos**



Fuente. Elaboración propia. Datos de la Consellería de Medio Rural. Servicio de Conservación de la Naturaleza. Departamento de Caza.

cada entidad cinegética. Igual que se hizo con los rendimientos cinegéticos también se realizó un cálculo del rendimiento medio por hectárea de superficie del total de todas las entidades, obteniendo en este caso un resultado de 4,39 €/hectárea. Este dato aislado no es representativo, sin embargo resulta interesante pues nos permite realizar comparaciones entre los rendimientos de las diferentes entidades y analizar las causas de los mismos.

Una vez obtenidos los datos de los rendimientos cinegéticos y económicos medios por hectárea tanto por Tecor como la media en su conjunto, clasificamos los resultados

en tres intervalos, alto, medio y bajo, según los valores dados. Con los resultados reorganizados dentro de la escala elaborada se realizó un último mapa (ver figura 4) en el que ya solo se localizaban los Tecor y explotaciones ordenados por tonalidades en función del valor de su rendimiento tanto económico como cinegético.

### III.5. Producto turístico-cinegético

La situación actual del mercado nos obliga a pensar en un producto turístico diferenciado y de calidad basado en el aprovecha-

miento sostenible de los recursos naturales, en este caso montes y especies cinegéticas. Se gesta una oferta destinada a un público muy concreto, al cual aprovechando la biodiversidad existente, podemos involucrar en otro tipo de destinos próximos a los lugares óptimos para la realización de la actividad cinegética, que nada tengan que ver con la misma como pueda ser alguna de las múltiples rutas culturales, gastronómicas, rurales... que existen actualmente en nuestro mercado.

El paquete se cerraría proporcionando restauración y alojamiento de calidad a los demandantes. Es necesario por ello, crear y fomentar acuerdos de colaboración entre la hostelería local y las diversas actividades ofertadas, de tal forma que el alojamiento o restauración lleven parejos la oferta de diversas actividades como alternativas de la zona, y a su vez la práctica de cualquiera de esas actividades, incluida la caza que, se asocie a esos establecimientos colaboradores como oferentes de restauración.

### **III.6. Comercialización del producto**

- El principal medio de promoción es la presencia anual en ferias relacionadas con la misma, siendo las más importantes FICAAR (Feria Internacional de Caza y Armamento), que tiene lugar en el Pabellón de Cristal del Recinto de la Casa de Campo en Madrid, y VENTORIA, en el recinto ferial Juan Carlos I, también en Madrid.
- La participación en ferias para la promoción del destino a nivel nacional e

internacional debería realizarse conjuntamente con los operadores y demás intermediarios que participen en el proceso de colocación de las ofertas turísticas en el mercado planificando y estructurando conjuntamente objetivos a conseguir y ejecutando las estrategias y líneas de acción oportunas.

- Folletos impresos, con mapas de localización de las zonas de venta y precios. Deberán estar disponibles en todos los lugares de alojamiento y restauración próximos a zonas en las exista actividad cinegética. Sería conveniente que el personal a cargo de la recepción de los clientes en estos establecimientos tuviese una formación adecuada para poder explicar y aconsejara al cliente final en su elección.
- Página Web. Lo ideal es que fuese a nivel institucional, un apartado dentro de los portales de promoción turística y deportiva de la Xunta de Galicia. En ausencia de ello, los entes gestores de los Tecor, así como las empresas que realizan el aprovechamiento cinegético de las explotaciones, deben presentar sus ofertas a través de este medio. Es una de las mejores maneras de promocionarse por su rapidez y alcance. La base de esta promoción consiste en exponer el atractivo de los destinos y generar ofertas tanto individuales e independientes como mediante paquetes. A continuación se han de crear vínculos con otras páginas que puedan ser complementarias a estos servicios, y que a su vez sean capaces de generar sinergias. También sería conveniente

introducirse en las redes sociales, pues las nuevas tecnologías han supuesto un cambio radical y muy importante en la comercialización y promoción de productos, por la rápida difusión de la información a tiempo real que compartimos y por el volumen de personas al que se accede.

- Anuncios en prensa especializada tanto de tirada nacional como internacional como puedan ser *Trofeo, Galicia Cinegética...*

#### IV. ANALISIS DE LA DEMANDA

El principal objetivo, en lo que a demanda se refiere, que debe perseguir el turismo cinegético en nuestra provincia tiene una vertiente de doble lectura. Por un lado dirigiéndonos al mercado interior, refiriéndonos como tal al de nuestra Comunidad Autónoma, impidiendo el éxodo de cazadores a otras zonas limítrofes geográficamente. Y por otra parte y dirigiéndonos al mercado exterior, tomando éste como el resto del mercado nacional junto con el mercado internacional, atraer a cazadores foráneos habitualmente consumidores de otras regiones geográficas.

##### IV.1. Metodología de estudio

En esta sección describiremos la metodología usada, distinguiendo tres aspectos: diseño muestral y trabajo de campo; diseño del cuestionario; y metodología usada para el análisis de resultados.

##### **Diseño muestral y trabajo de campo:**

Uno de los objetivos del análisis de la demanda es determinar el gasto medio por jornada cinegética para aquellos individuos que se desplazan fuera de su lugar de origen. Usaremos por lo tanto este parámetro para determinar el tamaño muestral de la encuesta a realizar y como variable para medir este parámetro gasto total por jornada cinegética.

**Población objetivo de estudio:** Conjunto de individuos catalogados como cazadores en la modalidad de caza mayor. Restricciones: aquellos que posean licencia de caza en la Comunidad Autónoma Gallega, en la temporada 2010-2011 y que acuden a entidades que ofertan caza mayor distinta a las de su lugar de origen.

**Ámbito temporal:** Desde el 30 de agosto de 2010 hasta el 1 de agosto de 2011. Fechas de recogida de datos: Desde el 1 de noviembre de 2010 hasta el 30 de abril de 2011.

**Unidad de observación y de muestreo:** Cazador con licencia vigente en la comunidad gallega que acude a una entidad ourensana que vende caza mayor.

Las unidades de muestreo se seleccionaron siguiendo un esquema aleatorio, primero por entidad y posteriormente un cazador de forma aleatoria entre los participantes de la jornada hasta completar (cronológicamente) el tamaño muestral.

**Tamaño muestral:** El tamaño de muestra con población infinita requerida para las especificaciones propias del estudio es de 76 encuestas.



Las encuestas fueron repartidas durante la temporada de caza mayor para las especies objeto de estudio en la modalidad de rechecho tanto en Tecor como en explotaciones cinegéticas comerciales.

Del total de cuestionarios enviados se recogieron 67, cuyas respuestas se transcribieron a una hoja de cálculo, mediante la codificación conveniente de las mismas para su posterior tratamiento y análisis mediante aplicación informática R Development Core Team (2011).

Las encuestas se proporcionaban a los entrevistados el mismo día de la cacería al final de la jornada.

Los cuestionarios cuentan con 17 preguntas en total divididas en dos bloques. Un primer bloque orientado a las características socio demográficas del encuestado, y un segundo bloque enfocado a las características propias del viaje.

#### **IV.2. Análisis e interpretación de los resultados**

Las técnicas de análisis de los datos a utilizar fueron: análisis estadístico gráfico y tablas de frecuencia para variables cualitativas y cuantitativas discretas, y descripción numérica y gráfica de las variables cuantitativas continuas.

Los resultados obtenidos se han clasificado en 4 bloques: perfil sociodemográfico del turista, variables relacionadas con el viaje, características de la estancia y variables relacionadas con el gasto.

##### *IV.2.1. Perfil socio demográfico del turista*

Se analizan las características socio demográficas del cazador visitante en relación a variables, como sexo, edad, lugar de procedencia, ocupación y nivel de estudios.

En relación con la variable sexo obtenemos que el 97% de los entrevistados son hombres, mientras que tan sólo un 3% son mujeres, por lo que podemos afirmar que la práctica de esta actividad es casi exclusiva de hombres.

La mayor representación la encontramos entre los encuestados cuya edad está comprendida entre los 41 y 50 años de edad suponiendo éstos un 38,8% del total. En segundo lugar se encontraban aquellos cuya edad estaba comprendida entre los 51 y 60 con una representación de los 25,37%, seguidos de los que se encontraban en el tramo comprendido entre los 31 y los 40 cuyo porcentaje alcanzaba el 22,38%.

Respecto a la procedencia de los turistas que acuden a las entidades seleccionadas en el estudio para la práctica de la caza, en el estudio se concluye que la mayor parte de los encuestados, un 94% procede de España, un 4,5% de Portugal y un 1,5% de Suiza.

Analizando los resultados obtenidos del total de los procedente de España, observamos que un 25% se corresponde con visitantes procedentes de nuestra Comunidad Autónoma, de los cuales la mayor representación la tienen los que proceden de Pontevedra y de Ourense y la menor representación la obtienen los de Coruña. El 75% restante nos visita desde otras Comunidades.

Los datos recogidos en cuanto a la ocupación habitual de los visitantes, muestran que más de la mitad de los encuestados, un 53,73%, trabajan por cuenta propia, un 19,41% lo hacen por cuenta ajena, y un 11,94% lo hacen para alguna administración pública. Los grupos de menor representación los ocupan los jubilados, con un 7,46% de participación, y los estudiantes, con un 4,48%. Ninguno de los encuestados se encuentra en los grupos de desempleados, o dedicados al trabajo doméstico. Aparece en último lugar un a representación de 2,98% ubicado en el apartado dedicado a otras ocupaciones sin especificar y distintas de las anteriormente citadas.

Finalmente, refiriéndonos al nivel de estudios de los encuestados, los datos nos muestran que el 79,1% de los encuestados poseen estudios universitarios, un 19,4% estudios secundarios y tan sólo un 1,5% de los mismos posee estudios primarios. Ninguno de los encuestados se encuentra dentro del grupo que no posee estudios.

#### *IV.2.2. Variables relacionadas con el viaje*

Se analizan viables que nos permiten descifrar como se enteran y por qué medios de la jornada cinegética que va a tener lugar, así como factores de influencia en su elección. También se analizan número de licencias, propósito del viaje y número de acompañantes.

El medio principal por el que conocen de la celebración de estas jornadas es a través del dueño de la explotación o Te-cor (medio de comunicación seleccionado en un 50,77% de las veces) seguido de los

anuncios publicados en una Web específica de caza (en un 44,62% de las ocasiones). Sólo en un 12% de las ocasiones se enteran a través de las federaciones de caza, y sólo en un 13,84% de las veces lo hacen porque se lo comunica uno de los socios de las entidades en las que vaya a realizarse la actividad. Finalmente en un 29,23% de las ocasiones, los entrevistados se enteran de la celebración de las cacerías a través de familiares o amigos.

El 42,42% de los encuestados tiene 4 o más de cuatro disponibles para cazar en otras tantas comunidades autónomas, el 27,27% sólo posee 2, mientras que el 24,24% cuenta en su poder con 3 y tan sólo un 6,06% tiene una única licencia.

El 96,87% respondieron que éste era la caza, y de éstos un 57,81% vienen acompañados. Dentro del 57,81% que viaja acompañado, un 39,39% lo acompañan dos personas que también vienen a cazar, a un 27,27% lo acompaña un cazador, a un 18,18% viene con tres cazadores, un 12,12% acude con cuatro acompañantes cazadores y sólo un 3% acude solo.

En cuanto al número de acompañantes que no participan de las jornadas cinegéticas el 69,56% corresponde a un acompañante, el 4,35% de las ocasiones acuden dos acompañantes y en un 26,09% no traen compañía que no venga a cazar

Los factores de influencia del destino reflejan que en el mayor número de ocasiones, 69,23% a los encuestados les recomienda o se dejan influir en su decisión por las opiniones de sus amigos o familiares. La experien-

cia propia de ocasiones anteriores es determinante a la hora de elegir en un 65,15% de las veces. En un 27,27% de las ocasiones la decisión la toman gracias a la información recibida a través de la asistencia a ferias o congresos. Escasa representación tienen las tomas de decisiones como consecuencia de la información obtenida a través de anuncios en prensa (9,09%), folletos o guías turísticas (3,03%), o Internet (7,58%).

#### IV.2.3. Características de la estancia

El 78,78% de los encuestados pernocta, y la media de noches entre los encuestados es de 2.54. Finalmente en relación a la estancia, el 62% de los visitantes elige alojamiento rural, un 10% un parador. Hostal o pensión es elegido por un 8%; idéntica proporción que los que eligen alojarse en viviendas de familiares o amigos. Un 4% se aloja en un hotel de dos estrellas, un 6% lo hace en uno de tres estrellas y finalmente un 2% se aloja en un hotel cuya categoría es de cuatro estrellas.

#### IV.2.4. Variables relacionadas con el gasto

Con respecto a la pregunta sobre el gasto medio estimado en trofeos, el resultado es algo superior a 1.200 €, con un valor máximo de 1.500 €, mientras que el gasto medio estimado en restauración y alojamiento por persona y día es de 77,1 €. Destacar también que estimamos que más del 25% de los cazadores gastan más de 91,6 € por día.

En cuanto al porcentaje de gasto, los va-

lores medios estimados van desde el 50% en alojamiento al 10% en compras, pasando por un 30% en restauración. En cuanto al gasto medio total la estimación fue 1.238,9 € con un valor máximo de 1.500 €.

En base a los resultados de la encuesta podemos establecer como perfil del cazador (usando los valores modales de las variables cualitativas y numéricas discretas y los valores medios de las variables numéricas continuas) como el presentado en la siguiente tabla resumen (ver cuadro 1).

## IV. CONCLUSIONES

Como norma general el turismo cinegético en Galicia está considerado como un subproducto turístico. Ourense ha llevado a cabo a lo largo de los últimos años una serie de actuaciones (en su mayoría de carácter privado) en la gestión del turismo cinegético, avanzando en este terreno con la puesta en escena de distintos proyectos que han demostrado resultar rentables y sostenibles. Muestra de ello es la puesta en marcha de la primera explotación comercial cinegética cerrada de toda Galicia.

Para seguir avanzando en este campo, sería conveniente comenzar no considerando la caza como una atracción complementaria de otras para el cazador que acompaña a su familia en su tiempo de ocio a realizar otras actividades. Consideramos erróneo ofertar el turismo cinegético como una actividad secundaria para el turista que acompañando al grupo con el que comparte destino, realiza escapadas esporádicas para participar en una jornada cinegética.

**Cuadro 1**  
**Perfil del turista cinegético en Ourense**

Sexo	Hombre
Edad	41-50
Procedencia	Fuera de Galicia
Estudios	Universitarios
Ocupación	Trabajo por cuenta propia
Obtiene información sobre jornada cinegética	A través del dueño o titular de la explotación
Número de licencias	Más de tres
Motivación viaje	Cazar
Número de personas del grupo de viaje	Tres
Factor influencia elección destino	Recomendación amigos y/o familiares Experiencia propia
Lugar de pernoctación	Alojamiento rural
Noches de pernoctación	2,54
Gasto medio por noche	77,1 €

Fuente. Elaboración propia a partir de datos obtenidos de las encuestas realizadas.

Creemos entonces, que el planteamiento tendría que ser a la inversa. Esto es, el turismo cinegético tendría que ofertarse como la estrella principal de un paquete turístico que a su vez ofertase alojamiento y actividades de entretenimiento lo suficientemente atractivas para todos los participantes del viaje, en diferentes épocas del año. Es importante que estas ofertas y paquetes sean atemporales pues el período hábil de caza ocupa varios meses al año. De ser así conseguiríamos que cada vez que el cazador se desplace en busca de su trofeo arrastre con él a su familia, y ninguna de las partes tenga que buscar otro destino que cumpla la totalidad de expectativas del grupo.

Por otro lado, resulta necesaria la estrecha colaboración entre los servicios de hostelería y restauración y los entes gestores y

comercializadores de la actividad cinegética para que el producto final resulte competitivo y sostenible en el mercado. Esta colaboración tiene que verse reflejada en de infraestructuras adecuadas y en recursos humanos altamente cualificados.

Del estudio sobre el perfil del consumidor final deducimos que éste es de grado medio alto en lo referente a su estatus socio-económico, y que el gasto medio realizado por jornada podría verse incrementado si el cliente conociese una oferta complementaria. Es por ello, no menos necesario, tomar conciencia de la necesidad de información por parte del mercado, no sólo mediante campañas de promoción, sino también proporcionando los datos necesarios para la correcta localización de los destinos con el fin de alcanzarlos fácilmente.

## BIBLIOGRAFÍA

- BAUER, J. y GILES, J. (2002). *Recreational Hunting- An International Perspective*, Wildlife Tourism Research Report Series No. 13. CRC, Sustainable Tourism, Goldcoast, Australia.
- FARFÁN, M. A.; GUERRERO, J. C.; Real, R.; Barbosa, A. M., y VARGAS J. M. (2004). «Caracterización del aprovechamiento cinegético de los mamíferos en Andalucía», *Galemys*, 16, 41-49.
- FERNÁNDEZ PÉREZ, J. A.; MORÁN CASTILLO F., y GARCÍA ORTIZ A. (2009). *Manual das boas prácticas para a xestión de caza en Galicia*. Xunta de Galicia. Consellería de Medio Ambiente e Desenvolvemento Sostible.
- [http://mediorural.xunta.es/areas/conservacion/caza/estadisticas/\[consulta mayo 2011\]](http://mediorural.xunta.es/areas/conservacion/caza/estadisticas/[consulta mayo 2011])
- <http://www.federaciongalegadedecaza.com/Observatorio/Resumo.Estudio.Socioeconomico.pdf> [consulta junio 2011]
- MULERO MENDIGORRI, A. (1991). «Turismo y caza en España. Estado de la cuestión», *Agricultura y Sociedad*, 58, enero-marzo.
- Ourense, guía turística provincial. Cámara de Comercio e Industria de Ourense. Comisión de Turismo. (1997).
- R Development Core Team (2011). R: A language and environment for statistical computing, reference index version 2.11. R Foundation for Statistical Computing, Vienna, Austria. ISBN 3-900051-07-0, URL <http://www.R-project.org>.
- RENGIFO GALLEGO, J. I. (2008). «Un segmento del turismo internacional en auge: el turismo de la caza», *Cuadernos de Turismo*, 22, 187-210.
- Resumo do estudio socioeconómico sobre a caza e o perfil do cazador en Galicia (2009). *Económica investigación social*. Federación Galega de Caza
- XUNTA DE GALICIA. Consellería de Medio Rural. Servicio de Conservación da natureza. Departamento de caza.
- WILLEBRAND, T. (2009). «Promoting hunting tourism in north Sweden: opinion of local hunters», *European Journal of Wildlife Research*, 55, 209-216

## NOTAS

- (1) Según la Real Academia Española: «Jauría o agrupación de perros de caza mayor, cuyo número oscila entre 14 y 24».