



UNIVERSIDAD MAYOR REAL Y PONTIFICIA SAN FRANCISCO XAVIER DE CHUQUISACA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
CARRERA TURISMO

EL TURISMO a Diferentes Escalas



COMPILADORES:

MSC. LIC. JOSÉ ERNESTO FERNÁNDEZ

LIC. EDGAR OLIVARES ALVARES



Centro de Estudios
Transdisciplinarios Bolivia
CET-BOLIVIA

El Turismo a diferentes escalas

Compiladores:

Msc. Lic. José Ernesto Fernández

Lic. Edgar Olivares Alvares

Universidad Mayor Real y Pontificia San Francisco Xavier de Chuquisaca
Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación
Carrera Turismo

Compiladores:

Msc. Lic. José Ernesto Fernández

Lic. Edgar Olivares Alvares

Ing. Eduardo Rivera Zurita
Rector de la U.M.R.P.S.F.X.CH.

Ing. Walter Arizaga Cervantes
Vicerrector de la U.M.R.P.S.F.X.CH.

Dra. Lourdes Beltrán Vidaurre
Decana de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación

Lic. José Ernesto Fernández
Director de la Carrera de Turismo

Lic. Edgar Olivares Alvares
Director del Centro de Estudios Transdisciplinarios Bolívia

La revisión de pares de los documentos correspondió a:

Dra. Sherline del Valle Chirinos Loaiza

ISBN: 978-99974-68-12-3

1ra Edición Enero 2017

Edición con fines educativos no lucrativos

Impreso y hecho en

Diseño y Tipografía

Reservados todos los derechos. Está prohibido, bajo las sanciones penales y el resarcimiento civil previstos en las leyes, reproducir, registrar o transmitir esta publicación, íntegra o parcialmente, por cualquier sistema de recuperación y por cualquier medio, sea mecánico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o por cualquiera otro, sin la autorización previa por escrito al Centro de Estudios Transdisciplinarios Bolivia (CET Bolivia) y la Universidad San Francisco Xavier (USFX).

Compiladores:

Msc. Lic. José Ernesto Fernández

Lic. Edgar Olivares Alvares

Centro de Estudios Transdisciplinarios Bolivia

Cel.: 591 72009229

<http://www.cetbolivia.org>

Comité Editorial

Dr. Mario Flores Guzmán

Dra. Magda Cejas Martínez

Msc. Max Olivares Álvarez

Msc. Carlos Alban Yáñez

Msc. Diego Burgos Salamanca

Autores:

Erika Soledad Lara Cabezas
Jacquelyn Silvana Pacheco Jiménez
Carmen Lourdes Pambabay Caiza
Cristiane Valladares de Azevedo
Sara Summie Muranaka de Miranda
Viviane Soares Lanca
Sabrina Machado Sabino
Susana Cesco
Antonio Díaz Medina
Gisella Párraga M
Felipe Espinoza
Maria José Ortiz

INDICE

Diagnóstico situacional turístico de la parroquia Puerto Machalilla, Cantón Puerto López, provincia de Manabí.	10
Erika Soledad Lara Cabezas. Jacquelyn Silvana Pacheco Jiménez.	
Propuesta de promoción turística de la Parroquia Rural Puerto Machalilla, Cantón Puerto López, Provincia Manabí.	25
Carmen Lourdes Pambabay Caiza. Jacquelyn Silvana Pacheco Jiménez.	
Cidade Imperial – Petrópolis: reflexões sobre os meios de hospedagem do Circuito Eco Rural do Brejal	43
Cristiane Valladares de Azevedo. Sara Sumie Muranaka de Miranda.	
Turismo e imagem-troféu: a fotografia como fator motivacional para viajar	49
Cristiane Valladares de Azevedo Viviane Soares Lança. Sabrina Machado Sabino.	
Agricultura, Memória, Paisagem e Turismo: as perspectivas de construção de novas ruralidades no Assentamento Rural Fazenda Engenho Novo	62
Cristiane Valladares de Azevedo Susana Cesco.	
Análisis situacional del aviturismo en la provincia del Guayas – Ecuador	78
MSc. Gisella Párraga M. MSc. Felipe Espinoza D. MSc. María José Ortiz Z.	

PRÓLOGO

El turismo es de las industrias culturales de mayor importancia en el mundo, no sólo por el volumen de personas que moviliza permanentemente, sino también por su impacto económico, social, cultural y económico, en la vida de las personas y comunidades vinculadas a esta actividad, las naciones que alojan esta floreciente industria, y también, en los ecosistemas que se ven comprometidos por esta creciente industria.

Se trata de un negocio donde el principal valor es precisamente la recreación de la fuerza de trabajo del propio país y del exterior. Implica una infraestructura de transporte, de seguridad y variados servicios, que tienen consecuencias en las formas organizativas y de convivencia de la población, así como produce demandas en términos de capacitación del personal y un cuidado importante a la hora de evitar daños lamentables en los ecosistemas que toca.

En este libro, resultado de la investigación discutida en el Ier Congreso Internacional de Turismo y Hotelería 2016 realizado a través de la Universidad Mayor Real y Pontificia San Francisco Xavier de Chuquisaca y el Centro de Estudios Transdisciplinarios (CET) Bolivia, damos espacio a estudios y textos que abordan distintas facetas de la actividad turística, verdadero campo interdisciplinario, donde la economía se interseca con la sociología de las organizaciones y las comunidades, en la apertura de nuevos horizontes a la gerencia, así como con la geografía y la ecología, igual que el derecho del trabajadores, se articulan en una realidad compleja, que amerita su estudio científico, como el que en estos estudios se revela a partir de estudios de potencialidades turísticos locales como en “diagnóstico situacional turístico de la parroquia Puerto Machalilla, Cantón Puerto López, provincia de Manabí”, hasta el estudio titulado “Propuesta de promoción turística de la parroquia rural Puerto Machalilla, Cantón Puerto López, Provincia Manabí. Así mismo, desde Brasil, se nos proponen investigaciones acerca de detalles logísticos y gerenciales del turismo, como en el texto “Cidade imperial – petrópolis: re flexões sobre os meios de hospedagem do circuit o eco rural do Brejal”. Por otra parte, también el turismo visto desde las aficiones por técnicas tan cercanas a las artes como es la fotografía, se hace pertinente en el estudio titulado “Turismo e imagem-troféu: a fot ografia como fator motivacional para viajar”. La posible articulación del turismo con otras actividades productivas, específicamente la agricultura, aparece con claridad en el texto “Agricultura, memória, paisagem e turismo: as perspectivas de construçã o de novas ruralidades no assentam ento rural Fazenda Engenho Novo. Cierran estos estudios, el aporte desde una variante del turismo, donde también se combina la actividad recreativa y contemplativa del turismo, con otras actividades que servirán seguramente para perfeccionar el servicio, en el texto “Análisis situacional del aviturismo en la provincia del Guayas”.

Con estos estudios, el investigador tiene una visión abierta del turismo como una actividad compleja y diversa, abierta a la innovación y al desarrollo de comunidades y países, que tienen en esta actividad una alternativa novedosa a otras tradiciones de crecimiento económico.

Dr. Jesús Arturo Puerta Mujica

Diagnóstico situacional turístico de la parroquia Puerto Machalilla, Cantón Puerto López, provincia de Manabí

Erika Soledad Lara Cabezas¹
Universidad Central Del Ecuador
erisol-lar@hotmail.com

Jacquelyn Silvana Pacheco Jiménez²
Universidad Central Del Ecuador
jacquelynsj@yahoo.com

Resumen: La parroquia de Puerto Machalilla dedicada trascendentalmente a las actividades pesqueras siendo esta su principal fuente económica, y en los últimos años se ha direccionado a la actividad turística por la pertenencia de atractivos turísticos y por formar parte del Parque Nacional Machalilla. El estudio tuvo como objetivo realizar el diagnóstico situacional turístico de la parroquia Puerto Machalilla, se utilizó el método de los 12 componentes turísticos para identificar las potencialidades y servicios turísticos con los que cuenta la parroquia en la actualidad. Se estableció un inventario de atractivos turísticos con su respectiva categorización, clasificación y jerarquización, un análisis de la oferta turística, la demanda turística, la promoción y comercialización y el sistema de superestructura turística. Se determinó que la parroquia cuenta con 69 atractivos naturales y culturales, la demanda turística es nacional e internacional, la promoción y difusión de la parroquia es débil, Machalilla cuenta con ayuda nacional e internacional para la conservación de la biodiversidad y el progreso de sus habitantes, así como con instituciones y organizaciones.

Palabras claves: Turismo, Atractivos, Oferta, Demanda, Promoción.

Abstract: Puerto Machalilla parish has worked over time on fishing activities, making of it heir main source of income. In recent years, it has shifted towards touristic activities since it counts with tourist attractions and it is part of the Machalilla National Park. The development of a touristic situational diagnosis will also help identify the potential and tourist services this parish can currently offer. This way, an inventory of tourist attractions was stablished with its respective categorization, classification and prioritization, an analysis of the touristic offer and demand, promotion and commercialization of a touristic superstructure.

Keywords: Tourism. Attraction Offer. Demand. Promotion.

Introducción

La parroquia puerto Machalilla, perteneciente al cantón Puerto López, tiene sus asentamientos desde el año 4000 a C. lugar habitado por la cultura Machalilla, Chorrera, Engoroy y la cultura Manteña. Esta hermosa Parroquia lleva el nombre de una de las culturas ancestrales más importantes de nuestro país. Por este puerto ingresaban la mayoría de los productos que se distribuían a Pedro Pablo Gómez, El Anegado, La América, El Julcuy y Puerto López, sin embargo, este flujo de mercancías decayó con el tiempo debido a la construcción de las vías Jipijapa, Guayaquil y Manta. Eminentemente la actividad económica prioritaria de

la localidad está encaminada a la pesca artesanal, y en pocas proporciones a la actividad agrícola sin desmerecer que en los últimos años la población ha visto una alternativa en cuanto a la actividad turística, la misma que proporciona una gama de atracciones como arqueología, ambientes naturales, flora, fauna, atractivos turísticos recreacionales, etnias entre otras que potencialmente puede ser visitados por propios y extraños. Para ello es necesario contar con un documento base en el cual se establezcan las potencialidades, servicios turísticos y demás catastros que sirvan para la información actualizada del turista o para una futura planificación turística.

Objetivos

Objetivo general

El propósito de esta investigación es diagnosticar la situación turística de la parroquia Puerto Machalilla del cantón Puerto López, Provincia Manabí.

Objetivos específicos

1. Categorizar los atractivos turísticos de la parroquia Puerto Machalilla.
2. Identificar los recursos del sistema de oferta turística de la parroquia Puerto Machalilla.
3. Determinar el sistema de demanda turística en el área de investigación.
4. Diagnosticar el sistema de comercialización existente en la parroquia Puerto Machalilla.
5. Determinar el sistema de superestructura de la parroquia Puerto Machalilla.

Importancia del problema

La parroquia Puerto Machalilla a pesar de que ha incursionado en la actividad turística no cuenta con información sobre sus atractivos turísticos, servicios turísticos, su mercado y superestructura que le permita establecer su línea base para la planificación adecuada de esta actividad económica en la parroquia.

Metodología

El presente proyecto se realizó en la parroquia rural Puerto Machalilla perteneciente al cantón Puerto López, provincia de Manabí; con una superficie de 14.230 ha. Una temperatura que va desde los 21,3 °C a 29,3 °C. Altitudes comprendidas entre los 840 m.s.n.m.

El trabajo de investigación se sustentó con la metodología de la Universidad de especialidades turísticas (UCT) basada en doce componentes turísticos, abarcando cuatro sistemas: oferta turística, demanda turística, promoción-comercialización y superestructura. Además se incluyen documentos de la autoría de Enrique Cabañilla “Plan de negocios turísticos” y Negocios Turísticos con Comunidades (NETCOM). Según Método OEA-CICATUR y fichas del Ministerio de Turismo se tomaron las fichas de inventario, clasificación y categorización de atractivos naturales y culturales. La investigación de campo se realizó en el área de investigación, parroquia Puerto Machalilla y recintos pertenecientes a la misma en los cuales se hizo el levantamiento de atractivos y demás servicios que ofrece la zona de estudio así como también la promoción y principales leyes, reglas, ordenanzas que regulan la actividad turística en el sector. Una de las técnicas utilizadas fue las encuestas para determinar el grado de satisfacción y establecer el perfil del visitante en el destino. De igual manera ayudo a conocer el grado de conocimiento de los pobladores de la parroquia en cuanto a los servicios básicos y demás facilidades que presta la parroquia.

Resultados

Se estableció el Diagnóstico situacional turístico de la parroquia Puerto Machalilla, cantón Puerto López, provincia de Manabí, empezando con el inventario, clasificación y jerarquización del patrimonio natural y cultural de la parroquia, dividido por sus recintos parroquiales.

Cuadro 1.- Inventario, clasificación y jerarquización del patrimonio natural y cultural parroquia Puerto Machalilla.

Parroquia/ Recinto	Atractivos naturales	Atractivos culturales	Jerarquización
Puerto Machalilla	Comprende un total de 14 atractivos de los cuales 11 son de tipo costas o litorales y Parque Nacional Machalilla (SNAP).	Comprende 6 atractivos culturales, de los cuales 5 son de tipo históricos, 1 comprende al tipo realizaciones técnicas científicas.	Con un total de 20 atractivos en la parroquia se determina la playa los Frailes y el Parque Nacional Machalilla como los atractivos de jerarquía II, con mayor calificación.
Comuna de Agua Blanca	Comprende un total de 3 atractivos de tipo: Montañas Ambientes lacustres y Ríos	Comprende un total de 18 atractivos, de los cuales 7 son de tipo históricos, 7 etnografías y 4 de tipo realizaciones técnicas científicas.	Con un total de 21 atractivos en la comuna se determina la Laguna de Agua Sulfurosa y el Museo Casa Cultural Agua Blanca como los atractivos de jerarquía II, con mayor calificación.
Recinto Salaite	Comprende un total de 10 atractivos de tipo: Montañas, Ríos y costas o litorales.	Comprende un total de 5 atractivos, de los cuales 4 son de tipo históricos y 1 de tipo etnografías.	Con un total de 15 atractivos en el Recinto se determinan todos con jerarquía I.
Recinto San Isidro	Comprende un total de 2 atractivos de tipo: Ríos y fenómenos espeleológicos.	Comprende un total de 3 atractivos de tipo históricos.	Con un total de 5 atractivos en el Recinto se determinan todos con jerarquía I.
Recinto Pueblo Nuevo	Comprende un total de 5 atractivos de tipo: Montañas, costas o litorales y Aguas subterráneas.	Comprende un total de 2 atractivos de tipo históricos y 1 de tipo realizaciones técnicas científicas.	Con un total de 8 atractivos en el Recinto se determinan todos con jerarquía I.

Atractivos turísticos naturales y culturales de Puerto Machalilla

Componente Natural.

Parroquia Central Machalilla.

Cordillera Chongon Y Colonche: Tiene una extensión aproximada de 95 kilómetros, formando un cinturón de cerros en la costa ecuatoriana. Esta cordillera presenta diferentes pisos climáticos y bosques con representaciones características del litoral, entre los cuales se destaca: Bosque húmedo, se encuentra predominante vegetación relacionada con epifitas Bosques áridos o bosques secos, se ubica flora representada por cactus, palo santo, guayacán, entre otros. (PDyOT Machalilla, 2015).

Mirador Los Frailes: Con una elevación de aproximadamente 85 m.s.n.m. se levanta un mirador construido en madera, del cual se puede divisar la playa de los Frailes en su totalidad y demás atractivos que se

encuentran alrededor como la playa la Tortuguita, en su recorrido el turista puede observar la flora que encierra este sector.

Playa Los Frailes: Playa con aproximadamente un kilómetro que comprende de punta a punta, atractivo totalmente protegido e inalterado, preferida por turistas nacionales y extranjeros, es un atractivo de gran interés por el color de sus aguas transparentes y un color turquesa de singular belleza.

Playa Machalilla: comprende aproximadamente 3.8 kilómetros con diferentes atractivos que rodean a la playa entre ellos están el Islote Sucre, Punta La Lloradora y Punta Canoa, el color característico de sus aguas es verde claro, ideal para disfrutar de sus aguas y sus olas.

Playa Los Ciriales: Esta playa se ubica en la ciudadela Ciriales, lleva el nombre debido a la presencia de arrecifes coralinos blancos denominados ciriales. La playa es apta para turismo de sol y playa, posee una extensión de 2 kilómetros en los que se pueden realizar actividades acuáticas como: Snorkel y buceo superficial.

Playa La Playita: En considerada como la playa más pequeña que comprende el sector de los Frailes, con aproximadamente 100 metros de largo, presenta una serie de rocas que pueden llegar hasta el sector de la playa Machalilla, el color de su arena es negro.

Playa La Tortuguita: Esta playa posee un desprendimiento con una formación semejante a una tortuga, además cuenta con una plataforma rocosa en la que se observa petrificaciones de coral negro. Esta playa no es recomendable para nadar por la profundidad de las mismas.

Playa Bálsamo 1 Y 2: Estas playas poseen arena de color negra, es ideal para realizar recorridos, caminatas, más no para nadar. Son lugares en los que se reproducen en mayor cantidad pulpos, pepinos de mar y langostas.

Punta Los Frailes: Ubicada la parte posterior de la playa los Frailes, es una formación rocosa, se puede observar aves marinas como las fragatas.

Punta La Cabuya: Formación rocosa, en el cual se puede observar vegetación endémica de la zona y aves marinas.

Punta Bálsamo: Formación rocosa, posee vegetación similar al bosque seco, ideal para realizar recorridos y fotografía.

Islote Sucre: Es un islote relativamente pequeño ubicado a aproximadamente 300 metros desde la orilla de la playa Machalilla, no presenta flora alrededor del islote, su ubicación y posición geográfica permite la protección de las corrientes maricas especialmente las corrientes que provienen desde la parte sur de país.

Islote Horno De Pan: El nombre proviene de la similitud que tiene el islote y rocas aledañas a un horno de pan ya que son altas y redondas, se trata de un atractivo totalmente conservado ubicado a 100 metros desde la playa Bálsamos. No es posible divisar la presencia de vegetación en el atractivo, sin embargo, se puede apreciar vegetación en las laderas inclinadas alrededor del islote.

Parque Nacional Machalilla: Ubicado en la parte sur de la provincia de Manabí, comprende dos millas náuticas, un conjunto de ecosistemas tanto terrestres como marinos. Cuenta con 55.000has. Fue decretado como tal el 26 de julio de 1979, con el objetivo de conservar y recuperar valores ecológicos y arqueológicos de la costa ecuatoriana En la actualidad el parque cuenta con programas y proyectos en los que vincula las a actividades de las comunidades tradicionalmente asentadas dentro de sus límites con un manejo adecuado de sus recursos (PDyOT Machalilla, 2015).

Sendero El Sombrero: Este sendero se encuentra dentro del Parque Nacional Machalilla, creado en el año de 1998 siendo una iniciativa de pobladores de la parroquia con la finalidad de disminuir contaminación por desechos que arrojaban en este sector. Este sendero, utilizado anteriormente por los habitantes especialmente pescadores que se trasladaban hacia la playa, ha sido creado con autogestión, actualmente existen 30 jóvenes que ofrecen recorridos en el sendero y 10 voluntarios que también apoyan esta gestión. El recorrido tiene una duración de 2 a 3 horas, se puede divisar la flora representativa de la zona y tiene miradores que se puede apreciar la visita de las ballenas jorobadas en los meses de junio a septiembre.

Comuna De Agua Blanca.

Río Buenavista: El río nace en parte alta del cantón Jipijapa, parroquia el Anegado, su recorrido es de aproximadamente 50 km hasta desembocar en el Océano Pacífico. Este sistema fluvial sirvió anteriormente para la navegación, en la actualidad, el cauce del río ha disminuido debido a la deforestación indiscriminada de los bosques específicamente en las partes posteriores de su nacimiento. El nivel del agua aumenta en los períodos de invierno meses comprendidos entre enero y abril, en el periodo de verano comprendido en los meses de mayo a diciembre el caudal del río disminuye en su totalidad.

Laguna de azufre: Gracias a la presencia de la cordillera Chongon y Colonche (desde el norte de la provincia de Manabí hasta San Vicente provincia de Santa Elena), la misma que rodea y es característica de la costa ecuatoriana se ha evidenciado nacimientos de vertientes de aguas sulfurosas con origen volcánico, en la comuna esta laguna comprende uno de los principales atractivos, además que posee un valor histórico y de relevancia ya que de este atractivo nace el nombre “Agua Blanca” por la apariencia de su agua al permanecer estática ya que toma la tonalidad de una capa blanca. Desde la época precolombina esta laguna es muy importante para sus colonos por presentar propiedades medicinales y curativas razón por la cual es considerada como un sitio ceremonial. La laguna aproximadamente tiene 12 metros de diámetro, con una profundidad de 3 a 4 metros en la parte céntrica, su aspecto es blanquecino y su olor característico debido a la cantidad de minerales que posee.

Mirador de la laguna: Lugar estratégico ya que desde este lugar se puede apreciar la cordillera que rodea la comuna en su totalidad, visualizando gran cantidad de flora y fauna, especialmente aves. Dicho mirador esta trabajado a base de madera y techo de palma de cade, se encuentra a una distancia de 788 metros tomando desde la casa cultural (museo) hacia el sendero: “Conociendo el Camino Manteño”

Sendero: “Conociendo el Camino Manteño”: Es el sendero preferido por los turistas que ingresan a la comuna, el primer atractivo del sendero son las urnas fúnebres in situ, de la cultura Manteña asentada en tiempos pasados. siguiendo con el recorrido se aprecia flora endémica y característica como el barbasco anteriormente utilizado para la pesca y shampoo natural, arboles de algarrobo utilizados para alimento de animales, especies de cactus, ceibo y palo santo. En lo referente a la fauna se puede observar especies como el hornero del pacífico, momotus, petirrojo, cacique, perлита tropical. A los costados del sendero se

divisa huertas familiares y un acuífero utilizado exclusivamente para el lavado de la ropa de los habitantes. El recorrido finaliza en la laguna de agua sulfurosa.

Sendero: “San Sebastián”: El recorrido es de aproximadamente 9 kilómetros, ideal para turistas que gustan de flora y fauna silvestre, atraviesa diferentes pisos climáticos y la transición entre el bosque seco y bosque húmedo, se puede realizar cabalgatas y tracking nivel 2. En cuanto a la flora representativa sobresalen: guayacán, cerezo, chala, palo santo, ceibo, entre otros, fauna como: loros, monos aulladores, guacharacas, tangaras, etc.

Sendero: “Las Goteras”: Con una distancia aproximada de 7 kilómetros, el sendero presenta dos tipos de bosque claramente definidos: bosque seco y bosque húmedo. Las primeras atracciones son las zonas arqueológicas denominado como “sector 4”, en este lugar se detallan la “Casa de Reuniones”, “Casa del Jefe”. al llegar al bosque húmedo, el escenario cambia rotundamente por la presencia de bromelias, musgos, líquenes y epifitas, además arboles como laurel y algunos cítricos, el sendero mayoritariamente se lo realiza en época de verano por la accesibilidad.

Sendero: “De los Algarrobos”: El sendero está comprendido desde la Casa cultural Agua Blanca hasta la entrada de la comuna, aproximadamente 4 kilómetros de recorrido de este a oeste. Está totalmente rodeado de algarrobos, de ahí su nombre, el tiempo de duración es de dos horas. Es un sendero ideal para recorridos en bicicleta.

Recinto Salaite.

Cerro El Rocío: Con una altura de 230 m.s.n.m., el cerro permite una vista panorámica del perfil costanero y su belleza paisajística, durante este recorrido se puede apreciar senderos establecidos con aproximadamente 3 kilómetros de duración visualizando flora y fauna característica del sector.

Cerro Viejo: Es una predominación de aproximadamente 60 m.s.n.m cubierta totalmente de vegetación endémica (palo santo, algarrobo, barbasco, cactus, entre otras), comprende una caminata que culmina en la playa, es posible llegar a este atractivo cuando la marea esta baja.

Río Salaite: Este sistema comprende aproximadamente 40 kilómetros de recorrido, nace en la cordillera Chongon y Colonche y cruza por la población de Salaite. Este río en época de verano se seca totalmente y en invierno recupera el caudal de las aguas.

Playa Salaite: Playa de aproximadamente 1 kilómetro de distancia, la coloración de sus aguas toma una tonalidad verde claro, la arena es color gris debido a la presencia de basamentos rocosos.

Punta Salaite: Atractivo que comprende una vegetación representativa del bosque seco, en la parte baja de la punta se encuentra una cueva denominada Cueva de Salango, la población en años anteriores visitaba este atractivo para echar sus redes y pescar.

Punta Pedernales: Ubicado en el extremo de la playa y con aproximadamente 20 minutos de caminata se observa la punta pedernales, se trata de una predominación de roca la cual alberga aves marinas.

Islote Pedernales: Llamada también por los pobladores como poza azul por la tonalidad de sus aguas, es posible realizar caminatas siempre que la marea este baja, durante su recorrido se puede observar

cangrejos, pelicanos, fragatas. Entre las actividades que se pueden realizar esta la práctica de buceo disfrutando de las especies acuáticas.

Islote Sombrerito: Nombre al cual hace referencia por la similitud que tiene el islote a un sombrero ya que la parte central es un poco elevada y redonda y su borde es ancho, está ubicada a aproximadamente 2 kilómetros desde la playa Salaite, alrededor del islote se aprecia plataformas de rocas extendidas en forma horizontal.

Socavón o Puerta del Amor: Atractivo natural formado posiblemente por los golpes de aguas marinas, llegando a formar una apertura en la roca semejante a una puerta, de ahí su nombre. Se puede realizar caminatas hacia el atractivo cuando la marea esta baja, los turistas visitan dicho atractivo para fotografía.

Las Mesas: Comprende grandes planchas de piedra ubicadas dentro del mar formando un atractivo de gran interés y apto para tomar fotografías. Este atractivo se encuentra muy cercano al Socavón y La Viuda.

Recinto Pueblo Nuevo.

Playa Pueblo Nuevo: Comprende un recorrido de 1200 metros de distancia aproximadamente 30 minutos, por un camino de tierra y vegetación típica de bosques secos tropicales, se admira la playa de este recinto, el color de sus aguas presenta una tonalidad turquesa, sin impactos ni alteraciones de tipo ambiental ya que es una playa poco visitada y reconocida.

Bola del Mundo: Consiste en un bosque seco que presenta una pronunciación de sus montañas formando un semi círculo, de ahí su nombre, su cumbre presenta un maravilloso mirador visualizando poblaciones cercanas. En su interior se encuentran árboles maderables de gran importancia para la industria maderera.

Pozo de agua azufrada: Descubierta por un comerciante que en tiempos anteriores recorría la zona desde Puerto Cayo hasta Puerto López por la playa, y observo pequeños borbollones de agua, posteriormente comunicó a los habitantes del sector.

Pozo de agua dulce: Se presume provienen de vetas volcánicas, es un pozo de agua dulce que no desaparece, igualmente gracias al comité de junta de aguas se realiza la excavación para el pozo que tiene 5 metros de profundidad.

Piedra Negra: Durante el recorrido de la playa existe un sector dominado por piedras redondas gigantes de tipo mutantes de color negro, este sitio es ideal para fotografía y disfrutar las aguas de la playa.

Sendero Ecoturístico El Roció: Este sendero se crea con el propósito de poder apreciar las bondades y recursos de la naturaleza, cuenta con una sala de explicación del recorrido, se encuentran expuestas piezas arqueológicas, exposición de muestras de arrecifes de coral y algunas piedras llamativas este atractivo es de propiedad privada.

Recinto San Isidro

Río San Isidro: Sistema hídrico que nace en la parte alta de las montañas que rodean el recinto denominada “La Tablada del Tigre”, desemboca en Machalilla. Sus aguas son utilizadas para huertos comunitarios y familiares existentes en el sector, en época de verano el río disminuye sus aguas en su totalidad siendo recuperadas en épocas invernales.

El Volcán: Se trata de un pozo de agua dulce denominado así por la presencia de una sustancia semejante a sarro color amarillo que emanaba desde lo profundo del pozo, el mismo que nunca disminuye su agua tiene aproximadamente 3 metros cúbicos de profundidad y provee del líquido vital a los habitantes del recinto para su consumo y lavado de sus ropas.

Componente Cultural:

Parroquia Central Machalilla

Iglesia San Pedro y San Pablo: Esta iglesia fue construida en su totalidad de madera de guayacán, en la actualidad se están realizando reconstrucciones en la parte interna y externa, dispone de una sola nave central, en la cual se encuentran los patronos de la parroquia: San Pablo Y San Pedro, La Virgen de las Mercedes, Virgen María, Narcisa de Jesús y Jesús Del Gran Poder.

Comuna Agua Blanca

Museo Casa Cultural Agua Blanca: Este museo guarda algunos de los restos arqueológicos encontrados dentro de la comuna. El museo se ubica en la parte céntrica de la comuna, se exhiben alrededor de 463 piezas de un total de 1248 inventariadas por el Ministerio de Cultura Del Ecuador. Entre los restos constan: urnas funerarias, vasijas, sellos, morteros, manoplas, collares y demás utensilios utilizados en aquella época. Además se aprecia una representación del principal medio de transporte denominado hoy como la balsa Manteña, exposiciones de fotografías reales de la población actual y sus antepasados demostrando así la similitud entre sus facciones y fisonomías y la silla en forma de U, elemento de gran importancia ya que en ella asistía el señorío de Salangome y personas de gran jerarquía e importancia en ceremonias especiales.

Se observan también conchas denominadas como strombulos, utilizadas en ese entonces como un medio de comunicación entre los señoríos ya que su repercusión se puede escuchar hasta dos kilómetros de distancia. Culminando con la sala se aprecia fauna encontrada en la comuna, mayoritariamente serpientes.

Urnas Funerarias In Situ: A aproximadamente 100 metros de distancia desde el museo se ubican las primeras exposiciones In situ constituidas de presuntamente en cementerio familiar, dichas urnas contienen en su interior osamentas e instrumentos como ollas de cerámica, aretes y collares. El entierro familiar se descubre de manera natural en el año de 1982, gracias a la presencia del fenómeno del niño que ocasiono la erosión del suelo, dejando al descubierto las urnas.

Templo de adoración al sol: Denominado por los comuneros como el “Sector 5” como indica su nombre fue un centro de adoración al sol, en el cual se realizaban los solsticios entre los meses de junio y diciembre. Se evidencia el cambiante color de la tierra que toma una tonalidad de rojizo, demostrando así la elección de lugares de adoración y el avance del conocimiento en aquella época. La estructura es totalmente de piedra rectangular con dimensiones de 50 metros de largo por 15 metros de ancho.

Ruinas del Centro de Reuniones: En el año de 1992 fueron descubiertas las ruinas por Colin McEwan, el mismo que determinó al sector como un centro de reuniones de índole político por la presencia de ocho sillas totalmente a base de piedra en forma de U, este centro tiene una dimensión de 50 metros de largo por 15 metros de ancho.

Casa del Señorío Étnico: En este sector se presume que habitó el señorío Salangome, es decir la casa mayor de los entes principales en aquella época. Esta estructura es totalmente de piedra considerado también como un centro estratégico para comunicarse con los señoríos de Picoasa, Jocay, Salango, Sercapez y Tuzco.

Recinto Salaite.

Cementerio aborigen: Los habitantes del recinto desconocen acentuadamente la cultura que ocupó estos terrenos, sin embargo, existen evidencias de que presumiblemente fue un cementerio de la cultura manteño-huanavilca quienes ocuparon territorios del sur de la costa ecuatoriana. Se han encontrado restos como adornos, equipos utilitarios, vasijas grandes en las cuales reposaban osamentas y demás artículos de índole fúnebre. Además, para estas culturas aborígenes se mantenía la creencia que después de la muerte, tenían que seguir con sus actividades, es así, que también se encontraron conchas spondylus dentro de estas vasijas utilizadas como moneda.

Recinto Pueblo Nuevo.

Cabeza de León: Este atractivo arqueológico encontrado en el interior del bosque seco se trata de una piedra de grandes dimensiones en la cual está tallada una cabeza de león, se desconoce la pertenencia de la cultura (no existe investigación).

Recinto San Isidro.

Terrazas de piedra: La funcionalidad de este sistema arqueológico posiblemente decae en un centro ceremonial, por las condiciones de su estratégica posición en cuanto al apareamiento y ocultamiento del sol, comprende alrededor de 5 conjuntos de terrazas de piedra en forma de escaleras. Se desconoce a la cultura que perteneció y el año de su datación.

Corrales de piedra: Considerado por la población como un cementerio aborigen, en el cual se realizaban entierros con todas sus pertenencias y utensilios, consta alrededor de 3 corrales bien definidos de piedra, se desconoce el año exacto de su descubrimiento.

Cuadro 2.- Recursos de la Oferta Turística.

Parroquia/ Recinto	Componente Natural	Componente Cultural	Componente gastronómico	Componente recreacional	Componente festividades y eventos	Componente servicios básicos	Componente vías de acceso	Componente servicios turísticos
Puerto Machalilla	14 Atractivos	6 Atractivos		Observación de ballenas jorobadas, Snorkel, pesca deportiva, kayak, buceo		Agua potable: consumo por botellones. Energía eléctrica: sistema interconectado. Telefonía: señal movistar- claro.	Vía principal primer orden E 15 bien señalizada	7 establecimientos de alojamiento. 9 establecimientos de alimentación. Gasolinera: 1 ITUR:1 Farmacias:1 C. Bomberos:1
Comuna de Agua Blanca	3 Atractivos	18 Atractivos	Son 8 platos típicos identificados en Puerto Machalilla,	Senderismo, ciclismo, camping, avistamiento de aves	12 festividades en la parroquia de índole	Seguridad: Disponen de un UPC a su disposición. Salud: Disponen de un subcentro de salud. Educación: disponen de	Vía principal pavimentada, vías internas de tierra	7 cabañas, 10 alojamiento comunitario, camping: 30 pax. 3 establecimientos de alimentación
Recinto Salaite	10 Atractivos	5 Atractivos	Comuna de Agua Blanca y Recintos Salaite, San	Camping, buceo, Snorkel	religioso civil.	disponen de diferentes centros educativos.	Vías empedradas	1 establecimiento de alojamiento. 3 establecimientos de alimentación
Recinto San Isidro	2 Atractivos	3 Atractivos	Isidro y	Senderismo, fotografía			Caminos de tierra	N/A
Recinto Pueblo Nuevo	5 Atractivos	2 Atractivos	Nuevo.	Caminatas, senderismo			Caminos de tierra	N/A

Cuadro 3.- Demanda Turística

Parroquia/ Recintos	Perfil Del Visitante	Componente Consumidor/ demanda (periodo: diciembre 2015-enero 2016).
Puerto Machalilla, Comuna de Agua Blanca, Recinto Salate, Recinto San Isidro, Recinto Pueblo Nuevo	Perfil del consumidor	Comprende grupos de amigos entre 34 a 44 años de edad.
	Perioricidad frecuencia	La duración de la estadía de la demanda comprende rangos equivalentes a 1 y 3 días de permanencia, mientras que la frecuencia de visita comprende rangos entre 0-1 años.
	Forma de viaje	Prefieren realizar su desplazamiento entre amigos y en familia principalmente.
	Origen de la demanda	Dentro de los turistas nacionales se determina visitas de Quito, Libertad y Guayaquil, en cuanto a la demanda extranjera se establece turista de Colombia, Estados Unidos y Argentina.
	Motivación del viaje	Lo que les motivo fue el medio televisivo e intercambio de opciones de destinos a través de Boca-Oído.
	Gasto promedio	De acuerdo a los resultados de las encuestas: 50-80 (49%); 90-120 (26%) y 130-160 (18%).

Cuadro 4.- Promoción Y Comercialización Turística

Componente: promoción- comercialización.	
Material impreso	Paneles informativos, tótems de atractivos turísticos, folleos informativos, trípticos, dípticos.
Medios de comunicación	Televisión, radio, periódicos, internet

Cuadro 5.- Superestructura Turística

Componente Instituciones Administrativas	Componente Políticas Administrativas
23 Instituciones que aportan con ayuda técnica fomentando el desarrollo de la parroquia entre ellos están: instituciones del estado, instituciones educativas, instituciones extranjeras.	Leyes internas del GAD Puerto Machalilla. Leyes de la constitución Ecuatoriana: Derechos del Buen vivir; derechos de personas y grupo de atención prioritaria. COOTAD: Funciones de los GADs.

Discusión

La investigación del diagnóstico situacional, se realizó mediante el análisis de los 12 componentes, agrupados en cuatro sistemas turísticos: Oferta, Demanda, Comercialización y Superestructura turística.

En el componente natural la parroquia posee atractivos de gran interés como bosques, montañas, ríos estacionales, lagunas, playas, flora y fauna.

En el componente cultural, la parroquia está bien identificada, poseen restos arqueológico, vestigios, museos in situ, urnas fúnebres, cementerios ancestrales, centros de adoración, arquitectura histórica.

La gastronomía en la parroquia se fundamenta principalmente por productos de la zona, uno de los platos más conocidos y apetecibles es el seco de chivo además variedad de platos preparados con mariscos.

Para el componente de festividades y eventos se emplea un calendario festivo con las principales fiestas de índole religiosas y cívicas.

Las principales vías de acceso en la parroquia son de primer orden, muy bien señalizadas. En cuanto a las vías internas, estas son de tierra y caminos abiertos por los habitantes.

Puerto Machalilla en el ámbito de servicios básicos, cuenta con red eléctrica, no disponen de agua potable, alcantarillado, existe un sub centro de salud que no es equipado debidamente, posee servicios complementarios como farmacias, gasolineras, corresponsales bancarios, etc.

La demanda turística en la parroquia tiene gran significancia, especialmente en temporada alta, mediante encuestas se logró determinar el perfil del visitante del sector. La promoción y comercialización es débil, no existe canales de difusión de la mayoría de los atractivos turísticos.

En la superestructura, la parroquia cuenta con el GAD parroquial, trabajando mancomunadamente con las leyes de la constitución, COOAD, existen también fundaciones, instituciones gubernamentales, no gubernamentales, educativas, que apoyan en proyectos para su desarrollo.

Conclusiones

- La parroquia Puerto Machalilla, es una población dedicada tradicionalmente a la actividad pesquera, pero hoy en día busca nuevas alternativas económicas como es la actividad turística, ámbito muy bien inmerso en la parroquia ya que pertenece al parque nacional Machalilla, sin embargo Machalilla no está marcada como un destino turístico por falta de establecimientos de prestación de servicios turísticos y el restringido acceso a los servicios básicos que juegan un papel fundamental a la hora de ofertar bienes y productos turísticos.
- Puerto Machalilla posee un total de 69 atractivos naturales y culturales, los mismos que se logró inventariar, categorizar y jerarquizar. Cada jurisdicción parroquial posee un inventario de atractivos por separado la parroquia central, la comuna de Agua Blanca y los recintos de: Salaite, Pueblo Nuevo y San Isidro. Siendo la playa de los Frailes, El Museo de Agua Blanca, La Laguna de Agua Sulfurosa y El Parque Nacional Machalilla, los atractivos más relevantes determinados con jerarquía II, mientras que los demás atractivos se determinaron con una jerarquía de nivel I.
- Los recursos de la oferta turística identificados en la parroquia y demás jurisdicciones Parroquiales nos permitieron obtener datos documentados y descritos de los atractivos tanto naturales como culturales, las festividades y eventos, servicios turísticos como alojamiento, alimentación, actividades recreacionales, gastronomía, servicios turísticos secundarios como

gasolineras, corresponsales bancarias, servicios de guías, y demás servicios determinantes que hacen que los visitantes o turistas opten Puerto Machalilla como un destino turístico.

- La demanda turística de la parroquia se determinó tanto a nivel nacional como internacional, demostrando así las ciudades con mayor afluencia desde Quito, Libertad y Guayaquil, (Nacional) y países como Colombia, Estados Unidos y Argentina (internacional), además se estableció que el perfil del visitante, el mismo que comprende edades entre 34 a 44 años, prefieren realizar su desplazamiento entre amigos y en familia para disfrutar de actividades relacionadas con sol y playa principalmente, con una permanencia de 1 a 3 días aproximadamente.
- La promoción y difusión de la parroquia es débil, existe promoción de ciertos atractivos promocionados como Parque Nacional Machalilla, dejando a un lado a la parroquia en general, además la promoción que se maneja es por autogestión como en el caso de la Comuna de Agua Blanca. La escasa promoción identificada se realiza mediante material impreso, banners, folletos informativos, reportajes de atractivos, cuñas radiales, entre otros.
- Machalilla cuenta con fundaciones nacionales e internacionales, entidades del estado, establecimientos educativos que ayudan con proyectos y fondos económicos para la conservación de la biodiversidad y el progreso de los habitantes. En cuanto a las instituciones administrativas existen leyes y reglamentos que regulan la actividad turística, al igual que las leyes y reglamentos que ampara a la población y son del total cumplimiento por parte del GAD Machalilla. Cabe recalcar que existen dentro de la parroquia asociaciones y comités que colaboran con el desarrollo de la parroquia, existen también comités que no han sido reformados ni actualizados para su funcionamiento.

Agradecimiento

Nuestro agradecimiento al Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Puerto Machalilla y a su magnífico equipo de trabajo quienes brindaron las facilidades para la realización de este trabajo.

Referencias

- AmphibiaWebEcuador (2015). Zoología vertebrados. Ecuador: disponible URL: <http://zoologia.puce.edu.ec/Vertebrados/Anfibios/FichaEspecie.aspx?Id=1242> [consulta 4 de abril del 2016]
- Balslev, H. & A. Barfod. (1987). Ecuadorian palms – an overview. *Opera Botánica*, 92(85), pp. 17-35
- Benitez, M. S. y del Pino, E. (2002). Expression of Brachyury during development of the dendrobatid frog *Colostethus machalilla*. *Developmental Dynamics*, 225, pp.592-596
- Cacique Lomiamarillo-Colemba (s.f.). Disponible en URL: <http://turismo.guayaquil.gob.ec/es/aves/terrestres/cacique-lomiamarillo> [consulta 4 de abril del 2016]
- Clase: Amphibia (Los anfibios) (s.f.). Disponible en URL: http://www.patzelt-ecuador.de/Clase_Amphibia.pdf [consulta 4 de abril del 2016]
- Clase: Mammalia (Los mamíferos) (s.f.). Disponible en URL: http://www.patzelt-ecuador.de/Clase_Mammalia.pdf [consulta 4 de abril del 2016]
- Clase: Reptilia (los reptiles) (s.f.). Disponible en URL: http://www.patzelt-ecuador.de/Clase_Reptilia.pdf [consulta 4 de abril del 2016]

- Getz, D. (2016). La planificación del turismo el ciclo de vida del destino. disponible en URL: <http://www.cabdirect.org/abstracts/19931853265.html;jsessionid=740694CFE6DB592446C8D7FD85E386AD> [consulta 4 de abril del 2016]
- Guía para el inventario del patrimonio Turístico Según Método OEA-CICATUR (s.f.). disponible en URL: <http://es.slideshare.net/urania31k/guia-metodologia-inventario-recursos-turisticos-innova-turismo?related=1>. [consulta 4 de abril del 2016]
- Hernández, C. & C. Josse. (1997). Plantas Silvestres Comestibles del Parque Nacional Machalilla. Quito, Ecuador: s.n.
- Hernández, C. y C. Josse. (1997). Plantas Silvestres Comestibles del Parque Nacional Machalilla. Quito, Ecuador: Abya-Yala.
- Jorgensen P. M. & S., León, Yáñez.(1999). Catalogue of the vascular plants of Ecuador. Missouri: Monography in Systematic Botany from the Missouri Botanical Garden.
- Jørgensen, P. M. & S. León Yáñez. (1999). Catalogue of the vascular plants of Ecuador. Quito, Ecuador: Monography in Systematic.
- Los Peces (s.f.). disponible en URL: http://www.patzelt-ecuador.de/LOS_PECES.pdf [consulta 4 de abril del 2016]
- Maldonado, C., Cabanilla, E. (2009). Plan de negocios turísticos: Negocios Turísticos con Comunidades (NETCOM). Quito, Ecuador: Módulo 6: Plan de negocios turísticos.
- Manzanares, J. M. & N. Pitman. (2003). *Tillandsia pretiosa*, en: 2006 IUCN Red List of Threatened Species. disponible en URL: <www.iucnredlist.org>. [consulta 4 de abril del 2016]
- Ministerio De Turismo (2004). Metodología para inventarios turísticos. Quito, Ecuador: Autor.
- Muriel, P. & N. Pitman. (2003). *Annona deceptrix*. en: IUCN Red List of Threatened Species. Disponible en URL: <www.iucnredlist.org>. [consulta 4 de abril del 2016]
- Organización Mundial Del Turismo (2008). Entender el Turismo: Glosario Básico de Entender el Turismo: disponible en URL: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>) [consulta 4 de abril del 2016]
- Orquídeas Blog de Ángel Mar (2014). disponible en URL: <http://elorquideario.blogspot.com/> [consulta 4 de abril del 2016]
- Patzelt, E. (2000). “Fauna del Ecuador”. (2 edición). Quito, Ecuador: Editorial Imprefepp.
- Puerto López (s.f.). Su Historia. Ecuador: Autor. disponible en URL: <http://www.puertolopez.gob.ec/historia/> [consulta 4 de abril del 2016]
- Ricaurte, C. (2009). Manual para el Diagnóstico Turístico Local. disponible en URL:http://www.patzeltecuador.de/INVERTEBRADOS_O_ANIMALES_SIN_VERTEBRAS.pdf) [consulta 4 de abril del 2016]
- Romero-Saltos, H. & N. Pitman. (2004). *Erythroxyllum ruizii*, atened Species. disponible en URL: <https://www.google.com.ec/search?q=%3Cwww.iucnre&oq=%3Cwww.iucnre&aqs=chrome..69i57j69i59j0l4.663j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8> [consulta 4 de abril del 2016]
- Santiana, J., C. Cerón & N. Pitman. (2004). *Croton rivinifolius*, en: Red List of Threatened Species. disponible en URL: <www.iucnredlist.org>. [consulta 4 de abril del 2016]
- Ulloa Ulloa, C. & N. Pitman. (2004). *Heliconia paludigena*. en: 2006 IUCN Red List of Threatened Species. disponible en URL: <www.iucnredlist.org>. [consulta 4 de abril del 2016]

Valencia, R., N. Pitman, S. León-Yáñez & P. M. Jorgensen (2000). Libro Rojo de las Plantas Endémicas del Ecuador 2000. Quito, Ecuador: Publicaciones del Herbario QCA, Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Venadopedia (s.f.) disponible en URL: <http://www.venadopedia.com/venado-cola-blanca/> [consulta 4 de abril del 2016]

Propuesta de promoción turística de la Parroquia Rural Puerto Machalilla, Cantón Puerto López, Provincia Manabí

Carmen Lourdes Pambabay Caiza
Universidad Central Del Ecuador
pcarmendellourdes@yahoo.com

Jacquelyn Silvana Pacheco Jiménez
Universidad Central Del Ecuador
jacquelynsbj@yahoo.com

Resumen: La Parroquia Rural Puerto Machalilla ubicada en el cantón Puerto López es conocida por ser una de las más antiguas de la Provincia de Manabí, históricamente sus pobladores se dedican a la pesca y agricultura y en los últimos años han incursionado en la actividad turística como una alternativa de diversificación de sus ingresos, debido a que cuenta con destacados atractivos turísticos. El trabajo tuvo como objetivo, diseñar una propuesta de Promoción Turística para la parroquia Puerto Machalilla, para lo cual se realizó un estudio de mercado para determinar oferta, demanda, precio, y definir el segmento objetivo y el tipo de marketing, luego de lo cual se diseñó la marca turística con participación de autoridades y pobladores de la comunidad, finalmente se definieron las estrategias de promoción turística para la Parroquia Rural Puerto Machalilla. Se identificaron 35 atractivos naturales y 34 atractivos culturales, además de 8 alternativas de recreación en la parroquia. En la Marca se inserta cuatro atractivos de la parroquia, el Islote de Sucre, San Pedro y San Pablo, un barco pesquero y su playa, los colores son el verde manzana y amarillo, y su slogan Pesquero Cultural y Turístico para la promoción turística se aplicará marketing 2.0.

Palabras claves: Turismo, Promoción, Segmento Objetivo, Marca Turística, Estrategias

Abstract: The Rural Parish Puerto Machalilla, known for being one of the oldest of Manabí Province, has been involved in tourist activity as an alternative for work. Developing a proposal for Tourist Promotion will help know and promote, by means of a market study, many tourist resources that had not been known before, and thus be able to spread it touristically. With the objective segment study, this proposal is addressed to international market through innovated strategies. The proposal was made by means of an exploratory and descriptive methodology, obtaining, this way, 69 natural and cultural tourist attractions that will be promoted through ATL and BTL publicity, between 33-41 years, whose average spending Rocks from 40.00 to 70.00 daily applying that demand a promotion Marketing 2.0 , concluding that the statistic was applied descriptive.

Key Words: Tourist Promotion, Market Study, Tourist Brand, Strategies Of Promotion, Strategies Of Distribution

Introducción

La provincia de Manabí es conocida por tener las mejores playas del centro de la costa ecuatoriana, atractivos naturales, culturales, historia que lo identifican como una provincia con gran potencial turístico, destacando a Puerto Machalilla como una parroquia que se encuentra dentro de esta provincia, ofrece una gama de atractivos turísticos con características especiales que se puede disfrutar en un solo escenario. (PDyOT GAD Machalilla).

Este proyecto de investigación propone la promoción turística de la parroquia rural Puerto Machalilla aprovechando de manera consciente los recursos naturales como culturales que no han sido promocionados, con la aplicación de esta propuesta se pretende incrementar el turismo en la zona y generar posibilidades de desarrollo para sus 4 recintos y la cabecera parroquial de Puerto Machalilla.

Puerto Machalilla está formado por 4 recintos rurales como son Salaite, Pueblo Nuevo, San Isidro, Comunidad Agua Blanca y la cabecera de la Parroquia Machalilla conformado por 16 Barrios urbanos, identificados por contar con historia ancestral, hermosos atractivos naturales, culturales, una gama de platos típicos, y servicios de alojamiento. (PDyOT GAD Machalilla).

El presente trabajo de investigación está encaminado a estudiar la oferta, bienes y servicios con los que cuenta la parroquia con la finalidad de proponer una amplia promoción y difusión de la Parroquia Rural Puerto Machalilla, como un destino turístico ,diversificando las alternativas de ingreso para la población mediante la actividad turística.

Objetivos

Objetivo general

Diseñar la propuesta de promoción turística de la Parroquia Rural Puerto Machalilla del Cantón Puerto López, en la provincia de Manabí.

Objetivos específicos

1. Realizar un estudio de mercado de la Parroquia Rural Puerto Machalilla.
2. Identificar el segmento objetivo.
3. Crear y socializar una marca turística en conjunto con los habitantes e involucrados en la oferta turística del lugar.
4. Diseñar las estrategias de promoción y distribución de la Parroquia Rural Puerto Machalilla

Importancia del problema

La actividad turística en la parroquia rural Puerto Machalilla se ha desarrollado como respuesta a una necesidad de sus pobladores de diversificar sus ingresos, debido a esto se desconoce cuál es su mercado actual y no se cuenta con estrategias de promoción y distribución adecuadas para comunicar sobre su oferta turística.

Metodología

El siguiente trabajo de investigación, se lo realizó en la provincia de Manabí, en el D'TR Costa Centro, en una de la parroquia más antigua de Manabí, que tuvo el primer puerto pesquero nacional.

Puerto Machalilla se encuentra ubicada en el extremo Norte del Cantón Puerto López, el 80% de la parroquia se encuentra dentro del Parque Nacional Machalilla según (PD y OT GAD Machalilla, 2015).

Para la propuesta de Promoción Turística de la Parroquia Puerto Machalilla se utilizó investigación exploratoria y se aplicó estadística descriptiva para el análisis de la información.

Las técnicas de recolección de información utilizadas fueron: observación, encuestas, focus grup con los respectivos instrumentos fichas de levantamiento de atractivos turísticos, servicios turísticos y

servicios básicos, y cuestionario para el estudio de mercado y la determinación del segmento objetivo, para el diseño de la marca turística se realizó grupo focal con los diferentes actores de la localidad.

La muestra consistió en un subgrupo de la población seleccionada, la misma que participo en el estudio de la investigación. Se aplicó un 95% de confiabilidad.

Para las diferentes etapas de la investigación se consideraron los siguientes estratos:

Primer Estrato .- Para la investigación se consideró el arribo de turistas a la playa los Frailes en la Parroquia Machalilla, teniendo como datos 50.860 visitas en el año según datos reales de registro de ingreso al lugar (meses: junio-julio y agosto temporada alta). Tamaño de la muestra: 381 encuestas a turistas que visitan Puerto Machalilla

Segundo Estrato.-Población económicamente activa de la Parroquia Rural Puerto Machalilla, es decir que realizan alguna actividad o un trabajo remunerado, teniendo como base 1.586 personas. Tamaño de la muestra: 309 encuestas a habitantes de la parroquia

Tercer Estrato.-Representantes principales que conforman la administración de la Parroquia Puerto Machalilla, representantes de los recintos, y a los prestadores de servicios a quienes se les realizó una entrevista. Tamaño de la muestra: 5 entrevistas una por cada representante de los recintos 1 entrevista a prestadores de servicios.

Resultados y Discusión

Oferta Turística

La oferta turística de la Parroquia Puerto Machalilla, es un encanto paisajístico: siendo los atractivos de más interés, Playa los Frailes, Mirador de los Frailes, Laguna de agua sulfurosa, el Museo de Agua Blanca, Playa Machalilla.

Oferta Turística de la Parroquia Rural Puerta Machalilla

ATRATIVOS CABECERA PARROQUIAL MACHALILLA	NATURALES: ATRACTIVOS CULTURALES: CABECERA PARROQUIAL PUERTO MACHALILLA
Playa Machalilla	Iglesia San Pedro y San Pablo
Playa los Ciriales	
Playa los Frailes	
Playa Tortuguíta	
Playa la Playita	
Playa Bálsamo 1 y 2	
Islote Horno de Pan	
Islote Sucre	
Punta los Frailes	
Punta Bálsamo	
Punta Cabuya	
Mirador los Frailes	
Sendero el Sombrerito	
Cordillera Chongón-Colonche	

Fuente: Trabajo de campo: Elaborado por: Pambabay, C.

ATRATIVOS NATURALES: RECINTO SALAITE	ATRATIVOS CULTURALES: RECINTO SALAITE
Playa Salaite	Cementerio Aborigen-Salaite
Río Salaite	
Islote Sombrerito	
Cerro el Rocío	
Cerro Viejo	
Punta Salaite	
Puerta del amor	

Fuente: Trabajo de campo: Elaborado por: Pambabay, C.

ATRATIVOS NATURALES: RECINTO PUEBLO NUEVO	ATRATIVOS CULTURALES: RECINTO PUEBLO NUEVO
Playa Pueblo Nuevo	Cabeza de León
Las Mesas	
Piedra Negra	
Bola del Mundo	
Sendero Eco turísticos el Rocío	

Fuente: Trabajo de campo: Elaborado por: Pambabay, C.

ATRATIVOS NATURALES: RECINTO SAN ISIDRO	ATRATIVOS CULTURALES: RECINTO SAN ISIDRO
El Volcán	Corrales de piedra
Río San Isidro	Terrazas de piedra
Bosque San Isidro	

Trabajo de campo: Elaborado por: Pambabay, C.

ATRATIVOS NATURALES: COMUNIDAD AGUA BLANCA	ATRATIVOS CULTURALES: COMUNIDAD AGUA BLANCA
Laguna de azufre	Museo Casa Cultural
Río Buena Vista	Urnas funerarias In Situs
Mirador de Laguna	Casa del señorío étnico
Sendero "Conociendo el camino Manteño".	Ruinas centro de reuniones
Sendero de los Algarrobos	Templo de adoración al sol
Sedero San Sebastián	
Sendero las goteras	

Fuente: Trabajo de campo: Elaborado por: Pambabay, C.

Análisis de Datos: Demanda Turística

Edad y género de los turistas que visitan la parroquia Puerto Machalilla.

Cuadro 1: Edad del turista que visita la Parroquia Puerto Machalilla.

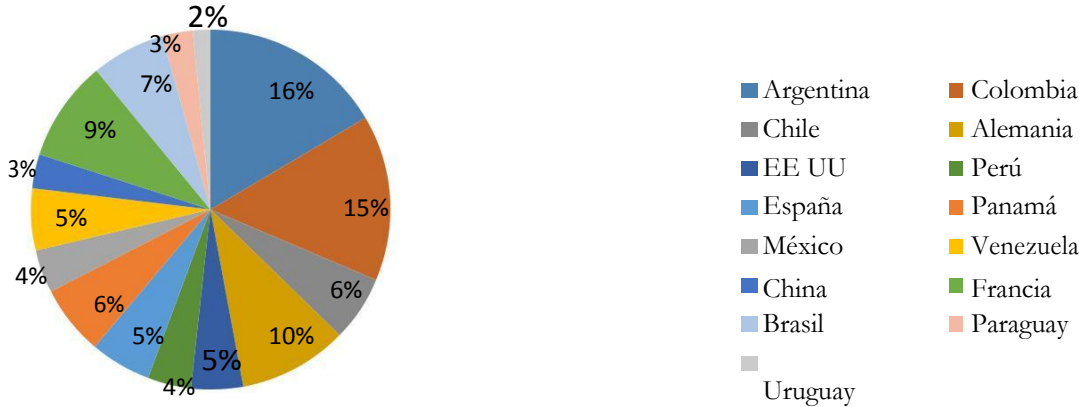
RANGO EDAD	DE TOTAL GENERAL
24-32	98
33-41	126
42-50	88
51-59	69
TOTAL	381

Fuente: Tabulación de encuestas (a turistas) Elaborado por la autora

La encuesta se realizó a 381 turistas que visitaron la Parroquia Rural Puerto Machalilla, desde los meses de Diciembre 2015-Marzo 2016, la investigación demuestra que de los 381 turistas encuestados, 226 son mujeres y 155 son hombres; los rangos de edad mayormente encuestada son 33-41 años.

Demanda internacional

Gráfico 1: Demanda Internacional

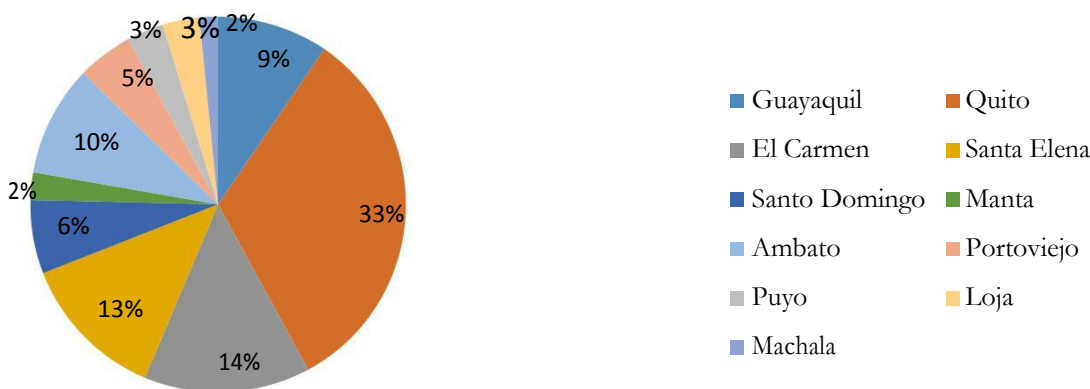


Fuente: Tabulación de encuestas Elaborado por la autora.

La Demanda Internacional está posesionada por visitantes de Argentina con un 16% seguido por Colombia con el 15% y en tercer lugar Alemania con el 10% de turistas que visitaron Puerto Machalilla en los meses de Diciembre a Febrero, Chile, entre otros países que visitaron el periodo Diciembre 2015.Marzo 2016, como base dato se explica que dichas encuestas fueron realizadas en época de feriados nacionales en donde se tiene más afluencia de visitantes que optan por las playas de Manabí.

Demanda nacional

Gráfico 2: Demanda Nacional



Fuente: Tabulación de encuestas Elaborado por la autora

Según los datos aplicados en las encuestas la demanda de turistas nacionales que visitan en mayor cantidad es de Quito con el 33%, seguido por El Carmen con un 14 % y en un porcentaje seguido 13% que corresponde a Santa Elena.

Frecuencia de viaje a la parroquia Puerto Machalilla.

Gráfico 3: Demanda Internacional



Fuente: Tabulación de encuestas Elaborado por la autora.

Según las encuestas aplicadas los turistas visitan Puerto Machalilla una vez al año representado en un 56% y como segundo dato el 39% que corresponde a Dos veces al año detalla visita a la Parroquia.

Tiempo de permanencia en la parroquia Puerto Machalilla.

Gráfico 4: Permanencia de viaje



Fuente: Tabulación de encuestas Elaborado por la autora.

La permanencia del turista en el sector según los datos de las encuestas es de 1 a 3 días representado por el 71% y como segundo dato menos de 1 día representado por el 21%.

Cuánto tiene presupuestado gastar en un viaje, por día.

Gráfico 4: Gasto por día



Fuente: Tabulación de encuestas Elaborado por la autora.

El presupuesto promedio de gasto por día es de \$ 40 a 70 representando por el 51% siendo la mitad de turistas que tienen este promedio de gasto, y como segundo dato con un 32% optaron por \$ 71 a 100 como gasto promedio por día.

Precio de Servicios

Prestadores de Servicio

En la Parroquia cuentan con una tabla de precios que no varían y que son administrados por los encargados de cada área con la finalidad de no crear competencia dentro del sector sino poder tener todos iguales beneficios (trabajo de Investigación exploratoria Puerto Machalilla, 2016)

Los precios de los servicios se detallan de la siguiente manera:

Cuadro 2: Precio de servicios turísticos, hospedaje

Servicios turísticos	Precios según tablas de administración.
Hospedaje en Hoteles	10 dólares
Hospedaje en Cabañas	De 12,50 hasta 35,00 dólares
Hospedaje en Hostales	8,00 dólares
Hospedaje en Vivienda familiares	10,00 dólares
Áreas de Camping	De 3,00 a 5,00 dólares

Cuadro 3: Precio de servicios turísticos, alimentación.

Servicios turísticos	Precios según tablas de administración.
Servicio de Alimentos en Restaurantes	Los precios según el tipo de plato van desde 3,00 hasta 9,00 dólares
Servicios de Alimentos en Cabañas	Los precios van desde 1,50 hasta 8,00 dólares.

Segmento Objetivo

El periodo planteado para este estudio del segmento objetivo para diseñar la propuesta fue de Diciembre 2015, a Marzo 2016.

Cuadro 4: Segmento Objetivo

Pregunta	Número de Personas	Porcentaje
Nacional	125	33%
Extranjero	255	67%
TOTAL	381	100%

Se puede evidenciar que el mercado que mayor visita ha realizado al lugar en el periodo Diciembre-Marzo 2016, son los turistas extranjeros representados en un 67%.

El perfil de turistas con más número de visitas es de Argentina, Colombia y Alemania de edades entre 33 a 41 años.

La propuesta de promoción turística de Puerto Machalilla va dirigida a turistas de edad media, entre jóvenes y adultos, amantes del turismo de playa y ecoturismo, son personas que buscan llenar sus expectativas de relajación de disfrute, como también buscan adquirir conocimientos de las bellezas paisajísticas que tiene el lugar.

Marca Turística

Conociendo el escenario de encantos paisajísticos que presenta la Parroquia Puerto Machalilla, fue necesario diseñar una marca turística que sea su carta de presentación, su identidad, que lo diferencie de otros lugares, que sea su medio para ser reconocida y posesionada en el ámbito turístico:

Cuadro 5: Diseño de Marca Turística.

Pregunta	Número de personas	Porcentaje
Islote Sucre	169	55%
Vegetación	13	4%
San Pedro y San Pablo	103	33%
Artesanía Salaite	0	0%
Pez sardina	24	8%
Playa Machalilla	0	0%
Silla Manteña	0	0%
TOTAL	309	100%

Con resultados favorables se identificó los elementos que fueron diseñados en la Marca turística siendo los siguientes:

Islote de Sucre

San Pedro y San Pablo

Playa Machalilla

Vegetación.

Islote de Sucre: Se escogió este atractivo por ser considerado el más representativo de la Parroquia, es una formación rocosa, cuyo nombre se lo ganó gracias al parecido que este tiene al sombrero que usaba el mariscal Antonio José de sucre,

San Pedro y San Pablo: Considerado patrono de los pescadores y de los habitantes de Puerto Machalilla, la Fiesta de estos santos son considerados como identidad y pertenencia para la Población de Puerto Machalilla siendo declarada Patrimonio Inmaterial en el 2007.

Playa Machalilla: Lugar que provee de fuente de empleo a los pescadores mediante la pesca y en el ámbito turístico su playa tranquila permite el disfrute de sol y playa

Vegetación: Diversos ecosistemas que tiene con flora y fauna endémica del lugar considerado un laboratorio de estudio.

Atardecer: Caracteriza la caída del sol que se pierde en la playa con el anochecer.



Propuesta de Promoción Turística de Puerto Machalilla.

Puerto Machalilla por ser un producto relacionado con la historia, cultura y turismo presenta una propuesta de promoción encaminada a fomentar el desenvolvimiento y posicionamiento en el campo turístico mediante un plan de Marketing.

Para realizar esta propuesta se tomó como referencia el estudio de Mercado, realizado en la Parroquia Puerto Machalilla, con la finalidad de conocer cuáles son los principales atractivos que se ofertaran y se promocionara.

Los Principales productos que tiene Puerto Machalilla fueron incluidos en la propuesta de promoción mediante PAQUETES DE PRODUCTOS TURÍSTICOS, en donde se concentró la atención en los atractivos que no son explotados turísticamente y que al dar a conocer y hacer llegar al interés del turista será de gran beneficio para el desarrollo económico de la Parroquia Puerto Machalilla en el ámbito turístico.

El manual

El uso regular del manual garantiza manejar adecuadamente la Imagen de Identidad Visual de la Parroquia Rural Puerto Machalilla además es importante mencionar que todo el material que se encuentra en el manual, se lo ha realizado bajo una estructurada planificación, y conjugando metodología y técnica.

El uso regular del manual garantiza manejar adecuadamente la Imagen de Identidad Visual de la Parroquia Rural Puerto Machalilla además es importante mencionar que todo el material que se encuentra en el manual, se lo ha realizado bajo una estructurada planificación, y conjugando metodología y técnica.

La violación de alguna de estas normas supone un riesgo para el buen funcionamiento y la percepción óptima de la identidad desarrollada.

La violación de alguna de estas normas supone un riesgo para el buen funcionamiento y la percepción óptima de la identidad desarrollada.

Objetivos estratégicos de la marca turística

- Creación de una Marca turística que identifique turísticamente a la Parroquia Rural Puerto Machalilla.
- Lograr un óptimo posicionamiento de la marca turística para realizar la promoción del destino.
- Incrementar el flujo turístico en la Parroquia Rural Puerto Machalilla.
- Mediante la Marca turística dar a conocer que la Parroquia Rural Puerto Machalilla a más de tener hermosos atractivos, paisajes, también es una parroquia con mucha historia y cultura.

Elementos Básicos:

Esta sección contiene instrucciones detalladas sobre el uso que se le debe dar a la marca Machalilla y sus diferentes aplicaciones.

Logotipo. Identificador/slogan

Pesquero: La población de la Parroquia Puerto Rural Machalilla se dedica desde épocas pasadas a la actividad pesquera como fuente de empleo exportando sus productos a diferentes ciudades, y posee el primer Puerto pesquero artesanal.

Cultural: Esta hermosa Parroquia lleva el nombre de una de las culturas ancestrales más importantes de nuestro país la cultura Machalilla, la parroquia Ancestralmente este territorio tuvo sus primeros asentamientos con la presencia de la cultura Machalilla, Chorrera-Engoroy y la Manteña.

Turístico: La diversidad de atractivos turísticos que engalanan a Puerto Machalilla en los últimos años han sido una puerta de entrada para buscar alternativas de trabajo mediante la activas turística.

Isologotipo. Construcción final

El isologotipo final consta de logotipo (MACHALILLA) y el slogan para reforzar la idea de la marca, el isotipo está conformado por los íconos más representativos de la zona, un islote (Mostrada y descrita en el manual de marca de “Machalilla”) para representar explícitamente el lugar, además los habitantes del lugar dieron el nombre de islote “sucre” cuyo nombre se lo ganó gracias al parecido que este tiene al sombrero que usaba el mariscal Antonio José de sucre, en la parte superior se muestran los santos San Pedro y San Pablo considerado patrono de los pescadores de la zona y de los habitantes de Puerto Machalilla, adicionalmente está compuesto por el cielo y el mar que se engloban en un círculo, el barco refleja a la Parroquia Rural Puerto Machadilla como el primer puerto pesquero artesanal desde épocas de pasadas, finalmente la imagen de la playa de Machalilla es el lugar que provee de fuente de empleo a los pescadores mediante la pesca y en el ámbito turístico, su playa tranquila permite el disfrute de sol y playa.

Cromática. Significado

El amarillo es el color de la riqueza y de la extravagancia, es un color cálido que puede ser brillante y alegre. Es ideal para la marca porque se asocia con la riqueza y la prosperidad. El amarillo fue elegido por su inspiración jovial ideal para representar las atracciones turísticas impulsivas del cantón, además es caracteriza por la caída del sol que se pierde en la playa con el anochecer.

El color naranja estimula la mente, renueva la ilusión en la vida y es el perfecto antidepresivo. Aporta bienestar y buen humor.

El verde refleja los diversos ecosistemas que tiene con flora y fauna endémica del lugar considerado un laboratorio de estudio

Mientras que el celeste y el azul son colores neutrales los cuales pueden usar hombres y mujeres, niños y niñas. Así mismo el cantón Machalilla ofrece diversión para todas las personas que la visiten.

El negro por su parte cumple la función de contrastar, lo cual permite separar los tonos cromáticos de las formas brindando armonía entre los elementos.

Cromática. Restricción

No está permitido el uso de la marca en combinaciones cromáticas entre sí, los tonos amarillos, celestes azules naranja y negro son exclusivos para el isologotipo.

Esta restricción se la hace para no perder comunicación visual mediante colores los cuales cumplen una función descritas en CROMÁTICA SIGNIFICADO de este manual.

Logotipo

La familia tipográfica corporativa de MACHALILLA es Neon 80s y consta de “Regular”. Esta es usada en toda la comunicación interna, señalética y comunicación externa. Se eligió esta tipografía por su claridad, modernidad y buena legibilidad.

Tipografía. Slogan

La familia tipográfica para el slogan de MACHALILLA (pesquero cultural y turístico) es Giorgio la cual consta de “Thin” y “Regular”. Esta es usada exclusivamente en el slogan de la marca, guarda relación con la tipografía del logotipo que es su composición final genera armonía además aporte una buena y rápida lectura.

Modulación

El isologotipo de “MACHALILLA”, se inscribe en una superficie modular de proporciones 14,5 X 8 cm como referencia..

Usos prohibidos

Se prohíbe el uso de la Marca para fines o actividades siguientes:

1. Políticos, entre los que se encuentran los fines y actividades perseguidos o realizados por personajes y organizaciones políticas, tales como partidos y movimientos políticos, agrupaciones políticas no partidarias, y sus miembros, así como las actividades organizadas con fin político.
2. Religiosos, ligados a alguna creencia o credo religioso o espiritual.
3. Contrarios a la promoción de la imagen Machalilla, que generen posiciones polarizadas, que pudieran dar lugar a consecuencias negativas en la percepción de la imagen del cantón, ya sea por causar daños a la salud, al medio ambiente, generar conflictos sociales u otros.

Infracciones y sanciones

“Art. 70.- Sanción general.- Las infracciones a lo dispuesto en esta Ley, siempre que no tengan una sanción específica, serán sancionadas con multa de cien a mil dólares de los Estados Unidos de América o su equivalente en moneda de curso legal, y si es del caso, el comiso de los bienes, o la suspensión del derecho a ejercer actividades en el campo de la prestación del servicio o publicidad, sin perjuicio de las demás sanciones a las que hubiere lugar. El pago de las sanciones pecuniarias no libera al proveedor de cumplir con las obligaciones que le impone la ley.”

Propuesta de Promoción y Distribución Turística.

Puerto Machalilla por ser un producto relacionado con la historia, cultura y turismo presenta una propuesta de promoción encaminada a fomentar el desenvolvimiento y posicionamiento en el campo turístico mediante la promoción turística.

Para realizar esta propuesta se tomó como referencia el estudio de Mercado, realizado en la Parroquia Puerto Machalilla, con la finalidad de conocer cuáles son los principales atractivos que se ofertaran y se promocionara.

La parroquia cuenta con muchos atractivos naturales y culturales capaces de atraer a turistas de todas las partes de nuestro país y también al mercado extranjero, este sector será desarrollado de una manera adecuada logrando que en esta parroquia acogedora se puedan disfrutar de productos turísticos destacados y promoviendo un turismo consiente.

Conociendo que Puerto Machalilla tiene 4 Recintos aledaños y su cabecera parroquial Machalilla que cuenta con un gran potencial turístico, el estudio se enfocó en el recurso capital del sector con el

diseño del producto que actualmente en la parroquia son sus playas, senderos, naturaleza, atractivos culturales, actividades recreacionales y su deliciosa gastronomía.

Los Principales productos que tiene Puerto Machalilla fueron incluidos en la propuesta de promoción mediante, PAQUETES DE PRODUCTOS TURÍSTICOS en donde se concentró la atención en los atractivos que no son explotados turísticamente y que al dar a conocer y hacer llegar al interés del turista será de gran beneficio para el desarrollo económico de la Parroquia Puerto Machalilla en el ámbito turístico.

Esta propuesta de promoción será aplicada mediante el MARKETING 2.0 ya que Puerto Machalilla tiene productos maravillosos que lograremos dar a conocer y vender al visitante despertando la expresión de sentimientos, esto permitirá que se sientan complacidos cómodos y se involucren con los atractivos. La finalidad es que este sector a largo plazo logre ser un destino turístico en competencia y reconocido por turistas nacionales y extranjeros, logrando posesionarse a nivel local, provincial, nacional e internacional.

Productos Turísticos

Los paquetes turísticos que se presentará en la propuesta son diseñados mediante 3 objetivos principales:

- Interpretación del entorno
- Aspecto cultural
- Educación ambiental

Paquete Turístico 1

Cultura y Tradición (2 días 1 noche)

Visita el islote Sucre en canoas

Práctica de deportes acuáticos

Interpretación de fauna

Pesca deportiva

Fotografía

Visita sendero Sombrerito

Caminata playa Machalilla

Visita Iglesia Matriz San Pedro y San Pablo

Visita Punta los Frailes

Visita playa los Frailes

Paquete Turístico 2

Un viaje a la Historia (2 días 1 noche)

Visita a la comunidad Agua Blanca

Degustación de un exquisito desayuno

Visita al Museo cultural Agua Blanca (fotografías)

Visita urnas funerarias In-situ,
Fotografía en el Río Buena Vista.
Caminata por el sendero “Camino Manteño”
Interpretación de flora y fauna
Visita a los huertos de cultivo
Visita centro de adoración al sol
Visita laguna de agua sulfurosa
Terapia de masajes en el SPA Agua Blanca
Visita el mirador de la Laguna (se puede realizar fotografía)
Caminatas deportivas por el “sendero de los algarrobos”
Visita a los tanques de agua (opcional para personas de tercera
edad Noche cultural

Paquete Turístico 3

Horizonte de Colores (2 días -
1noche) Visita recinto Salaite
Degustación de un desayuno tradicional (comedor Salaite)
Recorrido por el sendero Salaite
Visita cementerio aborigen Salaite
Interpretación de ecosistemas de Salaite
Fotografía en el mirador de Salaite (Islote
Sombrecito) Visita a Punta Salaite
Visita formación Rocosa Puerta del
Amor Visita Recinto Pueblo Nuevo
Visita al Sendero Eco- Turístico el Roció

Paquete Turístico 4

Paraíso de encantos (2 días 1
noche) Visita Recinto San Isidro
Recorrido por el sendero San Vicente
Visita el Pozo de Agua el Volcán
Interpretación de flora y fauna del lugar
Fotografía, en tres miradores del sendero San
Vicente Visita los huertos de cultivos
Visita al sector arqueológico Los corrales de Piedra
Visita las Terrazas de piedra

Visita el recinto Pueblo Nuevo

Caminata por el sendero Pueblo Nuevo

Visita a dos pozos uno de agua azufrada y otro pozo de agua dulce.

Visita al atractivo las Mesas

Visita a Playa de Puerto Machalilla.

Estrategias De Promoción Turísticas para la Parroquia Puerto Machalilla

La propuesta de Promoción y Distribución Turística se realizó mediante la metodología descriptiva, ya que los datos que tenemos nos ayudaron a establecer estrategias creativas que contienen una descripción de los elementos que utilizamos en esta promoción.

Estrategias con redes sociales

Cuadro 6: Estrategias de promoción en redes sociales

ESTRATEGIA 1: REDES SOCIALES
DESCRIPCIÓN: Mediante redes sociales y páginas oficiales se subirá toda información actualizada de los atractivos turísticos, fotografías, paquetes turísticos, gastronomía, actividades recreativas, infraestructura, con la gran finalidad de que se tenga una información amplia y poder ser difundida a nivel nacional e internacional, buscando alcanzar un turismo elevado a futuro.
POLÍTICAS : Actualización de las páginas web cada 6 meses
ACCIÓN: Crear 3 páginas web 1 por recintos y ser manejada constantemente por Representantes de los sectores turísticos.

Estrategias de impresos Publicitarios

Cuadro 7: Estrategias de Promoción, Impresos Publicitarios

ESTRATEGIA 2: IMPRESOS PUBLICITARIOS
DESCRIPCIÓN: Mediante el diseño de trípticos y afiches, podremos presentar los principales atractivos naturales como culturales, actividades recreacionales, gastronomía, que tienen esta parroquia y poder llegar con la información escrita y visual al visitante.
POLÍTICA: Los afiches como trípticos, se realizarán aproximadamente 500 unidades por mes, y se lo repartirá en 1 año aproximado con una promoción fuerte, y con la medida de tiempo se podrá ver a futuro que cantidad de impresos será necesario para seguir incentivando la promoción.
ACCIÓN: Estos materiales impresos como son trípticos y afiches, se entregará para su distribución, en el ITUR de Puerto Machalilla, en los principales atractivos que prestan servicios de guía siendo sendero El Sombrero, sendero Eco turístico El Rocío, Comunidad Agua Blanca, Centro de información los Frailes, en cada recinto que cuenta con un representante en el ámbito turístico y en operadoras turísticas con las que se realicen convenios de promoción de Puerto Machalilla.

Estrategias De Promoción De La Marca Turística De La Parroquia Puerto Machalilla.

Cuadro 8: Estrategias de promoción de la Marca Turística.

ESTRATEGIA 3: MARCA TURÍSTICA DE LA PARROQUIA PUERTO MACHALILLA
DESCRIPCIÓN: La marca turística elaborada será la carta de presentación e identificación que se utilizará con la gran finalidad de mejorar la imagen turística de Puerto Machalilla y poder lograr ser considerados un destino turístico, con únicos paisajes, única historia ancestral, un lugar de aventura y de recreación para turistas nacionales como internacionales.
POLITICAS: El diseños del logotipo se lo realizó con los principales elementos que caracteriza a la parroquia que serán una combinación de atractivos naturales, culturales, y los colores que se utilizó son los que conforman el entorno, el azul del mar, el amarillo de la caída del sol en sus atardeceres, el verde de sus bosques y senderos en temporada de invierno, y el café de su bosque seco tropical en verano. La Marca turística se lo hará publicidad mediante la promoción en un lapso de 6 meses.
ACCIÓN: Contratación medios de publicidad como canales informativos TV, redes sociales, Página Oficial Turística de la Parroquia.

Estrategia De Publicidad Visual

Cuadro9: Estrategias de promoción de la Marca Turística.

ESTRATEGIA 3: MARCA TURÍSTICA DE LA PARROQUIA PUERTO MACHALILLA
DESCRIPCIÓN: La marca turística elaborada será la carta de presentación e identificación que se utilizará con la gran finalidad de mejorar la imagen turística de Puerto Machalilla y poder lograr ser considerados un destino turístico, con únicos paisajes, única historia ancestral, un lugar de aventura y de recreación para turistas nacionales como internacionales.
POLITICAS: El diseños del logotipo se lo realizó con los principales elementos que caracteriza a la parroquia que serán una combinación de atractivos naturales, culturales, y los colores que se utilizó son los que conforman el entorno, el azul del mar, el amarillo de la caída del sol en sus atardeceres, el verde de sus bosques y senderos en temporada de invierno, y el café de su bosque seco tropical en verano. La Marca turística se lo hará publicidad mediante la promoción en un lapso de 6 meses.
ACCIÓN: Contratación medios de publicidad como canales informativos TV, redes sociales, Página Oficial Turística de la Parroquia.

Estrategias de Publicidad Visual en Medios de Transporte Públicos.

Cuadro 10: Publicidad visual en medios de transporte públicos

ESTRATEGIA 5: TRANSPORTES PÚBLICOS
DESCRIPCIÓN: Los medios de transporte públicos son un gran apoyo para realizar publicidad, en los últimos años han sido considerados como un intermediario indirecto que mediante la publicidad consigue atraer el interés del observador llevando información clara, necesaria y con una modalidad cautivadora.
POLITICA: En el caso de la publicidad turística de puerto Machalilla, se realizará la promoción en puntos clave como son las ciudades más grandes de Ecuador, Guayaquil, Quito, Cuenca, en donde existe la visita de turistas con mayor posesión en todos los días del año, en un tiempo de 6 meses.
ACCIÓN: Realizar convenio con las empresas de transporte publica como la línea de transporte Corredores, la línea de transporte eco vía en Quito y Guayaquil.

Estrategias de Publicidad Visual en Artículos de Ventas

Estrategias Para La Aplicación De Spots Publicitarios En Radio Y Televisión

Estrategia de Publicidad en Medios Escritos

Estrategias de Señalética Informativa

Estrategia de Creación de un Itur en la Junta Parroquial de Puerto Machalilla

Estrategias de Capacitaciones a Involucrados en la Actividad Turística de la Parroquia Puerto Machalilla

Distribución Turística

Estratégicas de Convenios con Operadoras Mayoristas de Turismo

Cuadro 11: Presupuesto general de las estrategias de promoción y distribución de los atractivos turísticos de la Parroquia Rural Puerto Machalilla-Manabí.

Nº	ESTRATEGIAS	PRESUPUESTO
1	Redes sociales	\$ 1.500,00
2	Impresos publicitarios	\$ 3.000,00
3	Promoción marca turística	\$ 2.000,00
4	Vallas publicitarias	\$ 4.000,00
5	Publicidad en transportes públicos	\$ 10.000,00
6	Publicidad en artículos de venta	\$ 2.000,00
7	Spots publicitarios	\$ 6.000,00
8	Publicidad prensa-periódicos	\$ 1.500,00
9	Señalética turística	\$ 2.000,00
10	Creación de un ITUR	\$ 3.000,00
11	Capacitaciones a habitantes	\$ 2.000,00
12	Convenios con operadoras mayoristas de turismo	\$ 4.000,00
TOTAL		\$ 41.000 ,00

Financiamiento

Luego de realizar un cálculo financiero, es necesario contar con un presupuesto de \$41.000,00 dólares para lograr la Promoción Turística de la Parroquia Rural Puerto Machalilla, cuyo capital será financiado por la Junta Parroquial incluyéndola en la partida presupuestaria para el año 2017. Tomando en cuenta que esta propuesta favorece directamente a los habitantes de la Parroquia logrando incentivar sus ingresos económicos, por otro lado dando a conocer los recursos turísticos que tiene este sector abriendo fronteras en el desarrollo del turismo en Puerto Machalilla.

Conclusiones

Al finalizar la presente investigación sobre la Propuesta de Promoción Turística de Puerto Machalilla, se ha podido determinar las siguientes conclusiones:

- La oferta turística de la Parroquia Puerto Machalilla, es de 35 atractivos naturales, 34 culturales, siendo los atractivos de más interés, Playa los Frailes, Mirador de los Frailes, Laguna de agua sulfurosa, el Museo de Agua Blanca, Playa Machalilla.
- En las actividades recreacionales se ofrece 8 alternativas de deportes, buceo, kayak, pesca deportiva, ciclismo, cabalgatas, senderismo, snorkel.

- Las festividades de gran afluencia de turistas son de San Pedro y San Pablo, y la Fiesta de Balsa Manteña, que favorecen para que se siga incrementando la actividad turística para la Parroquia.
- La Cabecera Parroquial de Machalilla sector los Ciriales, cuenta con 7 instalaciones de alojamiento y 9 restaurantes, adecuadas con los servicios básicos principales. La Comunidad de Agua Blanca cuenta con 7 cabañas y 10 viviendas familiares, 3 instalaciones de alimentación, el recinto Salaite cuentan con 1 hostel y 3 instalaciones de alimentación.
- La demanda turística de Puerto Machalilla es el turistas extranjeros provenientes de Argentina con un 16%, seguido por Colombia con un 15%, entre edades de 33 a 41 años, cuyo gastos promedio es de 40 a 70 dólares por día, siendo su modalidad de viaje en compañía de amigos, la visita lo realizan una vez al año con una permanencia de 1 a 3 días en el lugar.
- El precio de los servicios ofertados son accesible, hospedaje de 10 a 12 dólares diarios, y alimentación de 3,00 hasta 9,00 dólares por comida.
- En la Marca para la Promoción Turística, se inserta cuatro atractivos principales: Islote de Sucre, San Pedro y San Pablo, un barco pesquero y su playa, los colores representativos son el verde manzana que representa la vegetación y el amarillo la variación de sus climas. Lleva como eslogan la frase Pesquero Cultural y Turístico. La marca se diseñó mediante sociabilizaciones con los habitantes y representantes de la Parroquia.
- En la promoción Turística de Puerto Machalilla se aplicará el Marketing 2.0, los productos turísticos se promocionará mediante paquetes turísticos, cuya promoción se realizará en redes sociales, medios de comunicación, material impreso (trípticos, afiches), vallas publicitarias, marca turística, medios escritos periódicos, implementación de un ITUR , señaléticas turística, capacitaciones a involucrados en turismo, con la gran finalidad de lograr posesionar a Puerto Machalilla como un destino turístico con práctica de turismo de conservación.

Agradecimiento

Agradecemos al Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Puerto Machalilia y a su equipo de trabajo quienes con total apertura ofrecieron las facilidades para la realización de este trabajo.

Referencias

- A.C. E. (1997). Estudio Botánico para el plan de Manejo pdf. Quito: Autor.
- Ambiente, M. D. (2007). Actualización del Diagnóstico del Parque Nacional Machalilla. Quito: Maxigraf.
- Araceli, J. S. (2014). Estrategias de promoción dentro de las 4 p. Chicago, US: s.n.
- Ávila, B. R. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos. Quito: Cuadernos .
- Bigné Alcañiz, E. A. (2000). Marketing de destinos turísticos . España: Esic.
- Borja, L. d. (2006). Plan de Marketing Estratégico. Portugal: Thomson Editorial.
- Coloma, L. A. (1995). Ecuadorian frogs of the genus Colostethus (Anura: Dendrobatidae). Consuelo Hernandez, C. J. (1997). Plantas Silvestres Comestibles. Quito: Abya-Yala.
- Dwyer, R. F. (2007). Marketing Industrial. Quito: McGraw Hill-Interamericana.

- Eddy Antonio, F. M. (2015). El turismo en el Ecuador: Nuevas tendencias en el turismo Sostenible y contribución al crecimiento económico. Revista Galega de economía . Tirira, D. (2011). Libro rojo de los Mamíferos del Ecuador. (2 edición). Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Geoffrey, R. (2003). Principios de Marketing. España.
- Geoffrey, R. (2003). Principios de Marketing, Segunda Edición. España: Thomson Editores.
- Jørgensen, P. & -Y. (1999). Catalogue of the vascular plants of Ecuador. US: Missouri Bot. Gard.
- k.Naresh, M. (1997). Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico. España: Prentice-Hall Hispanoamericana.
- Kerin Roger, B. E. (2004). Marketing , Séptima Edición. España: McGraw Hill.
- Kotler, P. (2002). Dirección de Marketing: Conceptos Esenciales. Mexico: Pearson Educación.
- _____ (2004). El Marketing de Servicios Profesionales. Mexico: Paidòs Ibèria.
- _____ (2006). Dirección de Marketing. Mexico: Copyright.
- _____ (2008). Fundamentos de Marketing. (8 edición). México: Prentice Hall
- De la Torre, H. N. (2008). Enciclopedia de las Plantas Útiles del Ecuador. Quito: Universidad Católica del Ecuador.
- León-Yáñez, S. R. (2011). Libro rojo de las plantas endémicas del Ecuador. Segunda edición. Quito: Publicaciones del Herbario QCA.

Cidade Imperial – Petrópolis: reflexões sobre os meios de hospedagem do Circuito Eco Rural do Brejal

Cristiane Valladares de Azevedo
Instituto Universitário de Pesquisa do Rio de Janeiro –
Universidade Cândido Mendes
valladarescris@hotmail.com

Sara Sumie Muranaka de Miranda
Universidade Federal Rural do Rio de
Janeiro sarasumiedu@hotmail.com

Resumo; Este trabalho consiste em uma reflexão sobre a infraestrutura voltada para portadores de necessidades especiais nos Meios de Hospedagem localizados no Circuito Eco Rural do Brejal, na cidade de Petrópolis, Estado do Rio de Janeiro. Tendo em vista, a importância dos Meios de Hospedagem para a atividade turística, sendo estes, equipamentos primordiais para o desenvolvimento do Turismo, a escolha do tema justifica-se por tratar de questões: de inclusão e hospitalidade. Trata-se, portanto, do resultado de um trabalho realizado mediante a revisão bibliográfica e levantamento de dados *in loco*, dividido em quatro partes: no primeiro momento, uma parte introdutória; no segundo, uma apresentação teórica sobre: Turismo, Meios de Hospedagem e normas de adaptação de infraestrutura para portadores de necessidades especiais nos equipamentos hoteleiros; no terceiro, serão apresentados os dados do circuito eco-rural de Araras e Videiras e conseqüentemente, um panorama dos meios de hospedagem e como estariam classificados; e no quarto momento, as considerações finais.

Palavras chave: Meios de Hospedagem, Turismo, Infraestrutura, Inclusão Social, Turismo Rural.

Introdução

Os circuitos turísticos eco rurais, nasceram da necessidade de diversificar os atrativos turísticos oferecidos pelo município de Petrópolis para além do Centro Histórico e ampliar a renda no meio rural. Os circuitos caracterizam-se por um conjunto de atividades turísticas, desenvolvidas no meio rural, ao longo de vias de acesso a propriedades e atrativos que formam o circuito, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade.

As regiões onde se localizam os quatro circuitos turísticos ecorurais de Petrópolis (Vale do Bonfim, Araras-Videiras, Brejal e Taquaril), atraem significativo fluxo de visitantes por serem locais que reúnem uma diversificada produção rural, rica gastronomia, e exuberante beleza natural, manifestada por meio de cachoeiras, paisagens, contemplação de espécies da fauna e flora da Mata Atlântica, bem como por seu excelente clima, que no passado encantaram figuras ilustres da nossa História.

Neste estudo especificamente trabalharemos apenas com o Circuito Eco Rural do Brejal, encontra-se no distrito da Posse, quinto distrito de Petrópolis. Conhecido por seu clima ameno e por belezas naturais incomparáveis. A região é dividida em duas localidades sendo elas: Albertos e Jurity. Sua história, assim como seu desenvolvimento, encontram-se intimamente ligados à história dos distritos de Petrópolis e Posse, a partir do séc. XIX.

O Circuito Eco Rural Caminhos do Brejal encontra-se a 50km do Centro Histórico de Petrópolis, a 1000m de altitude, com um total de 41,0 km de extensão, tendo início no distrito da Posse e fazendo limites com os municípios de São José do Vale do Rio Preto e Teresópolis.

O circuito eco rural caminhos do Brejal

A diversidade de maneiras de viver no campo é reforçada e se expressa em *“um mosaico de formas e de cores onde se impõe as culturas.”* (Kayser, 2006, apud, Carneiro, 2012, p.26)

Justamente esta diversidade de cores, modos de viver e de ser, que encontraremos nos quatro circuitos rurais da cidade de Petrópolis, um município com área total de 811 km², dividida em 5 distritos: Cascatinha, Itaipava, Petrópolis, Pedro do Rio, Posse (Prefeitura Petrópolis).

Observa-se, que para suprir algumas demandas causadas pela sazonalidade na agricultura, algumas propriedades rurais vem utilizando como estratégia as atividades de lazer. É crescente o número de propriedades rurais que vem incrementando sua renda com a participação em novas atividades econômicas, entre elas o Turismo Rural e outras atividades de lazer e entretenimento.

O meio rural, pode ser bem aproveitado para atividades turísticas, desde que as mesmas sejam planejadas e desenvolvidas a partir de parcerias com a comunidade local. De acordo com o Ministério do Turismo Brasileiro (2010, p. 18), Turismo Rural é o conjunto das atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometidas com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade.

A valorização das condições de vida no campo – como lugar onde predomina o “ar puro”, a “simplicidade de vida” e a “natureza”, em oposição à cidade, “cada vez mais poluída pelo crescimento industrial” – exerce um poder de atração sobre a população urbana. (Carneiro, 2012, p. 37).

O estresse e as agitações diárias podem contribuir de modo significativo para que cada vez mais os indivíduos se desloquem em busca de lugares com as características dos circuitos propostos neste projeto. Seja para suprir uma necessidade criada pela sazonalidade na agricultura ou para complementar a renda familiar, as atividades não agrícolas estão cada vez mais presentes no meio rural. Podemos, identificar na região estudada o que Carneiro (2012, p. 39), denomina “novo” rural, ou seja, uma nova configuração do campo a partir da incorporação de outras ocupações que não as especificamente agrícolas aos espaços tidos como rurais.

A seguir serão apresentados aspectos históricos, que culminaram na ocupação do território, onde está localizada o Circuito Eco Rural Caminhos do Brejal.

Aspectos Históricos

Como já apresentado, o Brejal possui uma área total de 41,0 km de extensão, estando localizado na Posse, quinto distrito de Petrópolis. Com clima ameno e belezas naturais, se encontra a 50 minutos do centro da cidade.

Sua história, assim como seu desenvolvimento, estão intimamente ligados à história de Petrópolis e Posse, a partir do séc. XIX. Fato a ser considerado foi a inauguração a Estrada União e Indústria por D. Pedro II, em 1860, que até os dias atuais liga o Rio de Janeiro à Juiz de Fora, em Minas Gerais, uma vez que com a inauguração a região passou a ter maior importância econômica.

Com relação a sua, as primeiras famílias a habitaram o Brejal foram: os Ferreira Bastos, os Gonçalves, os Carvalhos e os Lima, que ao longo do tempo foram criando uma nova geração na região e gerando o povoamento do local. E em 1918, houve o registro que o Sr. Antônio Francisco de Souza vendeu para o Sr. Avelino de Carvalho Bastos, parte do Brejal, pelo preço de seis contos de réis (Unidade Monetária utilizada na época), uma data (pedaço) de terra com 40 alqueires mineiros, que se limitava com a Fazenda da Posse pertencente ao Dr. José de Moraes Rattes.

O Brejal permaneceu no século XX apresentando características rurais, e em 1978 foi criada a primeira associação de produtores orgânicos do Rio de Janeiro, em vínculo com a Associação de Agricultores Biológicos do Estado do Rio de Janeiro (ABIO), conforme Brignol (2012, p.11)

Enfatizamos tal dado, visto que o Circuito Eco Rural Caminhos do Brejal levanta esta bandeira, como característica agregadora de valor.

Acessibilidade dos Meios de Hospedagem

A seguir, trataremos as questões de Acessibilidade, onde trabalharemos somente a estrutura física necessária nos meios de hospedagem

Fazendo um adendo, infelizmente, a própria questão da acessibilidade dos indivíduos no Brasil, independente de estarmos em um grande centro urbano, ou em uma cidade de menor porte é muito precária, independente de ser um destino turístico ou não.

Tomamos como guia a ABNT NBR 9050 e o site turismo adaptado, e observaremos os princípios do Desenho Universal, de ambientes comuns a todas as pessoas; e de espaços para a circulação de pessoas com deficiência física e mobilidade reduzida, que acarretaria para o empreendedor pouco ou nenhum custo, visto que seriam eliminadas as barreiras, como: degraus e espaços que necessitariam ser ampliados, para locomoção.

A ABNT NBR 9050 dispõe dos seguintes critérios, no que diz respeito a locais de Hospedagem:

10.9.1 Em hotéis, motéis, pousadas e similares, os auditórios, salas de convenções, salas de ginástica, piscinas, entre outros, devem ser acessíveis.

10.9.2 Os dormitórios acessíveis com banheiros (Figura 146) não podem estar isolados dos demais, mas distribuídos em toda a edificação, por todos os níveis de serviços e localizados em rota acessível. O percentual de dormitórios acessíveis é determinado em legislação específica (ver [1] da Bibliografia).

10.9.3 As dimensões do mobiliário dos dormitórios acessíveis devem atender às condições de alcance manual e visual previstos na Seção 4 e ser dispostos de forma a não obstruírem uma faixa livre mínima de circulação interna de 0,90 m de largura, prevendo área de manobras para o acesso ao banheiro, camas e armários. Deve haver pelo menos uma área, com diâmetro de no mínimo 1,50 m, que possibilite um giro de 360°, conforme Figura 146. A altura das camas deve ser de 0,46 m.

10.9.4 Quando forem previstos telefones, interfones ou similares, estes devem ser providos de sinal luminoso e controle de volume de som, conforme definido na Seção 5. As informações sobre a utilização destes equipamentos referentes à comunicação do hóspede com os demais serviços do local de hospedagem devem ser impressas em Braille, texto com letra ampliada e cores contrastantes para pessoas com deficiência visual e baixa visão, bem como devem estar disponíveis aos hóspedes.

10.9.5 Os dispositivos de sinalização e alarme de emergência devem alertar as pessoas com deficiência visual e as pessoas com deficiência auditiva, conforme 5.6.

10.9.6 O sanitário deve possuir dispositivo de chamada para casos de emergências, conforme 5.6.4.1.

10.9.7 Quando nas unidades acessíveis forem previstas cozinhas ou similares, deve ser garantida a condição de circulação, aproximação e alcance dos utensílios, conforme Seção 4. As pias devem possuir altura de no máximo 0,85 m, com altura livre inferior de no mínimo 0,73 m, conforme Figura 147 (ABNT NBR 9050, p. 129-131).

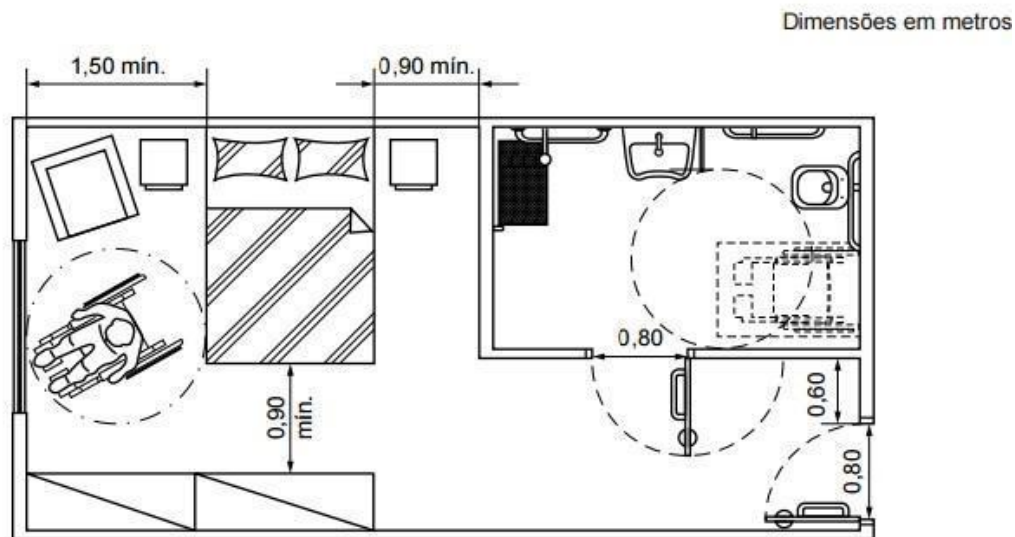


Figura 146 – Dormitório acessível – Área de circulação mínima – Exemplo – Vista superior

Fonte: ABNT NBR 9050, p. 130 - 131.

A ABNT NBR 9050, como apresentado, possui especificações bem pontuais, como por exemplo: distância de disposição dos móveis, altura, entre outros, e que nos forneceu a base para análise no ponto seguinte.

Hotelaria no Brejal: adaptada ou não?

Antes de analisarmos a questão da acessibilidade, faz-se importante mencionar que o Circuito Eco Rural Caminhos do Brejal é formada por empreendedores que trabalham dentro de um plano de associativismo, funcionando oficialmente há doze anos, mas com nascimento há quatorze anos, com o intuito de fortalecimento do circuito turístico.

O circuito se destaca pelo cultivo de produtos orgânicos, certificados; por possuírem empreendimentos, que ofertam produtos e serviços de qualidade; e por participarem do programa Talentos do Brasil – Mtur, programa que tem como objetivo: fomentar a agricultura familiar e aperfeiçoar a oferta turística.

Entre os empreendimentos que compõem o circuito, quatro são meios de hospedagem, ou seja, “Empreendimento, público ou privado, que fornece, entre as suas atividades, serviços de acomodação. Nota: O meio de hospedagem pode ter outras atividades e oferecer outros serviços turístico” (ABNT NBR 15401), sendo estes pousadas e camping.

No reconhecimento dos empreendimentos, foi possível constatar que alguns empreendimentos encontravam-se em áreas mais acidentadas e com maior declividade, o que já dificultaria a livre circulação de pessoas com deficiência física e mobilidade reduzida nas propriedades.

Foi observada que em algumas instalações apresentavam boa disposição do mobiliário, o que não impediria a mobilidade dentro dos quartos ou chalés. Com relação a especificações relativas a banheiro, somente um dos empreendimentos possuía banheiro adaptado.

Outro ponto, estaria a questão de degraus, apesar, de serem pousadas e de um dos empreendimentos ofertar também o serviço de camping, dos quatro empreendimentos de meios de hospedagem, somente dois possuíam acomodações que não havia degraus, ou que havia rampas para acesso.

Com relação a informações sobre a utilização dos equipamentos referentes à comunicação do hóspede com os demais serviços do local de hospedagem impressas em Braille, texto com letra ampliada e cores contrastantes para pessoas com deficiência visual e baixa visão, bem como devem estar disponíveis aos hóspedes, nenhum dos empreendimentos possuía, nem dispositivos de sinalização e alarme de emergência, que deveriam alertar as pessoas com deficiência visual e as pessoas com deficiência auditiva.

Importante pontuarmos, que nenhuma das unidades habitacionais havia cozinha e que na propriedade que ofertava serviço de camping, as recomendações para condição de circulação de um local de uso comum a todos, a aproximação e alcance dos utensílios, conforme Seção 4, como pias com altura de no máximo 0,85 m, com altura livre inferior de no mínimo 0,73 m, não existiam.

Considerações finais

Durante a coleta de dados, que culminaram neste trabalho, foi possível vivenciar a precariedade das estradas de acesso aos empreendimentos, e que as condições externas as propriedades, em áreas de utilização comum a todos os cidadãos não apresentavam condições mínimas de circulação, visto que não havia calçadas para o pedestre.

Como foi apresentado ao longo do texto, as propriedades, até por sua localização, apresentavam áreas acidentadas e com declividade, que já dificultaria e até mesmo impediria a livre circulação de pessoas com deficiência física e mobilidade reduzida nas propriedades.

Outro ponto, é que apesar do Circuito Eco Rural Caminhos do Brejal estar consolidado, e apresentar maior experiência, com empreendedores mais maduros, observa-se que isto necessariamente não refletirá em uma infraestrutura que ofereça acessibilidade a todos os cidadãos, sendo mais um ponto a ser considerada por seus membros.

Referências Bibliográficas

- Azevedo, Cristiane Valladares de; GODOY, K. E. Identidade rural e Turismo: Ruralidades e agricultura familiar um jeito simples de viver. In: XI Cidade Revelada, 2009, Itajaí. Preservando Identidades Culturais, 2009.
- Azevedo, Cristiane Valladares de, Agricultura, memória, paisagem e turismo: as perspectivas de construção de novas ruralidades no Assentamento Rural Fazenda Engenho Novo. Dissertação de Mestrado – CPDA/UFRRJ – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, 2015.
- Associação Brasileira De Normas Técnicas. Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos. 2015. Disponível em: <

http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/sites/default/files/arquivos/%5Bfield_generico_imagens-filefield-description%5D_164.pdf > Acesso em 20 de setembro de 2016.

- Associação Brasileira De Normas Técnicas. Meios de hospedagem — Sistema de gestão da sustentabilidade — Requisitos. 2006. Disponível em: <
<https://ecoturmatatlantica.files.wordpress.com/2010/09/21425202939-mh-sistema-de-gestao-da-sustentabilidade.pdf> > Acesso em 20 de setembro de 2016.
- Brasil. Ministério do Desenvolvimento Agrário. Manual do Plano Safra da Agricultura Familiar 2003/2004. 2003.
- Brasil. Ministério do Turismo. Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil. 2004.
- Brignol, V. Representações do risco causado pelo uso de agrotóxicos sobre a saúde e o ambiente, por agricultores convencionais e orgânicos da região do Brejal, Petrópolis (RJ). 2012. 175 f. Dissertação (Dissertação em Saúde Pública e Meio Ambiente). Programa de Pós-Graduação em Saúde Pública e Meio Ambiente, Fundação Oswaldo Cruz, Rio de Janeiro. 2012.
- Campanhola, Clayton. O Agroturismo como nova fonte de renda para o pequeno agricultor brasileiro. In: Turismo Rural: Ecologia, Lazer e Desenvolvimento. Org. Riedl, M; Almeida, J. A. São Paulo: EDUSC, 2001.
- Carneiro, Maria J. Camponeses, Agricultores & Pluriatividade. Rio de Janeiro: Contra-capa, 1998.
- Carneiro, Maria José. Ruralidades contemporâneas: modos de viver e pensar o rural na sociedade brasileira. Rio de Janeiro: Mauad X: FAPERJ, 2012.
- Cazella, A. A.; Bonnal, P.; Maluf, R.S. (Org.) Agricultura familiar, multifuncionalidade e desenvolvimento territorial no Brasil. Rio de Janeiro: Mauad X, NEAD, IICA, 2009. 301p.
- Sites visitados:
- <https://turismoadaptado.wordpress.com>
- <http://www.petropolis.rj.gov.br>
- <http://www.revistahoteis.com.br>
- <http://www.turismo.gov.br/turismo/home.html>

Turismo e imagem-troféu: a fotografia como fator motivacional para viajar

Cristiane Valladares de Azevedo
Instituto Universitário de Pesquisa do Rio de Janeiro –
Universidade Cândido Mendes
valladarescris@hotmail.com

Viviane Soares Lança
UFRuralRJ - Fundação CECIERJ/Consórcio CEDERJ
Lança.viviane@gmail.com

Sabrina Machado Sabino Universidade
Federal Rural do Rio de Janeiro
binasabino@oi.com.br

Resumo: O presente trabalho se inicia contextualizando o surgimento da fotografia no mundo e como a mesma veio se desenvolvendo ao decorrer dos anos. É grande a importância que a fotografia vem assumindo, principalmente no que tange à sua parceria com o fenômeno turístico, influenciando de maneira direta ou indireta na escolha de destinos. Assim, para alcançar o objetivo da pesquisa, foi realizado um levantamento de dados e um estudo aprofundado sobre o surgimento da fotografia no mundo, tendo ênfase no momento em que a máquina fotográfica chegou para a população, evoluindo para a fotografia digital, onde contribuiu imensamente para as empresas ligadas diretamente ao turismo. O trabalho utilizou entrevistas com turistas para compreender as motivações que desencadearam na realização da prática da fotografia nas viagens, o que serviu para comprovar a ideia da imagem-troféu abordada nesta pesquisa. Os resultados obtidos em campo permitiu contatar uma nova tendência de consumismo, em que a população inserida em um contexto que tudo deve ser rápido, o foco é a diversão, o prazer e a “imitação”.

Palavras-chave: Fotografia; Imagem-troféu; Destino Turístico; Memória.

Introdução

Desde a sua invenção a fotografia tem sido utilizada como um eficiente meio de expressão artística e contemporaneamente como instrumento de planejamento e gestão por diversas áreas do conhecimento, Geografia, História, Antropologia, Botânica, Arquitetura, Turismo, dentre outras, dispostos a melhorar o desempenho de suas atividades científicas e profissionais. Assim, enquanto a fotografia torna-se um instrumento de trabalho, a imagem recortada no espaço/tempo transforma-se num objeto de estudo, para muitos pesquisadores. Para Hedgecoe, (1991, p.64), ao se definir como linguagem de criatividade visual, este recurso e seus tratamentos de imagens são também “maneiras de se conhecer o passado, questionar o presente e vislumbrar o futuro através de projeções geométricas e computacionais do real.”

O turismo, muitas vezes, vende sonhos que acabam por materializar-se através da imagem-troféu buscada por cada turista durante uma longa viagem ou uma simples visita a um atrativo natural/cultural. Acredita-se que a imagem seja o principal fator de atração de turistas ou visitantes a um determinado destino ou atrativo turístico. Sabe-se que normalmente o primeiro contato do turista

com o trade turístico se dá pela imagem exposta em materiais institucionais (cartão postal, folheteria, Internet...), fornecidos por hotéis, agências de viagens e pelo poder público representado pelo Ministério do Turismo, EMBRATUR e secretarias estadual e municipal de turismo.

Para Sontang, (1933, p. 170), tais imagens são de fato capazes de usurpar a realidade porque, antes de tudo, uma foto não é apenas uma imagem (como uma pintura é uma imagem), uma interpretação do real; é também um vestígio, algo diretamente decalcado do real, como uma pegada ou uma máscara mortuária. Baseando-se no autor é possível afirmar que a imagem traduzida neste estudo como fotografia seja exatamente a imortalização e o registro do momento para posteridade tal como aconteceu. A fotografia é o “congelamento” do real, algo que certamente irá para um álbum de família ou para uma prateleira de porta-retratos.

Acredita-se, baseado em Rossi (2009), que não há possibilidade de trabalhar o turismo sem a fotografia, pois são as imagens que vão incentivar a prática turística. Sendo muitas vezes elas que despertam o desejo de viver a cena da capturada, e posteriormente são os registros que permitem ao ser humano reviver na memória a cena.

Portanto, o objetivo geral desta pesquisa é mostrar a influência da fotografia no turismo dentro de viagens realizadas em locais conhecidos e divulgados pela mídia, contextualizando o prazer existente em fotografar e verificando a real motivação da prática desta atividade na captura da beleza que os destinos turísticos brasileiros, Urca e Trem do Corcovado, localizados no Rio de Janeiro) proporcionam. Assim, os objetivos específicos do trabalho são: Contextualizar o surgimento da fotografia e sua evolução; analisar a importância da fotografia no turismo; verificar como a fotografia influencia o turista nos destinos Urca e Corcovado.

Procedimentos Metodológicos

Para alcançar o objetivo da pesquisa, foram desenvolvidos os seguintes procedimentos metodológicos:

1. Levantamento de dados, através de revisão bibliográfica, sobre o surgimento da fotografia no mundo, tendo ênfase no momento em que a máquina fotográfica chegou para a população;
2. Aplicação de entrevistas com turistas para compreender as motivações para a realização da prática da fotografia nas viagens e para também saber o que fazem com as fotos após o registro. A partir de uma abordagem qualitativa, as entrevistas foram feitas com 25 pessoas, tendo o auxílio de um gravador, com 126 minutos de gravação no total, o que contribuiu com boa parte para o levantamento de dados e a elaboração deste respectivo trabalho. Em média as entrevistas levaram entre cinco e quinze minutos, dependendo da receptividade do entrevistado. Os depoimentos foram feitos com o auxílio de um roteiro de perguntas abertas. Após as entrevistas, transcreveram-se as falas e tabularam-se os dados a fim de trazer maior fidelidade às informações levantadas.

Houve dificuldade da pesquisadora em abordar um número maior de entrevistados. Por terem sido aplicados questionários em locais bem movimentados e haver vários funcionários de agências de turismo oferecendo serviços. Acredita-se que a imagem da pesquisadora foi associada a deles, pois ao se tentar abordar os turistas, estes não se dispuseram a parar um minuto para uma conversa. Ao todo foram 57 abordagens, porém só houve sucesso em 25.

3. Observação de campo na Urca e no Trem do Corcovado, ambos localizados no Rio de Janeiro. Estar em campo possibilitou compreender a visão dos turistas e perceber o modo destes

agirem diante de uma câmera, durante uma viagem ou passeio. Além disso, realizou-se diário de campo, pelo qual foi possível registrar atitudes dos pesquisados com maior precisão.

A escolha da Urca (RJ/Brasil) foi devido à localização do bondinho, que dá acesso ao Pão de Açúcar, onde muitos turistas querem conhecer tanto pela beleza da natureza local quanto pela imagem que é vendida fora do Rio de Janeiro. Como é destacado pela EMBRATUR – Instituto Brasileiro de Turismo (2006), a capital fluminense é internacionalmente conhecida pela sua beleza e é o destino mais procurado pelos turistas estrangeiros que visitam o Brasil a lazer, e o segundo colocado no turismo de negócios e eventos.

A visita foi realizada no dia 19 de setembro de 2015 e entrevistou-se 15 turistas, sendo todos nacionais. Nos dias 12 de outubro de 2015 e no dia 10 de novembro de 2015 a pesquisadora retornou ao local para diário de campo.

O outro ponto escolhido para aplicação dos questionários foi o Trem do Corcovado (RJ/Brasil). De acordo com o Jornal do comércio (2015), a ferrovia leva cerca de um milhão de pessoas por ano aos pés do Cristo Redentor, monumento inaugurado em 1931 e considerado uma das sete maravilhas do mundo moderno. Os turistas querem constatar a beleza vista através de fotos, e também levar para casa uma foto do Cristo Redentor de braços abertos para a cidade do Rio de Janeiro.

A visita foi realizada no dia 9 de outubro de 2015 e entrevistou-se 10 turistas, sendo todos nacionais. A pesquisadora não retornou ao local para realizar diário de campo.

O uso da fotografia nos dias atuais

Segundo Guran (1992), a luz, em termos de linguagem, é um valor de composição fundamental para a fotografia. Assim como o pintor necessita lidar com as tintas para compor sua obra, o fotógrafo precisa da luz para registrar a imagem num plano. Entre os elementos que dão vida à fotografia, a luz tem a função de captar e registrar as nuances nas imagens em cores e as gradações de cinza nas fotografias em preto e branco.

Mas foi apenas depois de 1888, quando foi lançada por George Eastman, a Kodak N°1, câmera portátil de fácil manuseio, que passou-se a ter a *fotografia vernacular* (ou cotidiana), possibilitando à população o registro de momentos do seu dia a dia. (CHIEZA, TELES, 2012) É importante esclarecer que o valor da fotografia vernacular não está em sua técnica de fotografar ou em sua arte, mas sim no lembrar de um momento, local e de uma memória. Ela é de caráter amador, encontrada em arquivos pessoais e nos álbuns de família. Toda foto vernacular é tirada sem a intenção de ser mostrada ao público geral.

Assim, no início do século XX, as revistas começaram a ilustrar com fotos suas matérias e seus anúncios, substituindo aos poucos suas ilustrações pictóricas, mudando os paradigmas da comunicação de massa e de conhecimento do mundo.

Com o avanço da tecnologia, a cobrança por equipamentos mais leves e ágeis despertou nos fabricantes o interesse em investir no setor fotográfico, provocando uma renovação no mercado e chamando a atenção do grande público para as novidades tecnológicas e para a praticidade do manuseio desses equipamentos, tornando mais fácil o acesso a estes registros e permitindo um melhor custo. Todavia, a sociedade encontrava ainda muitos problemas para fotografar mesmo nas últimas décadas do século XX: os papéis fotográficos eram caros, as fotografias não eram de alta qualidade e não permitiam reprodução. Os riscos dos registros obterem problemas eram grandes (CORRÊA, 2013)

Nesse quesito, a fotografia digital mudou completamente toda a história fotográfica. Agilizando processos, eliminando etapas, permitindo o envio de fotos para várias pessoas ao mesmo tempo sem a necessidade de várias cópias. Isso fez surgir um maior número de amantes da fotografia. A popularização desta tecnologia democratizou a atividade, permitindo a um grande número de pessoas o acesso à produção fotográfica e possibilitando a estas o registro de momentos, pessoas e o que mais queiram fotografar. Onde no mundo atual em que tudo precisa ser instantâneo, economiza-se tempo e dinheiro. (HEDGECOE, 2013)

A fotografia digital se destaca pelo nível da velocidade de transmissão de dados, onde se pode fazer um registro e ao mesmo tempo publicar na *internet*. As câmeras digitais, por descarregarem as imagens diretas em um computador, possuem um custo de produção mais baixo em relação à analógica. Também se pode ajustar a sensibilidade da maioria das câmeras digitais para melhor compatibilizá-la quando estiver ao ar livre com luz clara ou em locais fechados com pouca luz. (MARTINS, 2013)

É dentro deste contexto que, atualmente, o turismo se apropria da imagem. Para Dubois (2007), na fotografia a necessidade de ver para crer é satisfeita. A imagem fotográfica é percebida como uma espécie de prova e atesta individualmente a existência daquilo que mostra. Numa perspectiva de marketing, considera-se que os turistas viajam porque retiram vantagens desse comportamento. O turista tem vontades que se somam à necessidade de sair do seu cotidiano, sendo estas vontades, muitas vezes, geradas pela divulgação de imagens através da mídia.

Recordação, imagem ou troféu?

Define-se como sendo imagem de um destino, o conjunto de percepções e representações mentais do futuro e recordações passadas que o turista possui sobre uma localidade escolhida (ACERENZA, 2002). A utilização da imagem é uma constante na atividade turística. Paisagem e turismo vão estar sempre ligados diretamente, uma vez que a paisagem quase sempre constitui a matéria-prima do fenômeno turístico.

A cada dia se gera mais imagens e se posta fotos em redes sociais, grande parte delas para mostrar às pessoas os lugares que estivemos presentes e não necessariamente apreciamos. (HYPENESS, 2015). O turismo sempre esteve ligado diretamente às imagens, sejam elas imagens fotográficas, de filmes, publicitárias ou mesmo imagens mentais, fruto da nossa ilustre imaginação. O primeiro contato do turista com o seu possível destino turístico se dá pela imagem exposta em materiais institucionais (cartão postal, panfletos, imagens na *internet*), fornecidos por meios ligados diretamente ao turismo, onde poderá surgir o desejo em conhecer o lugar da imagem visualizada anteriormente.

Segundo Azevedo (2008), podemos classificar imagem-troféu como a confirmação e prova que a viagem ou o passeio foi realizado. Por mais registros que o turista obtenha ao decorrer de sua viagem, elas nunca irão satisfazer totalmente o turista, gerando a necessidade de fotografar cada vez mais os momentos de seu passeio, e o conjunto de fotos nunca será o suficiente.

A imagem-troféu confirma de forma modesta e singular apenas que o tema existe, que a viagem ou passeio foram realizados, portanto, por mais fotos que o turista tenha, elas nunca serão suficientes.

O caráter mágico das imagens é essencial para a compreensão das suas mensagens. Imagens são códigos que traduzem eventos em situações, processos em cenas. Não que as imagens eternalizem eventos; elas substituem eventos por cenas. E tal poder mágico, inerente à estruturação plana da imagem, domina a dialética interna da imagem, própria a toda mediação, e nela se manifesta de forma incomparável. (FLUSSER, 2002, p. 8).

A fotografia nos fornece provas. Segundo Sontag (1981, p.9), a fotografia será a prova incontestável de que o turista fez a viagem, cumpriu o programa e se divertiu. Podemos dizer que a imagem levada para casa, o troféu, será o documento, a comprovação dos momentos e das vivências de uma viagem ou passeio. Portanto, viajar pode ser uma estratégia para o acúmulo de fotografias ou troféus. Não basta ao ser humano conhecer o lugar e admirar a paisagem, mas é necessário imortalizar o momento. É justamente esta necessidade que o faz lançar mão da câmara fotográfica registrando cada instante tentando dessa forma imortalizar o acontecimento. Uma vez que a fotografia é algo totalmente palpável ele poderá tê-la nas mãos sempre que quiser lembrar um determinado momento.

Não basta conhecer, tocar, faz-se necessário imortalizar o momento, congelá-lo através do simples apertar de um botão. É só dizer: “olha o passarinho!”. Pronto está feito o registro, a imortalização do momento. Se pudéssemos traduzir o sentimento do turista ao poder levar para casa um pedacinho do Coliseu, da Torre Eiffel, do Museu do Louvre, Pão de Açúcar, Corcovado e tantos outros espaços e atrativos turísticos talvez pudéssemos usar apenas uma simples palavra: *êxtase*.

Miossec (1977), reconhece três grandes tipos de imagens turísticas: global, tradicional e atual. Cada um desses tipos diz respeito a uma conduta individual e grupal.

- A imagem global corresponde às aspirações do ser humano por ultrapassar seu limite, limite este que corresponde ao domínio, ao conhecimento do mundo. A busca de lugares torna-se mais frequente tão logo o lugar em que se está estabelecido transforma-se em familiar.

- A imagem tradicional é proveniente das experiências, da vivência da pessoa. A imagem tradicional fixa-se lentamente, durante um longo tempo, e a cultura do turista permite-lhe um entendimento de toda riqueza que a paisagem apresenta. Cada camada social valoriza o espaço de um modo peculiar, imagem transmitida pelos costumes e moldada através dos tempos.

- A imagem atual corresponde ao espaço criado pela mídia, pela moda, pelos padrões de beleza ditados pela sociedade capitalista. Essa imagem é auto-regulada, compreendendo três componentes: o turista, o núcleo receptor e o trade turístico.

O turista é o que tem aspirações e vontades que se somam à necessidade de sair do cotidiano, vontade acentuada e aguçada pela mídia (folders, revistas, filmes, etc). É aquele que sai em busca da imagem-troféu ou do safari fotográfico¹. O núcleo receptor é a área estruturada para receber o turista, o espaço turístico formado por seus atrativos naturais e culturais. O trade turístico são todos os prestadores de serviços envolvidos na venda do espaço turístico, como por exemplo, agências de viagem, agentes e guias de turismo, publicitários, rede hoteleira, etc.

Do olhar do turista à imagem capturada

No aspecto das transformações ocorridas pelo turismo, Urry (2001) identifica mudanças no olhar do turista, onde perde-se o aspecto sentimentalista e individual para um olhar mais simples e coletivo. Esse olhar coletivo necessita da presença de um grande número de pessoas. “É preciso a presença de outros turistas para que exista o sucesso de tais lugares, que dependem do olhar coletivo do turista”. (URRY: 2001, p.70). É nesta perspectiva, que são elencados aqui os resultados obtidos em pesquisa de campo.

¹ Em alguns países como a Bolívia, por exemplo, já é comum a venda de pacotes com o título: Safari Fotográfico. Ver anexo A.

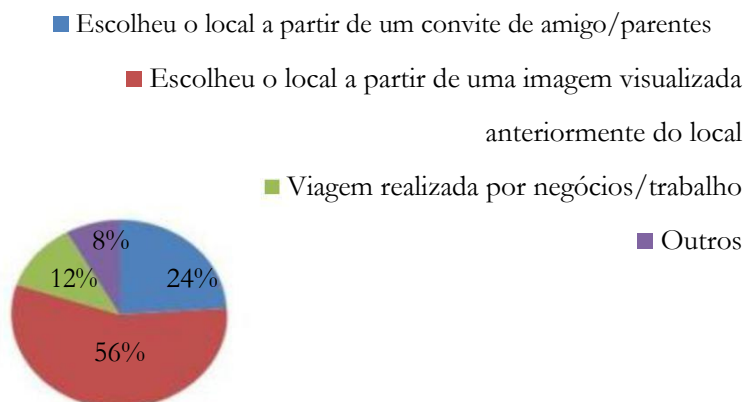
A visita foi realizada na Urca no dia 19 de setembro, 12 de outubro e 10 de novembro de 2015 e entrevistou-se 15 turistas, sendo todos moradores do Brasil. No dia 9 de outubro de 2015, a pesquisa foi realizada no trem do corcovado, com 10 turistas, sendo todos também brasileiros. Além disso, realizou-se um diário de campo, pelo qual foi possível notar com mais precisão as práticas dos turistas que frequentavam o lugar.

A concretização de uma viagem a partir de uma imagem

O turismo é um bem de consumo predominantemente impalpável que possui como características a intangibilidade (não se pode pegar, apalpar, cheirar), perecibilidade (uma vez produzido, deve ser consumido), simultâneo (uma vez que o serviço é oferecido, ele deve ser consumido) e heterogêneo (depende do desempenho humano, do funcionário que o produziu) (COBRA, 2005, p. 90). Portanto, o serviço turístico é apresentado aos consumidores potenciais por meio de descrições, narrações, mídia e principalmente por fotos.

Como escrito no decorrer deste trabalho, a influência das imagens na história da sociedade sempre foi predominante na cultura brasileira e no cotidiano da população. A ligação do turista com imagens resulta na necessidade em novas descobertas e interesse em conhecer pessoalmente “novos” lugares. Contudo, a população acaba necessitando repassar as experiências vividas. O turista, antes de viajar, faz previsões das experiências que pretende ter. Estas estão fundamentadas nas emoções que o destino chama na sua memória, por comentários de amigos, pela leitura de folhetos, anúncios publicitários etc. Sua decisão será baseada na imagem que ele valoriza e espera encontrar (Acerenza, 2002), conforme foi possível observar e campo (gráfico 1)

Gráfico 1: Motivo da escolha do destino



Fonte: Pesquisa própria, (2015)

Sobre questão quanto à motivação da escolha do destino, em entrevista com turista do Rio Grande do Sul, na Urca, este ressaltou que a primeira vez em que veio a cidade do Rio de Janeiro foi para ver de perto as imagens maravilhosas chegadas até ela por meios de comunicação. Após a primeira visita, decidiu voltar mais vezes, por considerar uma cidade bastante hospitaleira e repleta de imagens lindíssimas, como se verifica na fala abaixo.

Pode-se afirmar, portanto, que os estímulos induzidos pelas ações de marketing influenciam no processo de formação da imagem de destinos turísticos (CHAGAS, 2009). Grande parte destas imagens chegam até os turistas através de fotos divulgadas pelas redes sociais. Há também aqueles que visualizaram estas imagens por folhetos distribuídos por empresas ligadas diretamente ao turismo.

Segundo Urry (2001) a cultura pós-moderna tem no imediatismo a sua principal característica. E, nesse sentido, a mídia tem um papel muito importante, pois cada vez mais vivemos em uma cultura de dois, três ou cinco minutos.

“Quem não gostaria de ter uma foto no Cristo Redentor, de braços abertos?”².

“Vim aqui porque eu vi a foto na internet e queria igual”³.

“É realmente lindo! Tirei várias fotos minhas lá de cima”⁴.

“Gosto de contemplar a paisagem, mas vim na intenção de ter uma foto legal também”⁵.

Urry (2001) disserta sobre o tipo de turista que almeja reproduzir o que os demais fazem, para posteriormente dialogar e ter argumentos sobre o destino turístico colocado em questão. Existe também o perfil do turista que deseja viajar para lugares ainda não descobertos, querem ir onde ninguém ainda foi, almejam serem os descobridores. Este turista deseja não somente ter o que contar, mas também deseja ter novidades para contar, trazer informações que os outros desconhecem e assim colocar-se num patamar mais elevado na sociedade que se insere. Embora a pesquisadora não tenha identificado este perfil de turista em suas entrevistas, Urry (2001) afirma que ele existe.

Na esfera da atividade turística, a imagem na memória do visitante é a sua principal referência sobre o destino. Trabalhar a projeção da imagem de destino turístico é essencial para o seu posicionamento em um mercado competitivo e, conseqüentemente, contribui para atrair mais turistas (KOTLER, 2007).

Praticar o turismo, ou desfrutar de uma experiência turística é algo que traz em si uma sensação de prazer. Em divergência ao esforço do trabalho, o turismo é praticado no tempo livre, nos dias de folga e em lugares que fogem ao seu cotidiano, bem distante do trabalho e casa. Inserido num intervalo breve de tempo, o que leva o turista a praticar a fotografia naquele tempo disponível é estar mediante ao diferente e usufruir o máximo de atividades possíveis. Conhecer tudo, ir a todos os lugares recomendados e fotografar tudo. “A mania fotográfica resulta em abundância de fotografias. Uma abundância de memória que a fixa” (FLUSSER, 1985, p. 30).

A fotografia se torna uma passagem de um momento, da memória do indivíduo, dos seus costumes, da comunidade ou simplesmente da beleza da natureza. Ela é um papel fundamental para não cair em esquecimento o que já foi vivido. Quando enfatizamos muito apenas o ato de fotografar, acabamos deixando o momento passar despercebido, pois perdemos grande parte do tempo fotografando. É claro que não se deve generalizar, esta afirmativa diz respeito sobre o excesso de fotos repetitivas e a necessidade em querer registrar tudo, sem perceber o local de fato, sendo assim, perdendo a experiência da vivência local. As razões pelas quais o registro ocorre depende grande parte dos estímulos recebidos no momento contemplado (SCHLICHTA, 2009) do observador. Cada turista pode ser estimulado com maior ou menor intensidade ao se deparar com elementos (materiais/imateriais) que conduz a sua vontade de fotografar.

O turista registra com seu olhar, automaticamente. Em certas ocasiões, o turista se priva em aproveitar a experiência que está vivendo, e se lamenta por não estar com acesso a uma câmera ou aparelho de fotografar em mãos para obter o registro no local. Nota-se então que o hábito de

² Relato da turista que veio conhecer o Cristo Redentor, aparenta ter mais de 60 anos.

³ Resposta de uma turista que veio de São Paulo, sobre o motivo de sua viagem ao Rio.

⁴ Moradora do Rio Grande do Sul, falando sobre a vista que o Pão de Açúcar proporciona.

⁵ Resposta de uma jovem turista que veio do Rio Grande do Sul, ao ser questionada se vem na intenção de fotografar o local.

fotografar tornou se parte do dia a dia da população, um costume que chegou para a sociedade do séc. XXI.

A fotografia e/ou o ato de fotografar tem muito a enriquecer uma simples viagem, como destacado na fala a seguir:

“No final das contas, nunca saio nas fotos, pois me sinto parte do meio ambiente”⁶.

Todavia, há aqueles que desconsideram a importância de fotos em meio a momentos de lazer. Em conversa com um casal, moradores da cidade de São Paulo, que visitavam o Cristo Redentor, eles afirmaram que pouco fotografam em suas viagens. A viagem para eles é um momento para descansar a mente e fugir do cotidiano, é um momento para evadir se da pressão do dia a dia e apenas descansar. Uma hora ou outra tiram fotos apenas para guardar lugares especiais em que frequentaram, mas é muito raro, pois sempre esquecem. Eles afirmaram que não há necessidade em tirar foto de uma ambiente que já conhecem ou que a imagem circula através da internet, e se não vão imprimir/revelar é meio que incoerente obter um novo registro.

É possível perceber na fala dos entrevistados plena sintonia com o meio ambiente, onde a preferência é aproveitar a natureza, o passeio e os atrativos turísticos sem a obrigação de registrar e repassar estas fotos a diante, comprovando que estiveram no local. Nota-se que eles não se enquadram no perfil de turistas que almejam reproduzir o que os demais fazem, para posteriormente divulgar estas imagens a terceiros e ter consigo sua imagem-troféu, obtendo status perante a sociedade.

“... tanto que nem subi”⁷

O turista estava no entorno do local apenas a passeio, para andar e passar o tempo por ali. Ele já tinha visitado o Pão de Açúcar em sua primeira vinda ao Rio de Janeiro. Anos depois ele se encantou com uma carioca e começou um relacionamento, passando a visitar frequentemente a cidade maravilhosa.

Neste caso, onde a viagem já não é mais inédita e o visitante já conhece o local por completo, constata-se então a ausência do “encanto” de fotografar a viagem, pois o que antes era diferente agora se tornou usual, não sendo mais novo. Devido às imagens do local já serem registradas em alguma viagem passada, somando o fato do ambiente tornar se um local frequente em que o visitante tem a certeza do retorno, não sendo este o seu endereço, entende-se que o ambiente tornou se comum, não sendo interessante fotografar sua permanência no local.

Em pesquisa a campo, constatou-se que de um total de 25 entrevistados, apenas 64% fotografam nas viagens, 20% fotografam pouco nas viagens e 16% não fotografam em suas viagens. E a respeito da revelação das fotos após as viagens, obtiveram-se os seguintes dados: 56% revelam algumas de suas fotos da viagem ao retornarem, 24% não revelam nenhuma foto da viagem e 20% revelam todas as fotos capturadas no decorrer de sua viagem.

Observou-se ainda, que uma grande quantidade de visitante estavam dispostos a registrar o passeio, porém poucos tinham em suas mãos uma máquina fotográfica, como de costume nas décadas passadas. Notou-se que a maioria possuía *smatphones* (telefone inteligente) ou uma máquina *gopro* em

⁶ Morador de São Paulo que costuma sempre vir ao Rio de Janeiro. O motivo das visitas frequentes é em virtude de ser um local próximo ao seu estado e ter parentes que residem no local

⁷ O termo subir se refere ao teleférico do Pão de Açúcar

mãos, talvez pela praticidade que a tecnologia destes aparelhos proporcionam, oferecendo a possibilidade de fotos em grupos através de *selfie*.

Em visita à Urca, achou-se intrigante a atitude de um grupo que faziam registros no local posicionando a máquina fotográfica na finalidade de ter uma foto de todos no local visitado, sem perder a qualidade que a máquina fotográfica proporciona. Em uma tarde ensolarada, com a calmaria que a brisa do mar da Praia Vermelha proporcionava, fazia do ambiente as condições perfeitas para a foto perfeita. Os componentes estavam em primeiro plano e a paisagem, com o pão de açúcar, estava ao fundo em segundo plano. Uma foto sonhada e idealizada por muitos. Os componentes aparentavam estar na mesma viagem e acredita-se também que sejam membros da mesma família pelo modo que se tratavam e pelos laços estreitos que mantinham uns com os outros.

Todas estas observações confirmaram que a imagem do produto turístico concede o conjunto de crenças e impressões que as pessoas possuem sobre lugares. As Imagens representam a simplificação de uma grande quantidade de associações e informações relacionadas a um lugar. (CHAGAS, DANTAS, 2009) Elas são um produto da mente que tenta processar informações essenciais de uma grande quantidade de dados sobre determinado local. Contudo, muito antes de conhecer o local, o turista cria uma imagem, baseada nos estímulos simbólicos

Considerações Finais

Um lugar não é formado apenas por imagens. Aliás um lugar é muito mais que uma simples fotografia. Apesar da necessidade clara do ser humano de imortalizar o momento e levar para casa a sua imagem-troféu, um lugar é formado por paisagens, pessoas. Pessoas essas que construíram uma história de vida para além da imagem e do turismo. Por isso muitas das vezes não serão apenas as imagens as grandes responsáveis pela atratividade do destino turístico, mas será o conjunto: a cultura manifestada através dos hábitos e costumes da população local, a identidade deste povo, a gastronomia, enfim coisas que nunca serão aprisionadas numa fotografia, mas que terão que ser vividas e praticadas para se ter realmente a sensação de missão cumprida. Todavia, foi possível observar durante a realização deste trabalho, que as imagens também influenciam muito na escolha de um destino, construindo uma prévia imaginação de como será a viagem e a quais lugares visitar. Contudo, ainda pode-se ressaltar que a imagem visualizada antes da viagem gera emoções e expectativas sobre o local a ser visitado, desenvolvendo a necessidade de relatar cada detalhe em fotos, fotos estas que serão a única prova de que o turista foi ao local e realizou a viagem.

O presente trabalho buscou alinhar o turismo baseado nas imagens divulgadas na mídia e materiais de agências de turismo, onde gera no turista potencial a vontade de conhecer o local e viver a experiência repassada por amigos e familiares através de fotos e fatos. Também se destaca aqueles que foram até o local não só para viver a experiência, e sim para reproduzir imagens que foram divulgadas através da mídia, tendo assim sua imagem-troféu. Pode-se afirmar que ter em sua bagagem de vida histórias de viagens para contar é algo prazeroso, onde eleva o status diante da sociedade.

Assim, constatou-se que o papel do marketing de um destino é contribuir para que a imagem do local turístico leve os potenciais turistas a antecipar e “viver” pela sua imaginação, as emoções que esperam sentir no destino.

Conclui-se, que o objetivo dessa pesquisa foi alcançado, tendo em vista que a divulgação de imagens onde se tem a beleza da natureza local somada a intervenção da atividade humana, na finalidade de tornar um atrativo turístico, desperta o desejo de viver a experiência, sentir novas emoções e resulta na prática do turismo no mundo. Ao visualizar a imagem, o turista já imagina como será sua viagem.

Tendo em vista que a imagem é um dos principais insumos para a venda dos destinos turísticos no Brasil, é possível dizer que são as fotos de catálogos e guias de viagem, divulgadas em redes sociais e *sites* especializados, que encantam o turista, desperta desejos de contemplar o local, fazendo visitar o extenso litoral brasileiro, conhecer as manifestações artísticas e o patrimônio cultural do país. De acordo com Gomes (1996), a imagem fotográfica, ao registrar a experiência, pode provocar novas percepções, produzir a subjetividade inerente ao ato de olhar do contemplador e ao mesmo tempo imortalizar o fato e o espaço captados, objetivando para o cientista aquele momento e contextualizando com outros repertórios signos do sujeito.

Porém a imagem, neste estudo específico, a fotografia, nunca substituirá e tampouco traduzirá as sensações e emoções vividas em uma viagem. A fotografia pode valorizar imensamente um espaço turístico, mas é necessário lembrar que imagens nunca traduzirão a essência e a alma do lugar.

Referências Bibliográficas

- Acerenza, Miguel Angél. Administração do turismo: conceituação e organização. Trad. Graciela Roberta. Bauru, SP: EDUSC, 2002.
- Azevedo, Cristiane Valladares. Turismo e imagem-troféu: Múltiplas visões através de lentes fotográficas. Setur: 3ª Semana De Estudos Turísticos, 24-26 de Novembro, Ouro Preto, MG, 2008.
- Chagas, M. M. das; Dantas, A. V. S. A imagem do Brasil como destino turístico nos websites das operadoras de turismo européias. Observatório de Inovação do Turismo – Revista Acadêmica, v.IV, n.2, jun.,2009. Disponível em <<http://virtualbib.fgv.br/ojs/index.php/oit/article/view/1564>> Acesso em: 25/09/2009.
- Chieza, Deise; Teles, Anamaria. A Fotografia em Blumenau: Reflexões Sobre a Produção Contemporânea do Foto Clube Santa Catarina. In: XIII Congresso De Ciências Da Comunicação Na Região Sul (INTERCOM), 2012, Chapecó.
- Cobra. Marcos. Marketing de turismo. São Paulo. Cobra Editora e Marketing. 2005.
- Corrêa, Juliana Rosa. A Evolução da Fotografia e uma Análise da Tecnologia Digital. Viçosa - MG Curso de Comunicação Social /Jornalismo da UFV 2013.
- Flusser, Vilém. Filosofia da Caixa Preta: Ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.
- Embratur (2006). Anuário Estatístico Volume 33 2006 . Ministério do Turismo.
- Goldman, Aaron. Nos bastidores da Google: tudo o que sei sobre marketing aprendi com o Google. São Paulo: Saraiva, 2011.
- Gomes, Patrícia. Da escrita a imagem: da fotografia à subjetividade. Porto Alegre: UFRGS - Instituto de Psicologia (Dissertação de Mestrado),1996
- Guran, Milton. Linguagem fotográfica e informação. Rio de Janeiro: Rio Fundo Editora, 1992.
- Hedgecoe, J. Manual das Técnicas Fotográficas 8 ed. Lisboa: Dinalivro, 1991.

- Hypeness, Autunno Blog. Obsessão por fotografia. 2015. Disponível em:<<https://autunnoblog.wordpress.com/tag/fotografia/>>. Acesso em: 14 setembro 2016.
- Ignarra, Luiz Renato. Fundamentos do Turismo. 2 ed. São Paulo: Thomson, 2003.
- Jornal Do Comércio. Trem do Corcovado, o passeio turístico mais antigo do País. Disponível em:<<http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/suplementos/jc-mais/noticia/2015/08/30/trem-do-corcovado-o-passeio-turistico-mais-antigo-do-pais-196547.php>>. Acesso em: 14 setembro 2016.
- Junior, Ademir Pereira dos Santos; SANTOS, Aldenyra Christina Fonseca dos (2007). Arte e Turismo: A fotografia como ferramenta de trabalho do turismólogo contemporâneo. Revista Eletrônica Aboré – Publicação da Escola Superior de Artes e Turismo – Edição 03/2007.
- Kotler, P.; Armstrong, G. Princípios de marketing. 12 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2007.
- Martins, C. (Org.). Patrimônio Cultural da Memória ao Sentido do Lugar. 1 ed. São Paulo: Roca, 2006.
- Martins, C. (Org.). Turismo, Cultura e Identidade. 1 ed. São Paulo: Roca, 2003.
- Martins, José de Souza. Sociologia da Fotografia e da Imagem. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2014.
- Martins, Nelson. Fotografia: da analógica à digital. 2 ed. Rio de Janeiro: Editora Senac, 2013.
- Martins, Paula Mousinho; SILVA, Teófilo Augusto. Decifrando a linguagem da caixa-preta: Vilém Flusser e a Análise do Discurso. Londrina, v.9, n.15, p.171-188, jul./dez. 2013
- Miossec, J. M. L'image touristique comme introduction à la Géographie du tourisme. Annales de géographie, 58 (473), p. 55-70, 1977.
- Oliveira, L. Percepção da paisagem geográfica: Piaget, Gibson e Tuan. Geografia, Rio Claro, v. 25, n. 2, p. 05-22, ago. 2000.
- Pires, Paulo dos Santos; Paisagem litorânea de Santa Catarina como recurso turístico. 1993, p.72, in: YÁZIGI, Eduardo; CARLOS, Ana Fani Alessandri; CRUZ, Rita de Cássia Ariza da (Org). Turismo: espaço, paisagem e cultura. São Paulo: Hucitec, 1999, p. 167.
- Ramos, Menandro. Um breve ensaio sobre a fotografia e a leitura crítica do discurso fotográfico. Disponível em: <www.studium.iar.unicamp.br/23/menandro/index.html>. Acesso em: 15 setembro 2016
- Rossi, Cláudia. Mídias Sociais: rumo à democracia participativa? . Revista Sociologia. Cidade: São Paulo. Editora Escala, edição 37, página inicial e final do artigo, Outubro- Novembro/2011.
- Schlichta, Consuelo Alcioni B. D. Ensino Da Arte, Formação Do Sentidos E Leitura Da Imagem: Reflexões Sobre O Que Parece Explicado. - Salvador, Bahia, 2009.
- Santos, Eliane Costa dos: (2005) A negação da Alma do Lugar: Um estudo sobre a relação entre o homem, o Lugar e a construção da alma em ambientes virtuais. Monografia (Bacharelado em Turismo) – Faculdade Paraíso, Rio de Janeiro – Brasil.

Sontag, Susan. Ensaio sobre fotografia. São Paulo: Companhia das Letras, 1978. SOUGEZ, Marie Loup. História da fotografia. Lisboa: Dinalivro, 2001.

Sontag, Susan. Sobre fotografia. Trad. Rubens Figueiredo. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

Urry, John. O Olhar do Turista. São Paulo: Studio Nobel, 2001.

Safari Fotográfico Bolívia 2007

7 de Junho de 2007, Quinta-feira, feriado prolongado. O que fazer?

 www.macrofotografia.com.br 

<h3 style="text-align: center;">FERIADO PROLONGADO = VIAJAR!!!</h3> <p>O que você acha de deixar de lado o stress da rotina diária e se aventurar em uma viagem diferente? Deixe de lado seu celular, notebook, agenda e aproveite a semana do feriado conhecendo a cultura e fotografando nosso vizinho andino, a Bolívia.</p> <p>Este pacote, com duração de 10 dias, foi feito para quem quer viajar para fotografar com total segurança e com acompanhamento profissional em um roteiro planejado por fotógrafos e para fotógrafos.</p> <p>Chega de passeios com guias te apressando e sem poder fotografar na hora certa!</p> <p>Algumas fotos do Safari Bolívia 2006 em www.tacio.com.br</p>	<h3 style="text-align: center;">La Paz e arredores</h3> <p style="text-align: center;">10 dias fotografando na Bolívia</p> <p style="text-align: center;">1º a 10 de Junho de 2007</p> <h3 style="text-align: center;">Inscrições Abertas!</h3> <p style="text-align: center;">Mais informações e inscrições pelo site</p> <p style="text-align: center;">www.macrofotografia.com.br ou diretamente com Tacio Phillip ltetasmall1@macrofotografia.com.br</p> <h3 style="text-align: center;">VAGAS LIMITADAS!!!</h3>
     <p>Investimento: R\$ 2.200,00</p> <p>Incluso: passagem aérea SP-La Paz-SP, todas hospedagens, passeios e entradas!</p> <p>Inscrições Abertas!</p>	<p>Pacote perfeito para todos os níveis de fotógrafos. Seja você um amador com uma pequena compacta ou profissional com o melhor e mais completo equipamento do mercado, este safari irá surpreendê-lo!</p> <p>Pontos visitados: Cidade de La Paz; sítio arqueológico de Tiwanaku; Vale de la Luna; Montanha Chacaltaya (5395m); Copacabana; Lago Titicaca; Isla del Sol; Isla de la Luna etc.</p> <p style="text-align: center;">Garantia de boas fotos, novas amizades e histórias inesquecíveis!</p>
     <p>O Professor e Guia Tacio Phillip Sansonovski é reconhecido como um dos mais jovens e talentosos fotógrafos especializados em teoria e prática em macrofotografia e fotografia de natureza. Já recebeu diversos prêmios por suas fotografias e recentemente teve seu trabalho publicado nas revistas Fotografe Melhor e Fotógraphos. Tem experiência em guiar grupos pelo Brasil e exterior e possui um grande currículo de escaladas e cursos outdoor como escalada em rocha e gelo resgate em montanha etc. É ele quem mantém os sites www.macrofotografia.com.br e seu site pessoal www.tacio.com.br.</p>	

Ilustração 1 Disponível em: <www.macrofotografia.com.br>. Acesso em: 20/09/2008.

Agricultura, Memória, Paisagem e Turismo: as perspectivas de construção de novas ruralidades no Assentamento Rural Fazenda Engenho Novo

Cristiane Valladares de Azevedo
Instituto Universitário de Pesquisa do Rio de Janeiro –
Universidade Cândido Mendes
valladarescris@hotmail.com

Susana Cesco
Universidade Federal do Pampa/UNIPAMPA
susanacesco@gmail.com

Resumen: A proposta deste estudo é identificar e discutir os elementos socioculturais, político-econômicos, históricos, as práticas agrícolas e demais aspectos situacionais que incidem no processo de construção de memórias, identidade coletiva e espaços de autonomia relacionados aos pequenos produtores rurais do assentamento Fazenda Engenho Novo, São Gonçalo/RJ. Esta pesquisa, baseada em procedimentos teórico-metodológicos relacionados às subáreas do Turismo Rural, Antropologia e Sociologia Rural, objetiva oferecer não apenas um registro interpretativo do modo de (se) ver e viver do grupo pesquisado, como também pretende proporcionar um diagnóstico desta comunidade no tempo presente e uma abordagem propositiva para a sistematização de um circuito turístico rural e cultural, a fim de contribuir para o fortalecimento da identidade local e para a autonomia socioeconômica dos assentados rurais aqui em foco.

Descriptoros claves: Sociologia rural, Neorrural, Turismo Rural, Agricultura Familiar e Memória Social.

Introdução

O objetivo desta pesquisa é compreender as relações estabelecidas entre agricultura familiar e algumas atividades de lazer realizadas no Assentamento Rural Fazenda Engenho Novo. Buscamos, assim, entender a permanência e a resistência de um grupo de pequenos produtores rurais diante do processo de urbanização de uma cidade da região metropolitana do Rio de Janeiro. A cidade escolhida foi São Gonçalo e o bairro foi Monjolos⁸, tendo como recorte espacial algumas propriedades rurais do Assentamento Rural Fazenda Engenho Novo, localizado nas terras da antiga Fazenda Engenho Novo em Monjol

Portanto o espaço aqui desenhado, objeto deste artigo, será o do Assentamento Rural Fazenda Engenho Novo, com suas marcas produzidas pelo tempo e com o possível potencial turístico a ser

⁸ O bairro de Monjolos lutou pela reafirmação de sua condição de área rural, e foi com a prática da agricultura familiar e por meio de inúmeros projetos desenvolvidos na região em parceria com a Secretaria Municipal de Agricultura e Pesca, a EMATER, o ITERJ e de algumas atividades de lazer que os sítiantes conseguiram defender sua condição de assentados e de área rural produtiva num município com mais de um milhão de habitantes.

“explorado” por meio de atividades que se apropriem da paisagem e das práticas e representações socioculturais do lugar.

A paisagem do Assentamento Rural Fazenda Engenho Novo continua passando por alterações constantes. Atualmente, uma parte significativa dos sítiantes⁹ possuem algum tipo de produção, o que, de certa forma, contribui para a dinâmica da paisagem local; são plantações e rebanhos que mudam de lugar e de espaço a cada final de ciclo. Segundo Yázigi (2002), a paisagem é um conjunto de formas num dado momento, ou seja, a paisagem é algo que está sendo construído sempre refeito sobre a mesma matriz. A paisagem aqui entendida pode ser ponto de partida como testemunho de diversas mudanças que nos remetem à questão social, mas também pode ser um objeto em si, fazendo a interação de vários fatores de transformação do Assentamento. A transformação da paisagem local pode ser produzida, por exemplo, por um rebanho que hoje pasta em uma propriedade à beira da estrada e, amanhã, já ocupará outra área da propriedade; ou a colheita que mudará completamente a imagem e a percepção sensorial de um laranjal. Surge assim, uma paisagem agrária ou uma paisagem rural, dinâmica e mutável, mas revelada pela observação de olhares mais atentos, uma observação direta feita a partir do contato com o espaço rural, o olhar do visitante, ou indireta, feita a partir da análise de fotografias que traduzem caminhos, plantações, edificações, enfim imagens do meio rural capturadas em lentes fotográficas e traduzidas num imaginário de uma vida tranquila e bucólica encontradas no campo. Imagens que se modificam à medida que se manuseia e se prepara a terra para colheitas e novos plantios. É neste cenário degradado por inúmeros impactos ambientais que buscamos um diálogo entre a paisagem produzida e reproduzida ao longo desta história e o possível desenvolvimento da atividade turística. Para tanto, utilizaremos a paisagem do Assentamento e de seu entorno como interlocutora; ora abordaremos o cenário degradado da região, suas alterações a partir de algumas culturas, ora dialogaremos com o patrimônio histórico presente no Assentamento, formado pelo conjunto arquitetônico da antiga sede da Fazenda Engenho Novo.

No decorrer do trabalho, estabelecemos um diálogo entre atividades da agricultura familiar, memória social e atividade turística, buscando assim entender a dinâmica social presente no Assentamento Rural Fazenda Engenho Novo. Uma dinâmica que tem sido capaz de fortalecer os vínculos e a identidade coletiva¹⁰ no decorrer de todos esses anos.

As memórias aqui utilizadas serão um recorte entre os diversos atores sociais envolvidos nesta pesquisa. Para tanto, utilizaremos o arquivo de filmografia obtido a partir de conversas informais durante algumas incursões ao campo, com os direitos de utilização de imagem e fala devidamente autorizadas¹¹ pelos diversos atores sociais envolvidos. O intuito é o de avaliar as perspectivas dos sítiantes numa possível parceria entre a principal atividade econômica da região, a agricultura familiar,

⁹ Trabalhador rural, quase sempre autônomo; pequeno proprietário de terras de onde geralmente tira seu sustento. Como as terras do Assentamento são denominadas pelos assentados de sítios, adotaremos a categoria sítiante para denominar os pequenos produtores rurais que vivem no Assentamento. Veremos a partir do recorte da pesquisa que cada sítiante deu um nome à sua propriedade ou ao seu sítio, o que acaba sendo peculiar num assentamento. Alguns dos sítios eleitos para esta dissertação abrigam não apenas o local do trabalho, da produção, mas também o local do lazer.

¹⁰ Segundo o Dicionário de Sociologia (p. 232), Identidade coletiva: Aptidão de uma coletividade para reconhecer-se como grupo; qualificação do princípio de coesão assim interiorizado (identidade étnica, identidade local, identidade profissional); recurso que daí decorre para a vida em sociedade e a ação coletiva.

¹¹ Anexo (I) Ficha de Autorização para uso de imagens, áudio e vídeo em pesquisa acadêmica.

e o turismo como um fator de complementação da renda familiar. Abordaremos também alguns dos segmentos turísticos que podem ser desenvolvidos a partir da agricultura familiar, entre eles o Turismo Rural¹². Segundo Schneider (apud Almeida):

(...) o turismo rural propicia a valorização do ambiente onde é explorado por sua capacidade de destacar a cultura e a diversidade natural de uma região, proporcionando a conservação e a manutenção do patrimônio histórico, cultural e natural. (2000, p. 35)

De acordo com o Ministério do Turismo e o Ministério do Desenvolvimento Agrário¹³, no início da década de 1990, surgem os primeiros projetos de assistência técnica e extensão rural, incluindo o turismo na força de trabalho da agricultura familiar. É a partir deste momento que as pequenas propriedades rurais voltadas para a agricultura familiar passam a se apropriar da atividade turística como complementação da renda familiar, ofertando atividades ligadas ao lazer, cultura, gastronomia e o contato com algumas técnicas produtivas como um diferencial a ser experimentado por turistas e demais visitantes.

Ao longo da pesquisa surgiram inúmeras inquietações, mas, devido ao tempo, optamos por conduzir nossa escrita entremeando um diálogo entre agricultura familiar, redes sociais e o possível desenvolvimento da atividade turística como instrumento de valorização da área rural e ferramenta de complementação da renda familiar.

Monjolos: um olhar sobre o novo rural

A diversidade de maneiras de viver no campo é reforçada e se expressa em “um mosaico de formas e de cores onde se impõe as culturas.” (KAYSER, 2006 apud CARNEIRO, 2012, p. 26)

É justamente essa diversidade de cores, modos de viver e de ser que encontraremos no 3o distrito de São Gonçalo, traduzidas aqui pelo cenário formado a partir da desapropriação de terras da Fazenda Engenho Novo. A cidade de São Gonçalo é dividida em cinco distritos, que totalizam uma área de 248km², são eles: 1o Distrito São Gonçalo (sede); 2o Distrito Ipiíba; 3o Distrito Monjolos; 4o Distrito Neves; 5o Distrito Sete Pontes.

12

O turismo rural é conhecido como a atividade turística que ocorre na zona rural, integrando a atividade agrícola pecuária à atividade turística, e surge como alternativa para proprietários rurais [...]. (Almeida, 2000).

¹³ Ver Brasil. Ministério do Desenvolvimento Agrário. Manual do Plano Safra da Agricultura Familiar 2003/2004 - BRASIL. Ministério do Turismo. Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil. 2004.



Fonte: Prefeitura Municipal de São Gonçalo – 2005.

De acordo com o Plano Diretor do Município (2006), a área rural de São Gonçalo foi extinta em 1962 devido ao rápido crescimento e à urbanização da cidade. Ao transformar o município em área urbana, a atividade rural quase foi extinta. Entretanto algumas áreas denominadas urbanas nesta época mantiveram características rurais, concentradas principalmente nos 2º e 3º distritos, Ipiíba e **Monjolos**, respectivamente. Nesses distritos que são originados de antigas fazendas, os lotes são maiores, o que possibilitou a resistência e a disposição de algumas áreas em sítios. Em algumas áreas os quintais das casas são destinados a pequenos cultivos e criação de animais, o que ainda garante à região de Monjolos, especificamente, *ares de cidade de interior*. As pequenas áreas ocupadas nesta porção do município ainda possuem uma parte expressiva de área verde, e que, em alguns casos, são destinadas, principalmente, à criação de gado leiteiro. As imagens abaixo demonstram a proximidade de algumas propriedades à Estrada José de Souza Porto, principal via que corta o Assentamento e dá acesso a vários sítios localizados no entorno da Fazenda Engenho Novo.



1)



2)

- 1) Estrada José de Souza Porto, os lagos pertencem ao Sítio Girassol.
- 2) Estrada do Rio Frio, onde encontra-se a sede da Fazenda Engenho Novo.

Fonte: Acervo da pesquisa.



3)



4)

3) Entrada do Sítio das Mangueiras, à beira da Estrada José de Souza Porto.

4) Trecho da Estrada José de Souza, principal via de acesso ao Assentamento.

Ares de cidade do interior é justamente esta a impressão que temos ao seguirmos pela Estrada José de Souza Porto, principal via de acesso à localidade, e que corta boa parte do Assentamento Rural Fazenda Engenho Novo. São diversas propriedades rurais que resistiram ao crescimento do município e permaneceram à margem da estrada e que se traduzem numa paisagem formada por pequenas plantações, lagos e áreas de pastagens. Em visita ao bairro de Monjolos, ainda vemos cavaleiros e charretes circulando pelas ruas, dividindo a mesma via dos automóveis (carros e coletivos). O comércio da região, com o passar dos anos, tornou-se bem expressivo, servindo também para escoar alguns produtos locais.

Se, então, rejeitarmos as dicotomias que terminaram por definir um lado em função da negação do outro, ou seja, que levam a olhar um polo (o campo) a partir dos olhos do outro (a cidade), acabamos por aceitar o fato de que esta dinâmica pode terminar reforçando, ou mesmo engendrando, identidades territoriais apoiadas no sentimento de pertencimento a uma localidade. (CARNEIRO, 2012, p. 41).

Entendemos, assim, que o retorno ou o reconhecimento da área rural no município de São Gonçalo, por parte do poder público, pode ter ocorrido justamente pelo sentimento de pertencimento que boa parte dos assentados tem com a sede da Fazenda Engenho Novo e com a região de Monjolos. O sentimento de pertencimento talvez tenha sido a grande bandeira na luta pela legitimação da área rural em São Gonçalo. Após 46 anos de resistência, a Prefeitura Municipal, por meio da Lei nº 170, de 21 de agosto de 2008, instituiu e delimitou novamente as zonas de uso predominantemente rurais – ZUPR – no município de São Gonçalo.

O bairro de Monjolos não parou no tempo. O mundo rural que hoje encontramos ali é fruto das constantes transformações que a cidade sofreu ao longo de todos esses anos; não houve um congelamento, mas uma diversidade de dinâmicas e de atores sociais que ajudaram a construir e a fortalecer a área rural não apenas por meio de atividades agropecuárias, mas também a partir de algumas atividades de lazer, trazendo uma renovação da leitura do rural para o município e, mais especificamente, para a região. É neste contexto de urbanização do município e desenvolvimento do bairro que destacamos as relações existentes entre os *novos rurais* que vivem no Assentamento e em seu entorno. Segundo Giuliani (1990), o neo-ruralismo se caracteriza por dimensões afirmativas, como a valorização da natureza e da vida cotidiana, a busca de autodeterminação, do trabalho como prazer, da integralização do tempo e das relações sociais. No Assentamento, ao longo dos anos, foram estabelecidas diversas relações entre os remanescentes de meeiros, descendentes de escravos e novos assentados que buscaram a região por sua tranquilidade e facilidade de deslocamento aos

centros urbanos como a própria cidade de São Gonçalo, Niterói e Rio de Janeiro. Monjolos fica muito próximo a estes centros e traz a possibilidade de descanso diário em meio a agitação das grandes cidades. A própria relação de trabalho que alguns sítiantes têm em sua propriedade, denota em algumas situações muito mais uma atividade de lazer e ócio do que uma atividade laboral.

Outro ponto relevante nas relações estabelecidas diz respeito à dimensão espacial do Assentamento. Ressaltamos que o espaço aqui desenhado não é um simples produto das relações sociais, mas um condicionador dessas mesmas relações que se estabeleceram e se fortaleceram ao ponto de pleitearem a oficialização da condição de assentados junto ao ITERJ. Hoje, mais da metade dos sítiantes possuem o documento oficial de suas terras. Dessa forma, a noção de lugar, neste estudo, relacionado ao espaço rural, mesmo esvaziada pelo processo de modernização, continua sendo importante na vida da maioria das pessoas, uma vez que exerce um sentimento de pertencimento que é mais importante do que o admitido. Assim, podemos entender o lugar como o espaço vivido ou o espaço das lembranças que não se encontra fechado em si mesmo, mas que é algo dinâmico e que permeia as constantes relações materiais e simbólicas, tanto no que diz respeito às relações de poder no sentido concreto de dominação, quanto ao poder mais simbólico presente, por exemplo, nas relações de trocas entre os sítiantes e vizinhos.

Contrariando a visão progressista que aponta para o desaparecimento do rural diante da aproximação de relações com o urbano, percebemos a incorporação dos elementos urbanos ao meio rural, como parte de um progresso e de ressignificações decorrentes justamente das dinâmicas culturais estabelecidas. Entendemos, nesse sentido, que a cultura não é algo estático, engessado, mas perfeitamente dinâmico e em constante mutação. O neorrural procura a tranquilidade das áreas campestres, mas não deseja abrir mão de algumas “benesses” da cidade grande. Desse modo, ocorre não uma dominação do urbano sobre o rural, mas uma influência mútua sem que se implique, assim, a “perda” de identidade, mas que se criem novas identificações urbanas e rurais. Percebemos isso nas relações estabelecidas entre os assentados que vivem no entorno da Fazenda Engenho Novo, onde existem diferentes narrativas que apresentam variadas representações sobre as experiências vivenciadas pelo grupo e sobre os acontecimentos que, de alguma forma, demarcam a trajetória de vida dos mesmos.

Segundo Moreira, podemos dizer que a ressignificação do rural emerge de:

tensões desse tempo sócio-histórico e da densificação da consciência em setores e camadas do campo hegemônico [...]. A passagem de uma imagem do rural como agrícola para um rural como natureza e como modo de vida saudável expressa tensões de diversos âmbitos societários [...]. (2012, p. 251)

Atualmente, a vida no campo em detrimento da vida na cidade vem se tornando cada vez mais uma opção voltada para a qualidade de vida. Apesar de alguns conflitos, por vezes existentes entre os mais antigos e os que vêm de fora, ser rural é uma escolha voltada cada vez mais para as questões relacionadas com a segurança e à tranquilidade encontradas no campo, onde o rural deixa de ser representado apenas por sua relação de imagem agrícola, traduzida pelas plantações e pelas criações de animais, para ser uma imagem de rural ligada à natureza e à paz cada vez mais distantes das áreas urbanas. Outro ponto relevante e que observamos como uma das características deste indivíduo é que, além das relações com a terra, os neorrurais também possuem uma relação com os produtos dessa terra, o alimento ganha representatividade, sendo, assim, visto como um produto diferenciado e especial. São, em boa parte, gêneros alimentícios originários de uma produção orgânica ou artesanal, enfim, são produtos tidos e vistos como mais saudáveis e que acabam sendo de alguma forma privilegiados, ganhando assim espaço competitivo nas feiras e nos grandes mercados. Além do

cultivo de alimentos livres de agrotóxicos, uma outra característica que observamos no neorrural diz respeito à preocupação existente na relação entre o homem e o meio ambiente, buscando, dessa forma, modos de cultivo menos agressivos e pautados normalmente nos aspectos ligados à sustentabilidade, objetivando que homem e natureza vivam de certa forma em equilíbrio. Carneiro (1998) identifica as novas identidades rurais como produto das novas relações campo-cidade configuradas por uma revalorização da natureza. A associação do rural com a natureza está diretamente ligada à qualidade de vida no que diz respeito à tranquilidade e à segurança, presentes nas especificidades do modo de ser, viver e perceber o espaço rural. Por isso o indivíduo fruto da urbanidade contemporânea tende cada vez mais a revalorizar a vida no campo, a produção de alimentos mais saudáveis, assim como os patrimônios naturais e culturais presentes nessas áreas.

A sazonalidade na agricultura familiar e o surgimento de atividades paralelas

A vivência histórica de precárias condições de produção e de competição nos mercados impõe, atualmente, aos agricultores familiares brasileiros a necessidade de procurarem diversificar as fontes de renda familiar. (MOREIRA, 2007, p. 95)

Para estabilizarem suas condições financeiras, alguns sítiantes recorrem às atividades paralelas ao meio rural e urbano simultâneas à prática da agricultura familiar. Entendemos, nesse caso, atividades paralelas como o emprego de algum membro da família em pequenos comércios da própria região ou fora do município, produção de doces caseiros e algumas atividades de lazer realizadas dentro da própria propriedade.

Entretanto a sazonalidade na agricultura familiar atinge não apenas as pequenas propriedades de forma individual ou isolada, mas também a produção da Associação como um todo. Nos períodos sazonais, o cultivo que geralmente é feito no lote 32 também fica prejudicado, o que acarreta problemas financeiros também para a Associação dos Produtores Rurais da Fazenda Engenho Novo, uma vez que parte da renda do lote 32 é utilizada para os gastos administrativos da Associação, tais como: pagamento de salário, encargos sociais, luz, telefone, internet, além da manutenção da patrulha mecânica, entre outros.

De acordo com o presidente da Associação e do Sindicato Rural, em 2012, a produção de cana e milho, plantados no lote 32 e no Sítio Santa Clara, gerou uma renda de aproximadamente R\$ 15.000,00 (quinze mil reais) destinada à Associação dos Produtores Rurais da Fazenda Engenho Novo. Mas, em 2013, os primeiros meses foram de chuva e, a partir de março, foram demitidos os operadores dos tratores contratados pela prefeitura municipal, e, além disso, também foi retirado o diesel que era repassado à Associação pela prefeitura. As chuvas, a demissão dos operadores e a retirada do diesel trouxeram dificuldades ao preparo da terra e ao plantio, o que contribuiu para uma produção escassa ocasionando déficit na geração de renda à Associação.

Conforme já mencionado neste capítulo, para cobrir o uso do trator, o produtor que utiliza os serviços paga um valor simbólico para ajuda no diesel e na diária do tratorista de R\$ 30,00 (trinta reais).

Para suprir algumas demandas causadas pela sazonalidade, alguns sítiantes têm aberto suas propriedades para atividades de lazer. Algumas propriedades rurais vêm incrementando sua renda com a participação em novas atividades econômicas, entre elas, o Turismo Rural e outras atividades de lazer e entretenimento. O meio rural pode ser bem aproveitado para atividades turísticas, desde que sejam planejadas e desenvolvidas a partir de parcerias com a comunidade local. De acordo com o Ministério do Turismo Brasileiro (2010, p. 18), Turismo Rural é o conjunto das atividades turísticas

desenvolvidas no meio rural, comprometidas com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade. Atualmente, devido ao estresse diário vivido em razão da agitação e da insegurança nos grandes centros urbanos, o segmento de Turismo Rural tornou-se um produto altamente vendável e rentável, em relação à prática da atividade turística. Além disso, a prática do Turismo Rural acaba de alguma forma contribuindo para a preservação do patrimônio histórico de algumas regiões que passaram a desenvolver este segmento, uma vez que parte dele vem sendo desenvolvido em regiões com um número significativo de sedes de fazendas históricas; e isso contribui de alguma forma para o processo de preservação e revitalização de algumas fazendas que, por extinção do ciclo do café, entraram praticamente em decadência, como, por exemplo, as fazendas históricas do Vale do Paraíba (RJ), que encontraram na atividade turística uma alternativa para se estabilizarem financeiramente, transformando suas estruturas rurais em luxuosos hotéis-fazenda, criando assim, novas alternativas de lazer no espaço rural.

A valorização das condições de vida no campo – como lugar onde predomina o “ar puro”, a “simplicidade de vida” e a “natureza”, em oposição à cidade, “cada vez mais poluída pelo crescimento industrial” – exerce um poder de atração sobre a população urbana. (Carneiro, 2012, p. 37).

O estresse e as agitações diárias podem contribuir de modo significativo para que cada vez mais os indivíduos se desloquem em busca de lugares com as características do Assentamento Rural Fazenda Engenho Novo, principalmente por sua proximidade em relação às duas principais cidades da região metropolitana, Rio de Janeiro e Niterói. Seja para suprir uma necessidade criada pela sazonalidade na agricultura ou para complementar a renda familiar, as atividades não agrícolas estão cada vez mais presentes no meio rural. Podemos identificar na região estudada o que Carneiro (2012, p. 39) denomina “novo” rural, ou seja, uma nova configuração do campo a partir da incorporação de outras ocupações que não as especificamente agrícolas aos espaços tidos como rurais. Segundo Antônio Moura *apud* Funary e Pinsky:

[...] a procura por ambientes naturais, litorâneos ou campestres é hoje quase uma obsessão do *homo urbanus*, na verdade uma necessidade física e psicossocial, pressionado que está pela correria do dia-a-dia, o tempo espremido pelas obrigações do trabalho, da família e da mera sobrevivência. (2003, p. 71)

Entendemos assim, que a prática de atividades de lazer no meio rural não é algo novo, fruto apenas do estresse, mas algo que já predomina há muito tempo; épocas, inclusive, em que era comum às famílias mais abastadas possuírem uma casa no campo e outra na cidade. Atividades que hoje são vistas como recreativas ou de lazer, como, por exemplo, andar a cavalo, andar de charrete, é algo que sempre esteve presente no cotidiano do meio rural. Observamos, assim, que o meio rural só aproveitou o que tinha como parte de seu cotidiano, o lago utilizado para cultivo de peixes para venda ou consumo familiar, por exemplo, foi transformado em pesque-pague, a charrete utilizada como meio de transporte tornou-se um produto a ser oferecido ao visitante/turista; e, assim, vários elementos presentes na vida no campo foram aos poucos sendo transformados em produtos possíveis de serem comercializados pela atividade turística, gerando uma complementação na renda familiar do produtor rural.

No caso de São Gonçalo, as atividades de lazer e recreação exercidas em paralelo com as atividades agrícolas em nada interfeririam na Lei Municipal nº 170/2008. O artigo 4º da referida Lei em seu inciso II diz:

Nas Zonas de Uso Predominantemente Rurais – ZUPR são toleráveis os seguintes usos:

[...]

II – de recreação e lazer.

O Sítio das Mangueiras, por exemplo, além da prática de atividades agrícolas, possui infraestrutura voltada ao aluguel do espaço para festas de aniversários, casamentos, confraternizações, além de receber escolas em alguns projetos didáticos e pedagógicos. O sítio possui salão de jogos, quatro piscinas, três campos de futebol, três salões de festa, área verde, cozinha e banheiros para receber grupos ou para o aluguel do espaço.

Novas atividades, entre elas, caminhadas e trilhas junto à natureza, vêm ganhando cada vez mais espaços no meio rural de várias regiões do Brasil e do mundo. Propriedades que possuem em sua área lagos, rios, cachoeiras vêm utilizando cada vez mais esses recursos junto a práticas agrícolas para criarem produtos turísticos diferenciados, alcançando, assim, um público bem diversificado. Em relação ao Assentamento Rural Fazenda Engenho Novo, a Associação vem estudando a possibilidade de desenvolver atividades de visitação guiada ao sítio arqueológico da Fazenda Engenho Novo em parceria com algumas propriedades rurais com mais frequência, cobrando uma pequena taxa aos visitantes, o que ajudaria na receita da Associação e também dos sítios envolvidos. Com a visita ao sítio arqueológico da Fazenda, teríamos a prática do Turismo Rural associada ao segmento de Turismo Cultural. Diante da abrangência dos termos turismo e cultura, o MTur, em parceria com o Ministério da Cultura e o IPHAN, estabeleceu um recorte nesse universo e dimensionou o segmento de Turismo Cultural na seguinte definição:

Turismo Cultural compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura. (MTur, 2008, p. 16)

O entendimento dos termos utilizados nesse conceito nos permite visualizar as características básicas e também a amplitude existente dentro do segmento de Turismo Cultural, o que possibilita seu desenvolvimento não apenas em Centros culturais, mas também no meio rural, com a finalidade de observar e desfrutar dos modos de ser e viver no espaço rural, e conhecer um pouco mais da arquitetura das edificações presentes neste espaço, representadas pelas antigas sedes de fazendas, moinhos, senzalas, dentre outros.

Assim, essas “novas atividades” praticadas no ambiente bucólico e muitas vezes rústico que está associado ao meio rural vêm colaborando para diversificação das atividades exercidas no campo, o que possibilita a valorização e desperta o desejo pela experimentação da vida no campo, ainda que em períodos curtos como finais de semana ou feriados prolongados. Com o “novo”, algumas atividades típicas do meio rural foram sendo reinventadas ou remodeladas como as rodas de viola, as festas de colheita, as fogueiras nas noites frias. Entendemos, assim, que, nesse sentido, a atividade turística desenvolvida no meio rural tem contribuído também para a reafirmação e a valorização da vida no campo, e também para a manutenção de algumas práticas culturais que foram “redescobertas” e transformadas em produto turístico.

Carneiro (2012, p. 47) nos chama atenção para a mediação, sempre presente, de uma referência cultural: como os indivíduos definem essas categorias e as incorporam em seus universos sociais. Segundo a autora (2012), no caso do rural, essa mediação cultural resulta em atitudes específicas dos indivíduos em relação ao território, seu patrimônio cultural e natural, e seus habitantes. Poderíamos, então, dizer, nesse caso, que, em relação ao Assentamento Rural Fazenda Engenho Novo, essa

mediação ocorre no que diz respeito à relação dos Assentados com a sede da Fazenda Engenho Novo, patrimônio cultural reconhecido e legitimado por eles, e que, também, encontra-se inserido nessa nova dinâmica de aproveitamento do espaço rural da região com atividades diferentes das atividades agrícolas.

A agricultura familiar e a produção orgânica do Assentamento são extremamente relevantes para a prática do Turismo Rural como uma alternativa para os períodos sazonais da atividade agrícola desenvolvida na região, já que cada vez mais existe uma tendência na busca da sociedade pelo “natural”, pelo orgânico, e que acabam se tornando fatores de valorização deste segmento turístico. Por isso os elementos que o caracterizam devem ser estimulados, preservados e valorizados a fim de aprimorar as atividades, os produtos e serviços produzidos e desenvolvidos no meio rural. Nesse caso específico, a atividade turística exercida no Assentamento, em parceria com a agricultura familiar, pode, inclusive, contribuir para o fortalecimento da identidade local e a preservação do patrimônio cultural e natural presentes na região.

Circuito engenho novo: um diálogo entre a agricultura familiar e o turismo como complementação da renda local

De acordo com Rodrigues *apud* Carneiro (2012, p. 227), o tema do crescimento das atividades não agrícolas no campo tem levantado inúmeras questões em relação às novas funções e significados atribuídos ao espaço rural e à própria atividade agrícola. Cada vez mais o campo vem diversificando suas atividades: são produtores que desenvolvem ao mesmo tempo culturas variadas, outros que industrializam parte de sua produção, produzindo queijos, cachaças, doces e existem aqueles que, em meio a tudo isso, ainda, optaram por abrir suas propriedades para o recebimento de turistas ou visitantes, transformando, assim, seu trabalho em produto vendível e incorporando, cada vez mais, atividades de lazer e turismo às suas atividades diárias. O campo ganhou uma ressignificação, passando cada vez mais a ser traduzido como lugar de lazer, de paz, tranquilidade, um lugar para descansar e adquirir produtos saudáveis.

Dentro dessas novas perspectivas do espaço rural, a proposta aqui apresentada é a de estabelecer um possível diálogo entre agricultura familiar e atividade turística, a partir da multifuncionalidade. O intuito é de avaliar as perspectivas dos sítios numa possível parceria entre a principal atividade econômica da região, agricultura familiar, e o turismo como um fator de complementação da renda familiar. Abordaremos, assim, alguns dos segmentos turísticos que podem ser desenvolvidos a partir da agricultura familiar praticada na região.

Segundo o Ministério do Turismo, o Turismo Rural é um segmento relativamente novo e em fase de expansão no Brasil, tendo seu crescimento explicado por duas razões:

A necessidade que o produtor rural tem de diversificar sua fonte de renda e de agregar valor aos seus produtos; A vontade dos moradores urbanos de reencontrar suas raízes, de conviver com a natureza, com os modos de vida [...] e com as formas de produção das populações do interior. (2003, p. 6)

Apesar de a primeira razão ser apontada por um órgão estatal como o MTur dentro das diretrizes para o desenvolvimento do Turismo Rural, entendemos que não deve existir uma generalização em relação a todos os produtores rurais, de modo a ver a inclusão ou a participação deles em atividades voltadas à atividade turística como uma necessidade de primeira ordem. Alguns atores sociais que decidem abrir suas propriedades para o recebimento de turistas ou visitantes o fazem muitas vezes como uma alternativa para complementação da renda ou para valorizar a questão histórica que, em alguns casos, envolve a propriedade rural. Desse modo, o segmento de Turismo Rural insere-se no

contexto do Plano Nacional de Turismo 2003-2007, na medida em que busca contribuir para (2003, p. 5): diversificar a oferta turística; aumentar os postos de trabalho e a renda no meio rural; valorizar a pluriatividade e as diversidades regionais; consolidar produtos de qualidade e interiorizar as atividades turísticas.

Em relação a diversificar a oferta turística, podemos dizer que o MTur tem como intuito oferecer produtos diferenciados, desmistificando, assim, a imagem construída durante anos, de que o Brasil como destino turístico conta apenas com sol e praias. A diversificação da oferta de um produto turístico em áreas rurais pode surpreender o turista ou visitante quando este se depara com atrativos naturais e culturais mesclados em um mesmo espaço. Já em relação a aumentar os postos de trabalho e a renda no meio rural, entendemos que a atividade turística desenvolvida no meio rural possibilitaria um aumento na renda familiar, além de criar alternativas para aqueles que desejam permanecer no campo, apesar de não estarem diretamente envolvidos em atividades campesinas. As atividades de turismo e lazer funcionam, inclusive, como uma alternativa para os mais jovens que não desejam ter a mesma vida laboral de seus pais, mas que também não querem deixar a vida no campo. A preocupação do MTur em valorizar a pluralidade e as diversidades regionais encontra-se diretamente relacionada à oportunidade de mostrar o modo de ser e viver em áreas rurais, suas especificidades, formas de cultivo, moradia.

Por ser um país formado por diversas nacionalidades e com um território extremamente amplo e com ampla diversidade climática, o Brasil possui inúmeras possibilidades de ampliar e diversificar a sua atuação turística na segmentação do Turismo rural. Não apenas pelo que produzimos, mas também pelas singularidades encontradas em algumas áreas rurais brasileiras, como, por exemplo, antigas sedes de fazendas, antigos moinhos ainda em funcionamento, e também a paisagem que permeia o campo brasileiro, onde também é possível encontrar rios, cachoeiras, lagos em meio ao cultivo diversificado de frutas, legumes, hortaliças e seus derivados. Uma pluralidade presente entre o lazer e o cuidado com a terra, representada pelas criações de animais de grande e pequeno porte, pelos pomares, pelas hortas, pelas produções de doces e queijos que cada vez mais têm se transformado em produto a ser adquirido e consumido pelo turista ou pelo visitante. Para consolidar produtos de qualidade, o MTur inseriu no Plano Nacional de Turismo (2003-2007) oportunidades de consolidação de produtos turísticos no meio rural, estabelecendo, assim, metas e criando estratégias de estruturação e capacitação dos atores sociais envolvidos no processo de abertura de suas propriedades ao segmento que está na moda. É cada vez maior o número de pessoas que deseja conhecer as propriedades de onde saem os alimentos adquiridos nas feiras orgânicas; por isso a importância de termos mão de obra qualificada e capacitada. Na região serrana do Rio de Janeiro, por exemplo, na cidade de Petrópolis, os produtores rurais do Brejal e que fazem parte do Grupo de Produtores Orgânicos encontram-se inseridos no Circuito Ecorrural do Brejal¹⁴ e, pelo menos uma vez ao ano, abrem suas propriedades para receberem os consumidores de seus produtos vendidos nas feiras de orgânicos nas cidades do Rio de Janeiro e Niterói - RJ. Os consumidores vivem um dia na roça, onde adquirem um pacote com transporte, café da manhã, almoço, lanche da tarde e visitação – realizada no intervalo entre as refeições em algumas das propriedades que

¹⁴ O roteiro foi escolhido como um dos 23 selecionados pelo Talentos do Brasil Rural, projeto criado para implementar ações conjuntas que busquem identificar, ordenar, promover e fortalecer a relação entre a agricultura familiar e a atividade turística. A ideia é inserir produtos e serviços da agricultura familiar no mercado turístico, agregando valor à oferta turística brasileira. Disponível em: <<http://www.organicsnet.com.br/2014/06/talentos-do-brasil-ruralcaminhos-do-brejal-esta-entre-roteiros-selecionados/>>. Acesso em: 27 de fevereiro de 2015.

produzem os produtos adquiridos por eles nas feiras, com direito a colher o produto que eles levarão para casa ao final da visita. A interiorização das atividades turísticas pode contribuir em certa medida para que o número de turistas e visitantes em circulação nos grandes centros urbanos seja distribuído para outras regiões do país, descentralizando as entradas de turistas nas grandes capitais e contribuindo para uma melhor distribuição da renda gerada pela atividade turística. A interiorização contribuiria também para demonstrar que o Brasil possui especificidades para além de seu litoral vendido por suas belas praias.

Considerações finais

Sabemos que este estudo, que analisou a relação existente entre um bem cultural em ruínas, as memórias de uma região e as novas ruralidades presentes no Assentamento Rural Fazenda Engenho Novo, não se encerra aqui. Contudo, para efeito de considerações finais, esperamos salientar alguns aspectos relevantes durante a pesquisa.

O primeiro deles diz respeito à importância histórica da antiga sede da Fazenda Engenho Novo não apenas para os moradores do bairro de Monjolos, mas também para a valorização cultural de São Gonçalo - RJ, uma vez que a Fazenda teve grande representatividade na construção histórica e econômica do município. A Fazenda também é analisada como suporte de memória no que Le Goff chama em sua obra de “monumento/ documento”. Entendemos que a Fazenda Engenho Novo se enquadra nas considerações de Le Goff a esse respeito, porque todo tempo a memória dos sitiantes e dos membros da família Serrado evoca os áureos tempos da Fazenda para consultar e explicitar suas lembranças. Além disso, a construção em si serve como testemunho de técnicas e de materiais utilizados pela construção civil entre os séculos XIX e XX, traduzindo em suas dependências a arquitetura das antigas residências e engenhos do Brasil Colonial. No decorrer do trabalho discutimos também algumas questões relacionadas à agricultura familiar e ao pequeno produtor rural, representado aqui pelos assentados/sitiantes que vivem no Assentamento Rural Fazenda Engenho Novo. Procuramos descrever alguns dos projetos desenvolvidos na região em parceria com o poder público, demonstrando sua importância para a manutenção da identidade rural e para a história agrícola do município. A agricultura familiar desenvolvida na região tem inserido alguns produtores rurais gonçalenses no programa de merenda escolar do governo do Estado, contribuindo, desse modo, para que parte da produção tenha destino certo.

Dentro das perspectivas do neorrural, procuramos demonstrar o crescente fluxo de indivíduos para as áreas rurais à procura de bem-estar, segurança e qualidade de vida que hoje tornaram-se praticamente sinônimo de uma vida campesina. Os neorrurais são em grande parte indivíduos que migram para o campo apenas nos finais de semana, em busca de atividades relacionadas ao lazer e à prática do Turismo Rural; mas também existem aqueles que mudam-se definitivamente para as áreas rurais e continuam desenvolvendo suas atividades laborais nas cidades ou grandes metrópoles. No caso do Assentamento estudado, a região é muito próxima às duas principais cidades da região metropolitana, Niterói e Rio de Janeiro, tendo como vias de acesso a RJ-116 e a BR-101, o que facilita e traz uma certa mobilidade aos indivíduos que optaram por estabelecer-se na região. Dentre as perspectivas dos neorrurais, observamos que a busca pelo campo tem sido algo crescente face à violência das grandes cidades. São pessoas que optaram por viver no campo e desenvolver atividades paralelas às suas atividades profissionais – alguns transformam seus jardins em pequenas hortas para garantir uma alimentação mais saudável, e os mais empreendedores passam a abrir suas porteiras para receber turistas e visitantes nos finais de semana e feriados prolongados, desenvolvendo, dessa forma, atividades paralelas às atividades agrícolas, o que pode contribuir para o crescimento e a valorização cultural das áreas campesinas. E, assim, cada vez mais, as atividades não agrícolas, principalmente as

voltadas ao lazer e ao entretenimento vão ganhando espaço no meio rural, servindo de alternativa para a complementação da renda familiar e para a manutenção da pequena propriedade. Entendemos que as atividades não agrícolas sempre estiveram presentes no meio rural, onde eram representadas pelas produções de doces, queijos e pequenas manufaturas que tinham como objetivo o aproveitamento dos excedentes, mas, devido à agitação dos grandes centros, outras alternativas em relação às atividades não agrícolas foram surgindo e, atualmente, até a paisagem rural e o clima bucólico associado à vida campesina tornaram-se produtos a serem comercializados pela atividade turística, trazendo outras alternativas no que diz respeito à geração de renda no espaço rural. E, assim, o caráter multifuncional do espaço rural contemporâneo impõe cada vez mais novos desafios em relação a conciliar as atividades agrícolas, turísticas, ambientais e socioculturais do espaço rural, sem comprometer os recursos naturais e as práticas tradicionais representadas pelos modos de ser e viver campesino.

Referências bibliográficas

- Abreu, Regina; Chagas Mário (Orgs.). Memória e patrimônio: ensaios contemporâneos. Rio de Janeiro: DP&A, 2003, p. 57.
- Almeida, Joaquim Anécio; Riedl Mário (Orgs.). Turismo Rural: ecologia, lazer e desenvolvimento. Bauru, SP: Edusc, 2000.
- Azevedo, Cristiane Valladares de, Agricultura, memória, paisagem e turismo: as perspectivas de construção de novas ruralidades no Assentamento Rural Fazenda Engenho Novo. Dissertação de Mestrado – CPDA/UFRRJ – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, 2015.
- Azevedo, Cristiane Valladares de. Um Engenho de Memórias: Turismo, memória e patrimônio movendo a Fazenda Engenho Novo. Monografia (Bacharelado em Turismo) – Faculdade Paraíso, Rio de Janeiro – Brasil, 2007.
- Azevedo, Cristiane Valladares de. Memórias do Engenho: uma reflexão a respeito das redes estabelecidas entre agricultura familiar e turismo no Assentamento Rural Fazenda Engenho Novo. In: XIV Jornada do Programa de Pós-graduação em Sociologia e Antropologia: Estudos Rurais I. Anais... Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, dezembro de 2013.
- Bonnal, Philippe; Cazella, Ademir A.; Maluf, Renato S. Multifuncionalidade da agricultura e desenvolvimento territorial: avanços e desafios para a conjunção de enfoques. Revista Estudos Sociedade e Agricultura, n. 2, v. 16, outubro 2008.
- Borges, Maria Eliza Linhares. História e fotografia. Belo Horizonte: Autêntica, 2003.
- Bosi, Ecléa. Memória & Sociedade: Lembranças de Velhos. 3ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
- Braga, Maria Nelma Carvalho. O município de São Gonçalo e sua história. 2ª ed. Rio de Janeiro: Falcão, 1998.
- Brandenburg, Alfio. Os novos atores da reconstrução do ambiente rural no Brasil: o movimento ecológico na agricultura. Seminário The potencial of agroecology to contribute to ecological transitions in agriculture. Anais... Liège University, Arlon Campus, Bélgica, 2010.

- Brasil. Ministério do Turismo. Turismo cultural: orientações básicas. / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. 2ª ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2008.
- Brasil. Ministério do Turismo. Diretrizes para o Desenvolvimento do Turismo Rural no Brasil. 2004.
- Brasil. Ministério do Desenvolvimento Agrário. Manual do Plano Safra da Agricultura Familiar 2003/2004.
- Calabre, L. Políticas culturais no Brasil: dos anos 1930 ao século XXI. Rio de Janeiro: FGV, 2009. (Coleção FGV de bolso. Série Sociedade & cultura).
- Camargo, Regina Aparecida Leite de; Oliveira, Julieta Teresa Aier de. Relatos orais, memória coletiva e identidade na agricultura familiar. Universidade Estadual de Campinas: São Paulo. Apresentação Oral: Agricultura familiar e ruralidades. Disponível em: <<http://www.projetomafc.org/bibliografia/pdf/Agric%20Familiar.pdf>>. Acesso em: 30 maio 2012.
- Campanhola, Clayton. O Agroturismo Como Nova Fonte De Renda Para O Pequeno Agricultor brasileiro. In: Riedl, M; Almeida, J. A. (Org.). Turismo Rural: Ecologia, Lazer e Desenvolvimento. São Paulo: EDUSC, 2001.
- Carneiro, Maria José. Ruralidades contemporâneas: modos de viver e pensar o rural na sociedade brasileira. Rio de Janeiro: Mauad X: Faperj, 2012.
- _____. Ruralidade: novas identidades em construção. Estudos Sociedade e Agricultura, Rio de Janeiro: CPDA-UFRRJ, n° 11, out. 1998. p. 53-75.
- Cazella, A. A.; Bonnal, P.; Maluf, R.S. (Org.). Agricultura familiar, multifuncionalidade e desenvolvimento territorial no Brasil, Rio de Janeiro: Mauad X, NEAD, IICA, 2009. 301p.
- Castells, Manuel (Org.). A sociedade em Rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura. Vol. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- _____. Prólogo: A rede e o ser. In: _____. A sociedade em Rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura. Vol. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999. p. 21-47.
- Cesco, Susana; Lima, Eli de Fátima N de; Moreira, Roberto José. Interpretações sobre desenvolvimento e Mundo rural nas Ciências Sociais. Um estudo de caso. In: Asociación Latinoamericana de Sociología Rural – Alasru. Anais... México, 2014.
- Funary, Pedro Paulo; PINSKY, Jaime (Orgs.). Turismo e Patrimônio Cultural. 3 ed. São Paulo: Contexto, 2003.
- Godoy, Karla Estelita; Azevedo, Cristiane Valladares de. Turismo, memória e patrimônio no circuito turístico digital da Fazenda Engenho Novo. In: Anais de 6º Foro Latinoamericano "Memoria e Identidad", 2009, Montevideo. Anais... Montevideo: Signo Centro Interdisciplinario, 2009.
- Giuliani, G. M. Neo-ruralismo: o novo estilo dos velhos modelos. Revista Brasileira de Ciências Sociais (RBCS/Anpocs), n° 14, ano 5, out. 1990.

- Graziano da Silva, J. O novo rural brasileiro. 1997. (datil.)
- _____. et alii. Turismo em Áreas Rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil. In: ALMEIDA, Joaquim Anécio; Froehlich, J. M.; Riedl Mário (Orgs.). Turismo Rural: Ecologia, lazer e desenvolvimento. Bauru, SP: Edusc, 2000.
- Halbwachs, Maurice. A Memória Coletiva. São Paulo: Centauro, 2006.
- Ibge. Sistema Sidra. Disponível em: <<http://www.ibge.org.br>>. Acesso em: 10 mai. 2013.
- _____. Censo 2000. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 01 nov. 2013.
- Inepac – Instituto Estadual Do Patrimônio Artístico E Cultural Do Rio De Janeiro. Dossiê de tombamento da Fazenda Engenho Novo. São Gonçalo, 1998.
- Le Goff, J. Documento/monumento. In: História e Memória. Campinas: Ed. da Unicamp, 1998.
- Linhares, Elizabeth et alii. Conhecendo Assentamentos Rurais no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: CPDA/UFRRJ, 2002.
- Londres, Maria Cecília Fonseca. In: ABREU, Regina; Chagas Mário (Orgs.). Memória e patrimônio: ensaios contemporâneos. Rio de Janeiro: DP&A, 2003. p. 59-79.
- Mauss, Marcel. Ensaio sobre a dádiva. In: Sociologia e Antropologia. 11a ed. São Paulo: Cosac Naif, 2011. 4ª reimpressão.
- Martins, Clerton (Org.). Patrimônio Cultural: da memória ao sentido do lugar. 1ª ed. São Paulo: Roca, 2006.
- Martins, José de Souza. Sociologia da Fotografia e da Imagem. São Paulo: Contexto, 2008.
- Mattos, Rafael Arosa. População neo-rural e agricultura orgânica: mudanças no meio rural da região metropolitana do Rio de Janeiro. In: XVI Encontro Nacional de Geógrafos. Anais... Porto Alegre, 2010.
- Moreira, R. J. Identidades complexas no conhecimento científico sobre comunidades costeiras. In: Amodeo, N. B. P.; Alimonda, H. Ruralidades, capacitação e desenvolvimento. Viçosa: Ed. UFV, 2006. p. 177-200.
- _____. Cap. 3. Cultura, política e instituições rurais. In: _____. Terra, poder e território. 1ª ed. São Paulo: Expressão popular, 2007. p. 69-97.
- Minayo, Maria Cecília de Souza. Ciência, Técnica e Arte: o desafio da pesquisa social. In: _____. (Org.). Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade. Petrópolis, RJ: Ed. Vozes, 1998.
- Munhos, Paula Daniela. Sitiantes e Chacareiros do Ribeirão Vermelho: sociabilidade, disputas e transformações de um bairro rural. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (CPDA), 2007.
- Murari, Luciana. Natureza e cultura no Brasil (1870-1922). São Paulo: Alameda, 2009.

- Nora, Pierre. Entre Memória e História: a problemática dos lugares. Tradução de Yara Aun Khoury. In: Projeto História. Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em História e do Departamento de História, São Paulo: PUC-SP, dezembro de 1993. p. 7-28. (In: Les lieux de mémoire. La République. Paris. Gallimard, 1984. p. XVIII-XLII.)
- Ploeg, Jan Douwe van der. Dez qualidades da agricultura familiar. Revista Agriculturas: experiência em agroecologia, número extra, nº I, fevereiro 2014. p. 3-14. ISSN: 1807-491X.
- Pollak, Michael. Memória e identidade social. Estudos Históricos, v. 5, nº. 10, Rio de Janeiro, 1990. p. 200-212.
- Pronaf – Programa Nacional da Agricultura Familiar. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/atuar/pronaf.htm>. Acesso em: 10 de maio 2010.
- Rodrigues, Camila Gonçalves O de. O turismo e a reconstrução do espaço rural. In: CARNEIRO, Maria José. Ruralidades contemporâneas: modos de viver e pensar o rural na sociedade brasileira. Rio de Janeiro: Maud X: FAPERJ, 2012. p. 227-246.
- Schama, Simon. Paisagem e memória. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.
- Schmitt, Cláudia Job. Redes, atores e desenvolvimento rural: perspectivas na construção de uma abordagem relacional. Dossiê Sociologias, Porto Alegre, ano 13, nº 27, mai./ago. 2011. p. 82-112.
- Wanderley, M. N. B. O 'lugar' dos rurais: o meio rural no Brasil moderno. In: XXV Congresso da SOBER. Anais... Natal: Sober, 1997. p. 90-113.
- Wanderley, M. N. B. & F. A. Lourenço. O agricultor familiar e a sociabilidade no espaço local. Notas sobre um estudo comparativo internacional. XVII Encontro nacional do PIPSA. Anais... Porto Alegre, IFCH/UFRGS, novembro 1994.
- Yazigi, Eduardo; Carlos, Ana Fanini A.; Cruz, Rita de Cássia A. Turismo: espaço, paisagem e cultura. São Paulo: Hucitec, 1996.

Análisis situacional del aviturismo en la provincia del Guayas – Ecuador

MSc. Gisella Párraga M.
Universidad ECOTEC
gparraga@ecotec.edu.ec

MSc. Felipe Espinoza D.
Consultor
fespinozadejanon@gmail.com

MSc. María José Ortiz Z.
Universidad Estatal de Milagro
mortizz1@unemi.edu.ec

Resumen: El aviturismo en el Ecuador lleva varias décadas a su haber, al ser considerado como uno de los países mega diversos del mundo y ubicarse en cuarto lugar con mayor número de especies de aves; 1.623 registradas en el territorio, posee mercados desarrollados en las provincias de: Pichincha, Santo Domingo, Esmeraldas (norte), Azuay y Loja (sur), las cuales han desarrollado productos bien cotizados en mercados internacionales, esta situación no se repite en Guayas a pesar de su riqueza y diversidad de ecosistemas, por encontrarse en la zona de influencia de tres ecorregiones sudamericanas: Chocó, Tumbesina y Estribaciones Occidentales de la Cordillera de Los Andes no ha logrado un adecuado desarrollo. En consecuencia el presente trabajo busca analizar la situación actual del aviturismo en la provincia del Guayas y determinar su potencialidad e importancia para la sostenibilidad y desarrollo local. Mediante visitas in situ a los cantones con mayor posibilidad de avistamiento y revisión bibliográfica para una mejor comprensión del trabajo, los resultados demuestran el gran potencial de la provincia al contar con aproximadamente 35% de las especies del país a pesar que no se han evaluado e inspeccionado todos los sitios posibles para el desarrollo de la actividad.

Palabras claves: Aviturismo, biodiversidad, desarrollo local, sostenibilidad, turismo sostenible

Abstract: Bird watching in Ecuador takes several decades developed, being considered as one of the mega diverse countries in the world and placed fourth highest number of bird species; 1,623 registered in the territory, has developed markets in the provinces of Pichincha, Santo Domingo, Esmeraldas (north), Azuay and Loja (south), which have developed well priced in international markets, this situation is not repeated in Guayas despite its richness and diversity of ecosystems, to be in the area of influence of three South American ecoregions: Choco, Tumbesina and western foothills of the Andes has not made adequate development. Consequently this paper is to analyze the current situation of bird watching in the province of Guayas and determine its potential and importance for sustainability and local development. Through on-site visits to the cantons with greater possibility of sighting and literature review to a better understanding of the work, the results demonstrate the great potential of the province to have approximately 35% of the country's species although they have not evaluated and inspected all possible sites for the development of the activity.

Keywords: Birding, biodiversity, local development, sustainability, sustainable tourism

Introducción

Aunque las aves juegan un papel muy importante en la ecología terrestre de todos los ecosistemas donde se encuentran, no todo el mundo se fija en ellas. Sin embargo, existe una considerable demanda de personas que se han vuelto aficionados a las aves. Algunos son científicos (ornitólogos), pero otros simplemente son observadores de la gran variedad de colores, fascinados por sus cantos, admiradores de sus movimientos y su historia natural. El número de aficionados aumenta anualmente y se estima que existen más de 60 millones en Estados Unidos (CASABAL, 2006) que es el mercado principal más cercano para los países de Centro y Sudamérica. Otros países con buen número de “pajareros” incluyen Inglaterra, Alemania, Australia, Japón, Taiwán (Dallies, 2005).

El presente trabajo recoge observaciones de los autores en diferentes zonas visitadas de la provincia del Guayas, algunos de estos datos son resultados de las actividades realizadas en el proyecto “Estudio de Mercado para el aviturismo en la provincia del Guayas” el cual se desarrolló en el marco del convenio de cooperación interinstitucional entre el Gobierno Provincial del Guayas y la CORPEI (Corporación para la Promoción de Exportaciones e Inversiones) bajo los lineamientos del Programa Biocomercio Andino, que tiene como objetivo proteger y aprovechar de manera sostenible la biodiversidad nativa de un país.

En Ecuador, uno de los tres sectores priorizados por el Programa Biocomercio Andino es el sector de Turismo Sostenible, debido al gran potencial que posee el país en su patrimonio natural, social y cultural, haciendo énfasis en Aviturismo, como una estrategia para impulsar la conservación de las especies nativas de aves y sus ecosistemas y así potenciar su aprovechamiento sostenible de acuerdo a los principios y acuerdos del Biocomercio.

El objetivo del presente trabajo es realizar un análisis situacional del aviturismo en la provincia del Guayas, los datos recopilados fueron comparados y alineados con la Estrategia Nacional para el Manejo y Desarrollo Sostenible del Aviturismo en el Ecuador desarrollada en el año 2006 y actualizada en el 2010, por Mindo Cloudforest Foundation en coordinación con el Ministerio de Turismo.

El desarrollo del aviturismo a nivel nacional no es una actividad nueva, ya que posee mercados desarrollados específicamente en el norte y sur del país, esto es el noroccidente que abarca las provincias de Pichincha, Santo Domingo y Esmeraldas; y al sur en las provincias de Azuay y Loja, las cuales cuentan con productos turísticos ornitológicos que se encuentran bien cotizados en mercados internacionales.

Esta situación no se repite en el resto del país, con un desarrollo incipiente de la actividad en la sierra central, en la costa y en la amazonía, por la falta de promoción, identificación de sitios potenciales y creación de productos de aviturismo. La provincia del Guayas específicamente es una de las provincias con menor desarrollo de la actividad a pesar de que se viene mencionando la misma desde hace ya varios años en documentos de planificación nacional y provincial.

En 2006 se publicó la Estrategia Nacional para el Manejo y Desarrollo Sostenible del Aviturismo en Ecuador, documento eje para el desarrollo de la presente investigación, donde se establecen los lineamientos generales técnicos y comerciales para el desarrollo de la actividad en el país, pero en la cual se hizo énfasis solo en los circuitos que ya contaban con desarrollo (Noroccidente y Sur del país) y para la provincia de Guayas se definieron sitios con potencial para la actividad, pero que posteriormente pasaron a formar parte de la nueva provincia de Santa Elena, dejando al Guayas únicamente con 2 lugares (Bosque Cerro Blanco y Manglares Churute) de importancia.

Posteriormente se elaboró en 2008 el Plan Maestro de Desarrollo Turístico del Guayas, donde se menciona a la observación de aves como la cuarta opción de los turistas extranjeros que visitaron la provincia durante el año 2007, y en el mencionado documento se lo utiliza como ejemplo de la diversidad de productos turísticos que la provincia tiene para ofrecer, mas no se realizan mayores observaciones o recomendaciones sobre el potencial de la actividad; en 2008 también se publica el PLANDETUR 2020 (Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador), donde se enfatiza el aviturismo como nuevo producto nacional y que debe ser comercializado para los sitios definidos en la Estrategia Nacional publicada en 2006, se identifica su potencialidad como actividad económica y se establece una propuesta de desarrollo para el sector sur del país (Loja-Zamora).

En 2009 el Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador (PIMTE 2014), incluye al ecoturismo (dentro del cual se encuentra el aviturismo como observación de flora y fauna) como segundo producto turístico más comercializado a nivel país, constituyendo un 21% de la oferta, y se considera de alto impacto en el futuro a corto y mediano plazo por su nivel de notoriedad y presencia en los canales de distribución internacionales, en los resultados del análisis se incluye al ecoturismo en el Macro-Programa Nacional de Marketing en las siguientes acciones: folletos especializados, puntos de promoción turística para consumidor final, folletos para el consumidor y programas de promoción interna (nacional) del producto. En 2010 se actualiza la Estrategia Nacional para el Manejo y Desarrollo Sostenible del Aviturismo en Ecuador, con la inclusión de nuevos sitios potenciales para la provincia del Guayas como son: Área Nacional de Recreación Isla Santay y Gallo, Bosque Protector Chongón-Colonche, Puerto Hondo y Área Nacional de Recreación Parque Lago.

Finalmente en el año 2012 dentro del Plan de Desarrollo de la Provincia del Guayas 2012-2021, en las propuestas de desarrollo del Sistema Ambiental, se incluye la gestión del ecoturismo (incluido el aviturismo) como herramienta de conservación ambiental y la creación de instituciones/organismos dedicados a la misma en Bucay, embalse Daule-Peripa y en Cerrito de Los Morreños (Golfo de Guayaquil).

Revisión de la literatura

La provincia del Guayas está situada en el centro de la región Costa del Ecuador, al occidente de la Cordillera de Los Andes y en ella se encuentra el Golfo de Guayaquil, la entrada de mar más grande del Pacífico Sur hacia el continente, lo que proporciona una configuración geográfica única y particular. Tiene una extensión aproximada de 17.000 Km² y limita con las provincias de Santa Elena, Manabí, Los Ríos, Bolívar, Chimborazo, Cañar, Azuay y El Oro, es la provincia más poblada del país con 3.645.483 habitantes, según el VII Censo de Población realizado en el año 2010. El clima está influido por 2 corrientes marinas, la cálida El Niño proveniente del norte y la fría de Humboldt proveniente del sur. También es importante destacar la influencia de los vientos sobre la cordillera de Los Andes, que debido al efecto Föhn generan precipitaciones y elevada humedad, las cuales dependiendo de las formaciones vegetales existentes crean un sin número de microclimas dentro de la provincia.

Durante el año, existen dos estaciones muy marcadas: lluviosa (enero a mayo) y seca (junio a diciembre), las que no llegan a tener temperaturas y condiciones extremas por lo que se puede visitar en cualquier época.

El aviturismo consiste principalmente en la búsqueda, observación e identificación de las aves, mientras se disfruta de la naturaleza en el hábitat donde se las encuentra. Es totalmente amigable con el ambiente, ya que para mantener las especies de aves más interesantes, se debe conservar ecosistemas enteros, protegiendo así toda la biodiversidad que estos albergan, además de sus servicios

ambientales como la producción de agua y oxígeno, control de la erosión, entre otros. Por tal razón se la considera como una actividad enmarcada dentro del propio “ecoturismo”.

El ecoturismo es un término creado para atraer a viajeros amantes de la conservación de espacios naturales, culturales y patrimoniales, siendo en los años 90's donde la Sociedad Internacional de Ecoturismo estableció una definición aceptable: “Es el viaje responsable a zonas naturales que conserva el medio ambiente y mejora el bienestar de las poblaciones locales”. (Drumm & Moore, 2005)

Según (Wo Ching, 2009): El ecoturismo es una actividad turística que involucra el viaje responsable en áreas silvestres, promueve la cultura y el ambiente del sitio visitado, genera oportunidades económicas, que hace que la conservación de los recursos sea de beneficio para las comunidades locales.

Para Nature Conservancy, en su publicación “Desarrollo del Ecoturismo, un manual para los profesionales de la conservación”, el ecoturismo es un componente ideal de una estrategia de desarrollo sostenible, además es un excelente medio para beneficiar tanto a las poblaciones locales como a las áreas protegidas.

Por lo tanto, los principios que aplican para el ecoturismo, aplican al aviturismo igualmente y van de la mano con el turismo sostenible conocido también como responsable, ya que se caracteriza por ser muy participativo, involucra e informa a los visitantes en los procesos que se realizan para mejorar su experiencia, en actividades que reducen la contaminación como lo es el reciclaje, el ahorro de energía, mejor utilización del agua, reducción del ruido que afecte a la vida silvestre, por otra parte se considera al turismo sostenible como un concepto de gestión turística que anticipa y previene problemas, para no rebasar los límites aceptables de acogida de una determinada área geográfica.

El turismo sostenible en el Ecuador está amparado bajo el programa de Educación y Formación en Turismo Sostenible (Ecuador, 2007). , que dice que el turismo sostenible es responsabilidad de todos sus habitantes, teniendo en cuenta la importancia del patrimonio cultural y natural que posee nuestro país.

Metodología

Para efectuar el diagnóstico situacional del aviturismo en la provincia del Guayas se utilizaron algunas técnicas para recopilar información, tales como: revisión bibliográfica pertinente del turismo en el país y a nivel provincial, mediante algunas fuentes como el Ministerio de Turismo, Prefectura, Municipios y ONGs; visitas de campo in situ a los lugares seleccionados de acuerdo a la información existente, donde se llevó a cabo inspecciones de la infraestructura, avistamiento de especies y entrevistas a actores claves. Con esta información se pudo ampliar el análisis del sistema turístico de la provincia, basado en el esquema de planificación estratégica, los cuales incluye los siguientes elementos:

- Atractivos turísticos de la provincia
- Áreas Naturales en la provincia
- Planta Turística en la provincia
- Superestructura Turística
- Demanda Turística actual

Sin embargo fue necesario revisar los nuevos enfoques sostenibles del turismo, la planificación de las actividades y/o proyectos turísticos de la provincia del Guayas, ya que deben estar integrados al macro proceso de planificación provincial y estar compuesta de 4 componentes básicos: economía, sociedades, ambiente y gobernanza.

En base a una revisión de la información existente de estos 4 componentes se pudo realizar un diagnóstico rápido de la situación actual del sistema turístico de la provincia del Guayas, para lo cual se tomaron como base los siguientes documentos y fuentes de información secundaria:

- PLANDETUR 2020
- Plan Maestro de Turismo del Guayas
- Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador 2014
- Plan de Desarrollo de la Provincia del Guayas 2012-2021
- Estudio para el análisis de la demanda y el perfil de inversiones turísticas para la provincia del Guayas

Además de lo antes mencionado se revisó el Catastro Turístico del Guayas proporcionado por el Ministerio de Turismo (MINTUR) y el Inventario de los Atractivos Turísticos de la Provincia del Guayas elaborado en 2010 por la Dirección de Turismo del Gobierno Provincial del Guayas (DITUR), de los cuales se utilizaron las variables pertinentes de los cantones con sitios potenciales de interés para el aviturismo.

Luego de que la información fue procesada, se complementó el análisis mediante la elaboración de la herramienta FODA desarrollada con actores estratégicos del medio (ornitólogos, guías turísticos, operadores, y docentes universitarios) para contribuir al adecuado manejo y mejora del aviturismo en la provincia del Guayas.

Resultados y discusión

De acuerdo a los datos obtenidos en la recopilación de información pertinente al objetivo de estudio, se obtuvieron los siguientes resultados:

- Atractivos Turísticos de la provincia del Guayas (cantones con potencial para el aviturismo).

Los 14 cantones elegidos para el diagnóstico situacional son los que poseen mayor cantidad de sitios potenciales para el aviturismo definidos por la presente investigación y los informes de levantamientos bióticos de la Dirección de Medio Ambiente de la Prefectura del Guayas, dando como resultado los siguientes: Balao, Balzar, Bucay, Daule, Eloy Alfaro (Durán), El Empalme, El Triunfo, Guayaquil, Naranjal, Nobol, Palestina, Pedro Carbo, Playas y Santa Lucía.

De acuerdo al Inventario de Atractivos Turísticos de la Provincia elaborado en 2010, los 14 cantones del Guayas cuentan con los atractivos turísticos que se resumen en la siguiente tabla:

Tabla 1. Resumen de los atractivos turísticos cantonales por categoría de atractivo, estado e importancia para el aviturismo.

Cantón	Categoría del atractivo				Estado del atractivo*					Importancia aviturismo**		
	Manifestación Cultural	Sitio Natural	Subtotal	% Sitio Natural	A	NA	PD	D	C	I	NI	% Incluido
Balao	6	3	9	33,3%	4	0	1	0	4	0	2	0,0%
Balzar	7	1	8	12,5%	3	0	2	0	3	1	2	12,5%
Bucay	4	3	7	42,9%	2	0	1	1	3	1	1	14,3%
Daule	5	2	7	28,6%	1	0	1	1	4	0	1	0,0%
Durán	7	1	8	12,5%	2	1	0	0	4	1	0	12,5%
El Empalme	2	2	4	50,0%	0	0	1	0	3	2	1	50,0%
El Triunfo	4	1	5	20,0%	1	0	0	0	4	0	1	0,0%
Guayaquil	63	10	73	13,7%	16	0	2	4	51	6	4	8,2%
Naranjal	7	6	13	46,2%	5	0	2	0	6	3	0	23,1%
Nobol	9	1	10	10,0%	1	1	1	1	6	1	1	10,0%
Palestina	4	0	4	0,0%	0	0	0	0	4	1	0	25,0%
Pedro Carbo	5	4	9	44,4%	5	2	0	0	2	1	1	11,1%
Playas	6	5	11	45,5%	6	0	0	0	5	1	1	9,1%
Santa Lucía	2	2	4	50,0%	3	0	0	0	1	0	1	0,0%

***Estado del Atractivo:** **A:** Alterado; **NA:** No Alterado; **PD:** En Proceso de Deterioro; **D:** Deteriorado; **C:** Conservado.

****Importancia Aviturismo:** **I:** Sitios con potencial para el Aviturismo Incluidos en el Inventario Turístico; **NI:** Sitios con potencial para el aviturismo No Incluidos en el Inventario Turístico.

Fuente: Gobierno Provincial del Guayas. 2010.

La tabla resumen ha agrupado en las categorías **Manifestación Cultural** y **Sitio Natural** a los atractivos turísticos de cada cantón, debido a la relación directa que se da en la mayoría de los casos de que los sitios de importancia para el aviturismo están considerados sitios naturales, con esta premisa los cantones que poseen mayor porcentaje de sitios naturales respecto al resto de sus atractivos son El Empalme y Santa Lucía con un 50%, seguido por Naranjal y Playas con un 46,2% y 45,5% respectivamente. En cantidad de atractivos turísticos considerados sitios naturales, el cantón que posee el mayor número es Guayaquil con 10, seguido por Naranjal con 6 y Playas con 5.

Además de la clasificación de los sitios, se incluyó el estado de conservación de los atractivos, siendo el cantón Guayaquil el que posee mayor número de sitios considerados **Conservados** (51 sitios) y siendo el mismo también el que posee la mayor cantidad de sitios **Deteriorados** (4 sitios).

Las últimas columnas hacen referencia a los sitios con potencial para el aviturismo que están incluidos en el inventario turístico existente, siendo el cantón Guayaquil el que posee la mayor cantidad de sitios incluidos (6), seguido por el cantón Naranjal (3) y El Empalme (2); y en referencia al último valor, el cantón con el mayor porcentaje de sitios con potencial para el aviturismo incluidos en su inventario de sitios turísticos es El Empalme con el 50% ya que 2 de sus 4 sitios con potencial están identificados. Este porcentaje es el indicativo de que en la mayoría de los cantones, los sitios

con potencial para el aviturismo no se encuentran clasificados como atractivos turísticos, ni considerados sitios naturales, lo que deberá ser modificado en la actualización del inventario.

- Áreas Naturales

Las áreas protegidas de la provincia del Guayas están directamente ligadas a ser sitios potenciales para el aviturismo ya que cuentan con un estatus de protección, también poseen cierta infraestructura, planes de manejo y algunos paquetes de ecoturismo, lo que facilita su desarrollo como sitios potenciales para el aviturismo.

A continuación se presenta el listado y superficie de las áreas protegidas nacionales y privadas con las que cuenta la provincia del Guayas:

Tabla 2. Áreas Protegidas Nacionales y Privadas

Áreas protegidas Nacionales	Superficie (ha)
Reserva Ecológica Manglares Churute	49.383,00
Refugio de Vida Silvestre Manglares El Morro	10.130,16
Reserva de Producción Faunística Manglares El Salado	9.747,80
Área Nacional de Recreación Parque Lago	40.600,00
Área Nacional de Recreación Isla Santay y Gallo	2.214,00
Área Nacional de Recreación Los Samanes	379,79
Área Nacional de Recreación Playas Villamil	2.478,12
Subtotal	114.932,87
Áreas Protegidas privadas	Superficie (ha)
Bosque Protector Cerro Blanco	1.953,20
Bosque Protector Cerro Colorado	204,60
Bosque Protector Bosqueira	130,50
Bosque Protector Prosperina	154,82
Bosque Protector El Paraíso	577,97
Bosque Protector Chongón Colonche	78.151,20
Bosque Protector Chillanes-Bucay	1.918,27
Bosque Protector Hacienda CIGASA	465,04
Bosque Protector Molleturo-Mollepungo	97.500,00
Bosque Protector Sendero Palo Santo	4,01
Bosque Protector Estero Salado	47,15
Bosque Protector Yasun-Limbo	3.880,60
Bosque Protector Daule-Peripa	218.604,00
Bosque Protector Hacienda Shishimbe	135.220,00
Bosque Protector Subcuenca del Río Chongón	17.037,80
Subtotal	555.855,44
Superficie Total	670.788,31

Fuente: Adaptada del Ministerio del Ambiente. 2013

No se puede establecer relaciones porcentuales entre las superficies cubiertas por las áreas protegidas nacionales y privadas, ya que algunas de las áreas se encuentran en varias provincias y otras en zonas limítrofes con falta de delimitación por lo que obtener el dato exacto de la superficie perteneciente al Guayas no sería real, las áreas protegidas que se encuentran en varias provincias son las siguientes:

Bosque Protector Chongón Colonche, Bosque Protector Chillanes-Bucay, Bosque Protector Molleturo-Mollepungo, Bosque Protector Daule-Peripa y Bosque Protector Subcuenca del Río Chongón.

Las áreas protegidas que se encuentran en zonas no delimitadas son las siguientes: Bosque Protector Chillanes-Bucay, Bosque Protector Molleturo-Mollepungo Y Bosque Protector Daule-Peripa.

- Planta Turística

En la provincia del Guayas se han identificado 5.487 establecimientos prestadores de servicios turísticos a partir del catastro turístico de la provincia del Guayas facilitado por el Ministerio de Turismo, resumen del cual se presenta en la Tabla 3:

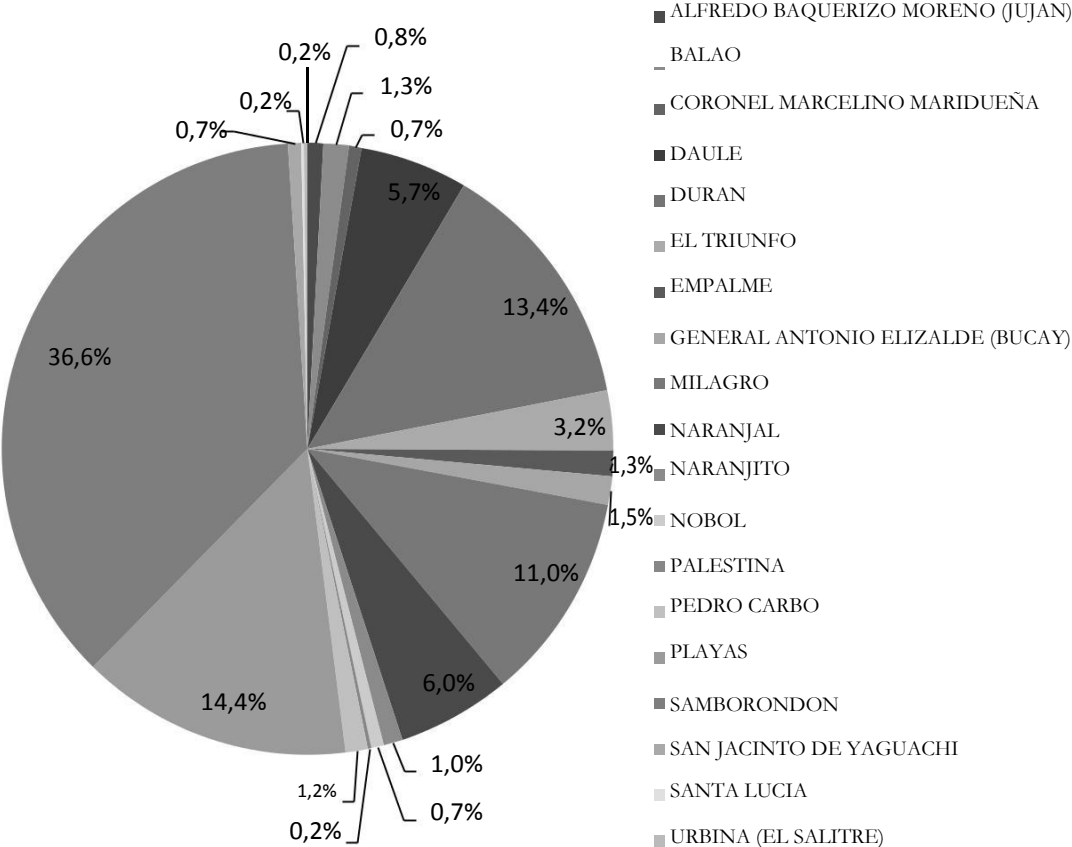
Tabla 3. Planta Turística del Guayas

CANTÓN	Agencia s de Viaje	Operadore s Turísticos	Alojamient o	Comida s y Bebidas	Recreación, Diversión y Esparcimient o	Transport e Turístico	Casinos, Salas de Juego, Hipódromo s
Guayaquil	173	50	275	4180	113	98	0
Alfredo baquerizo Moreno (Jujan)	0	0	2	1	2	0	0
Balao	0	0	5	3	0	0	0
Coronel Marcelino Maridueña	0	0	1	2	1	0	0
Daule	0	0	9	19	6	0	0
Duran	0	0	17	59	4	0	0
El triunfo	0	0	8	7	4	0	0
Empalme	0	0	4	4	0	0	0
General Antonio Elizalde (Bucay)	0	0	6	1	2	0	0
Milagro	2	0	19	40	5	0	0
Naranjal	0	0	10	19	7	0	0
Naranjito	0	0	3	3	0	0	0
Nobol	0	0	2	1	1	0	0
Palestina	0	0	1	0	0	0	0
Pedro carbo	0	0	3	4	0	0	0
Playas	0	1	55	29	1	0	0
Samborondon	8	2	2	201	5	0	1
San jacinto de yaguachi	1	0	0	0	3	0	0
Santa lucia	0	0	1	0	0	0	0
Urbina (El Salitre)	0	0	0	1	0	0	0
TOTAL	184	53	423	4574	154	98	1

Fuente: Catastro Turístico del Guayas. Ministerio de Turismo. 2014.

Como se observa en la tabla 3 existe una centralización de la planta turística en el cantón Guayaquil, específicamente en la ciudad de Guayaquil, con la presencia de 4.889 establecimientos, que representan el 94,02% de las agencias de viaje, el 94,34% de las operadoras turísticas, el 65,01% de los alojamientos, el 91,39% de los sitios de comida y bebidas, el 73,38% de los centros de recreación y el 100% del transporte turístico, por lo que se ha optado por excluir al cantón para graficar la representatividad cantonal de la planta turística en el resto de la provincia.

Gráfico 1. Representatividad cantonal de la planta turística del Guayas (excluido Guayaquil).



Fuente: Catastro Turístico del Guayas. Ministerio de Turismo. 2014.

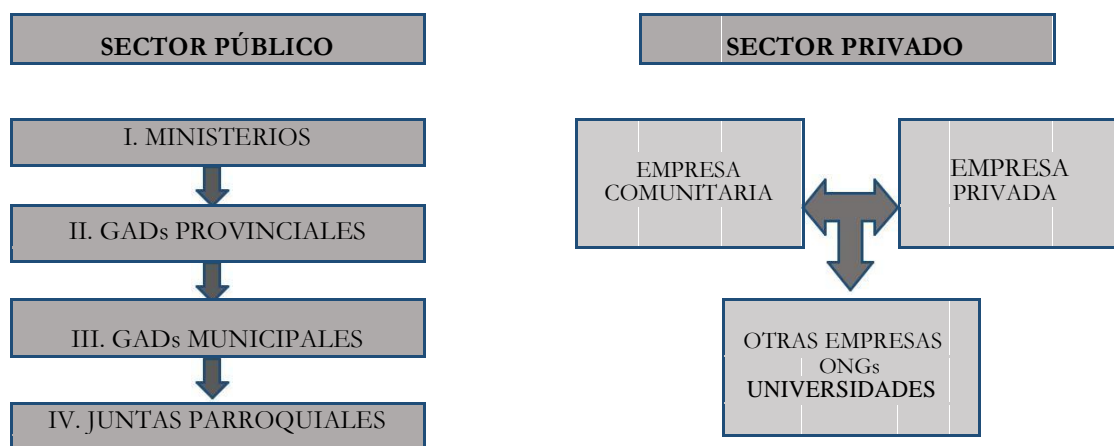
Como se observa en el gráfico 1 el cantón que posee el mayor número de establecimientos que ofrecen servicios turísticos es el cantón Samborondón con el 36,6% de la oferta, seguido por Playas con el 14,4%, Durán con 13,4% y Milagro con el 11,0% que representan el 75,4% de la planta turística provincial sin incluir a la ciudad de Guayaquil concentrada en 4 cantones, lo que demuestra el incipiente desarrollo de servicios e infraestructura turística a nivel provincial.

Fuera de Guayaquil, la planta turística está conformada en un 65,89% por sitios de Comida y Bebidas, 24,75% por Alojamientos de diversas categorías, el 6,86% por Centros de Recreación y Diversión, y el 2,5% por Agencias de Viajes, Operadoras Turísticas y Casinos e Hipódromos.

- Superestructura Turística

La Superestructura Turística de regulación de la actividad viene dada en varios niveles tanto nacional y local, representada por el gráfico 1:

Gráfico 2. Superestructura Turística de la provincia del Guayas



La actividad turística en el Ecuador posee un sistema de Gobernanza dividido en dos grandes grupos sectoriales: Público y Privado. Cada grupo tiene un rol de participación y trabajo que teóricamente, deberían fortalecerse mutuamente para el buen manejo y desarrollo turístico como actividad productiva para el país, pero su realidad es que los esfuerzos son aislados y sin coordinación, lo que provoca duplicidad de esfuerzos y despilfarro de recursos en la mayor parte de territorios.

- Demanda Turística actual

El turismo receptor a nivel nacional ha experimentado un incremento claramente visible, donde se aprecia un incremento sostenido del 23,2% desde el año 2010 con 1.047.098 turistas extranjeros que ingresaron al país hasta 1.364.057 en 2013; y en el año 2014 aumentó en un 32,9%.

Sobre la provincia del Guayas no existen datos específicos de la cantidad de turistas que demandan servicios turísticos, únicamente existe la estadística de ingresos por la Jefatura del Guayas, estos datos no diferencian a los turistas que vienen a realizar negocios únicamente, a los turistas en vacaciones y a los familiares de ecuatorianos que entran de visita, por lo que no representa un dato fiable para el cálculo de la demanda actual de aviturismo en la provincia.

La actualización de la Estrategia Nacional de Aviturismo, publicada en 2010, indica que aproximadamente 5.000 turistas del total que ingresó a Ecuador en 2009 realizaron actividades relacionadas a la observación de aves (aviturismo). Según el PLANDETUR 2020 el volumen de turismo interno del Ecuador está alrededor de 10.000.000 de visitantes al año a la fecha de la publicación.

Las únicas estadísticas existentes de turismo en sitios potenciales para el aviturismo en la provincia del Guayas están dadas por el registro de ingreso de las áreas protegidas Reserva Ecológica Manglares Churute y Refugio de Vida Silvestre Manglares El Morro, realizado por el Ministerio del Ambiente como se observa en los gráficos 3, 4, 5 y 6.

Gráfico 3. Ingreso de turistas nacionales a REMCH 2011 – 2013

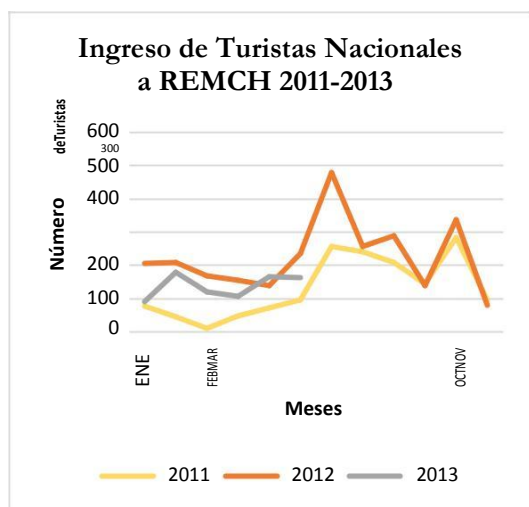


Gráfico 4. Ingreso de turistas extranjeros a REMCH 2011 - 2013

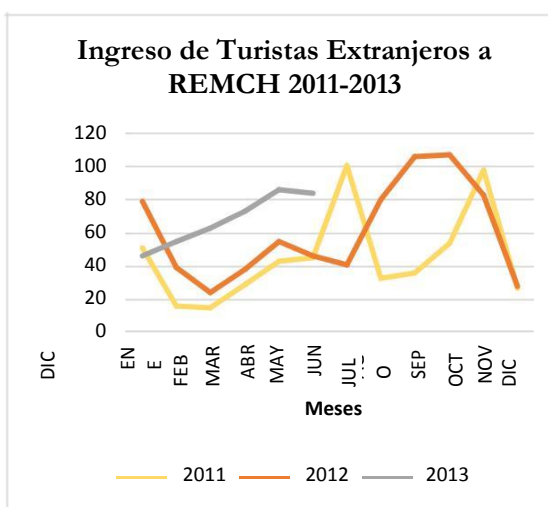


Gráfico 5. Ingreso de turistas nacionales a RVS Manglares El Morro 2011 – 2013

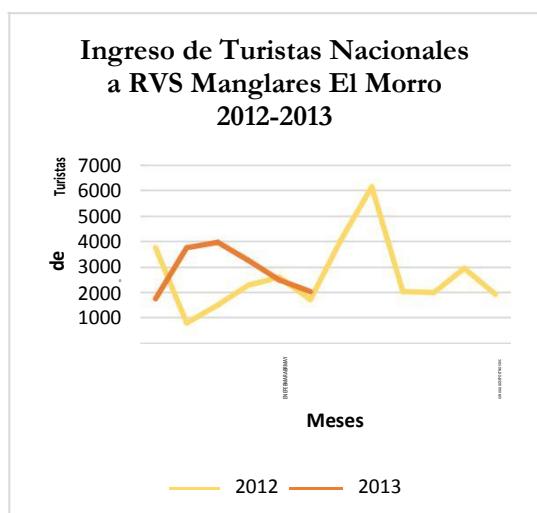
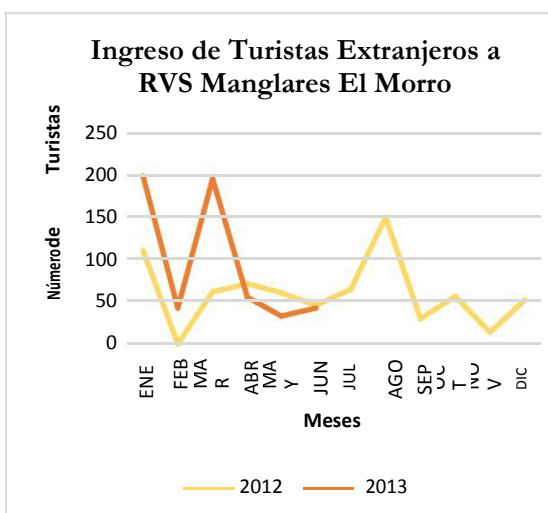


Gráfico 6. Ingreso de turistas extranjeros a RVS Manglares El Morro 2011 - 2013



La representación gráfica del ingreso de turistas y su separación entre nacionales y extranjeros, permite identificar que la mayor cantidad de demanda en estos 2 sitios de la provincia viene dada por el turista nacional, siendo esto más evidente en Manglares el Morro donde la demanda del servicio del turista extranjero es aproximadamente el 2% comparada con el turista nacional, mientras que en Manglares Churute es alrededor del 30% frente al 70% de demanda nacional del servicio.

Se desconoce por tanto la demanda de sitios con potencialidad para el aviturismo en áreas protegidas públicas y privadas, así como en áreas que se encuentran en vacíos de conservación y/o que son consideradas otro tipo de atractivo turístico.

Y para complementar los resultados, se elaboró un análisis FODA para evidenciar los factores internos y externos que pueden influir en el desarrollo del aviturismo en la provincia del Guayas.

Tabla 4. Análisis FODA para el desarrollo del aviturismo en la provincia del Guayas

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
Autonomía para el manejo de los recursos cantonales.	Los Gobiernos Locales de la provincia del Guayas tienen la posibilidad de adquirir competencias de manejo de los recursos cantonales demostrando la capacidad técnica y económica.	No se cuenta con guías especializados en la identificación de aves de la región.	Servicios de aviturismo operados desde el extranjero y de otras regiones en la provincia.
Se cuentan con dos sitios para el aviturismo dentro de la Estrategia Nacional para el Aviturismo.	Existen 33 sitios con potencialidad para el desarrollo de la actividad del aviturismo dentro de la provincia.	No existen centros de información turísticos en los cantones con sitios de potencialidad para el aviturismo.	Competencia muy agresiva que crea barreras de mercado para el ingreso del Guayas como destino de Aviturismo.
El Guayas cuenta con iniciativas de inversión (sector privado y público) para conservación y desarrollo de proyectos ecoturísticos.	La planta turística de Guayaquil está en la capacidad de cubrir incrementos en la demanda turística nacional e internacional.	El estado de la planta turística es deficiente e insuficiente fuera de la ciudad de Guayaquil.	Reducción de la inversión estatal y privada para mejoras de la infraestructura y planta turística de la provincia.
Se cuenta con una de las plantas turísticas más grandes del país.	Cercanía de los sitios potenciales de aviturismo con el centro de llegada de turistas.	Las vías secundarias y caminos vecinales de la provincia no se encuentran en buen estado.	Factores de riesgo climatológicos (inundaciones, sequías, lluvias torrenciales, variaciones de temperatura).
En la Guía Turística del Guayas se encuentra definidas las rutas turísticas de la provincia.	Existen líneas de crédito abiertas para el desarrollo de proyectos ecoturísticos.	Las prácticas agrícolas y expansión urbana deterioran la calidad de los ecosistemas de la provincia.	Reducción y destrucción de los ecosistemas de importancia para el aviturismo.
La provincia del Guayas está provista de señalética vial y turística apropiada.	Potencializar e incrementar las actividades económicas asociadas y derivadas del aviturismo.	Regularización de las actividades turísticas resultan costosas y extensas para el sector del turismo rural comunitario.	Incremento del turismo informal por falta de un marco regulatorio de la actividad de aviturismo.
La Guía Turística del Guayas cuenta con la sección de aviturismo que contempla las aves a observar por rutas existentes.	Presencia de la oferta de aviturismo de la provincia en ferias internacionales (MINTUR, PROECUADOR, etc.).	No existe mercado ni productos turísticos definidos para el aviturismo en la provincia.	Pérdida de territorio y sitios potenciales para el aviturismo por resolución de los conflictos limítrofes de la provincia.

La ciudad de Guayaquil (planta turística) se encuentra ubicada en el centro de la provincia, facilitando la logística para el inicio de los circuitos de aviturismo en la provincia del Guayas.	Existe un mercado nacional potencial, no identificado.	No existe marco regulatorio para la actividad del aviturismo.	Incremento de la inseguridad en la provincia del Guayas.
Sistema de transporte intercantonal e interparroquial con salidas constantes.	Mayor variabilidad en la oferta de productos aviturísticos que otros destinos nacionales.	No existe información específica del aviturismo en la provincia del Guayas.	No se ha consolidado la estrategia nacional y provincial de aviturismo en el Guayas.
Ecuador es uno de los cuatro destinos de mayor importancia para la observación de aves en el mundo.	Potencial desarrollo del mercado de aviturismo en la provincia.	Se desconoce la diversidad y abundancia total de aves y los sitios de avistamiento con los que cuenta la provincia.	Incremento de los conflictos Socio-ambientales en áreas de interés para el aviturismo.
Conocimiento empírico de la avifauna por parte de la población circundante de las áreas potenciales para el aviturismo.	Atracción de inversión privada para el desarrollo de proyectos de aviturismo.	Falta de gobernanza y seguridad en los sitios que se encuentran dentro de la zona limítrofe de la provincia.	Aumento de los costos de tecnología y equipos especializados para el aviturismo en el país.
Aproximadamente 24% del territorio provincial presenta algún tipo de categoría de protección.	Crear la estrategia provincial de aviturismo.	No se ha creado la estrategia provincial de aviturismo propuesta en el 2012.	Las preferencias del consumidor se inclinan a destinos de aviturismo consolidados en el país.
El 17% de la superficie territorial de la provincia está categorizada como AICA.	El presupuesto anual de la provincia del Guayas es uno de los más altos del país.	No se ha consolidado la estrategia nacional de aviturismo en la provincia del Guayas.	Inestabilidad política e imagen internacional del país.
Más de 1.650 especies de aves (18% de las aves del mundo) a nivel nacional, de las cuales 700 se encuentran en la costa continental.	Incremento de la entrada de turistas por el aeropuerto José Joaquín de Olmedo.	La mayoría de los sitios con potencial para el aviturismo se encuentran en zonas con conflictos Socio-ambientales.	Débil coordinación interinstitucional.
Las carreteras principales de la provincia se encuentran en buen estado.	Explotar la imagen internacional del país como destino de aviturismo, para posicionar al Guayas como principal destino para realizar aviturismo.	La calidad del servicio al cliente es deficiente en la provincia del Guayas.	Continuidad de políticas públicas.
Existe inversión estatal para el mejoramiento de los servicios básicos de la provincia.	Utilizar TICs para el diseño y promoción de productos de aviturismo en la provincia.	Existe un manejo deficiente de las áreas protegidas de la provincia.	

Se cuenta con una base sólida bibliográfica para el desarrollo Turístico a nivel Nacional y local (PLANDETUR 2020, PIMT 2014, PDOT Guayas 2012-2021, Plan Maestro de Turismo de Guayas)	Se facilita la formación de guías nativos debido al interés y conocimiento empírico de ciertos sectores de la población.	Muchas de las áreas potenciales para el aviturismo se encuentran dentro de los vacíos de conservación provinciales.	
	Geográficamente el Guayas se encuentra en una zona de solapamiento entre ecorregiones de endemismo (Chocó, Tumbesina y estribaciones occidentales de los Andes) y ecosistemas de importancia para la avifauna (Estuario del Golfo de Guayaquil).	Los costos de los equipos especializados para aviturismo en el Ecuador son altos.	
	Existe el marco regulatorio para la creación de nuevas áreas protegidas provinciales.	Falta de integración entre los gremios involucrados en el desarrollo de la actividad del aviturismo.	
	La provincia cuenta con especies emblemáticas y de interés para el aviturista especializado.	La provincia del Guayas no es reconocida como destino para el aviturismo.	
	Uno de los principales rubros de la Prefectura del Guayas está dirigido al mejoramiento y ampliación de la vialidad provincial.		

Fuente: Autores.

Conclusiones

La provincia cuenta con un marco legal de planificación importante para fomentar el desarrollo del turismo en su circunscripción, como lo son: Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador (PLANDETUR 2020), Plan Maestro de Turismo del Guayas, Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador 2014, Plan de Desarrollo de la Provincia del Guayas 2012-2021, Planes de desarrollo y ordenamiento territorial cantonales, Planes de Manejo Ambiental de Áreas Protegidas, Inventario de Atractivos Turísticos de la Provincia del Guayas 2010, entre los más importantes y sobre todo que incluyen a la observación de aves como una modalidad turística priorizada.

El cantón con el mayor número de atractivos turísticos de importancia y en mejor estado de conservación es Guayaquil, seguido de Naranjal y El Empalme. Los atractivos clasificados como sitios naturales en Guayas no tienen productos definidos sobre aviturismo a excepción del Bosque Protector Cerro Blanco (Guayaquil) y la Reserva Ecológica Manglares Churute (Naranjal). La provincia cuenta con 7 áreas protegidas estatales y 17 áreas privadas.

La planta turística de la provincia se encuentra centralizada en la ciudad de Guayaquil con el 89,1% del total de establecimientos que ofertan servicios turísticos. El 10,9% de la planta turística restante a nivel provincial se encuentra concentrado en los cantones Samborondón, Playas, Milagro y Durán. Existen necesidades de mejoramiento en las rutas turísticas que promociona la provincia de Guayas, siendo lo más urgente en todas las rutas la infraestructura.

Las iniciativas para el desarrollo del turismo de las distintas entidades del sector público, así como de los actores privados, son aisladas al no trabajar de manera interinstitucional ni transversal con actividades compatibles como la agricultura, la pesca y la conservación. El no poseer las competencias de la gestión turística pone en desventaja a varios municipios de la provincia retrasando su desarrollo como polos turísticos.

La demanda turística actual tiene una tendencia creciente a nivel nacional, y un mayor aporte a la economía. La demanda turística de la provincia del Guayas no ha alcanzado las proyecciones propuestas en el Plan Maestro de Turismo del Guayas con una variación negativa del 5,8% en 2012 y 11,3% en 2013, indicando un problema posiblemente en la promoción de los destinos y en el desarrollo de nuevos productos turísticos como se indica en el Análisis FODA. (Ver Tabla. 4)

A pesar del poco desarrollo del aviturismo en la provincia, el posible potencial ha sido expuesto en varias ocasiones en artículos de prensa escrita, donde exponen las acciones de los departamentos de turismo tanto del Municipio de Guayaquil como del Gobierno provincial para potencializar esta modalidad en el territorio.

Referencias

- Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (2007). Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador. PLANDETUR 2020. Quito, Ecuador.
- Casabal. (2006). Estudio de Mercado y Plan Estratégico de aviturismo. INGUAT/OEA
- Claire, D. (2008). Manual de Buenas Prácticas para la actividad de observación de aves en Guatemala. Instituto Guatemalteco de Turismo (INGUAT)/OEA.
- Drumm, A., & Moore, A. (2005). Desarrollo del Ecoturismo (Vol. I). Arlington, Virginia, USA: The Nature Conservancy.

- El Telégrafo. (02 de octubre de 2014). El aviturismo es posible en 12 puntos de Guayaquil. El Telégrafo.
- El Universo. (11 de octubre de 2014). Aviturismo en Guayaquil, desde hoy. El Universo.
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Guayas. (2012). Modelo de Gestión de la Mesa Turística del Guayas. Guayas, Ecuador.
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Guayas. (2012). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Provincia del Guayas 2012-2021. Guayas, Ecuador.
- Guayas, G. P. (s.f.). Guía turística del Guayas. Recuperado el 24 de junio de 2016
- Hall, M. & Page, S. (2002): The geography of tourism and recreation: Environment, place and space. Londres, Reino Unido.
- Honorable Consejo Provincial de la Provincia del Guayas. (2008). Plan Maestro de Desarrollo Turístico de la provincia del Guayas. Guayas, Ecuador.
- Kuri & Asociados. (2012). Estudio para el análisis de la demanda y el perfil de inversiones turísticas recomendadas para la provincia del Guayas con la finalidad de identificar el recurso existente y posibles mercados que demanden la oferta que posee el Guayas. Guayas, Ecuador.
- Mindo Cloud Forest Foundation. (2006). Estrategia Nacional para el Manejo y Desarrollo Sostenible del Aviturismo en Ecuador. CORPEI. Quito, Ecuador.
- Mindo Cloud Forest Foundation. (2010). Actualización de la Estrategia Nacional de Aviturismo. Quito, Ecuador.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2009). Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador. Quito, Ecuador.
- Ministerio de Turismo del Ecuador (2009). Aviturismo – Rutas del Austro. Cuenca, Ecuador.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2014). Principales Indicadores de Turismo. Boletín N° 5. Quito, Ecuador.
- Molina, S. (2000): Conceptualización del Turismo: Teoría general de sistemas (TGS). México.
- OMT. (1999). Guía para administradores locales: Desarrollo turístico sostenible. Madrid, España.
- Osorio, M. (2006). La planificación turística. Enfoques y modelos. Revista Quiviera. Vol. 8. N° 001. Toluca, México.
- Ricaurte, C. (2009). Manual para el diagnóstico turístico local. Guía para planificadores. ESPOL. Guayaquil, Ecuador.
- Wo Ching, A. V. (2009). Manejo y conducción de grupos de Ecoturistas. En A. V. Wo Ching, Manejo y conducción de grupos de Ecoturistas (págs. 9-10). Mexico: Trilla.

ISBN: 978-99974-68-12-3

