

LA DIVERSIFICACIÓN ECONÓMICA SOSTENIBLE DEL MEDIO RURAL A TRAVÉS DEL TURISMO CINEGÉTICO

SUSTAINABLE ECONOMIC DIVERSIFICATION OF RURAL TOURISM THROUGH THE HUNTING TOURISM

José Luis Coca Pérez¹

Paola Plaza Casado²

María de la Cruz Del Río Rama³

José Álvarez García⁴

Recebido em 09/03/2015

Aprovado em 11/9/2015

¹ Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid (España). Profesor Titular e Investigador del Departamento de Economía Financiera y Contabilidad en la Facultad de Estudios Empresariales y Turismo de Cáceres (Universidad de Extremadura - España). jlcoca@unex.es

² Doctora en Economía de la Empresa por la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid (España). Profesora visitante lector del área de economía de la empresa en la Universidad Rey Juan Carlos. paola.plaza@urjc.es

³ Doctora en Gestión y Dirección de Empresas por la Universidad de Vigo (Galicia-España). Profesora e Investigadora del Departamento de Organización de Empresas y Marketing de la Universidad de Vigo (España) delrio@uvigo.es.

⁴ Doctor en Dirección y Planificación de Turismo por la Universidad de Vigo. Profesor e Investigador en el Departamento de Economía Financiera y Contabilidad en la Facultad de Estudios Empresariales y Turismo de Cáceres (Universidad de Extremadura-España). pepealvarez@unex.es

RESUMEN:

El presente trabajo surge del interés por el turismo sostenible en el medio rural, así, siguiendo las recomendaciones realizadas por La Organización Mundial del Turismo (OMT) se constata que cada vez es más importante que el turismo sea sostenible respetando el entorno donde actúa e influyendo positivamente allí donde se realiza. El turismo cinegético, es una tipología turística alternativa a las tradicionales, que tiene gran importancia económica en nuestro país (en términos de riqueza y puesto de trabajo). A lo largo del trabajo se analiza de manera descriptiva la relación entre el turismo cinegético y el turismo rural y como ambas modalidades están estrechamente relacionadas por compartir lugar y recursos. Ésta especial interrelación convierte al turismo cinegético en una oportunidad turística diversificadora de la tradicional economía agraria que beneficia a la población local, proponiendo como guía diversos modelos de desarrollo turístico sostenible que pueden ser aplicables en entornos donde se den las condiciones cinegéticas y turísticas necesarias.

PALABRAS-CLAVE:

Desarrollo económico, turismo cinegético, turismo sostenible, turismo rural.

ABSTRACT:

This work arise of interest in sustainable tourism in rural areas ,as well, following the recommendations made by the World Tourism Organization (OMT) is found that it is increasingly important for sustainable tourism respecting the environment in which it operates and influencing positively where it is performed. The hunting tourism is an alternative to traditional tourist typology, which has great economic importance in our country (in terms of wealth and job). During the work

is analyzed descriptively the relationship between hunting tourism and rural tourism, as both types are closely related to share location and resources, this special interplay makes the hunting tourism as a diversifying tourist opportunity of the traditional agrarian economy that benefits the local population, as a guide proposing various models of sustainable tourism development can be applicable in environments where hunting and tourism conditions are necessary

KEY WORDS:

Economic development, hunting tourism, sustainable tourism, Rural tourism.

1. EL SECTOR TURÍSTICO

El turismo constituye una actividad de elevada importancia dentro del sector servicios en la economía española. Según los últimos datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística en el año 2012, el turismo representa un 10,9% del PIB en España. En el año 2012, España es el segundo país que más ingresos por turismo internacional obtiene del mundo por detrás de Estados Unidos y el primero de Europa.

Además, España ocupa la cuarta posición en el ranking internacional de llegadas de turistas internacionales (57,5 millones) por detrás de Francia, Estados Unidos y China y el sector turístico es una fuente de riqueza en nuestro país. Así, el empleo en las ramas turísticas supera los 2,1 millones de personas y representa el 11,9 % del empleo total. Aunque haya más, los dos subsectores más importantes del mismo, que nos muestran la importancia del sector son: alojamiento y restauración. Las cifras de estos subsectores durante los dos últimos años han sido las siguientes:¹

Dentro del sector de los alojamientos turísticos es importante además tener en cuenta las siguientes cifras para el año 2012 (INE, 2014): pernотaciones-383.281.289, viajeros-100.603.788. El alojamiento mayoritario utilizado fue, el hotel en un 82,7% de las veces y el 2,6 % en alojamientos rurales.

¹ www.turismo.info.com

Tabla1. Datos económicos subsectores del sector turístico²español (años 2008-2011)

Alojamiento	2011	2010	2009	2008
Volumen de negocio	17.007 millones €	16.200 millones €	15.759 millones €	17.870 millones €
Número de empresas	21.611	23.197	23.079	22.443
Personal ocupado	286.398	284.667	212.367	276.810
Restauración	2011	2010	2009	2008
Volumen de negocio	41.630 millones €	41.660 millones €	41.795 millones €	43.760 millones €
Número de empresas	260.867	259.751	261.320	266.710
Personal ocupado	1.051.351	1.042.272	1.039.507	1.057.308

Fuente: Anuario Estadístico de España 2014. Instituto Nacional de Estadística (INE)

2. ANTECEDENTES: EL TURISMO RURAL COMO MEDIDA DE DESARROLLO

Si nos referimos al medio rural, entenderemos por tal, según la definición del INE “*por oposición a los núcleos urbanos, se estima como medio rural aquellos municipios que presentan una población inferior a los 15.000 habitantes, sin perjuicio de que en el territorio español puedan encontrarse excepciones*”. Si seguimos las premisas que establece el Banco Mundial (1999), partiendo de la idea inicial de que cualquier desarrollo es la puesta en valor de los recursos endógenos, de manera integral y sostenible, que permita un nivel de vida digno para su población, además consideraremos que:

- Para generar desarrollo es imprescindible alcanzar cierto nivel de estabilidad macroeconómica.
- Un proceso de desarrollo que se basa en la búsqueda de soluciones de las necesidades humanas produce crecimiento.
- Para impulsar el desarrollo es necesario un planteamiento político integral.
- Para generar desarrollo son muy importantes las instituciones, que deben potenciar la integración social.

Se habla de desarrollo como una búsqueda de mejora de las condiciones económicas, sanitarias y educativas desde una mayor participación de las poblaciones autóctonas y logrando una equidad entre las generaciones (NIETO, 2007). En las últimas décadas, no obstante se habla del desarrollo desde otra perspectiva, pues lo que se busca es un marco político integrado; no se busca el desarrollo de un modo abstracto, sino mediante modelos que integren a todos los sectores económicos teniendo en cuenta las peculiaridades de cada zona y los recursos de los que dispone

Para conseguir que estas políticas triunfen, es necesaria la implicación de la población local lo que se conseguirá mediante acuerdos consensuados en vez de imposiciones de instancias administrativas. Es necesario conseguir el equilibrio entre dos tendencias que a priori parecen contradictorias como son la globalización y la localización. La globalización nos afecta directamente, pues de manera más inmediata ésta se traduce en que pertenecemos a la Unión Europea con las consecuencias económicas que ello conlleva, pero para que los planes surtan efecto han de hacerse a nivel local, por ello los planes de desarrollo dan protagonismo a los agentes locales, así las iniciativas de desarrollo que triunfen serán aquellas que promuevan la dualidad entre ambos caminos.

El tipo de desarrollo que se ha llevado a cabo en Europa es un desarrollo rural con un enfoque local. Al hablar de desarrollo endógeno se habla de un tipo de desarrollo en el que, tanto en el proceso, como en el método y en la estrategia, se utilizan recursos humanos y autóctonos por parte de los actores y de toda la comunidad local que lo que están buscando es un cambio estructural, que tendrá como consecuencias, una mejora del nivel de vida de la población que se ha visto implicada y que conllevará un cambio en el sistema productivo de zona (NAVARRO, 2006). Respecto a esta concepción del desarrollo endógeno, es un concepto que tiene su origen en unas teorías que van evolucionando con el paso del tiempo.

En la primera etapa (años 70) se habla del endodesarrollo, la población local es el eje central, destacando su identidad cultura y tradición. En la segunda etapa (años 80) se persigue la industrialización endógena y la consecución de una industria local; destaca una red de empresas locales que utilizan recursos endógenos y con poca ayuda por parte de las administraciones, la red creada permite la colaboración entre las mismas y dada la experiencia y habilidad adquiridas las hace capaces de competir a niveles superiores.

De esta tendencia se servirá posteriormente el desarrollo rural para convertir en el eje de su desarrollo a las pequeñas empresas locales. En la tercera etapa (años 90) se adaptan las teorías del desarrollo a las nuevas tecnologías, así se empieza a precisar la relación entre desarrollo, territorio y nuevas tecnologías, la coordinación entre empresas y la formación de redes sistemáticas de empresas (NAVARRO, 2006). Y es a finales de los noventa, cuando surge el desarrollo territorial.

El territorio se convierte en la actualidad en el eje del desarrollo siendo los mayores protagonistas la población local y la iniciativa privada. Se aleja de la concepción de desarrollo endógeno hasta tal punto que modifica las estrategias de planificación y ordenación (NAVARRO, 2006). Un ejemplo claro de este planteamiento de desarrollo es la iniciativa comunitaria LEADER.

Además la concepción que hasta ahora existía sobre el medio rural ha cambiado de manera drástica, si antes al hablar del medio rural se evocaba un medio en el que se subsistía únicamente a través de la agricultura, ahora se ha pasado a una economía de servicios. En el medio de esta transformación lo que se ha producido es una migración de los activos agrarios a las zonas industriales de las ciudades, con la consiguiente pérdida de los mismos y envejecimiento de la población, sin mencionar las profundas diferencias socioeconómicas que éstos cambios trajeron.

En la actualidad, hablamos de un nuevo concepto de ruralidad, así cuando hablamos de las economías rurales éstas ya no son un sinónimo de agricultura, en muchos aspectos estas economías se han diversificado e integrado en las economías nacionales, y éstas a su vez, en un proceso más amplio de globalización económica (LACAMBRA, 2001). Así, en el artículo 130 del Tratado de la Unión Europea se dispone que “*La Unión Europea debe reducir las diferencias entre los niveles de desarrollo de las diversas regiones y el retraso de las regiones menos favorecidas, incluidas las rurales*”. Es necesario, la conservación del mismo, porque representa un patrimonio económico, ambiental, histórico y humano que sostiene una forma de entender la vida, una cultura y un paisaje milenario que son señas de identidad de la vieja Europa. Pero cuando se habla de conservar el medio rural, se hace para conservarlo cómo algo dinámico. MARQUEZ (2002, p.15) afirma que las funciones que se le asignan al espacio rural europeo son:

- Función económica: corresponde al espacio rural garantizar un sistema de producciones agroganaderas que permita satisfacer las necesidades alimentarias de la población, a la vez que asegure unas rentas apropiadas para los agricultores.
- Función ecológica: en la medida en que le corresponde preservar las fuentes naturales de vida, proteger las especies, los lugares verdes, mantener la biodiversidad.
- Función sociocultural: promover las relaciones entre las poblaciones rurales y la urbana.
-

La definición de desarrollo rural que establece la Unión Europea la recogen (QUINTANA ET AL, 1999) y según la misma este desarrollo se define como:

“un proceso de revitalización equilibrado y autosostenible del mundo rural basado en su potencial económico, social y medioambiental mediante una política regional y una aplicación integrada de medidas con base territorial por parte de organizaciones participativas, enfatizando la necesidad de enmarcar los modelos de desarrollo rural dentro de la política regional de la Unión Europea, precisamente por la territorialización que hace del espacio y la posibilidad que tiene de aplicar medidas de desarrollo rural integrado”.

Posteriormente en la Declaración de Cork en el año 1996 se incorpora el concepto de desarrollo rural sostenible como prioridad fundamental en las políticas europeas, que deben centrarse en evitar el éxodo rural, la pobreza y la desigualdad de oportunidades. En la Comunicación de la Comisión Europea se definen en diez puntos las prioridades de actuación de la UE para los territorios rurales que son los siguientes:

Tabla 2. Prioridades de actuación de la que para el desarrollo rural

Prioridad para el desarrollo rural en la Unión Europea	Los objetivos: invertir la emigración del campo, combatir la pobreza, fomentar el empleo, mejorar el bienestar de las zonas rurales, etc.
Enfoque integrado	Las Políticas han de ser multidisciplinares y multisectoriales
Diversificación	De las actividades económicas y sociales
Sostenibilidad	Fomentar un desarrollo rural compatible con el medio
Subsidiariedad	Cooperación entre todos los agentes locales
Simplificación	En materia de legislación
Programación	Los Programas de Desarrollo rural deben ser un único instrumento, propio para cada región, que fomente un desarrollo rural sostenible.

Financiación	Se debe fomentar el uso de recursos financieros locales, buscar sinergias entre la financiación pública y privada
Gestión	Impulsar la actividad de las administraciones locales facilitándoles medios, cooperando entre ellas, intercambiando experiencias
Evaluación y Análisis	Se debe reforzar el seguimiento para garantizar la transparencia, el buen uso de los fondos públicos

Fuente: Nieto (2007)

3. EL TURISMO COMO MEDIDA DE DESARROLLO LOCAL SOSTENIBLE

El ámbito rural, está sufriendo un proceso de desruralización, y éste puede ser visto desde una doble perspectiva; como una pérdida de importancia cuantitativa respecto a los núcleos urbanos, y cambios en la misma esencia de lo que se entiende por rural. El ámbito rural ha visto como durante los últimos años, ha ido perdiendo competitividad respecto a los núcleos urbanos, debido sobre todo a que al disminuir la actividad agrícola, se han disminuido las oportunidades laborales, sin embargo la imagen que desde lo urbano se tiene de lo rural, como sitio donde recuperar los valores de la autenticidad, la identidad cultural y la esencia (MARIE AND VILARD, 1977; MAC-CANNELL, 1989; AMIROU, 2000) hacen comprender su atractivo como producto turístico (GRANDE,2006).

Así, surge como una necesidad el desarrollo local como un proceso de cambio y mejora de las estructuras y evoluciona el concepto de desarrollo introduciendo conceptos como el de la sostenibilidad. Siguiendo las indicaciones que establece el Banco Mundial, se aprecian nuevos conceptos que se están introduciendo como la competitividad, la globalización, el desarrollo sostenible. Para poder fomentar el desarrollo local es necesario hacerlo desde dentro, integrar a todas las partes involucradas en las iniciativas que decidan acometerse.

De estos nuevos conceptos que entran en consideración, hay que destacar la especial relevancia de la sostenibilidad en la nueva concepción del ámbito rural en primer lugar y consecuentemente del turismo rural. Al turismo rural ahora se le pide que sea sostenible. La sostenibilidad traducida al ámbito rural se compone de las siguientes características:

- Retorno a los valores naturales y conservación de los mismos (HALL, 1998). La protección y la conservación de los recursos naturales es un elemento esencial en la dinámica de la industria turística (SHAW Y WILLIAMS, 1994).
- Se convierte el ocio en una actividad de consumo, satisfecho en múltiples ocasiones por la misma industria turística
- Cambios en el turismo asociados a los cambios culturales (URRY, 1990). Por ejemplo, el acceso al ocio es considerado como una victoria de la clase media.

El turismo dentro del marco regional puede tener efectos muy beneficiosos pues mejora la economía del área y el nivel social de la población (FIGUEROLA, 2000). Los aspectos más destacados de esta mejora son los siguientes: se produce un incremento de la renta media disponible, se supera el nivel profesional, se mejoran las estructuras sociales y económicas de la región, se puede atraer mano de obra subempleada de otros sectores primarios, ampliación de las economías industriales y terciarias, con la consecuencia de una menor dependencia externa.

Siguiendo esta línea, se confirma al turismo como motor de crecimiento económico, dado que los ingresos por turismo tienen una incidencia importante en el PIB. En el trabajo realizado por TORRES ET AL. (2008) se mide la contribución del turismo al ámbito económico regional. Muchos estudios confirman los múltiples beneficios del turismo en áreas rurales, pues a los ya enunciados con anterioridad (GANNON, 1994; OECD, 1994; SHARPELY ET AL., 1997; ROBERTS ET AL., 2001) añaden diferentes tipos de beneficios asociados al desarrollo rural como la diversificación de la economía rural a través de la creación de nuevos negocios en el sector servicios.

El beneficio social que acarrea incluye el mantenimiento de los servicios locales, con otros beneficios como el incremento del contacto social en áreas incomunicadas, y la repoblación de algunas áreas. No obstante, algunos de esos estudios también llaman la atención sobre el lado negativo de ese tipo de turismo (SHARPLEY ET AL., 1997; ROBERTS ET AL., 2001) y entre los efectos negativos podemos encontrar algunos relacionados con un impacto negativo físico y sociocultural que el turismo rural podría conllevar sobre el medio ambiente, aunque éstos impactos varían según determinados condicionantes como el número de turistas, las actividades que realizan, la fortaleza de la cultura y tradiciones, etc.

Si tradicionalmente, la especialización turística se ha centrado en España sobre todo en el sol y playa, esta tendencia aunque continúa y sigue vigente, podemos decir que se vislumbran nuevas tendencias, como es el caso del turismo rural, que permiten ganar cuota de mercado en la distribución territorial del sector. Es en las comunidades, tradicionalmente turísticas, es decir las situadas en la Costa y las islas, dónde el turismo se ha enfocado como motor de crecimiento, gracias a la retroalimentación que el mismo genera en el tejido productivo de una economía. El problema que ha tenido el turismo rural desde sus inicios tanto en España como en Europa es que al hablar del alcance del mismo se hace en términos indefinidos y no delimitados, así se asocia altruismo rural “*cualquier actividad turística en las áreas rurales*” (PIERINI, 2003) esta heterogeneidad en el turismo rural se percibe en las distintas prácticas y reglamentos legales existentes en cada país de la Unión Europea (MASU, 2003).

4. IMPORTANCIA ECONÓMICA DEL TURISMO CINEGÉTICO

A la hora de definir el turismo cinegético, la definición de referencia en este trabajo es la propuesta por RENGIJO (2008, p.190) según la cual se establece que el turismo cinegético es aquel que:

“turismo que engloba el conjunto de actividades llevadas a cabo por las personas que se desplazan a un sitio concreto, atraídas por el recurso de la caza con el objeto de capturar con criterios sostenibles una pieza, utilizando distintas técnicas y medios. A su vez el recurso está constituido por determinadas especies de animales, divididas en especies de caza mayor y caza menor, cuya distribución por el territorio en términos de variedad y densidad, presenta realidades asimétricas. Igualmente dentro de este turismo se dan una serie de particularidades derivadas de su práctica que le otorgan un carácter específico en cuanto al uso de medios de transportes utilizados en el lugar del destino. Cuya adaptación a las condiciones morfológicas del medio natural puede ser una necesidad, ubicación de los alojamientos (dentro del área de caza), decoración (ambiente cinegético) y servicios (armeros, horarios de comidas, personal con formación específica)”.

Las actividades cinegéticas pueden observarse desde tres puntos de vista: como una manifestación del ocio, como una utilización y conservación de los espacios naturales, y como una actividad económica (RIVERA, 1991). De estos tres prima el económico y es el que ha sido menos estudiado. Ello se debe principalmente al problema de encontrar datos estadísticos fiables, así como el poco conocimiento de los ingresos económicos que genera.

A pesar de todas estas deficiencias, la importancia económica de la caza, para las personas que viven de ella, así como los puestos de trabajo que su actividad genera es innegable. Siguiendo a LÓPEZ ONTIVEROS, a la hora de cuantificar la importancia económica de la actividad cinegética en España,

históricamente se ha hecho a través de tres aspectos: la caza y la generación de renta, la caza y los puestos de trabajo que crea y el turismo cinegético.

La importancia de la caza, se debe a que su práctica implica a muchos sectores de actividad, y sobre todo genera puestos de trabajo tanto de forma directa como indirecta, de manera especial en las zonas rurales donde la caza tiene especial implantación. Así, la caza se convierte en un factor dinamizador en las zonas rurales, de tradición especialmente deprimidas, tal y como ha constatado la Unión Europea (CONSEJO DE EUROPA, 2004).

Existen estudios que cuantifican la importancia del sector cinegético en nuestro país como el realizado por Metra-Seis en 1985 que cifró la importancia del mismo como una actividad generadora de una renta de 78.891,4 millones de las antiguas pesetas y estimando en 27.823 los puestos de trabajo en los distintos sectores relacionados con la caza y los cotos. La importancia de la caza en nuestro país se debe a que son muchos los subsectores que se ven implicados, con importantes repercusiones económicas.

La Real Federación Española de Caza realizó un estudio en el año 2004 en el que cuantificaba la importancia económica de los subsectores que están relacionados con la caza, quedando demostrada la importancia económica que éstos tienen, y contempla todas las fases como: desarrollo de la actividad, preparación, jornada de caza y gestión de los productos de caza.

Tabla 3. Valoración económica de los subsectores implicados en la caza (2004)

Subsectores	Valoración económica (euros)
Flujo económico `por piezas de caza en cada temporada	395.866.395
Veterinarios: ingresos general, captura de jabalíes y venado	1.835.930
Taxidermia. Empresas de Aduanas, carpinteros y curtidor	21.726.587
Rehalas	31.468.993
Armas y cartuchos	202.102.340
Armería y complementos	36.060.726
Perros como auxiliar del cazador	281.273.664
Gastos de tenencia de armas	20.348.936
Gastos derivados de la tenencia de la licencia de caza	40.128.062

Responsabilidad civil	30.050.605
Arrendamiento de cotos	392.951.931
Planes de ordenación	19.819.912
Guarderías de coto de caza	107.911.723
Medios de comunicación	19.741.525
Sector hotelero y restauración	173.692.498
Sector transporte	450.759.078
Energía	3.924.720
TOTAL	2.229.663.625

Fuente: Real Federación Española de caza (2004)

En estos subsectores, como consecuencia de la actividad cinegética se generan puestos de trabajo, no sólo se beneficia el sector turístico, sino muchos relacionados con la misma actividad de caza. Así en el año 2004 y según subsectores las cifras fueron las siguientes:

Tabla 4. Empleo generado por subsectores de la caza (2004)

Subsectores	Número de empleos
Armería y complementos	1.529
Granjas, fabricantes ,distribuidores de alimentos para animales de caza	600
Curtidores taxidermistas	631
Sector hotelero	2.998
Guardería	30.230
Personal federaciones/ mutuasport / delegaciones provinciales	160
Medio de comunicación	110
TOTAL	36.258

Fuente: Estudio de la Real Federación Española de Caza (2004)

5. EL TURISMO CINEGÉTICO COMO ACTIVIDAD DIVERSIFICADORA EN LA ECONOMÍA DEL MEDIO RURAL

Lo que hace característico a la caza es que la misma se desarrolla en el mismo espacio que las actividades rurales y las agrarias, aunque analizada en profundidad, la caza es en si misma una

actividad rural, pues en términos descriptivos se realiza en aquellas zonas que se encuentran dentro de lo que entendemos por rural si para ello utilizamos criterios como la baja densidad poblacional. Así, sí se estudia el medio rural español, hay que tener en cuenta el cambio que sufrió como consecuencia de la crisis agraria que se tradujo en un despoblamiento y un éxodo masivo hacia zonas urbanas en busca de nuevas oportunidades. A medida que avanzó el tiempo, el papel del campo y las actividades que en el mismo se realizan se han transformado constituyéndose unas nuevas, que conviven con las tradicionales agrarias. El campo se convierte, y ello puede constatarse con los números del turismo rural, en un lugar de esparcimiento y ocio, de segunda vivienda.

Teniendo en cuenta estos planteamientos la caza puede considerarse una actividad agraria pero a su vez una actividad de ocio en ese medio, de esta manera lo plantea (MARTÍNEZ, p.120 1998), y dice que *“la caza no sólo podrá abordarse desde una perspectiva de actividad recreativa y de ocio, sino también como aprovechamiento de las explotaciones agrarias, ya sea exclusivo o complementario”*. Para saber si estamos ante un turismo cinegético, a parte de encontrarnos con terrenos propicios para ello y especies de las denominadas cinegéticas, ha de existir un turista alrededor de la actividad de la caza. Hablaremos de turismo cinegético, cómo aquel en el que el recurso básico es el caza, unido a una serie de servicios que constituyen la oferta global del mismo y convierten la caza en un producto turístico (ÁLVAREZ, 2007) Según este autor, el turismo cinegético se convierte en un proceso de servucción, pues el producto turístico da un servicio al consumidor y debe ser considerado como una herramienta de gestión para rentabilizar de manera adecuada el aprovechamiento cinegético.

A la hora de afrontar este turismo, hay que entender que es necesaria una nueva forma de concepción del mismo, así, y tal y como sucede a la hora de analizar el turismo rural hay que conocer los recursos que se tienen, cuáles son las características de la demanda a la que se dirigen, la formación profesional de unas personas que, en muchos casos, se dedican a otras actividades y el respeto por la cultura y el medio ambiente de cada espacio (GARCÍA, 1996).

El turismo cinegético puede convertirse en un importante factor diversificador de la tradicional y dominante economía agraria en aquellos lugares donde tenga lugar actividad cinegética, siempre procurando que tenga el menor impacto negativo ambiental. Para ello, es importante la implicación de los habitantes que dependen directamente del medio dónde se crea riqueza. Sin la movilización y el aprovechamiento de las sinergias locales es imposible que se pueda conseguir la integración de las

preocupaciones medioambientales, sociales, económicas y culturales. (ANDRÉS, 2014). En este trabajo solamente se abordará el turismo cinegético, considerando como tal el turismo de caza por compartir con el medio rural espacios, recursos y determinadas actividades, sin tener en cuenta el turismo de pesca que haría necesaria una nueva consideración de los elementos característicos mencionados (espacios, recursos y actividades características).

Así, éstos, deben implicarse para que tenga éxito la actividad turística, no sólo desde el punto de vista de conservar el medio ambiente, sino también, implicándose personalmente si se realizasen proyectos de desarrollo turístico en la zona, con su propio capital y con su esfuerzo, llevando a cabo las actuaciones que sean necesarias, para así aprovecharse directamente de las ventajas que todo ello pudiera reportarles.

Las ventajas que a corto plazo pudieran verse de realizarse lo anteriormente expuesto serían entre otras, la creación en la zona de riqueza, puestos de trabajo, se aprovecharían las plusvalías que pudieran generarse, la reinversión de los beneficios en el propio entorno, etc. El turismo cinegético puede contribuir al desarrollo de las economías locales. Lo que hace singular a este tipo de turismo, desde el punto de vista económico, es que es un tipo de turismo que se da cuando establecen las órdenes de veda, diferenciándose del turismo convencional que depende del clima, como por ejemplo el turismo de sol.

Si se produce la modificación de estructuras productivas como consecuencia del turismo cinegético, es importante evitar una situación de empobrecimiento estructural, para evitar entre otras consecuencias negativas, la pérdida de poder adquisitivo de los habitantes donde se está llevando a cabo este tipo de turismo, así como una disminución demográfica. Así mismo, es importante que se enfoque este tipo de turismo como un medio para que aquellos lugares donde se realizan actividades cinegéticas, y se encuentran con problemas económicos, lo contemplen como una forma de potenciar esas actividades con el fin de reestructurar sus tejidos productivos. Una de las actividades que se puede llevar a cabo medida de desarrollo económico, es la potenciación de la gastronomía basada en los mismos productos cinegéticos de la zona, así se contribuye a la generación de nuevas rentas que van a parar a los habitantes del lugar.

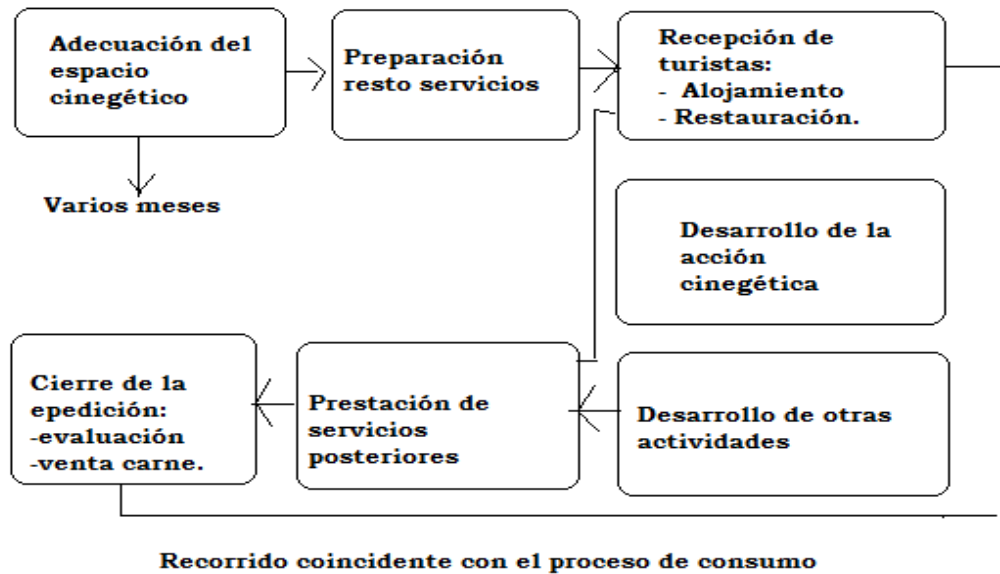
Las medidas de desarrollo que se tomen en las zonas donde se realicen actividades cinegéticas, no se deben contemplar como la salvación de las economías de esas zonas, sino como un complemento de las rentas o también como una diversificación de las actividades, además de ser un instrumento que revitalice las zonas donde se tomen esas medidas. El fin principal que se busca, es que a través de estas medidas de desarrollo, los beneficios se puedan revertir a la población local y no salga para beneficio de inversores extranjeros. Tomando como ejemplo, las iniciativas que se han tomado en el turismo rural, el eje central de las mismas han de ser las familias y la población residente en el lugar, así, las iniciativas se centralizan en la población local.

A la hora de plantear un modelo de desarrollo económico para las zonas donde se realizan actividades cinegéticas, hay que hacerlo evitando los errores que se han cometido en otros tipos de turismo, en este caso sería la conservación del medio ambiente el punto central, por ser el eje de la actividad cinegética, una mala conservación o falta de preocupación medioambiental, nos llevaría a terminar con el producto turístico.

Al hablar de errores previos cometidos en otros modelos turísticos, nos estamos refiriendo principalmente a controlar la demanda y la oferta de turismo, evitando la masificación, con el añadido especial de que ésta traería acabar con el producto turístico, evitar la especulación y el deterioro de los recursos. Según lo expuesto por (PALOMINO, 2007) en el proceso de servucción sobre todo si nos referimos al turismo cinegético es necesario que confluyan varios aspectos: la participación del cliente y del personal de contacto, además del soporte físico, para que el proceso de servucción y consumo coincidan en el tiempo y espacio. Es necesario crear un modelo adaptado a cada empresa cinegética, siempre dentro de un modelo más genérico orientativo sobre los procesos de servucción y consumo en una expedición cinegética.

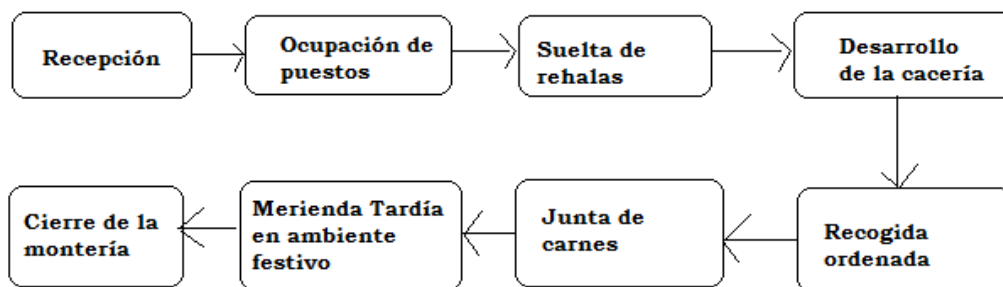
El modelo que se aplicará a cada empresa es necesario, pues son muchas las variables que hay que tener en cuenta como el tipo de caza que se va a practicar, los servicios que se van a utilizar, los espacios cinegéticos en los que se va a actuar. Las fases que son comunes a cualquier expedición cinegética están recogidas en la figura 1.

Figura 1. Proceso de servucción en la expedición cinegética



Fuente: Palomino (2007)

Figura 2. Proceso de realización de una cacería (modalidad montería)



Fuente: Palomino (2007)

Ambas etapas comienzan con una preparación previa en la que se busca adecuar infraestructuras, puesta a punto en los temas administrativos, planes técnicos, negociaciones con el fin de obtener acuerdos con los servidores turísticos, es decir, todo lo necesario para dejar establecida la fase previa. Cuando se habla de adecuación del espacio cinegético a lo que se hace referencia.

Para poder desarrollar de manera adecuada la actividad cinegética, tal y cómo se ha mantenido en este trabajo, es imprescindible aunar los conceptos de caza y conservación. Se requieren estrategias que se centren en mejorar la oferta cinegética, prestando atención a los hábitats, a las especies de consideración cinegética, y muy importante para que este tipo de turismo crezca, a los servicios turísticos a prestar, no solo cuantitativa sino también cualitativamente.

Tal y como propone PALOMINO (2007) se pueden complementar estas acciones anteriormente propuestas con otras de manera complementaria, como son: (1) financiación de proyectos complementarios a las acciones cinegéticas cumpliendo las directrices de un desarrollo sostenible, (2) programas de concienciación y gestión de la calidad del sector, (3) fomento de tecnologías con criterios de sostenibilidad en los espacios cinegéticos, (4) fomento de la calidad cantidad en restauración y alojamiento, (5) mejora de acceso a los espacios cinegéticos, y (6) campañas de promoción del producto turístico cinegético.

A la hora de considerar el turismo como actividad diversificadora e implantarlo en una determinada zona, se pueden aplicar distintos modelos de desarrollo turístico con la consideración del medio ambiente, clave en este tipo de turismo. Se pueden plantear de manera general propuestas de modelos de desarrollo turístico elaboradas por BOSCH ET AL. (1998) en base a dos variables que definen a los mercados turísticos: la generación de riqueza y la tendencia de crecimiento en el consumo de los recursos. BOSCH ET AL. (1998) distinguen tres modelos de desarrollo turístico, que recogemos en la tabla 5.

Tabla 5. Modelos de desarrollo turístico en función del medio ambiente

Modelo tradicional	<ul style="list-style-type: none"> • Se inicia el desarrollo mediante la creación de oferta y consumo de recursos naturales. • Se incrementa la demanda y se incrementan los ingresos por actividades turísticas. • Para seguir creciendo hay que seguir creando oferta y consumiendo recursos.
Modelo actual	<ul style="list-style-type: none"> • Se inicia el desarrollo mediante la creación de oferta y consumo de recursos naturales. • Se incrementa la demanda y se incrementan los ingresos por actividades turísticas. • El crecimiento se consigue mediante las mejoras del producto, del servicio. • Con la segmentación y no sólo con el consumo indiscriminado de recursos naturales.

Modelo futuro

- Se inicia el desarrollo mediante la creación de oferta y consumo de recursos naturales.
 - Se incrementa la demanda y se incrementan los ingresos por actividades turísticas.
 - Para poder seguir siendo competitivos, hay que ofrecer un producto más acorde con las exigencias de la demanda. Por lo que no sólo deben conseguirse mejoras del producto, del servicio y de la gestión, sino que hay que recuperar espacios y entornos previamente degradados.
-

Fuente: Bosch et al. (1998)

Tal y cómo exponen VÁZQUEZ ET AL. (2011) si se quiere avanzar hacia modelos turísticos sostenibles hay que basarse en una oferta de calidad que presente eficazmente el producto, con una denominación clara y que genere una imagen atractiva. Una medida que se está estudiando para asegurar la calidad de esta tipología turística es la certificación de calidad cinegética, a la que todavía le queda recorrido (RENGIFO ET AL., 2013)

6. CONCLUSIONES

El turismo es uno de los sectores más importantes de la economía española pero uno de los problemas que ha sufrido el desarrollo turístico en España ha sido que no ha tenido en cuenta el impacto de la actividad turística en el entorno. Por ello últimamente se priman en este sector el desarrollo de turismo alternativo y la sostenibilidad. En el turismo cinegético ésta es clave pues constituye la base de la actividad turística, básica para su supervivencia el mantener y conservar el medio para poder seguir realizando la actividad en un futuro.

El medio rural ha cambiado de ser agrícola a ser una economía de servicios. Es importante establecer modelos sostenibles de desarrollo turístico en estas zonas, dentro de este medio y cuando se dan las condiciones necesarias surge el turismo cinegético, importante en toda Europa por los empleos que genera y la alta facturación que registra en cada país.

Las iniciativas en el turismo cinegético son las mismas que en el turismo rural debido a que en la mayoría de los casos comparten medios y recursos. La importancia de las iniciativas turísticas cinegéticas proporciona ventajas al turismo rural frente a las opciones generalistas.

El turismo cinegético puede convertirse en un importante factor diversificador de la tradicional y dominante economía agraria en aquellos lugares donde tenga lugar actividad cinegética, siempre procurando que tenga el menor impacto negativo ambiental. Para ello, es importante la implicación de los habitantes que dependen directamente del medio dónde se crea riqueza.

REFERENCIAS

ANUARIO ESTADÍSTICO DE ESPAÑA (2014). Instituto Nacional de Estadística. Madrid

ÁLVAREZ, P. (2007). El turismo cinegético como recurso económico en la provincia de Cáceres. Un análisis de su potencial en el mercado turístico internacional. *Estudios De Economía Provincial*. Cámara oficial de comercio e industria de Cáceres.

AMIROU, R. (2000). *Imaginaire du tourisme culturel*. Presses Universitaires de France. Paris

ANDRÉS, J. L (2014). El turismo en los procesos de desarrollo rural. *Papeles de Geografía*. 2014. 50-60; pp 17-36

BALANCE DEL TURISMO EN ESPAÑA 2012. Instituto Nacional de Estadística. Madrid

BANCO MUNDIAL (1999). *Informe del Banco Mundial sobre el Estado del Mundo 1998- 1999*. Washington D. C.

BOSCH CAMPRUBI, R. ; PUJOL MARCO, L. ; SERRA CABADO, J. ; VALLESPINOS RIERA, F. (1998). *Turismo y Medio Ambiente*. Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid.

BUENDÍA MARTÍNEZ, I. (1999). Las sociedades cooperativas en el marco de las iniciativas públicas en el desarrollo rural. Un análisis del caso español. *Revesco. Revista de Estudio Cooperativos*, (68), 75-94. Universidad Complutense de Madrid

COCA, J.L.; ÁLVAREZ, P.; HERNÁNDEZ, J.M (2005). VII Encontro Hispano Luso de economia empresarial: compendio da investigação apresentada (7.2005)

COCA PÉREZ, J.L., BREDIS, K., ÁLVAREZ GARCÍA, J. & PRADO ROMÁN, M. (2015). Hunting tourism in Extremadura: Spanish Monteria. *Tourism and Hospitality International Journal*, 4(1), pp.12-23.

CONSEJO DE EUROPA (2004). *Hunting and Europe's environmental balance*. [Http://assembly.coe.int/Main.asp?link=/Documents/WorkingDocs/Docs04/EDOC10337.HTM](http://assembly.coe.int/Main.asp?link=/Documents/WorkingDocs/Docs04/EDOC10337.HTM)

DECLARACIÓN DE CORK (1996). *La Europa rural. Perspectivas para el futuro*. Comunicación de la Comisión Europea sobre el mundo rural. Cork (Irlanda)

FIGUEROLA, M. (2000). *Introducción al estudio económico del turismo*. Madrid: Civitas.

FIGUEROLA, M. (2000). Los trabajos de investigación de la economía del turismo en el Instituto de Estudios Turísticos (1974-1993). *Estudios Turísticos*, (144-145), pp.17-45. Madrid

GARCÍA, J.L. (1996). El turismo rural como factor diversificador de rentas en la tradicional economía agraria. *Estudios Turísticos*, (132), pp.47-61. Madrid

GANNON, A. (1994). Rural Tourism as a factor in Rural Community Economic Development for Economies in Transition. *Journal of Sustainable Tourism*, 2, (1-2), pp.51-60. United Kingdom.

GRANDE, J. (2006). La evolución del turismo rural en España y las nuevas oportunidades del turismo de naturaleza. *Estudios turísticos* nº 169-170, pp.85-112.

HALL, C. (1998). *Historical antecedents of sustainable development and ecotourism: new labels on old bottles*. In: Hall, CM, Lew, A.A (eds). *Sustainable Tourism a Geographical Perspective*. Longman. Londres.

LACAMBRA (2001). Desarrollo rural en los espacios rurales europeos. Elementos de desigualdad territorial. *Revista Catalana de Sociología*, 14, 253-276. Cataluña. España

MACCANNELL, D. (1989). *The tourist: A New Theory of the Leisure Class*. New York: Shocken.

MARIE, M.; VILARD, J. (1997). *La campagne inventée*. Actes Sud France.

MÁRQUEZ, D. (2002). *Bases metodológicas del desarrollo rural* (coordinadora). Nuevos Horizontes en el desarrollo rural. Universidad Internacional de Andalucía. Ed. AKAL, Madrid.

MARTÍNEZ, E. (1998). Propiedad y regímenes de tenencia en los cotos privados de caza de Ciudad Real. El espacio rural de Castilla la Mancha, T. II. *Reunión de Estudios Regionales de Castilla la Mancha*. Diputación de Ciudad Real, 257-273. Castilla la Mancha. España

MASU, G. (2003). Agriturismo ed il Modello Rurale Europeo. Sistema informativo sul Settore Agriturismo Della Sardegna. Università degli Studi di Sassari. D.E.I.S 146: 189. Cataluña. España

METRA-SEIS (1985). *Turismo cinegético en España*. Secretaría General de Turismo. Subdirección General de Infraestructura turística. Madrid.

NAVARRO, F. (2006). *Repercusión de los Programas de desarrollo rural en la provincia de Granada*. LEASER I, LEADER II y PRODER I. Universidad de Granada.

NIETO, A. (2007). El desarrollo rural en Extremadura: las políticas europeas y el impacto de los programas LEADER y PRODER, (Doctoral dissertation, Tesis Doctoral. Universidad de Extremadura).

- PALOMINO (2007). El turismo cinegético como recurso económico en la provincia de Cáceres: un análisis de su potencial en el mercado turístico internacional. *Estudios de Economía Provincial*. Cámara Oficial de Comercio e industria de Cáceres.
- PIERINI, M. (2003). Agriturismo e Turismo Rurales: Sostegno Comunitario e Limiti Della Potestà Legislativa Regionale Concorrente. *Summary of the First European Congress on Rural Tourism*. España.
- QUINTANA, J.; CAZORLA, A.; MERINO, J. (1999). *Desarrollo rural en la Unión Europea: modelos de participación social*. Serie Estudios Ed. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Madrid, 256.
- RENGIFO, J. I; PÉREZ, A.; LECO, F. (2013). La calidad como mecanismo de diferenciación en el turismo cinegético. VI Jornadas de Investigación en Turismo. pp. 451-467. ISBN 9788495499967
- RIVERA, M. (1991). Caza y agricultura en zonas de montaña. *Agricultura y Sociedad*, (58), 113-145. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- RENGIFO, J. (2008). Un segmento del turismo internacional en auge: el turismo de caza. *Cuadernos de Turismo*, (22), pp.187-210.
- RENGIFO, J. (2010). Caza y turismo cinegético como instrumentos para la conservación de la naturaleza. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*. Vol. 30 nº2, pp. 163- 186. ISSN 0211-9803.
- ROBERTS, L; HALL, D. (2001). *Rural Tourism and Recreation: Principles to Practice*. Wallingford: CABI Publishing.
- RUIZ, I. (2012) Herramientas estratégicas para el desarrollo del turismo rural en Castilla la Mancha. *Beresit: revista interdisciplinar científico humana* nº 10, pp. 287-314. ISSN: 0213-9944.
- SHARPLEY, J; SHARPELY, R. (1997). *Rural Tourism. An introduction*. London: International Thomson Business Press.
- SHAW, G.; WILLIAMS, A. (1994). *Critical Issues in Tourism*. London: Blackwell.
- TORRES SOLE, T.; SALA RIOS, M. (2008). El turismo como elemento de crecimiento económico en el ámbito español. *Papers de Turismo*, (43-44), pp.83-95.
- URRY, J. (1990). *The tourist Gaze: Leisure and travel in Contemporary Societies*. London: Sage Publications.
- VAZQUEZ, C; MARTIN, F. (2011). Problemas de sostenibilidad del turismo rural en España. *Anales de Geografía*, 2011. Vol. 31, num. 1 pp.171-194. ISSN: 0211-9803.