



Universidad de Cuenca

UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA
EDUCACIÓN

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**“ESTRATEGIA COMUNICATIVA QUE UTILIZA REVISTA VISTALSUR PARA
PROMOCIONAR EL CORREDOR TURÍSTICO SANTA BÁRBARA”.**

Trabajo de Investigación
previo
a la obtención del Título de
Licenciado
en Comunicación Social.

AUTOR:

ROBERT MARCELO PUGLLA SUQUILANDA

DIRECTOR:

Mstr. TEODORO RICARDO TELLO CARRION

CUENCA – ECUADOR

2013



Universidad de Cuenca

RESUMEN

En el presente trabajo se evidencia la estrategia de Revista VistaSUR para promocionar el Corredor Turístico Santa Bárbara, en la Región Sur y en las principales ciudades del Ecuador. Desde septiembre del 2010 hasta julio del 2013 se han elaborado seis reportajes: Las toquilleras crean arte con sus manos, en los cantones azuayos de Chordeleg y Sígsig. Desfiles y Disfraces por San Chavita, Sígsig. Carnaval: explosión de música y color, en el Corredor turísticos Santa Bárbara. Macanas, un ancestral arte textil en Gualaceo. Tres Lagunas: el corazón verde de Chordeleg. Paja toquilla, con las raíces de una mágica tradición, en Gualaceo, Chordeleg y Sígsig.

Entre todos los reportajes suman 28,5 páginas de contenido. Estos trabajos se han impreso en 52.000 ejemplares que han sido distribuidos en la Región Sur, en las zonas turísticas de Guayaquil y Quito, y en las principales ferias de turismo del Ecuador y de los países vecinos de Colombia y Perú.

PALABRAS CLAVES

TURISMO, CORREDOR TURÍSTICO SANTA BÁRBARA, CORREDOR TURÍSTICO, ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE GUALACEO, CHORDELEG Y SÍGSIG. REVISTA. VISTALSUR.



Universidad de Cuenca

ABSTRACT

The magazine VistalSUR's strategy to promote the Santa Bárbara Tourist Corridor in Ecuador's southern region and in the major cities of Ecuador is well documented. From september 2010 to july 2013 VistalSUR has published six articles: The Straw-weavers create art with their hands in the Azuay cantons (counties) of Sígsid and Chordeleg. Parades and costumes for San Chavita, Sígsig. Carnaval: an explosion of music and color in the Santa Bárbara Tourist Corridor. Ikat shawls, an ancient textile art in Gualaceo. Three Lakes: the Green heart of Chordeleg. Toquilla straw, a magical tradition in Gualaceo, Chordeleg and Sígsig.

All these reports total 28 and a half pages of content. There have been 52.000 copies of these magazines distributed throughout the southern region and the tourist areas of Guayaquil and Quito as well as at major tourist markets throughout Ecuador.

KEYWORD

TOURISM, TOURIST CORRIDOR SANTA BARBARA, RB TOURIST ATTRACTIVE TOURIST OF GUALACEO, CHORDELEG AND SIGSIG. MAGAZINE VISTALSUR.



Universidad de Cuenca
Fundada en 1867

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I	
1. HISTORIA DE REVISTA VISTALSUR	
1.1. Una idea desde Madrid.....	3
1.2. El nombre.....	4
1.3. Contenidos.....	4
1.4. Publicidad.....	14
1.5. Distribución y venta.....	15
CAPITULO II	
2. PROPUESTA EDITORIAL Y GRAFICA DE VISTALSUR	
2.1. La fotografía como eje principal.....	17
2.2. El turismo como eje de la revista.....	19
2.3. El Corredor Turístico Santa Bárbara.....	20
2.4. Beneficios turísticos para el corredor	22
CAPITULO III	
3. PROYECCIÓN DE LA REVISTA VISTALSUR	
3.1. Mercado nacional.....	27
3.2. Mercado internacional.....	27
3.3. Redes sociales, estrategias de internacionalización.....	28
3.4. Opinión y actores directos	29
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
ANEXOS.....	34
BIBLIOGRAFIA.....	41



Universidad de Cuenca
Fundada en 1867

Yo, **ROBERT MARCELO PUGLLA SUQUILANDA**, autor de la tesis "**ESTRATEGIA COMUNICATIVA QUE UTILIZA REVISTA VISTALSUR PARA PROMOCIONAR EL CORREDOR TURÍSTICO SANTA BÁRBARA**", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, julio de 2013

ROBERT MARCELO PUGLLA SUQUILANDA
1103140172

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador

AUTOR: ROBERT MARCELO PUGLLA SUQUILANDA

5



Universidad de Cuenca
Fundada en 1867

Yo, **ROBERT MARCELO PUGLLA SUQUILANDA**, autor de la tesis **“ESTRATEGIA COMUNICATIVA QUE UTILIZA REVISTA VISTALSUR PARA PROMOCIONAR EL CORREDOR TURÍSTICO SANTA BÁRBARA”**, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de: **“Licenciado en Comunicación Social”**. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, julio de 2013

ROBERT MARCELO PUGLLA SUQUILANDA
1103140172

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



Universidad de Cuenca

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico a la vida, a esa vida que me dio la posibilidad de tener a unos papás (ROSA Y VÍCTOR) incondicionales, una esposa (LIZ) comprometida, unos hijos (TAMIA Y ATIK) muy cariñosos, y excelentes amigos en todo el país.

Los eslabones de la vida no se los sube solos, por eso también dedico esta publicación a mi gente de Saraguro (Loja), de Cuenca y del país, que cada día me permiten compartir momentos agradables.

Robert



Universidad de Cuenca

AGRADECIMIENTO

Cada paso en la vida no es el resultado individual de las personas, sino la suma de todos los que intervienen en esos pasos. Por eso, agradezco al tutor de esta tesina, Ricardo Tello, y a todos los maestros que han guiado mi formación académica. Además, una consideración especial para todas las personas que desde el inicio creyeron y apoyaron este proyecto periodístico y turístico, entre ellos a Fabián Altamirano.

Robert.



INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad que genera recursos, fuentes de trabajo y dinamiza la economía de un país. Pero sobre todo, permite descanso y relax a quienes viajan. Por si fuera poco, a través de esta actividad también se conoce culturas, tradiciones y formas de vida distintas a las que vivimos. Según el Ministerio de Turismo, “entre enero y octubre del año 2012 llegaron a Ecuador 1.049.493 visitantes extranjeros, lo que representó un crecimiento del 12, 23% con relación al mismo período en el 2011” (Ministerio Turismo 2012).

El turismo interno, es decir nacional, también tuvo un importante crecimiento. “Entre enero y noviembre del 2012 se desplazaron 11.3 millones de ecuatorianos dentro del país, cuatro veces más que en el 2005 que se movilizaron 2,3 millones. Se estima que los traslados del 2012 movieron más de 1.000 millones de dólares en la economía nacional” (hoy.com.ec, 2013).

Por este motivo se considera que Ecuador tiene gran cantidad de recursos y atractivos turísticos que aún no han sido promocionados ni explotados; y que hay miles de personas que están demandando información para tomar decisiones para sus próximas vacaciones.

El Corredor Turístico Santa Bárbara es uno de los destinos del sur del Ecuador que no había sido promocionado masivamente, para ser posesionado como un destino obligado y de interés nacional. Aunque las condiciones para serlo las tiene: clima, actividades artesanales, destinos naturales, gastronomía, expresiones culturales, fiestas, gente muy amable (...)

Revista VistalSUR se une a los esfuerzos de las instituciones públicas y privadas para, a través de reportajes y espacios publicitarios, promover visitas turísticas a los cantones de Gualaceo, Chordeleg y Sígsig, y sus áreas de influencia en la provincia del Azuay. Por este motivo, en su última edición



Universidad de Cuenca

prepara un nuevo reportaje sobre la joyería y orfebrería en el cantón Chordeleg. Éste se publicará en la edición número 28 de VistalSUR.

Con este proyecto, Revista VistalSUR continúa con los ideales iniciales de quienes

“a finales de los años 1950, en el marco de las políticas modernizantes promovidas por el gobierno de Galo Plaza, se propone al turismo internacional como un instrumento para el desarrollo del país. Para esto, se establece una oficina adscrita a la Presidencia de la República. En ese entonces, la llamada “Misión cultural Indígena” presidida por Rosa Lema, marca un hito relevante orientado a publicitar el país, pero especialmente la zona de Otavalo, provincia de Imbabura, en el mercado Norteamericano” (Mercedes Prieto 2011).



CAPÍTULO I

1. Historia de la Revista VistaSUR

1.1. Una idea desde Madrid

Revista VistaSUR nace el 10 de septiembre del 2008 en la ciudad de Cuenca. Ese día se plasmó una idea que nació de su director, Robert Puglla, luego de permanecer por más de 10 horas sentado en una banca de la transitada Gran Vía de Madrid, un día de mayo del 2008. Este lugar resultó ideal para descansar y hacer pasar el dolor del cuerpo tras una maratónica gira de más de 1.600 kilómetros, ida y vuelta en bus, entre las localidades de Madrid, Valencia, Murcia, Totana y Vera, en el país europeo de España.

En esta ruta promocionaba la primera y desaparecida página web www.migentecuador.com pensada para los migrantes, que fue la antesala de lo que hoy es Revista VistaSUR. Ahí, sentado y casi sin ánimos de dar un paso más, se pensó en emular una revista de turismo (viajes, aire libre, vacaciones) como las que se ofertaban en un pequeño kiosco de aquella agitada ciudad. En ese espacio y en esas circunstancias surgió la idea de crear una revista de turismo para Cuenca, Ecuador.

Para ese entonces, el promotor de la idea, ya había recorrido por más de seis años, el sur del Ecuador prestando los servicios como fotógrafo profesional en diario El Comercio. Fuera de esa empresa, siguió recorriendo la región como fotógrafo oficial de una pequeña editorial fundada por él, en mayo del 2005, llamada Fotográfica Ediciones. Además, prestaba los servicios para otros medios de comunicación y agencias internacionales de noticias.

Las emociones de los viajes, el conocer a personas nuevas, vivir aventuras turísticas casi todos los días y adquirir nuevos conocimientos en estos espacios fueron decisivos a la hora de pensar en crear Revista VistaSUR, porque allí conoció los destinos, los pueblos, los artesanos y en general la gente de la Región Sur del Ecuador.



Universidad de Cuenca

A su alcance tenía una inagotable materia prima no promocionada: El Alto Nangaritza, en Zamora Chinchipe; las Cascadas de Manuel, en El Oro. El florecimiento del guayacán en Zapotillo, Loja; Tres Lagunas en Chordeleg, Azuay, el Parque Nacional El Cajas, en Cuenca, el Podocarpus, en Loja (...) y así innumerables destinos que no habían sido promocionados con calidad fotográfica, periodística y de impresión. Al no haber una revista 100% turística en el Ecuador, la oportunidad estaba dada.

1.2 El Nombre

El nombre VistalSUR nace de la necesidad de llamar la atención de los turistas hacia el Sur del Ecuador. A esta región que mucha gente no viajaba “porque estaba lejos”, “porque nadie los había invitado” o “porque no conocían sus potencialidades”. Para eso nació VistalSUR, para decir “aquí estamos” con nuestra cecina, la horchata, el rosero, las ancas de rana, el tigrillo o con nuestro mote pillo. La publicación es bimensual, desde su inicio.

1.3 Contenidos

Determinar el contenido no fue difícil. La Región Sur del Ecuador es muy rica y diversa en su paisaje, gastronomía, naturaleza, artesanías, fiestas populares. Por eso, segmentamos el contenido. Los espacios creados tenían una vinculación directa con el estilo del contenido que se quería dar: De Aventura, Productos de mi Tierra, Bombos y Platillos, Confesiones de un Pueblo, Identidad, Manos a la Obra, Bajo su Mirada...

Bombos y Platillos era un espacio para contar toda esa expresión cultural presente en las coloridas fiestas populares de los pueblos y las ciudades. En la primera edición se publicó la fiesta del 15 de agosto en honor a la imagen de la Virgen del Cisne en Loja, que cada año mueve a sobre los 24.000 fieles, según datos de la Iglesia. Este segmento desapareció y lo transformamos Turismo Urbano. Allí hablamos, exclusivamente, sobre los atractivos que tiene las ciudades y pueblos del Ecuador.



En De Aventura se da a conocer los parques y reservas naturales que son atractivos importantes para la gente que le gusta entrar en contacto con la naturaleza. En la primera edición presentamos un recorrido fluvial por el Alto Nangaritza, y en la última edición (27) publicamos un recorrido por el Parque Nacional Cajas, en Cuenca.





Universidad de Cuenca

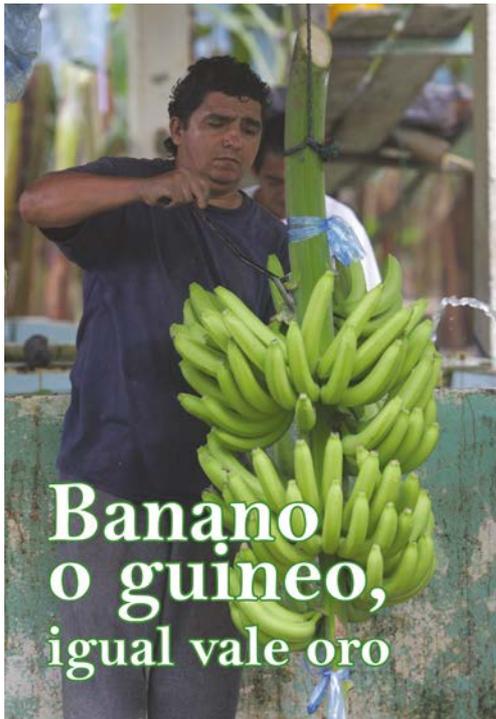
En cambio, la sección Identidad se creó para resaltar los rasgos propios de una comunidad, grupo humano o sociedad que han creado identidad de un espacio territorial. Es decir, ese conjunto de valores, orgullos, tradiciones, creencias y modos de comportamiento dentro de grupos sociales.

En la primera edición se publicó un reportaje amplio de La Chola Cuencana y en posteriores ediciones se trató temas como El Chaso Lojano, la cecina lojana, los monos del parque de Misahuallí (...)



En Productos de mi Tierra se da a conocer la capacidad productiva del campesino de la región sur y la generosidad de una tierra apta y fecunda. De esta manera se evidencia la enorme riqueza, la fortaleza y la diversidad productiva de los pueblos. Esta constituyen otra deliciosa forma de conocer la dulzura de un país próspero.

En la primera edición se publicó un reportaje sobre la producción de banano en el cantón Pasaje, provincia de El Oro. En la edición 27, un reportaje sobre la producción de arroz en el cantón Macará, provincia de Loja.



FRUTOS DE MI TIERRA

Por: Adrián Chica

S el patrón es el oro negro del Ecuador, el banano es su oro verde. Si, verde, pero con este color el fruto es empaquetado para ser exportado a países de Europa y otros de América y Asia.

Todo inicia en El Oro, en las extensas plantaciones color esperanza. En este caso en el cantón Pasaje, Buena Vista, donde su horizonte está conformado por las bananeras, una carretera gris y un blanco cielo nublado.

Aunque el paisaje no está acorde al nombre de la ubicación, aquí se producen los pequeños bananos o guineos, como lo decimos en este país. Por su sabor, consistencia y las vitaminas que brinda son un producto de exportación, pedidos en todo el mundo.

Pese a lo nublado del día el clima es cálido, como la gente que labora en OR y Pretty Liza Banana, pero esta es solo una de las cualidades. La principal es el esmero y dedicación en su trabajo, muestra de ello son las 150 a 200 cajas de banano que exportan en una semana, con tan solo tres días de trabajo.

En el proceso de empaque participan 14 personas, seis en campo y ocho en cuartel, es decir los primeros se encargan de la recolección y el resto de la selección, lavado, repartición y embalado.

El proceso inicia con la recolección del banano. Uno de los trabajadores posee una cuchilla con un mango que llega hasta la caca de la planta, allí los estibadores esperan el corte y la caída del racimo. Previamente se colocan una especie de comita en los hombros.

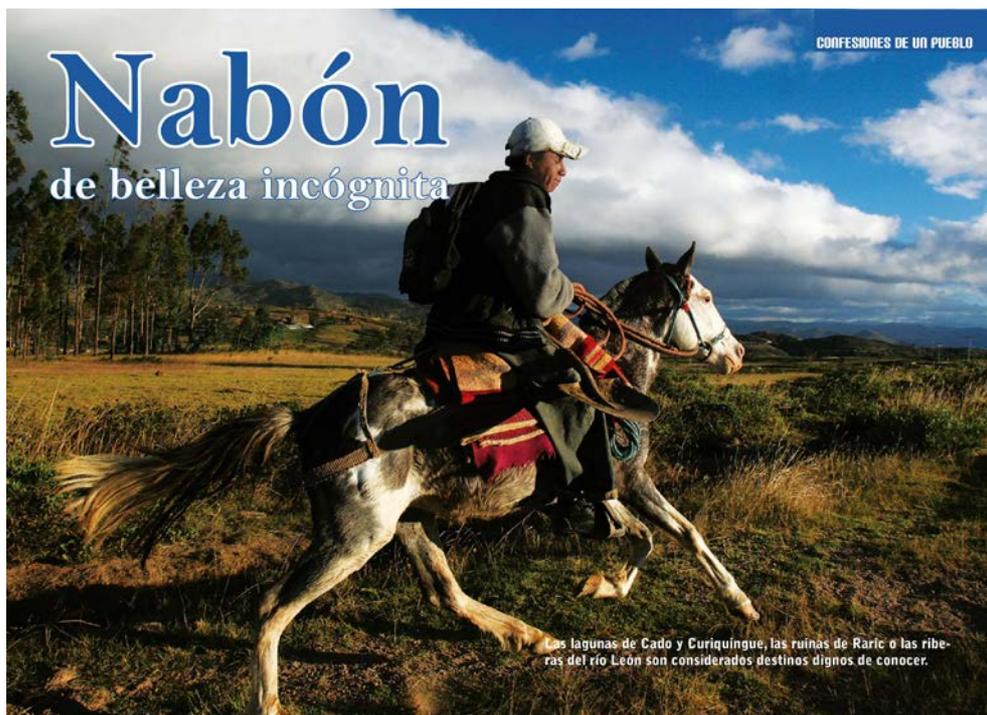
Porque más acá, hay la vía, se escucha en la plantación. Con el racimo en hombros los peones van sorteando las plantas, ramales y surcos del camino; sin embargo lo que no pueden esquivar son las cuéculas, que en ocasiones cruzan.

Posteriormente el conjunto de guineos es cogido con una soguilla, se selecciona las frutas, con una cucharita de hierro se corta en mangos, son lavados, pesados y fumigados para evitar que los insectos puedan hacer daño a la fruta mientras es llevada a otros países.

Luego de bautizarlas colocándose un adhesivo con la marca de la empresa, las portadoras del racimo...

VISTASUR | 21

Confesiones de un Pueblo es una sección para hablar de los pueblos con sus características, su vida, su gente. En el primer número publicamos un reportaje de Nabón, en la provincia del Azuay. En las posteriores ediciones esta sección se transformó en Destino, para hablar de las grandes y pequeñas ciudades como potenciales destinos turísticos de Ecuador.



Manos a la Obra está dedicada a visibilizar la capacidad artesanal de los pueblos del sur del Ecuador. En la primera edición publicamos un reportaje sobre los talladores de piedra del cantón Azogues, provincia del Cañar.

El diario transformar de la Roca

Por Patricia Enriquez

En la carretera de Llamunco, parroquia Javier Loyola, en Azogues, los talladores muestran su arte en un trabajo cotidiano.

Con el fondo musical de un sanjuanito, Manuel Sibiri, sus dos hijos y otros talladores, moldean el duro cuerpo de la roca, sin alzar la cabeza, sin hablarse ni mirar una figura de esa blanca materia prima.

Plac, plac, plac, plac, es el sonido que se desprende con el constante golpear de la escople de martillo y pequeño cincel, llamado Sufidada, al portagigante y grueso pedazo de hierro, denominado punta, mientras se le da forma a la piedra.

En el taller, junto a la carretera de Llamunco, de la parroquia Javier Loyola, en Azogues, estos hombres trabajan en jornadas diarias con la meta de moldear dos columnas por semana, que luego serán vendidas desde 125 dólares cada una, según la complejidad de su diseño. Estas obras de 2,40 metros de largo, constituyen el principal producto de los "piedreros", a la hora de vender a constructores.

Pero no solo de columnas viven los talladores, también expresan su arte en figuras de animales, religiosos y geométricas, entre otras, que son adquiridas como adornos, o para ser expuestas en las iglesias, como la Virgen de Fátima, de la cual se viene orgulloso Manuel Poggio, escultor de la manufactura atadaña a la de los Sibiri.

El hombre, que ha dedicado 25 de sus 48 años de vida, se niega a hablar de su obra y admite que el hacer columnas se ha convertido en un trabajo rutinario, imprevisto más el taller otros objetos, donde "se ve su verdadera capacidad".

Para Poggio y los otros artesanos, el polvo y los picados tocan que se desprenden de la piedra, son parte del ambiente por eso las protecciones están de sobra. De vez en cuando un trabajo que hará de mascarilla, o el sombrero para que el sol no pague de frente, son accesorios complementarios.

MANOS A LA OBRA

Aquí pican y pican, en un plac, plac que más que el simple sonido es su ritmo de vida, una vida que deja las manos duras y el corazón henchido de orgullo, con cada roca moldeada.

Labor que viene de familia

El darle forma a la piedra es una labor que requiere de habilidad innata, pero también de perseverancia y por ende de paciencia. Los talladores, como todos los artesanos necesitan perfeccionar su técnica a través de los años, así como de un maestro que los guíe.

De padres a hijos la enseñanza de la obra se extiende a través del tiempo; cumplíndose la tradición de legar el aprendizaje de familia en familia. Así es común escuchar los mismos apellidos de un taller a otro, en la decena de estos asentados en el camino de Llamunco. Con el pasar de los años este patrimonio se ha convertido en una dura tarea, pues las generaciones actuales buscan nuevos horizontes, en los que los capos y los pedazos de mineral no sean parte de su trabajo.

"Hoy los jóvenes buscan otros empleos, y es que este oficio es duro", comenta Luis Sumariá, quien se encarga de la coordinación en una de las instalaciones a la Intermarina.

Otra de las cuestiones en contra es la desastrosa salida del producto, por los hechos en serie en fábricas que utilizan la tecnología

Detalles

La roca gris trabajada en Llamunco es traída de las canchales del cerro de Cajasalva.

Un tallador cobra por su obra ocasional el promedio de no dólares, trabajando a doble jornada.

La venta de las figuras es al por mayor y menor, pudiendo el interesado escoger directamente del taller.

24

25

Asimismo, en la primera edición se creó la sección Galería Fotográfica con una serie de imágenes captadas de los ecuatorianos radicados en España. En las ediciones posteriores, esta sección se transformó en Bajo su Mirada y publicamos fotografías de aficionados o profesionales de la fotografía.

A los compatriotas que están lejos

En Lorca (España) los ecuatorianos dominan la colonia de extranjeros y son inconfundibles.

GALERÍA FOTOGRAFICA

En Tobarra (España) madre e hijo

Al empezar el día en Valencia

En una jornada habitual de trabajo en Murcia

Aquellos compatriotas que trabajan con ahínco en tierras extranjeras, para asegurar su futuro y el de su familia. A quienes se les resbalan las lágrimas cuando escuchan canciones de Julio Jaramillo y que desearon acostumbrarse a dormir cuatro horas y trabajar 20. A los que hablan con sus hijos pero no los pueden abrazar, porque los necesita un océano. A los que sufren la discriminación y los que logran un estatus. En fin, a los que entregan todo de sí en otros países y aún añoran remesas para beneficio de los suyos. A ellas y ellos, *Vistaur* rinde un homenaje en esta edición de los emigrantes. Las imágenes presentadas son de compatriotas que residen en España e Italia.

En la actualidad se han abierto nuevos segmentos entre ellos está Aromas y Sabores donde se ofrece información gastronómica de todo el país. El espacio es para dar a conocer las propuestas gastronómicas de chef y restaurantes de las regiones Costa, Sierra y Oriente.

AROMAS Y SABORES

Shamuico, un restaurant innovador y tradicional



Samuel Ortega Cartuche luego de 15 años en España, y con una sorprendente experiencia culinaria a nivel mundial, regresó a su natal Saraguro para demostrar una nueva forma de hacer cocina. Su negocio es un proyecto familiar con calidad internacional.

Saraguro tiene en su centro urbano un local de alta cocina: Shamuico Espal Restaurant. Su nombre combina las lenguas kichwa, caltán e inglés. Los hermanos Ortega Cartuche hicieron experiencia en España y ahora presentan una oferta gastronómica que fusiona lo tradicional con lo gourmet.

Samuel Ortega es un apasionado por la cocina. A los 18 años empezó a estudiar gastronomía en Girona (España) y su esfuerzo lo llevó a aportar con sus conocimientos en varios restaurantes del mundo como: Cañer de Can Roca, Bulli,

la Vinoteca La Fundició. Asesoró a importantes cadenas hoteleras como Meliá y Riu.

Con su hermana Mariana, catadora profesional de vinos, participaron en la apertura de un restaurante de lujo en España. Sus dos años de estudio en gastronomía y uno en pastelería son parte de la formación de "Sam" (como lo conocen sus colegas). Este joven de 25 años cree que su éxito es la fusión de la comida ecuatoriana con sabores europeos. Además, por la constancia, la práctica y la innovación permanente.

Tras 12 años en España regresó hace cinco meses a Saraguro con su novia, la española Cristina Ortiz, quien está al frente de la administración de este proyecto de los hermanos Samuel, Tosi y Mariana. Ellas se encargan de la decoración y la atención al cliente. Mas

allá de lo económico, esta familia le apostó a levantar su negocio en Saraguro para vivir con más tranquilidad y compartir con su familia.

La carta incluye platos como el lomo de cerdo con manzanas y papas al horno, pastel de chocolate con mermelada, mango y nata... Lo esencial se concentra en conservar la exigencia europea para lograr una calidad óptima, tanto en la exquisitez como en la atención. Los precios son económicos.

Su rústico y acogedor local ubicado en la Av. Loja y 10 de Marzo denotan sutileza, sobriedad y buen gusto. La cocina evidencia orden y limpieza. A futuro, a más del restaurante planifican un centro de recepciones y banquetes. Antes formarán personal para que trabajen con ellos y aporten con fuentes de empleo. Al servir se cuida hasta el último detalle. ¡Buen provecho!



64

1.4 Publicidad

En un inicio el tema comercial fue una tarea muy dura. Al no tener que mostrar a los posibles anunciantes se diseñó una portada prototipo: dimos a conocer los temas y el propósito de la revista. Las personas e instituciones que apoyaron para el primer número fueron: Cooperativa de Ahorro y Crédito Semilla del Progreso (Saraguro), Municipio de Nabón, Prefectura del Azuay, Digicam (venta de cámaras fotográficas), SECOHI (venta de repuestos automotrices), Papá, Baratón (almacén de electrodomésticos), Austral Renta Car, Qapacñan (almacén de artesanías), entre otras pequeñas empresas.



Universidad de Cuenca

Con la primera edición publicada, la segunda edición fue más fácil mostrar el producto. La revista en mano fue la principal carta de presentación para vender el producto. Los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GADs) fueron y han sido nuestros principales anunciantes. En el caso de la provincia de Zamora Chinchipe los municipios de Zamora, Centinela del Cóndor, Yantzazay y El Pangui, y el GAD de la provincia de Zamora Chinchipe.

En la provincia de Loja los municipios de Loja, el GAD de la provincia de Loja y el Ministerio de Turismo Regional 7. En la provincia del Azuay los municipios de Cuenca, Gualaceo, Chordeleg, Sígsig y Nabón, y el GAD de la provincia de Azuay. Además, la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca.

En el El Oro su GAD provincial y el Guayas el Municipio de Guayaquil. En las últimas ediciones se han sumado a esta propuesta editorial los GADs de Virgen de Agua Santa de Baños, Pastaza, Tena y Otavalo.

Los espacios que se ofrecen son desde $\frac{1}{4}$ de página, $\frac{1}{2}$ página y 1 página. También se creó la portada plegable que la utiliza el Ministerio de Turismo de Ecuador. El valor de los espacios son de acuerdo al tamaño: $\frac{1}{4}$ de página USD 180, media página USD 350 y la página indeterminada USD 700. La página indeterminada es que la publicidad se colocará de acuerdo al espacio que nos quede disponible. Es decir, el cliente no elige donde ubicarla.

1.5 Distribución y venta de la revista

Una vez con la revista, el objetivo era buscar cómo llegar a los posibles lectores. El primer paso fue distribuir 3.000 ejemplares que se imprimieron en la primera edición. Y para mostrar que existíamos, también asistíamos a todos los eventos relacionados con el turismo, la cultura y el medio ambiente.

La revista la entregamos directamente a las principales autoridades públicas y de turismo de la región sur: alcaldes, directores de turismo y de las cámaras, asociaciones hoteleras... En cambio, para la venta la distribuimos en



Universidad de Cuenca

los principales puestos de venta de periódicos y revistas de Cuenca, Azogues, Machala y Loja, principalmente.

Un año después se incrementó progresivamente el tiraje de 5.000 a 8.000, hasta llegar en la actualidad a 10.000 ejemplares y seguimos en crecimiento. La distribución también mejoramos y nos extendimos a las zonas de mayor flujo turístico como las avenidas Amazonas y La Mariscal, en Quito, y la Nueve de Octubre, en Guayaquil.

Otros mecanismos para llegar a los posibles turistas fueron las cortesías y con ello aseguramos las suscripciones. Asimismo, llegamos a las habitaciones de unos 100 hoteles en las principales ciudades del Ecuador: Gran Hotel Guayaquil, Galería, Ramada, Howard Johnson, Sonesta y Rizzo Hotel, entre otros de Guayaquil. Hotel Plaza Grande, Casa Gangotena, Reina Isabel, Akros, Sebastián... en Quito. Hotel Oro Verde, Mansión Alcázar, Santa Lucía, Dorado, Crespo, Casa del Águila. Morenica del Rosario... en Cuenca. Y Howard Johnson, Gran Victoria, Zamorano, Bombuscaro... en Loja.

Además, el equipo de revista VistaSUR participa en todas las principales ferias y eventos de turismo de Ecuador. Entre ellas FITE de Guayaquil y CEMEXPO de Quito. Asimismo, en las vitrinas turísticas organizadas por el Ministerio de Turismo en Perú y Colombia.

También estamos en los Centros de Información Turística de las principales ciudades de Ecuador (Quito, Guayaquil, Cuenca, Loja, Machala...). Con el objetivo de promover el turismo, en nuestros viajes de cobertura por todo el país distribuimos la revista en hoteles y hosterías que están al paso.

De igual manera, con el afán de llegar a diferentes segmentos de la población gestionamos la incorporación de VistaSUR a la más grande cadena de Supermercados de Ecuador. Es así que desde la cuarta edición la revista se vende en SUPERMAXI. En este espacio estamos en el área exclusiva de librería y esto nos permite visibilizarnos en las principales ciudades del país.



Capítulo II

2. Propuesta editorial y gráfica de VistalSUR

2.1 La fotografía como eje principal

La propuesta editorial de Revista VistalSUR es del 70% fotográfica. Convencidos del impacto visual que generan las grandes imágenes, cada nota se abre con una fotografía a dos páginas de gran impacto, por su contenido y color. A esto se suma la buena calidad de la impresión. Estas tres condiciones hacen que los temas llamen la atención del lector.

“Me resulta sorprendente el poco mimo y cuidado que le prestan algunos destinos y proveedores turísticos a las imágenes y fotografías de sus soportes de comunicación. Resulta complicado que un potencial visitante o cliente, de entre todos los impactos publicitarios diarios, preste atención a nuestro folleto, web, DVD, etc. Pero si tenemos la suerte de que eso suceda, opino que no podemos permitirnos el lujo de generar una mala imagen por la baja calidad del grafismo”. (Mora, 2011)

Por este motivo VistalSUR pone especial empeño a la hora de captar las imágenes. En las coberturas se busca composiciones que contengan mucho color. Jamás se piensa que se tiene las mejores fotografías, porque cualquier imagen es posible de mejorarla. Si se tiene que volver a recorrer 200 o 300 kilómetros para mejorar una fotografía, se lo hace.

En la edición del material bruto se selecciona las mejores imágenes y nos fijamos hasta en el más mínimo detalle de la composición. Nuestras fotografías no pasan más allá de aclarar u oscurecer en el photoshop. Tampoco hacemos montajes. La foto de la portada es siempre una imagen que impacta y está llena en su totalidad el formato 26,5 x 18,5 cm.

En el montaje interno, siempre abrimos los temas con una foto a doble



Universidad de Cuenca

página. Y a partir de esta se colocan imágenes más pequeñas. Generalmente se incluye un promedio de 12 fotos por tema. Nuestra preocupación por la calidad de información que emitimos a través de las fotografías turísticas nos ha llevado a invertir en equipos profesionales: dos cámaras Canon EOS de más de 15 mega pixeles, lentes luminosos angular 16-35mm y 70-200 mm.

Foto con lente gran angular



Foto con teleobjetivo





También tenemos el segmento Bajo su Mirada que está dedicado a los lectores y aficionados a la fotografía que quieran publicar sus trabajos.

2.2 El turismo como eje de la revista

Revista VistaSUR nació con el propósito de promover el turismo desde y hacia el sur de Ecuador. Por este motivo, la revista circuló por primera vez un 15 de septiembre del 2008, a propósito del Día Mundial del Turismo.

Para cristalizar esta propuesta ya habíamos viajado más de 10 años por las seis provincias del sur de Ecuador: Azuay, Cañar, El Oro, Loja, Morona Santiago y Zamora Chinchipe. Luego de conocer que no habían publicaciones que promuevan el turismo hacia esta región nos planteamos producir la primera revista de turismo en y para el Ecuador.

Fue la primera en su género porque se describía las vivencias en los viajes. Contar y escribir desde los destinos y desde nuestra experiencia le hace más ameno, atractivo y digerible los contenidos. La mejor experiencia de esta actividad es haber poseionado como un atractivo, a nivel nacional, el florecimiento del Guayacán. Este acontecimiento natural se produce cada año en la parroquia Mangahurco, cantón Zapotillo, provincia de Loja.

En este lugar, 8 días después de las primeras lluvias de invierno (entre enero y febrero) florecen de amarillo más de 40.000 hectáreas de bosque de guayacán. Los turistas tienen ocho días para visitarlo, porque luego de este tiempo cae la flor y termina este espectáculo único de la naturaleza.

Este evento natural no había sido publicado jamás por algún medio de comunicación del Ecuador. VistaSUR lo hizo en la edición 15, del 2011. En esa ocasión llegamos a ver y realizar el reportaje cuatro personas. El siguiente año asistieron unas 50 y para el 2013 más de 500, incluido el Ministro de Turismo, Freddy Ehlers, autoridades de otras carteras de Estado y periodistas de Medios de Comunicación nacionales.



Universidad de Cuenca

Los 400 habitantes de la cabecera parroquial de Mangahurco fueron los directos beneficiarios de esta visita turística, que les dejó muy contentos y movió la economía de este pueblo de gente humilde y trabajadora.

2.3 El Corredor Turístico Santa Bárbara

El Corredor Turísticos Santa Bárbara fue creado en el año 2004 y está ubicado al este de la provincia del Azuay. Lo conforman los cantones de Gualaceo, Chordeleg y Sígsig. Los tres territorios tienen dos potencialidades en común: están bañados por las aguas del río Santa Bárbara, que es de donde nace su nombre, y tienen una amplia vocación artesanal.

Como estrategia de promoción, desde la conformación del Corredor Turístico Santa Bárbara, sus autoridades municipales trabajan de forma coordinada en la producción de materiales promocionales y en la participación en ferias turísticas, dentro y fuera del país. Pero cada cantón tiene sus particularidades y atractivos.

Gualaceo oferta tres rutas. La central inicia en el sector de San Pedro de los Olivos, donde están los talleres artesanales de Ikat. Sigue hacia Bullcay con el Orquideario Ecuagénera y el taller de cerámica Bueno. Continúa por el centro de la ciudad con la ruta comercial y gastronómica: almacenes de calzado y el Mercado 25 de Junio para degustar el exquisito hornado, tortillas de maíz, morocho... y a lo largo de la avenida Jaime Roldós el tradicional rosero (bebida a base de frutas tropicales).

En este circuito también se puede comprar muebles o las clásicas chompas de lana de borrego que oferta la Asociación Teje Mujeres. O realizar un recorrido pausado a orillas del río Santa Bárbara y una visita al Centro de Facilitación Turística y Artesanal para adquirir las artesanías de 15 artífices del cantón. En este afluente se realizan múltiples actividades deportivas como el kayak, paseos en lancha y canoping...



Universidad de Cuenca

La Ruta Natural incluye el Bosque Protegido de El Aguarongo, en la parroquia Jadán; la cascada de San Francisco, en la vía a Limón, y Uchucay, donde viven los artesanos expertos en tejer la fibra vegetal (duda) y practican la pesca deportiva. También la Laguna de Maylas, en área protegida del Bosque del Collay para el avistamiento de aves, senderismo etc...

En cambio, la ruta etnográfica consiste en visitar y conocer la vida dentro de las comunidades indígenas de las parroquias Jadán, El Carmen de Jadán, Caguazhún y San Juan. La comunidad de Bacpancel, por ejemplo, vive del tejido de la paja toquilla y también impulsan el turismo rural.

Asimismo, se recomienda visitar Gualaceo en sus principales fiestas: Carnaval, cantonización (25 de junio); Patrón Santiago (julio) donde se desarrolla un simulacro de la guerra entre moros y cristianos; y la parroquialización de San Juan (septiembre).

En Chordeleg no se han definido rutas pero hay sitios obligados para visitar. La principal y más promocionada actividad artesanal es la joyería. Hay decenas de talleres y almacenes que ofrecen bisutería en oro y plata, con sofisticados detalles aplicando la técnica de filigrana. Hay artesanías en cerámica y mazapán. Sus productores ofrecen artículos utilitarios y decorativos como maceteros, ollas, tiestos... y en mazapán adornos en miniatura.

Los vestigios arqueológicos también son parte de los recursos turísticos: la piedra de Punguayco y las ruinas de Llaver. Otras ofertas son Tres Lagunas, ubicado a tres horas a pie desde la parroquia Principal; y el turismo comunitario en las parroquias La Unión, Delegsol, San Martín de Pushío y Principal.

La mayor parte de los habitantes de estas parroquias, hombres y mujeres, vive del tejido del tradicional sombrero de paja toquilla. Este accesorio fue declarado por la UNESCO como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, el 5 de diciembre del 2012. A este abanico de destinos se suman las fiestas de cantonización que son en abril y las patronales-religiosas en honor al Señor de los Milagros, en septiembre.



Universidad de Cuenca

Sígsig fue declarado Patrimonio Cultural del Ecuador el 19 de agosto del 2002. La arquitectura de su Centro Histórico es hermosa con sus casonas de adobe, bahareque y madera, con techo de teja. Pero también tiene atractivos arqueológicos como Chobshi, Shabalula y la Cueva Negra. En los talleres artesanales de la Asociación de Tejedoras María Auxiliadora o en un recorrido por los caminos rurales encontramos a decenas de personas tejiendo los típicos sombreros de paja toquilla, mientras caminan.

Otra parte importante son los talladores de madera en el sector de Pitagma y los fabricantes de guitarras en la parroquia San Bartolomé. Además, las playas de Shingate donde se practica el kayak y otros deportes extremos. Sígsig, por su geografía es territorio ideal para escalada y jumping. En la gastronomía, el plato típico es el cuy y el hornado, y en bebida el canario.

Cada 20 de enero, Sígsig celebra la fiesta de San Sebastián patrono del cantón. Esta celebración religiosa es rica en expresiones culturales y los de mayor despliegue son el desfile nocturno de los jampos (personas disfrazadas con motivos diabólicos) que bailan en la plaza central las escaramuzas (jinetes disfrazados haciendo coreografías).

El Carnaval también se vive con mucha alegría. La fiesta de cantonización es el 16 de abril y sus habitantes participan en desfiles, ferias artesanales, deportes, bailes populares etc.. Estos son los motivos por los que Revista VistaSUR creyó importante unirse al esfuerzo de promover el turismo hacia el Corredor Turístico San Bárbara.

2.4 Beneficios turísticos para el Corredor Santa Bárbara.

En los cuatro años de existencia Revista VistaSUR ha realizado y publicado seis reportajes que tratan temas del Corredor Turístico Santa Bárbara. El primero fue en la edición número 11 del 2010, en la sección Manos a la Obra: “Las toquilleras crean arte con sus manos”. Este reportaje incluyó cinco páginas con siete fotos y su contenido.

El recorrido incluyó algunas parroquias de los cantones de Chordeleg y Sígsig, donde la mayor parte de las familias viven del laborioso tejido de la fibra vegetal con el cual crean el sombrero.



En la edición 14 del año 2011, en el segmento Bombos y Platillos se realizó el reportaje titulado “Desfiles y disfraces por San Chavita” El tema de 6 páginas se acompañó de siete vistosas fotografías de esta celebración que se realiza cada 20 de enero en el cantón Sígsig.



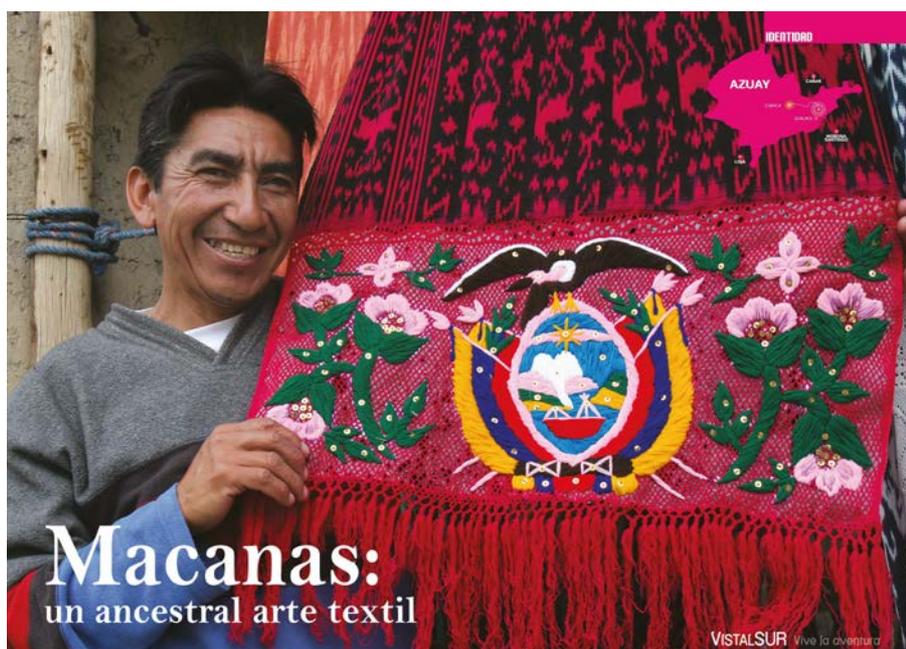


Universidad de Cuenca

En la edición 15 del año 2011, en el segmento Bombos y platillos se publicó el reportaje “Carnaval: explosión de música y color”. Fue de cuatro páginas con siete imágenes sobre la celebración del carnaval en el Corredor Turístico Santa Bárbara y en el vecino cantón de Paute.



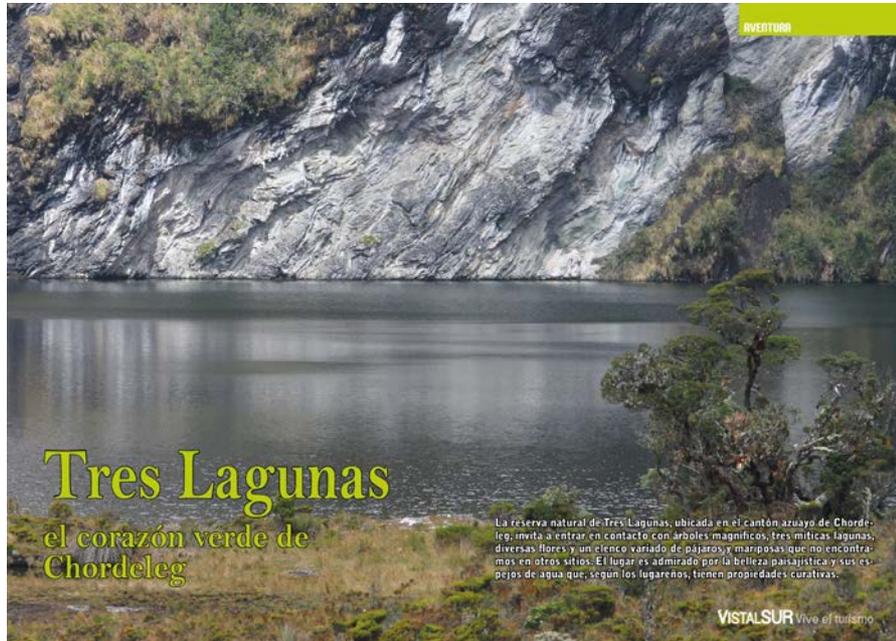
En la edición 17 (2011), segmento Identidad, se publicó el reportaje: “Macanas, un ancestral arte textil”. Esta prenda es parte de la identidad de las mujeres y los talleres están en Gualaceo. Se publicó seis páginas y ocho fotos.





Universidad de Cuenca

En la edición 23 del año 2012, segmento De Aventura, se publicó el tema “Tres Lagunas: el corazón verde de Chordeleg” como destino turístico de adrenalina, naturaleza, descanso... Fueron seis páginas con 10 fotos.



En la edición 26 del año 2013, segmento Especiales, y a propósito de la Declaratoria de la UNESCO, se publicó un reportaje muy completo titulado: “Paja toquilla, con las raíces de una mágica tradición”.





Universidad de Cuenca

Para este reportaje de 12 páginas con 23 fotografías se realizó un recorrido extenso por los pueblos más importantes de las provincias de Manabí, Santa Elena, Azuay y Cañar, involucrados en la siembra, cosecha, tratamiento y tejido de la fibra vegetal.

Todos estos reportajes publicados en VistaSUR tuvieron un amplio tratamiento informativo, lo que influyó de forma positiva en la lectoría. Prueba de ello es que de forma paulatina hemos subido el número de impresiones de los ejemplares. En principio se imprimió 3.000 revistas, a partir de la tercera edición subió a 5.000, desde la 11 a 8.000 y desde la 18 a 10.000 ejemplares.

Asimismo, la revista se distribuye para la venta, a nivel nacional, en la cadena SUPERMAXI y en los principales puestos de venta de periódicos y revistas de las ciudades de Cuenca, Loja, Quito, Guayaquil, Machala.

También está en las habitaciones de los más importantes hoteles, de cuatro y cinco estrellas, de Loja (Howard Johnson, Zamorano, Gran Victoria, Bombuscaro. En Cuenca, Oro Verde, Mansión San Lucía. Casa del Ágila, Morenica del Rocío, Hotel Crespo... En Guayaquil, Gran hotel Guayaquil, Ramada, Howard Johnson, Man Jini, Sonesta.

En Quito, Casa Grande, Casa Gangotena, Reina Victoria... En Machala estamos en el Hotel Oro Verde y en Zamora, Hotel Wanpushkar... De esta forma contribuimos en la promoción turística del Corredor Turístico Santa Bárbara, del sur y del Ecuador entero.



CAPÍTULO III

3.0 Proyecciones de la Revista VistaSUR

3.1 Mercado nacional

Luego de cuatro años de circulación de revista VistaSur, la aspiración inmediata es avanzar, con pasos más fuertes y sólidos, en el posicionamiento de la marca en el mercado nacional, para satisfacer las necesidades de los viajeros, suscriptores y lectores.

En esa línea, empezamos con la distribución de la revista en la mayoría de hoteles y hosterías de tres, cuatro y cinco estrellas del país. Este producto bimensual ahora está en las habitaciones de estos centros de hospedaje y al alcance de los huéspedes.

Otra estrategia a corto plazo es implementar el contenido total de la revista en el idioma Inglés, pues ha sido un pedido reiterado de los empresarios turísticos (agencias de viajes, hoteles...) y de grupos de visitantes extranjeros que han revisado el producto editorial.

Además, nos proyectamos a vender la revista en los principales autoservicios (gasolineras), en la cadena de supermercados Mi Comisariato, farmacias Fybeca y otros espacios importantes de comercio del país. Con esto también ampliamos nuestro mercado.

3.2 Mercado internacional

Luego de visitar el norte del Perú y sur de Colombia en las Caravanas Turísticas que organizó el Ministerio de Turismo en el 2012, Revista VistaSUR pretende expandirse en estos mercados, por la influencia turística con los vecinos países que comparten fronteras y destinos turísticos de interés. Además, está comprobado que el intercambio turístico también dinamiza la economía de los pueblos pequeños.



Universidad de Cuenca

Las ciudades a las que pretendemos llegar en Colombia son Pasto, Popayán y Cali; y en Perú: Piura, Chiclayo y Trujillo. Esas ciudades, al estar cerca de la frontera comparten un interés mutuo por conocer destinos turísticos de sus países vecinos.

Otra aspiración es vender Revista VistalSur en los aeropuertos de Panamá y Lima, debido a que son pasos obligados en flujos turísticos desde y hacia Centro América, y desde y hacia Sur América, respectivamente.

3.3 Redes sociales, estrategia de internacionalización

Las redes sociales son sistemas inteligentes y juegan un papel cada vez más importante de información e interacción. A través de cuentas de Facebook, Twitter, blogs, Flickr y otras plataformas se presentan mensajes e imágenes sobre actividades y destinos turísticos turismo del país.

Especialistas reunidos en Barcelona (2013) para el Forum TurisTIC han indicado que las nuevas tecnología marcarán el rumbo del turismo en los próximos años (Piacente 2013)

“Más del 65% de los viajes empiezan en una red social y acaban en una Web de Reservas”, así resume el director de eDreams España, Javier Bellido, la adaptación necesaria del sector turístico a las nuevas tecnologías a todos los niveles, para continuar cumpliendo objetivos (Hosteltur 2013)

Por este motivo revista VistalSUR le ha dedicado especial interés en su uso. La revista cuenta con un muro de Facebook (Vistalsur Ecuador) desde el 17 de mayo del 2010. Desde esa fecha hasta junio del 2013 hemos publicado 664 y hemos conseguido 4.995 amigos. Es decir, por la configuración propia de esta red social ya no podemos aceptar más amigos en esta página.

Por este motivo, desde el 22 de marzo abrimos una nueva cuenta de Facebook (Revista Vistalsur Ecuador) en la modalidad de “fan page” (herramientas que se utilizan para promocionar una marca corporativa y así generar mayor exposición). Hasta el 30 de junio contábamos con 290 amigos y



Universidad de Cuenca

se han publicado 47 fotografías turísticas. Estas han sido vistas 25.572 veces. En este grupo hay cinco imágenes que son del Corredor Turístico Santa Bárbara que han tenido una altísima revisión de nuestros seguidores.

3.4 La opinión de los actores directos

3.4.1 ENTREVISTAS



Fabián Altamirano

Director de la Regional 6 del Ministerio de Turismo.

¿Qué función cumple la información turística en los procesos de promoción turística?

El país puede tener grandes atractivos culturales, naturales, su gente... pero hay que comunicar para que conozca el mercado interno y externo. Ese eslabón entre lo que tenemos y el público lo tiene la comunicación, que es parte fundamental para el desarrollo turístico en un país. Sin esto, el Estado no puede decir que los ecuatorianos conocen los atractivos y riquezas que tiene el Ecuador ni que en otros países seamos muy conocidos. La comunicación viene a hacer ese nexo importante entre el turista y lo que tenemos, para conseguir que se interesen por visitarnos.

En el Ecuador hay diferentes sistemas de comunicación e información turística. Desde hace cinco años está en el mercado Revista VistaSur. ¿Cuál es su lectura sobre esta propuesta?



Universidad de Cuenca

En el sur del país han habido muchos intentos por mantener una revista especializada en turismo. Inclusive, medios de Comunicación han dedicado segmentos de turismo en sus ediciones, pero con el tiempo dejaron de circular.

VistalSUR primero tiene un objetivo claro que es el sur del Ecuador y concentra en sus temas la atención del turismo interno y nacional. Era preocupante y excluyente que siempre las revistas especializadas en turismo han estado enfocadas en temas de Quito, Guayaquil y Galápagos.

Hoy, a través de los años, en este Ministerio pensamos en un país inclusivo, y con eso ha coincidido VistalSUR que viene a decir vengan al sur, el sur existe, hay naturaleza, cultura, tradiciones... aún por descubrir. Antes también teníamos limitaciones de accesibilidad y comunicación, y con esta revista el sur del país cobra importancia a escala nacional.

El sur del Ecuador tiene una propuesta llamativa en el Corredor Turístico Santa Bárbara. ¿Cree usted que los temas abordados en VistalSUR han ayudado a fortalecer los destinos de los tres cantones?

Hay una coincidencia, muchos años he escuchado hablar de este corredor turístico, es aplaudible que las autoridades de los tres cantones hagan esfuerzos por mostrarse juntos. Causa sorpresa la potencialidad que tiene Gualaceo, Chordeleg y Sígsig en varios aspectos pero, principalmente, en la actividad artesanal (tejidos, joyerías, calzado, alfarería...).

Los tres cantones juntos pueden mostrarse al mundo como un clúster turístico. VistalSur con los temas publicados, aparte de hacerlos por actividades aisladas, hace conocer las potencialidades y esto permite consolidar procesos.

¿Cuál es su análisis sobre el uso de las imágenes?

Una fotografía expresa claramente lo que tenemos. Si es un paisaje se ve con claridad la calidez, los rostros humanos, los colores de la naturaleza, las manos que cultivan, la habilidad de los artesanos, las creaciones artísticas...



Universidad de Cuenca

Lo visual es más impactante que mil palabras. Si en un reportaje turístico decimos vengan a visitar este hermoso lugar no pega con tanta fuerza como cuando mostramos fotos claras e impactantes de esos mismos destinos.

Sin decir nada, la gente dice yo quiero ir a este lugar, dónde queda ésta chorrera hermosa, dónde hacen estas artesanías... Les está motivando mentalmente al traslado. El turista toma la decisión de viajar pensando en lo que va a conocer, luego en los servicios turísticos que va a utilizar. La fotografía que llega a la motivación y se transforma en traslado del turista.

¿Qué es un turista y el turismo?

El turismo es una actividad dinámica abierta, que tiene un fondo socioeconómico profundo, cuando está bien aplicado. El turista es el eje principal del desarrollo de la actividad, actor y motor del turismo.

¿Cómo se podría mejorar los procesos en el Corredor Santa Bárbara?

Esto pasa por una decisión política fuerte de querer trabajar juntos. Tener un plan operativo anual, con presupuesto y acciones conjuntas sobre los destinos de este importante corredor ayudará a elevar la imagen, atraer visitantes, abaratar costos en promociones...



Ing. Eduardo Andrade

Director de Turismo del Municipio de Gualaceo



¿Usted conoce Revista VistaSur?

Sí, desde algún tiempo atrás tengo el agrado de conocer VistaSUR, una publicación de corte turístico, segmentada, que ayuda a la promoción turística de los destinos del sur y del Ecuador entero.

¿Usted cree que las ediciones incluidas del Corredor Turístico Santa Bárbara han ayudado a promocionar y promover este destino?

Sí, los temas tratados han ido vinculando ejes estratégicos del Corredor Turístico que incluye a los cantones de Gualaceo, Chordeleg y Sígsig. Hay reportajes con imágenes llamativas que muestran las actividades que pueden encontrar en la zona. El hecho de centrarse estratégicamente en el sur del país y tener circulación nacional, hace que la promoción sea más efectiva y llegue a los mercados que nosotros queremos.

¿Cómo cree que se podría mejorar?

Más allá de promocionar los destinos, VistaSUR debe ir buscando lazos comerciales con empresas privadas para conseguir un mayor dinamismo económico del turismo. Hay que sacar estadísticas claras de cuanto beneficia la promoción y la influencia de esta importante revista.



Juan Carlos Orellana

Empresario turístico de Chordeleg



¿Qué conoce de Revista VistalSur?

VistalSUR ha sido uno de los pilares fundamentales que ha venido a apuntalar el desarrollo turístico del Corredor Santa Bárbara. La revista ha desarrollado temas que involucran a nuestra región como la habilidad del tejido del sombrero de paja toquilla, la joyería, macanas, expresiones culturales... Como habitante de la zona y hacedores del turismo hemos visto muy fructífera la propuesta emprendida por VistalSUR

¿Cómo se podría mejorar. Tiene alguna sugerencia?

Siempre una revista importante verá estrategias para mejorar. Me gustaría que podamos unirnos grupos de empresarios para pautar (asociación de calzado, de tejedores...) con el afán de promocionar a toda el área, que todos nos beneficiemos y esto abarataría costos.

¿De los temas tratados cual le ha impactado más?

Los atractivos naturales de la zona, el entorno y desarrollo de las vivencias diarias de la gente, desde sus actividades artesanales y su cultura. Es un canal para comunicarse de manera directa con los veedores de otras ciudades y que se den cuenta cuán bonito y productivo es el Corredor del Santa Bárbara.

¿Cuál es su criterio sobre las fotos?

Como dice el adagio popular, “una imagen habla más que mil palabras”. Hay que resaltar la gran calidad y óptica con el cual el fotógrafo hace el acierto para llegar a comunicarse con los potenciales turistas. Las imagen lo dicen todo: las tejedores en su actividad, las fiestas religiosas, las siembras, el colorido de la naturaleza... que difumina en sus imágenes nos dicen mucho.



4.0 Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

Que la actividad turística en el Ecuador va en un continuo crecimiento y que es una oportunidad para que el Corredor Turístico Santa Bárbara se inserte en esta dinámica turística y económica.

Que el esfuerzo de revista VistalSUR, a través de la publicación de reportajes del Corredor Turístico es un aporte en el crecimiento turístico para los tres cantones, pero que debe ser continuado y fortalecido por todos los sectores involucrados con el turístico

Que la oferta turística del Corredor es diversa y complementaria entre los tres cantones (Gualaceo, Chordeleg y Sígsig): artesanías, gastronomía, arqueología, deportes extremos y naturaleza, y hacen de este uno de los destinos más completos del sur del Ecuador.

4.2 Recomendaciones

Que se debe incrementar la promoción turística principalmente en las ciudades con mayor afluencia turística: Quito, Galápagos y en las zonas de influencia de la región como Cuenca, Loja, Machala, Zamora...

Que se debe promover y estimular la creación de diversos sistemas de comunicación y promoción turística del Corredor Santa Bárbara, a través medios impresos y digitales para fortalecer la promoción de la región.

Que la promoción turística debe basarse en mostrar la diversidad que ofrece la región para que sea más atractiva a los potenciales visitantes.



BIBLIOGRAFÍA WEB

Mora, David. Visiones del Turismo. 28 de 10 de 2011. 28 de 05 de 2013
<<http://www.visionesdelturismo.com/importancia-fotografias-calidad-promocion-turistica/>>.

hoy.com.ec. 14 de 01 de 2013. Diario Hoy. 1 de 07 de 2013
<<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/ecuador-buscara-apuntalar-el-negocio-del-turismo-571412.html>>.

Turismo, Ministerio. Ministerio de Turismo. 21 de 11 de 2012. MYV. 01 de 07 de 2013
<<http://www.turismo.gob.ec/ecuador-supero-el-millon-de-llegadas-de-extranjeros/>>.

Mercedes Prieto, 2011. «Espacios en disputa: el turismo en Ecuador.» 01 de 06 de 2011. www.flacso.org.ec/.../espacios-en-disputa-el-turismo-en-ecuador.3884. 05 de 07 de 2013 <http://www.google.com.ec/#sclient=psy-ab&q=Espacios+en+disputa+Prieto+2008&oq=Espacios+en+disputa+Prieto+2008&gs_l=serp.3...7977.13298.9.13733.20.20.0.0.0.8.585.4612.0j12j4j2j1j1.20.0...0...1c.1.19.ps y-ab.Xk5rzOh0B4c&pbx=1&bav=on.2,or.r_cp.r_qf.&fp=9bbd829afa892ca8&biw=982&bih=555>.

Hosteltur. «hosteltur.com.» 31 de 05 de 2013. 04 de 07 de 2013
<http://www.hosteltur.com/154860_65-viajes-empiezan-red-social-acaban-web-reservas-edreams.html>.

2013, Piacente. «Tendencias del turismo.» 21 de 05 de 2013. Tendencias21.net. 04 de 07 de 2013 <http://www.tendencias21.net/Aplicaciones-para-moviles-y-redes-sociales-revolucionan-el-turismo_a19224.html>.



Universidad de Cuenca

ANEXOS



YO DESCUBRÍ EL PARQUE EÓLICO MÁS ALTO DEL MUNDO EN LA CAPITAL MUSICAL DEL ECUADOR

Facebook: @EcuadorWES
Twitter: @EcuadorWES
YouTube: EcuadorWES



Baños
Aventura, descanso y diversión

MAYO MES DE LA AVENTURA
DEPORTES EXTREMOS

3ra edición de la competencia Raft Rescue

www.banos-ecuador.com

TENA
capital del país de la Guayusa y Canela

Un paraíso para descubrir y disfrutar al máximo de sus bellezas naturales y la magia de su gente

Administración 2009 - 2014
Alcalde Ing. Washington Vitorino

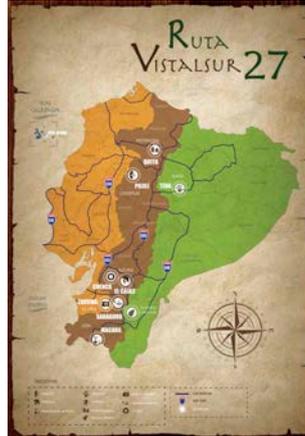


Cuenca está de aniversario

Compartir e interactuar. Celebrar un aniversario es un momento especial que nos permite recordar el pasado y proyectar el futuro. En esta ocasión, la ciudad de Cuenca celebra su 450 aniversario con una serie de actividades que nos permiten vivir la historia y disfrutar de la belleza de nuestra ciudad.

Para celebrar su aniversario, la ciudad de Cuenca organiza una serie de actividades que nos permiten vivir la historia y disfrutar de la belleza de nuestra ciudad. Estas actividades incluyen: un desfile por las calles de la ciudad, una feria artesanal, una exposición de arte, una serie de conciertos, una serie de talleres, una serie de conferencias, una serie de debates, una serie de mesas redondas, una serie de talleres de cocina, una serie de talleres de manualidades, una serie de talleres de jardinería, una serie de talleres de pintura, una serie de talleres de cerámica, una serie de talleres de tejido, una serie de talleres de bordado, una serie de talleres de costura, una serie de talleres de repostería, una serie de talleres de panadería, una serie de talleres de heladería, una serie de talleres de pastelería, una serie de talleres de repostería, una serie de talleres de panadería, una serie de talleres de heladería, una serie de talleres de pastelería.

En estos días la ciudad se llena de vida. Hay un ambiente festivo que nos permite vivir la historia y disfrutar de la belleza de nuestra ciudad. Estas actividades incluyen: un desfile por las calles de la ciudad, una feria artesanal, una exposición de arte, una serie de conciertos, una serie de talleres, una serie de conferencias, una serie de debates, una serie de mesas redondas, una serie de talleres de cocina, una serie de talleres de manualidades, una serie de talleres de jardinería, una serie de talleres de pintura, una serie de talleres de cerámica, una serie de talleres de tejido, una serie de talleres de bordado, una serie de talleres de costura, una serie de talleres de repostería, una serie de talleres de panadería, una serie de talleres de heladería, una serie de talleres de pastelería.



PRESENTACIÓN

El presente es un libro que forma parte de la colección 'Vistasur' que busca promover el turismo en Ecuador. Este libro ofrece información sobre los atractivos turísticos de Ecuador y es una herramienta útil para los turistas que visitan el país.

ÍNDICE

- 10 Introducción
- 18 Turismo
- 26 Turismo
- 32 Turismo
- 40 Turismo
- 46 Turismo
- 54 Turismo
- 60 Turismo
- 68 Turismo
- 84 Turismo

Mucho mejor Ecuador

Pujilí: El Danzante a ritmo de pingullo

Los atardeceres dorados, coloridos y multicolores que visitan cada año los danzantes en la celebración del Corpus Christi llenan de alegría las calles de Pujilí. Este canto musical vive una tradición prehispánica en la que se hace un honor al Dios Sol, por los ancestros y la gracia del Señor. Por esta profusa tradición cultural, hace 11 años, se fue declarada Patrimonio Cultural del Ecuador.

VISTALSUR Vive el turismo

ESPECIAL

Este artículo especial presenta una serie de fotografías y textos que muestran la belleza de Ecuador. Incluye imágenes de paisajes naturales, ciudades históricas y actividades turísticas. El texto describe la diversidad cultural y natural del país, destacando la importancia del turismo como una actividad que beneficia a la economía local y promueve el desarrollo sostenible.

Este artículo especial presenta una serie de fotografías y textos que muestran la belleza de Ecuador. Incluye imágenes de paisajes naturales, ciudades históricas y actividades turísticas. El texto describe la diversidad cultural y natural del país, destacando la importancia del turismo como una actividad que beneficia a la economía local y promueve el desarrollo sostenible.



ESPECIAL

www.culturart.ec

CULTU ART 2013

FESTIVAL DE LAS ARTES Y LA CULTURA

GUAYAQUIL 12-21 JULIO PALACIO DE CRISTAL MALECON 2009

Calle Simón Bolívar

Abril

cultura, tradición y patrimonio

Nuestro compromiso con Cuenca y su gente.

En adelante del Cuenca cultural y artístico. Así es del Sur en sus días de Producción.

Paúl Granda Lopez
Acadé de Cuenca

ESPECIAL

Cajas, vívelo a pie

Comenzar sus recorridos al Parque Nacional Cajas (PNCA) implica la posibilidad de disfrutar de una experiencia única en la zona protegida por el Estado ecuatoriano. El paisaje es una maravilla que invita a disfrutar de la naturaleza y a disfrutar de la vida.

VISTASUR

ESPECIAL

www.culturart.ec

CULTU ART 2013

FESTIVAL DE LAS ARTES Y LA CULTURA

GUAYAQUIL 12-21 JULIO PALACIO DE CRISTAL MALECON 2009

Calle Simón Bolívar

Abril

cultura, tradición y patrimonio

Nuestro compromiso con Cuenca y su gente.

En adelante del Cuenca cultural y artístico. Así es del Sur en sus días de Producción.

Paúl Granda Lopez
Acadé de Cuenca

ESPECIAL

www.culturart.ec

CULTU ART 2013

FESTIVAL DE LAS ARTES Y LA CULTURA

GUAYAQUIL 12-21 JULIO PALACIO DE CRISTAL MALECON 2009

Calle Simón Bolívar

Abril

cultura, tradición y patrimonio

Nuestro compromiso con Cuenca y su gente.

En adelante del Cuenca cultural y artístico. Así es del Sur en sus días de Producción.

Paúl Granda Lopez
Acadé de Cuenca

ESPECIAL

Cajas, vívelo a pie

Comenzar sus recorridos al Parque Nacional Cajas (PNCA) implica la posibilidad de disfrutar de una experiencia única en la zona protegida por el Estado ecuatoriano. El paisaje es una maravilla que invita a disfrutar de la naturaleza y a disfrutar de la vida.

VISTASUR

ESPECIAL

Cajas, vívelo a pie

Comenzar sus recorridos al Parque Nacional Cajas (PNCA) implica la posibilidad de disfrutar de una experiencia única en la zona protegida por el Estado ecuatoriano. El paisaje es una maravilla que invita a disfrutar de la naturaleza y a disfrutar de la vida.

VISTASUR

ESPECIAL

Macará sendero del buen arroz

El arroz de Macará es el mejor arroz del mundo. Es el resultado de la combinación perfecta de la tierra, el agua y el sol. Es el arroz que todos quieren comer.

VISTASUR

ESPECIAL

Macará sendero del buen arroz

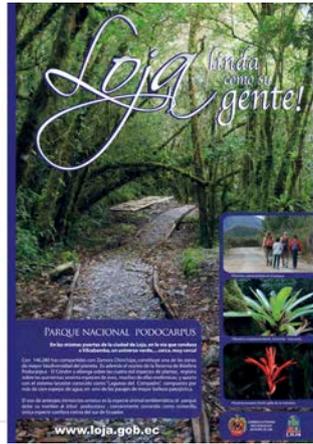
El arroz de Macará es el mejor arroz del mundo. Es el resultado de la combinación perfecta de la tierra, el agua y el sol. Es el arroz que todos quieren comer.

VISTASUR



PARASITOS

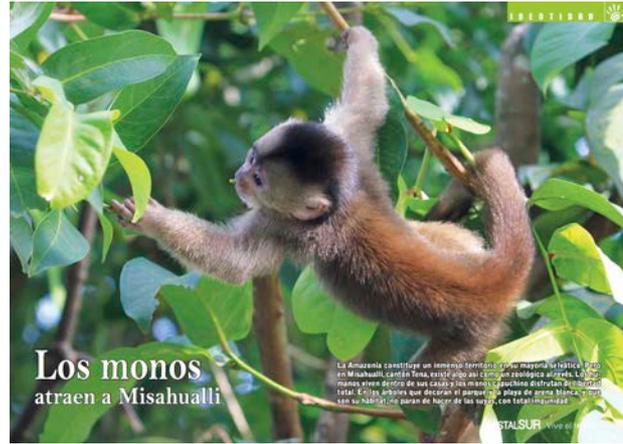
Los parasitos son organismos que viven a expensas de otro organismo, el huésped, obteniendo de él los nutrientes necesarios para su desarrollo y reproducción. Pueden ser de origen vegetal, animal o fúngico. Los parasitos pueden ser internos o externos. Los parasitos internos viven dentro del cuerpo del huésped, mientras que los externos viven fuera de él. Los parasitos pueden causar enfermedades graves en humanos y animales.



Loja linda como su gente!

PARQUE NACIONAL PODOCARPUS

En las montañas de la cordillera de Saraguro, en la provincia de Loja, se encuentra el Parque Nacional Podocarpus. Este parque es un santuario de la biodiversidad y ofrece una gran variedad de paisajes y actividades para disfrutar. El parque es un destino ideal para quienes buscan tranquilidad y contacto con la naturaleza.



Los monos atraen a Misahualli

La Amazonia constituye un territorio fértil respecto al turismo en Misahualli. Con la llegada del turismo ecológico, los monos atraen a los visitantes. Los monos de la zona son muy simpáticos y curiosos. Los turistas disfrutan mucho de observarlos en su hábitat natural.



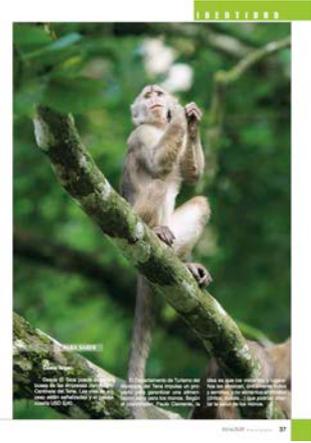
Los niños disfrutan mucho de estar con los monos. Los monos son muy simpáticos y curiosos. Los niños disfrutan mucho de observarlos en su hábitat natural. Los monos atraen a los visitantes y generan un gran interés por su comportamiento.



Los monos atraen a los visitantes y generan un gran interés por su comportamiento. Los monos son muy simpáticos y curiosos. Los turistas disfrutan mucho de observarlos en su hábitat natural. Los monos atraen a los visitantes y generan un gran interés por su comportamiento.



Los monos atraen a los visitantes y generan un gran interés por su comportamiento. Los monos son muy simpáticos y curiosos. Los turistas disfrutan mucho de observarlos en su hábitat natural. Los monos atraen a los visitantes y generan un gran interés por su comportamiento.



Los monos atraen a los visitantes y generan un gran interés por su comportamiento. Los monos son muy simpáticos y curiosos. Los turistas disfrutan mucho de observarlos en su hábitat natural. Los monos atraen a los visitantes y generan un gran interés por su comportamiento.



Semana Mayor
tradición, religión y turismo

La Semana Mayor es una de las fiestas más importantes de Ecuador. Se celebra en Quito y en otras ciudades. Es un momento de gran alegría y tradición. Los turistas disfrutan mucho de observar las procesiones y los juegos populares.

La Semana Mayor es una de las fiestas más importantes de Ecuador. Se celebra en Quito y en otras ciudades. Es un momento de gran alegría y tradición. Los turistas disfrutan mucho de observar las procesiones y los juegos populares.



Tour de Bahía:
un imán en Puerto Ayora

Galápagos es un complejo maravilloso. Los turistas disfrutan mucho de observar a los animales en su hábitat natural. Los monjes de la bahía atraen a los visitantes y generan un gran interés por su comportamiento.

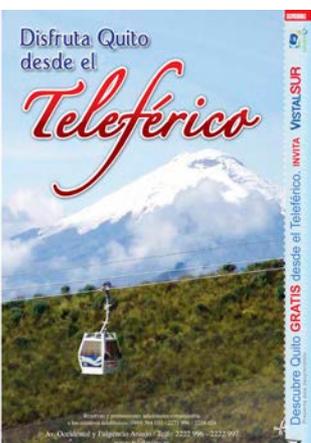


Los turistas disfrutan mucho de observar a los animales en su hábitat natural. Los monjes de la bahía atraen a los visitantes y generan un gran interés por su comportamiento. Los turistas disfrutan mucho de observar a los animales en su hábitat natural.

Los turistas disfrutan mucho de observar a los animales en su hábitat natural. Los monjes de la bahía atraen a los visitantes y generan un gran interés por su comportamiento. Los turistas disfrutan mucho de observar a los animales en su hábitat natural.



Los turistas disfrutan mucho de observar a los animales en su hábitat natural. Los monjes de la bahía atraen a los visitantes y generan un gran interés por su comportamiento. Los turistas disfrutan mucho de observar a los animales en su hábitat natural.



Disfruta Quito desde el Teleférico

Descubre Quito GRATIS desde el Teleférico. Invierte en un viaje inolvidable. El teleférico ofrece una gran vista de la ciudad y de la montaña. Los turistas disfrutan mucho de observar la ciudad desde una perspectiva única.

