



Análisis de las posibles contribuciones del turismo cinegético. Turismo de especial interés para los países: El caso de Turquía

Analysis of the possible contributions of hunting tourism. Tourism of special interest to countries: The case of Turkey

 **Nuray Yildiz**

Departamento de Guía Turística
Universidad de Capadocia
Capadocia, Turquía
nuray.yildiz@kapadokya.edu.tr

RESUMEN

El turismo cinegético se considera un deporte de lujo y un tipo de turismo alternativo encuadrado en el ámbito de interés especial y también en el económico por proporcionar insumos de divisas en muchos países. Un tipo de turismo tan importante como "el turismo de caza" debe aplicarse de manera extremadamente meticulosa. Como marco de apoyo al turismo sostenible, las normas deben seguirse sin excepción, prestando mucha atención a la población animal. Se debe destacar, asimismo, que los cazadores que vienen a Turquía desean también ser incluidos en el turismo cultural. En el ámbito de la sostenibilidad, este turismo cinegético aporta un beneficio económico debido a su contribución de ingresos como también su ayuda significativa al equilibrio ecológico.

El objetivo de este artículo es relevar los estudios realizados sobre este tipo de turismo. Para ello, se utilizó el análisis de documentos, primero mediante el uso

de un método cualitativo y luego el análisis bibliométrico. El resultado determinó que la mayoría de los estudios fueron efectuados por un solo autor y publicados en el año 2019, utilizando un método cualitativo

PALABRAS CLAVE: turismo cinegético; turismo de interés especial; economía; Turquía; turismo rural.

ABSTRACT

Hunting tourism is considered a luxury sport and a type of alternative tourism framed in the field of special interest and also in the economic field by providing foreign exchange inputs, in many countries. A type of tourism as important as "hunting tourism" must be applied in an extremely meticulous manner. As a framework to support sustainable tourism, the rules must be followed without exception and pay close attention to the animal population. It should also be noted that hunters coming to Turkey also wish to be included in cultural tourism. In the field of sustainability, this hunting tourism brings an economic benefit due to its income contribution as well as its significant help to the ecological balance.

The aim of this article is to survey the studies conducted on this type of tourism. For this purpose, document analysis was used, first using a qualitative method and then bibliometric analysis. The result determined that most of the studies were carried out by a single author and published in the year 2019, using a qualitative method.

KEYWORDS: hunting tourism; special interest tourism; economy; Turkey; rural tourism.

Turismo de interés especial

Este turismo desempeña un papel importante en la industria turística, en términos de desarrollo y economía, porque contribuye al fortalecimiento a través de las diversas comunicaciones mundiales (Agaliotou, 2015). El aumento del tiempo libre de las personas y sus ingresos, han llevado a que la sociedad moderna esté recurriendo a diferentes tipos de experiencias (Douglas, Douglas y Derrett, 2001). Según los autores (Douglas, Douglas y Derrett, 2001), se ha producido un crecimiento paulatino en el sector turístico, denominado como "industria de la experiencia", donde la gente

está dispuesta a pagar por el servicio. Los turistas prefieren "comprar" más emociones que productos. Se dedican a la búsqueda de experiencias personales que son únicas para ellos. En este contexto, buscan una práctica dominada por cualidades intangibles, tales como entorno, la estética y la innovación (Trauer, 2006).

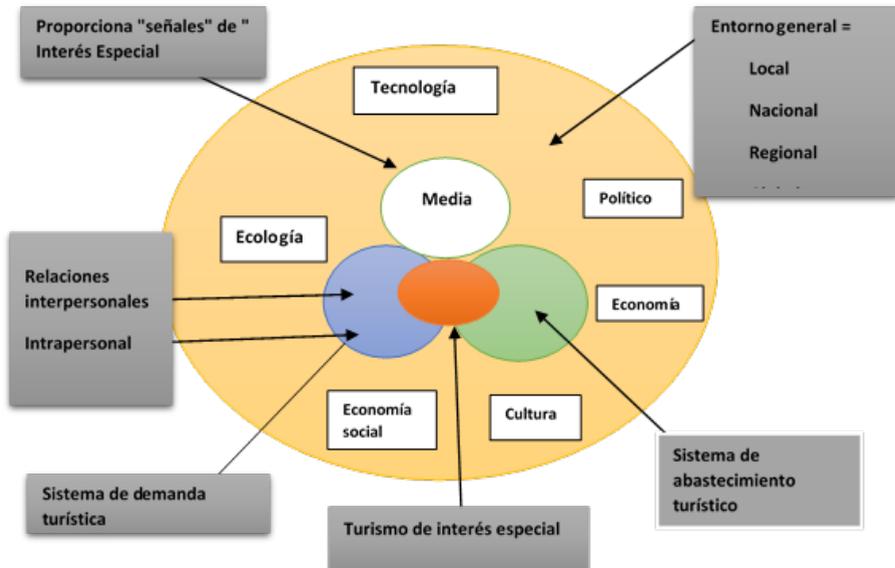
Douglas et al. (2001) sugiere que el turismo de interés especial sea "sostenible", "apropiado", "novedoso", "responsable", "con experiencias serias". El "Turismo de Masas", hoy en día, ha perdido su importancia y ha dado espacio a un Turismo de Interés Especial. Cuando hablamos de este turismo nos referimos a atraer a grupos pequeños. Según Walle (1997), esta es la especialización o percepción de diferencia. Por lo tanto, ha pasado a la vanguardia el concepto "nicho de mercado", donde es posible satisfacer las necesidades de grupos bastantes pequeños. Al principio, este tipo de turismo se trató como un grupo homogéneo, por ejemplo, el ecoturismo, el turismo aventura, deportivo, cultural y, fue más tarde, cuando comenzaron a crecer notablemente en línea con las demandas de los consumidores (Douglas et al., 2001). Factores como escapar del estrés de la vida diaria o dar importancia a la individualidad son los elementos que generan el impulso para viajar (Rojek y Urry, 1997). En la Figura N° 1 (Página siguiente), vemos como el Turismo de Interés Especial desarrolla un factor importante en la economía del turismo.

Los turistas de Interés Especial que realizan actividades recreativas dirigidas a sus intereses especiales y son sensibles al medio ambiente, tienen características que los hacen diferentes y son las siguientes:

- tienen mucha confianza en sí mismos;
- los niveles de educación e ingresos son altos;
- actúan de acuerdo con sus deseos e intereses, saben lo que quieren y realizan investigaciones en consecuencia;

- tienen altos niveles de sensibilidad a los valores culturales y los recursos naturales;
- los niveles de exigencia están en un nivel superior;
- la demanda de bienes y servicios de calidad es mayor.

Figura N° 1: Sistema Interactivo de Turismo de Interés Especial



Fuente: Trauer (2006)

Como se puede ver anteriormente, estos turistas - a diferencia de los turistas de masas- prestan más atención a los diferentes detalles y tienen un cuidado especial para actuar de acuerdo con el alcance del proyecto de turismo responsable y se destaca su sensibilidad por el medio ambiente.

Turismo de caza

Uno de los aspectos más importantes de la actividad cinegética es sin duda la relación con el aspecto económico de un país.

En nombre de la economía, se defiende la continuidad de la caza, la instalación de mallas cinegéticas, la introducción de fauna cinegética alóctona, la captura y muerte de las especies protegidas - denominadas por el colectivo cazador - como alimañas. Pero, también en nombre de la economía, se defiende la caza como generadora de rentas y empleos en las poblaciones humanas rurales - por lo general muy deprimidas social y económicamente - por ello se hace imprescindible la necesidad de fomentar un turismo cinegético que diversifique aún más la principal actividad económica.

De la economía de la caza, se desconoce casi en su totalidad, el gasto que el cazador realiza en la compra de material especializado, principalmente armas y municiones, el gasto que generan - para la colectividad cazadora - la adquisición de los seguros de caza, los ingresos derivados de la venta de puestos en las jornadas cinegética, la venta y el empleo que la actividad venatoria genera en determinadas zonas rurales, la incidencia de la comercialización y en su caso la exportación de las carnes, etc. (Mulero Mendigorri y Naranjo Ramírez, 1995; González Arenas, 2000).

Desde esta perspectiva, la actividad turística posee un gran potencial para complementar las necesidades de un modelo industrialista, potencialidad que contiene en sí misma varias dimensiones, de las cuales se subrayan las que se consideran de mayor importancia a efectos de este trabajo. En primer lugar, como generadora de empleo, su efecto multiplicador es mayor al de otras áreas de la economía. En segundo lugar, es un sector que puede complementar las necesidades del modelo industrial, para lograr una balanza comercial equilibrada, que evite el estrangulamiento externo que traba la adquisición de bienes de capital, dificultando la competitividad del sector industrial (Vázquez, 2012). El potencial del sector cinegético, como factor de desarrollo del medio rural español, no se puede poner en duda en la actualidad, entre otras cosas, porque puede y debe contribuir a la conservación ambiental, incrementa la renta agraria por medio de ingresos

complementarios, fija población en el medio rural, contribuye a diversificar la estacionalidad turística, crea empleo, por tanto, coincide con los criterios comunitarios sobre desarrollo rural. Sin embargo, a nivel global, la crisis económica está haciendo mella en el turismo cinegético, que ha experimentado una caída en la demanda, lo que conduce a un descenso del precio de los servicios, a través del precio de los paquetes turísticos cinegéticos.

La caza ocupa una posición destacada en muchos países, lo que conlleva a una extensión territorial en sus comarcas. Esta actividad puede jugar un papel decisivo en la multifuncionalidad del mundo rural, al ofrecer la ventaja de originar desplazamientos de corta duración durante el período invernal, lo que diversifica y desestacionaliza la demanda turística, aprovechando la red de alojamientos turísticos existentes. A la demanda de estos establecimientos, hay que sumarle la necesidad que surge de otros servicios como guarderías, rehalas, transporte, armerías, gastronomía, que pueden generar empleo y mucho flujo económico en las comarcas del proyecto.

La caza es un factor de motivación importante en términos de turismo de interés especial, según Komppula y Gartner (2013). Los investigadores describen tres tipos de turistas:

- los cazadores responsables;
- los cazadores compatibles;
- los cazadores orientados a los logros.

De acuerdo con los hallazgos de los estudios sobre tipologías de cazadores de Schroeder, Fulton y Lawrence (2006), Hofer (2002) y Komppula y Gartner (2013), se puede suponer que hay diferentes tipos de turistas de caza, en términos de motivaciones, valores y expectativas. Estos son entusiastas del aire libre, cosechadores de alto desafío, cosechadores de bajo desafío; y no recolectores, participantes de caza de aves acuáticas de larga duración, participantes de caza de aves acuáticas menos comprometidos, participantes

de caza de aves acuáticas recreativas e informales, entusiastas de la caza de aves acuáticas sociales y entusiastas de la caza de aves acuáticas individuales u orientadas a los logros.

De acuerdo con los resultados de Komppula (2013), los cazadores buscan la aventura y, especialmente los cazadores finlandeses, buscan la novedad y la experiencia social durante la actividad de caza. A medida que los cazadores envejecen, se inclinan a ser conservacionistas, es decir, conceden a la protección de la naturaleza y del medio ambiente un valor fundamental, mientras que los cazadores experimentados tienen alternativas para seleccionar actividades de caza diversas. Por esto, los proveedores deben comprender sus necesidades en términos de presentar una buena calidad de servicio. Komppula y Gartner (2013) afirman que la dimensión de la interacción social durante la actividad de caza en el bosque auténtico y un buen perro entrenado en cooperación, cumplen la acción de buena calidad de servicio.

Los autores Radder y Bech-Larsen (2008), realizaron un estudio entrevistando a 34 cazadores y cuyos resultados reflejan algunas calificaciones como la socialización, el logro, la emoción, el hedonismo, el universalismo y la similitud. Las motivaciones incluían la personalidad masculina, la dependencia de la naturaleza y la interacción con el entorno inmediato. Shrestha et al. (2012), sugieren la relación con las motivaciones, que, en contraste con el comportamiento de caza común, la caza de ciervos podría no ser del todo voluntaria. El estado de ánimo es un factor importante para hacerla y está relacionado con creencias personales y el control conductual del cazador. Continuando con las emociones de los cazadores, Tangeland et al. (2013), señala que existen también variaciones sustanciales en cuanto a las intenciones de compra de bienes materiales, como la adquisición de vivienda secundaria, afectadas por factores de motivación internos y externos, tales como la edad, los ingresos y la etapa educativa. La tasa de participación de las personas adineradas, con una alta intención de

comprar oportunidades de turismo basado en la naturaleza, se inclina a ser de jóvenes de altos ingresos y dispuestos a asumir riesgos.

En Turquía, Şafak (2003) afirma que las áreas de caza privadas están bastante limitadas y su promoción es un problema crítico con respecto a las oportunidades de turismo de caza. Además, si se tiene en cuenta que esta actividad ayuda a distribuir de manera uniforme - en términos generales- el desarrollo socioeconómico, al diferenciar los tipos de actividades turísticas con la difusión de los movimientos turísticos a lo largo del año. El autor señala que se han enfatizado las actividades de la caza consciente y la contribución positiva de la población local para la conservación y el control.

Los cazadores, especialmente los extranjeros, alquilan vehículos para llegar a la zona de caza, no sin antes efectuar compras en el resort en el que se han hospedado, con lo que existe una contribución a la economía (Alkan, 2014).

En Kirguistán, Ege (1996) enfatiza que la parte económica del turismo de caza es una actividad importante y muy popular. La investigadora presentó una propuesta de modelo para la mejora del turismo cinegético en la región. Ulusoy (2016) enfatiza la importancia económica de crear un turismo de caza como contribución al contexto de turismo rural. En el caso de Turquía, sabemos que ya cuenta con recursos naturales, históricos y socioculturales para la contribución económica y la creación de empleo.

De acuerdo con las afirmaciones de Şafak (2003), en Turquía, con la ayuda del turismo de caza, las áreas vacías se podrían utilizar como espacios para caravanas y campamentos, se podría evitar que la población local emigre a otras regiones debido al sistema especial de caza. El principal requisito para que el turismo de caza se desarrolle es que el sistema de áreas de caza debe diversificarse. Las empresas privadas de caza en Turquía son ineficientes, las razones de esta situación son que no pueden encontrar ni el lugar de establecimiento ni los fondos, para invitar a cazadores extranjeros a áreas de caza. Si se tiene en cuenta que un turista que visita Turquía gasta un

promedio de 750 dólares (por viaje), y se lo compara con un turista de caza que gasta 2.000 dólares por persona - en el mismo período de tiempo - sale a la luz la importancia del turismo cinegético en el sentido económico (Olçay, Dağlıoğlu y Sürme, 2019).

En el estudio realizado por Şafak (2003), la prevención de la migración de los indígenas a diferentes regiones es uno de los beneficios del turismo de caza. Gracias a éste, se están abriendo para su utilización áreas y pastizales en la que se puede desarrollar. Esto se traduce en un factor importante en la activación del turismo en estas regiones, que dependerá de la estructura del sistema de caza en ellas. En concordancia con esto, Alkan (2014) sugirió que la incapacidad de crear un buen sistema de caza representaría una amenaza para la vida silvestre, debido a que el consumidor compra el producto directamente, sin intermediarios o sin la existencia de un canal de distribución, que es un factor activo en la distribución de productos. Otro agente que es necesario sea efectivo es terminar con la incapacidad de no poder tener invitados extranjeros debido a la falta de lazos de comunicación con empresas de otros países y, por último, sin olvidar su gran importancia, la situación financiera inexistente. Todos estos factores muestran que la promoción del país como destino importante en el desarrollo del turismo cinegético es insuficiente y escaso. Estudios ya han destacado que el país debe ser promovido de mejor manera internacionalmente como también intensificar la participación de personal experto y profesional (Ege, 1996; Olçay et al., 2019).

Prevenir la caza incontrolada y acentuar la contribución positiva de los ciudadanos para la protección de las zonas de caza, debería ser mayor y se crearía una fuente constante de ingresos para ellos mismos, según Alkan (2014). En Antalya, que es una ciudad turística situada en la costa mediterránea del suroeste de Turquía, se realizó un estudio en base a una encuesta y el resultado mostró que la gran mayoría de los cazadores domésticos viven en lugares densamente poblados, son personas cuyo rango

de edad está entre los 35 a 49 años, con un alto nivel de ingresos y nivel educativo y participan en la caza una o dos veces por semana. Todo este resultado enfatiza la importancia y el aumento de la supervisión de las actividades de caza no autorizadas en esta región, tal como apuntaba Ege (1996) según una propuesta de modelo de viaje para el desarrollo del turismo de caza en Kirguistán. En este contexto, se ha sugerido la realización de algunos arreglos y estudios para convertir el turismo cinegético en una importante fuente de ingresos. Se propuso la construcción de hoteles, refugios y cabañas como también carreteras en áreas montañosas. También se hizo hincapié en que las regulaciones de infraestructura legal sean adecuadas para el desarrollo de una caza sostenible, todo esto unido a otros estudios de infraestructura.

La ciudad de Muğla, en la región del mismo nombre, situada al suroeste de Turquía, es parte de otro estudio de Ulusoy (2016), donde afirma que esta región tiene un rico potencial recreativo y es importante para el turismo de caza en términos de desarrollo rural. Se determina también que los cazadores no tan solo gastan en el alojamiento, sino que se interesan en compras y diversos eventos durante su viaje, lo que deriva a constatar que es necesario desarrollar tipos alternativos de turismo con una buena actividad promocional. El turismo de caza - se ha corroborado - que se acrecienta en personas que necesitan y desean deshacerse del estrés diario, vivir de forma saludable y estar en contacto con la naturaleza. A partir de este resultado, queda claro que quienes se incorporan al turismo cinegético se interesan por la naturaleza. Por otro lado, en Gaziantep, provincia ubicada en la región central del sur de Turquía, los empleados que llevan a cabo las actividades de caza no tienen experiencia. Por último, otros de los hallazgos de este estudio nos indican que - según la mayoría de los participantes - los eventos organizados para el turismo de caza son ineficientes y, por lo tanto, necesitan mejorarse (Olcay et al., 2019).

En el estudio realizado por Radder y Bech-Larsen (2008), se sugirió que la motivación más importante de la caza es socializar y, por ser una actividad al aire libre, también resalta la identidad masculina. Dentro del alcance de los hallazgos de la investigación de Shrestha (2012), se concluyó que las normas subjetivas tienen un impacto en la actividad de caza de ciervos en particular. Además, la falta de acceso y la insuficiente actividad cinegética están directamente relacionadas con la baja calidad de la experiencia. En el estudio propuesto por Tangeland et al. (2013), se muestra que los individuos poseedores de residencias secundarias tienen altas intenciones de comprar productos naturales y realizados en tiempos libres y, que sus intenciones de compra se ven directamente afectadas por las características sociodemográficas. El efecto de casa secundaria o segunda residencia en las zonas rurales ha desarrollado una reactivación de la economía rural en las regiones y también la habitabilidad de estas zonas. Los procedimientos, principios de caza y diversos decretos, han sido determinados por la Dirección General de Agricultura y Silvicultura. A modo de ilustración, las instrucciones de turismo de caza, durante el período 2021 -2022, incluyen la permisión de cazar animales que están inscritos según edad, género y tipo; las formas requeridas, las armas y la ropa necesaria, las cuotas de caza, las tarifas y las responsabilidades de las personas autorizadas, los primeros auxilios, las tarifas de caza fundamentales, las referencias y documentos que ofrecen la determinación de cuotas de cazadores locales y extranjeros para la medición individual, incluyendo la determinación de edad. Asimismo, se mencionan las ciudades donde se realiza la caza, que son Adiyaman, Konya, Antalya, Hatay, Giresun, Rize, Sivas, Bilecik, Denizli, Eskisehir, Afyon, Ankara, Kahramanmaras, Bingol, Erzurum, Erzincan, Artvin, Karaman, Nigde, Mugla Bolu, Corum, Sinop, Zonguldak, Kayseri, Mersin, Adana, Kastamonu, Karabuk, Duzce¹. Junto a toda esta información, se puede acceder también a las “Rutas

¹ Recuperado de: www.tarimorman.gov.tr

de Caza” en Turquía a través del sitio web de la Dirección General de Agricultura y Silvicultura.

Metodología

El turismo de caza contribuye en gran medida a las economías locales. Por otro lado, apoya el turismo rural en muchos países, especialmente en el ámbito de las actividades de turismo cinegético que se realizan en Turquía. Por lo tanto, el propósito de este estudio es examinar los estudios realizados en la literatura sobre actividades de turismo cinegético y llegar a los hallazgos relacionados con esta información. En el estudio se utilizó el método de investigación cualitativa y la técnica de análisis bibliométrico, la que cumple un rol importante en la determinación del estado actual de las publicaciones científicas en su campo, con sus deficiencias y efectividad (Şen, 2020). El proceso metodológico llevado a cabo se desarrolló en dos fases. La primera, es un mapeo científico del área a través de un análisis bibliométrico de la producción científica registrada en WoS y Scopus y, la segunda, un análisis de red que permite identificar los documentos más relevantes sobre turismo de caza y turismo cinegético, como también establecer los principales grupos en los que se encuentran actualmente las investigaciones de esta área (Duque, Meza, Giraldo y Barreto, 2021; Ormaza Cevallos y Guerrero-Baena, 2021; Tabares, Jaramillo, Arias y Arias, 2017).

No podemos dejar de hablar del término "sostenibilidad" que se encuentra entre los temas más importantes del Siglo XXI. Actualmente, las personas buscan la sostenibilidad uniéndose a las actividades turísticas, por ello, han surgido diversos tipos de turismo con diferentes nombres, tales como turismo rural, ecoturismo, agroturismo, entre otros. Todo ello tiene un efecto significativo en el equilibrio ecológico y, el turismo de caza es una actividad que agrega beneficios económicos a los países.

Resultados

En la Tabla N° 1, se examinan los estudios académicos relacionados con el turismo cinegético de acuerdo con el nombre del autor(es), año, nombre del artículo, método y el tema de los artículos.

Tabla N° 1: Análisis bibliométrico de estudios de turismo de caza

Autor(es)	Año	Nombre del artículo	Método	Tema
Akkuş, G. & Şimşek, A.	2019	The Typology of Hunting Tourists Coming to Sinop-Boyabat. (Tipología de los turistas cazadores que llegan a Sinop-Boyabat)	Cuantitativo	En el estudio, se determinó la tipología de los turistas de caza que visitan el distrito de Sinop-Boyabat, una de las áreas importantes de turismo de caza de Turquía.
Alkan, U. M.	2014	Estudios sobre el turismo de caza en términos de vida silvestre en la región de Antalya (Reviews on hunting tourism in terms of wildlife in Antalya region)	Cualitativo	En este estudio, se examinaron los efectos sobre el potencial del turismo de caza y el turismo de caza en términos de vida silvestre en la provincia de Antalya
Demir, M & Caner, A. M.	2016	El efecto del turismo de caza en el turismo en la provincia de Erzincan en el campo del turismo alternativo (Effect Of Hunting Tourism For Tourism In Erzincan Under Alternative Tourism)	Cualitativo	Mediante el uso de los registros de 2013-2016 con respecto a las organizaciones realizadas en el campo del turismo cinegético en la provincia de Erzincan, se ha intentado revelar la situación actual del turismo cinegético en todo el país.
Ege, Z.	1996	Una propuesta modelo relacionada con el turismo cinegético como tipo de recreación y el desarrollo del turismo cinegético en Turquía (Hunting tourism as a type of recreation and a model proposal related to the development of hunting tourism in Turkey)	Cualitativo	La importancia del turismo de caza en Turquía, que tiene como objetivo emerger en este punto y ofrecer una ruta turística.

Autor(es)	Año	Nombre del artículo	Método	Tema
Korkmaz, M.	2001	Análisis económico de las actividades de turismo de naturaleza y turismo cinegético en recursos forestales (Economic Analysis of Nature Tourism and Hunting Tourism Activities in Forest Resources)	Cualitativo	En este estudio, se examinaron los aspectos económicos del turismo de naturaleza y las actividades de turismo cinegético.
Olçay, A., Dağlıoğlu, T. & Sürme, M.	2019	Una investigación dirigida a determinar las razones que llevan a los turistas al turismo cinegético (Research Aimed at Determining the Reasons That Lead Tourists to Hunting Tourism)	Cualitativo	En la investigación, se han revelado las razones por las cuales los turistas prefieren el turismo de caza. Además, se han presentado propuestas para el desarrollo del turismo cinegético.
Özer, O.	2015	Turismo de caza y medios visuales: los efectos de Yaban TV en las actitudes de los cazadores de turistas nacionales en Turquía (Hunting tourism and visual media: The effects of Yaban TV on the attitudes of domestic tourist hunters in Turkey)	Cuantitativo	El objetivo principal de la investigación es examinar los efectos de Yaban TV en las actitudes de los cazadores de turistas nacionales en Turquía. Además, es para determinar los efectos de Yaban TV en la caza y el turismo de caza en Turquía.
Özer, O.	2019	Una evaluación del potencial del turismo de caza de Turquía (Regarding Turkey's Hunting Tourism Potential Evaluation)	Cualitativo	El objetivo de la investigación es revelar el potencial del turismo de caza de Turquía y proporcionar sugerencias sobre la evaluación de las actividades de caza para aumentar los ingresos turísticos.

Autor(es)	Año	Nombre del artículo	Método	Tema
Şafak, İ.	2003	Los efectos de las prácticas de turismo de caza en las empresas privadas de caza en Turquía (The Effects of Hunting Tourism Practices in Turkey on Private Hunting Enterprises)	Cualitativo	Se estudiaron los efectos de las prácticas de turismo de caza en Turquía en las empresas privadas de caza.
Ulusoy, H.	2015	Una investigación sobre el impacto del turismo cinegético en el desarrollo rural en términos de turismo rural (Examination of The Effects on Rural Development in terms of Rural Tourism of Hunting Tourism)	Cualitativo	En este estudio, se examina la importancia del turismo cinegético en términos de turismo rural y sus efectos en el desarrollo rural mediante la divulgación.
Ulusoy, H.	2016	Una investigación del impacto del turismo de caza en la economía y el desarrollo rural de la provincia de Muğla (Examination of The Additions on Rural Development and Economic of Muğla Provincence of Hunting Tourism in Muğla City)	Cualitativo	Se estudia la situación actual y potencial del turismo de caza, como una forma de turismo alternativo, en la provincia de Mugla, y su impacto en el desarrollo del turismo rural (su contribución a la economía de la provincia, la población local que vive en áreas rurales, el impacto socioeconómico, etc.).

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se revisan los estudios escaneados de fuentes como Web of Science (Wos) y Scopus. El método más utilizado en este contexto es el cualitativo, con una frecuencia de diez (10) repeticiones. Observamos también que la mayoría de los estudios académicos (con tres (3) repeticiones cada uno), se publicaron en 2019. En este punto, se entiende que la pandemia de Covid-19 produjo una disminución en las actividades de caza.

Sin lugar a dudas, el turismo cinegético es un tema que se ha estudiado escasamente en la literatura, lo que se traduce que su número de estudios sea limitado. El número de autores de los estudios académicos es de uno, en ocho (8) ocasiones, y más de uno en tres (3). En cuanto a la finalidad de los estudios, su objetivo principal es el impacto económico del turismo cinegético, su contribución al desarrollo local, al turismo rural y a las rutas turísticas.

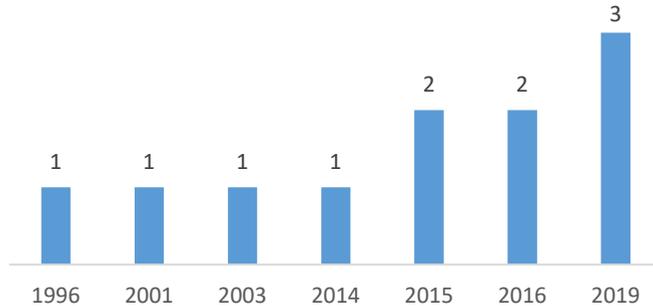
Figura N° 2: Análisis de relaciones por frecuencia de repetición de palabras y nube de palabras



Fuente: Elaboración propia en base a artículos

Arriba, las palabras más repetidas en el análisis en la nube de palabras se asociaron y se juntaron para revelar la Figura N° 2.

Gráfico N° 1: Gráfico de distribución de artículos por año



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico anterior, se observan los años donde se desarrollaron más publicaciones, notando que la mayoría de los estudios sobre turismo de caza, se dieron a conocer en 2019. Cuando se examina el gráfico de las investigaciones según los años anteriores, el año máximo (3) de 2019 es seguido por los años de 2015 (2) y 2016 (2), respectivamente. Es de destacar que se publicó 1 estudio en otros años.

Limitaciones y futuras líneas de investigación

La primera limitación es el tiempo. Luego - dado que el turismo cinegético es un aspecto poco estudiado en la literatura - se utiliza el método cualitativo. Sin embargo, las investigaciones futuras pueden enriquecerse mediante el uso de métodos cualitativos y cuantitativos.

Conclusiones

Actualmente el consumidor sabe lo que quiere y además está abierto a las innovaciones; también otorga importancia a la calidad, tiene un alto nivel de educación, es consciente de sus demandas y de los cambios que puede solicitar respecto al servicio y producto ofrecido. Eso conlleva la necesidad de adaptar o renovar los alojamientos y la gastronomía en base a las demandas de los consumidores. Respecto al transporte mejorar los

principios y conceptos de gestión, sin olvidar una mejora continua, de las actividades de marketing. Evaluar cuidadosamente los ingresos, las tradiciones y los motivos de viaje de los turistas, debido a las diferencias existentes entre ellos, son todas medidas importantes que hay que tener presentes para así satisfacer las necesidades y deseos de éstos, al mismo tiempo que se garantice un alto nivel de satisfacción para cada tipo de público y una buena y correcta elección del desarrollo de producto turístico adecuado.

Evidentemente esta realización de oferta tiene resultados positivos a largo plazo, porque después de todo, el concepto de turismo varía con el tiempo dependiendo de los diferentes sectores y áreas. En este estudio, se mencionó la definición de turismo de caza, sus características con ejemplos principalmente en Turquía. Los resultados del análisis muestran que los estudios académicos son de un solo autor y sus publicaciones fueron entre 2016 y 2019. También observamos que se utilizó el método cualitativo mayoritariamente en comparación con el cuantitativo. Visualizamos también que los artículos se centraron en demostrar la contribución económica del turismo cinegético en las zonas rurales. Otro punto destacado es la contribución económica importante que este tipo de turismo desarrolla y que ha sido poco estudiado en la literatura.

Bibliografía y referencias

Agaliotou, C. (2015). Reutilization of industrial buildings and sites in Greece can act as a lever for the development of special interest/alternative tourism. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 175, p. 291-298.

Akkuş, Ç. y Şimşek, A. (2019). Yöresel Yiyeceklerin Menülerde Yer Alma Düzeyleri: Kastamonu Örneği. (El Nivel de Inclusión de Alimentos Locales en los Menús: El Ejemplo de Kastamonu). 8 th International Vocational Schools Symposium UMYOS'19 SİNOP, 11-13 JUNE 2019.

Alkan, U. M. (2014). Antalya bölgesinde yaban hayatı açısından av turizmi üzerine incelemeler. (Estudios sobre el turismo de caza en términos de vida silvestre en la región de Antalya). Tesis doctoral, Universidad de Kahramanmaraş Sütçü İmam, Kahramanmaraş.

- Demir, M. y Caner, A. M. (2016). Alternatif Turizm Kapsamında Av Turizminin Erzincan İli Turizmine Etkisi. (El Efecto Del Turismo De Caza En El Turismo En La Provincia De Erzincan En El Ámbito Del Turismo Alternativo). Uluslararası Erzincan Sempozyumu (28 Eylül-1 Ekim), Bildiriler Kitabı, 2, 983-991, Erzincan.
- Douglas, N., Douglas, N. y Derrett, R. (2001). *Special interest tourism: Context and cases*. John Wiley & Sons Australia.
- Duque, P., Meza, O. E., Giraldo, D. y Barreto, K. (2021). Economía Social y Economía Solidaria: un análisis bibliométrico y revisión de literatura. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 138 (e75566), p. 1-25. <https://dx.doi.org/10.5209/reve.75566>
- Ege, Z. (1996). Bir rekreasyon türü olarak av turizmi ve Türkiye’de av turizminin geliştirilmesi ile ilgili bir model önerisi. (Una propuesta modelo relacionada con el turismo cinegético como tipo de recreación y el desarrollo del turismo cinegético en Turquía). Tesis Doctoral, Universidad de Dokuz Eylül, İzmir.
- González Arenas, F. J. (2000). *La Caza en Córdoba. Caracterización ambiental, económica y social de su gestión y desarrollo*. Tesis Doctoral. Facultad de Ciencias, Universidad de Córdoba, España.
- Hofer, D. (2002). *The lion’s share of the hunt. Trophy hunting and conservation: a review of the legal Eurasian tourist hunting market and trophy trade under CITES*. TRAFFIC Europe.
- Komppula, R. y Gartner, W. C. (2013). Hunting as a travel experience: an auto-ethnographic study of hunting tourism in Finland and the USA. *Tourism Management*, 35, p. 168-180. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.06.014>
- Korkmaz, M. (2001). *Orman Kaynaklarında Doğa Turizmi ve Av Turizmi Etkinliklerinin Ekonomik Çözümlenmeleri. (Análisis Económico de las Actividades de Turismo de Naturaleza y Turismo Cinegético en Recursos Forestales)*. Tesis, Universidad de İstanbul, İstanbul.
- Mulero Mendigorrí, A. y Naranjo Ramirez, J. (1995). Caza y Desarrollo Rural en la montaña Andaluza: fuentes actuales para su estudio. Actas del VIII COLOQUIO DE GEOGRAFÍA RURAL. Jaca, 11, 12, 13 y 14 de junio.
- Olçay, A., Dağlıoğlu, T. y Sürme, M. (2019). Turistleri av turizmine yönelten nedenlerin belirlenmesine yönelik araştırma. (Una investigación dirigida a determinar las razones que llevan a los turistas al turismo cinegético). *Journal of Recreation and Tourism Research*, 6 (3), p. 285-293. <https://doi.org/10.31771/jtr.2019.31>
- Ormaza Cevallos, M. G. y Guerrero-Baena, M. D. (2021). Gestión de calidad y crecimiento empresarial: Análisis bibliométrico. *Revista Venezolana de Grencia*, 26(93), p. 318-333.
- Özer, O. (2015). *Av Turizmi ve Görsel Medya: Yaban TV’nin Türkiye’deki Yerli Turist Avcıların Tutumlarına Yönelik Etkileri. (Turismo De Caza Y Medios Visuales: Los Efectos De Yaban Tv En Las Actitudes De Los Cazadores Turísticos Nacionales En Turquía)*. Tesis, Universidad de İzmir Katip Çelebi, İzmir.
- Özer, O. (2019). *Türkiye’nin Av Turizmi Potansiyeli Konusunda Bir Değerlendirme. (Una Evaluación Del Potencial Del Turismo Cinegético De Turquía)*. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel (JOGHAT)*, 3(1), 71-86
- Radder, L. y Bech-Larsen, T. (2008). Hunters' motivations and values: A South African perspective. *Human Dimensions of Wildlife*, 13(4), 252-262. Doi: 10.1080/10871200801986739
- Rojek, C. y Urry, J. (1997). *Touring cultures. Transformations of Travel and Theory*. Routledge.

- Şafak, İ. (2003). Türkiye'deki av turizmi uygulamalarının özel avlak işletmelerine etkileri (Los efectos de las prácticas de turismo de caza en las empresas privadas de caza en Turquía). *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, A (2), p. 133-148.
- Schroeder, S. A., Fulton, D. C. y Lawrence, J. S. (2006). Managing for preferred hunting experiences: a typology of Minnesota waterfowl hunters. *Wildlife Society Bulletin*, 34(2), p. 380-7.
- Şen, Ö. (2020). Bibliyometrik Analiz Yöntemi ile Ağızdan Ağıza İletişim (Wom) Konusunun İncelenmesi. (Investigación del Tema de la Comunicación el Boca-oreja o WOM (Word of Mouth) por Método de Análisis Bibliométrico). *International Social Sciences Studies Journal*, 6(54), p. 1-10. <https://doi.org/10.26449/sssj.1919>
- Shrestha, H. P. y Shrestha, P. (2012). Tourism in Nepal: A Historical Perspective and Present Trend of Development. (Turismo en Nepal: Una Perspectiva Histórica y Tendencia Actual de Desarrollo). *Himalayan Journal of Sociology and Anthropology* 5, 54-75. <https://doi:10.3126/hjsa.v5i0.7039>
- Tabares, J. H., Jaramillo, J. C., Arias, M. B. y Arias, A. V. (2017). Tendencias en la investigación sobre gestión del riesgo empresarial: un análisis bibliométrico. *Revista Venezolana De Gerencia*, 22(79), p. 506-520.
- Tangeland, T., Aas, Ø. y Odden, A. (2013). The socio-demographic influence on participation in outdoor recreation activities - Implications for the Norwegian domestic market for nature-based tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 13(3), 190-207. Doi: 10.1080/15022250.2013.819171.
- Trauer, B. (2006). Conceptualizing special interest tourism- frameworks for analysis. *Tourism management*, 27(2), p. 183-200. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.10.004>
- T. C. Tarım ve Orman Bakanlığı Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü. (2022). Yaban Hayatı İstatistikleri. (Estadísticas de Vida Silvestre). Recuperado de: <https://www.tarimorman.gov.tr/DKMP/Menu/19/Yaban-Hayati-Istatistikleri> [Consultado el 07 de julio de 2022].
- T. C. Tarım ve Orman Bakanlığı. (2022). Yaban Hayatı İstatistikleri. (Estadísticas de Vida Silvestre). Recuperado de: <https://www.tarimorman.gov.tr/DKMP/Menu/19/Yaban-Hayati-Istatistikleri>, 2021 [Consultado el 04 de octubre de 2022].
- Ulusoy, H. (2015). Av Turizminin Kırsal Turizm Açısından Kırsal Kalkınma Üzerindeki Etkisinin İrdelenmesi. (Investigación del Impacto del Turismo Cinegético en el Desarrollo Rural en términos de Turismo Rural). *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 8(2), 74-80
- Ulusoy, H. (2016). Muğla İli Av Turizminin İlin Ekonomisi ve Kırsal Kalkınması Üzerindeki Etkisinin İrdelenmesi. (Una investigación del Impacto del Turismo de Caza en la Economía y el Desarrollo Rural de la provincia de Muğla). *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 6(2), p. 52-57.
- Vázquez, C. (2012). Valores y percepciones de la caza entre los cazadores españoles. Tesis de Maestría inédita. Instituto de Investigación en Recursos Cinegético, Universidad de Castilla La Mancha, España.
- Walle, A. H. (1997). Pursuing risk or insight: marketing adventures. *Annals of Tourism Research*, 24, p. 265-282.