

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO

MELISSA MARÍA HURTADO ALVAREZ

TURISMO DE SURF EM EL TUNCO, EL SALVADOR

PONTA GROSSA
2018

MELISSA MARÍA HURTADO ALVAREZ

TURISMO DE SURF EM EL TUNCO, EL SALVADOR

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para obtenção do título de Bacharel em Turismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa, Setor de Ciências Sociais Aplicadas.

Orientadora: Profa. Dra. Mirna de Lima Medeiros.

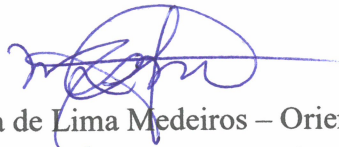
PONTA GROSSA
2018

MELISSA MARÍA HURTADO ALVAREZ

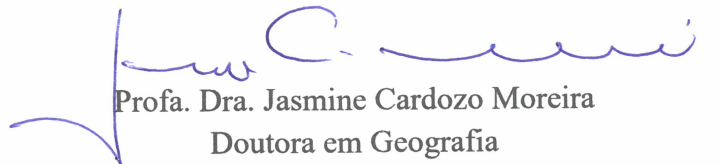
TURISMO DE SURF EM EL TUNCO, EL SALVADOR

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para obtenção do título de Bacharel em Turismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa, Setor de Ciências Sociais Aplicadas.

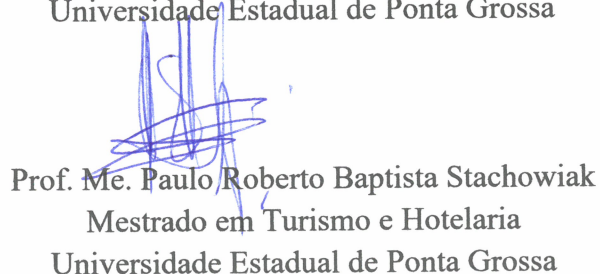
Ponta Grossa, 06 de novembro de 2018.



Profª. Dra. Mirna de Lima Medeiros – Orientadora
Doutora em Administração de Organizações
Universidade Estadual de Ponta Grossa



Profª. Dra. Jasmine Cardozo Moreira
Doutora em Geografia
Universidade Estadual de Ponta Grossa



Prof. Me. Paulo Roberto Baptista Stachowiak
Mestrado em Turismo e Hotelaria
Universidade Estadual de Ponta Grossa

AGRADECIMENTOS

A Deus, que é o autor de todos os meus sucessos.

Ao meu país, El Salvador, por ser o local de pesquisa com mais significado.

À Universidade Estadual de Ponta Grossa, por ter me aceitado como aluna dentro do Programa de Estudantes-Convênio de Graduação (PEC-G). Aos professores do Departamento de Turismo, representados aqui pela minha orientadora Mirna de Lima Medeiros.

RESUMO

O surf tornou-se um fenômeno conhecido ao redor do mundo por sua relevância nos âmbitos econômico, social e ambiental da sociedade. O turismo de surf vem sendo relevante para a região de El Tunco, localizada em El Salvador, devido à quantidade de turistas nacionais e internacionais que frequentam o local em busca de ondas perfeitas. Este trabalho teve por objetivo geral verificar a perspectiva dos turistas em relação ao turismo de surf na praia de El Tunco. A pesquisa também aprofunda o conhecimento sobre a segmentação do turismo de surf e caracteriza a praia de El Tunco como destino de surf. Para atingir o objetivo principal foram aplicados questionários a 75 turistas surfistas que visitaram o destino nos meses de janeiro e fevereiro de 2018. Foram analisadas características sócio demográficas, aspectos específicos do surf no local, oferta turística, grau de satisfação e outras perguntas relacionadas à experiência dos turistas no destino. Como resultado foi possível identificar que o perfil do turista de surf que visita o local é na sua maioria de gênero masculino, estrangeiro, estudante com faixa etária de 21 a 30 anos. O surf foi a motivação de viagem da maioria dos turistas que, por sua vez, elogiaram as ondas do local. Além disso, verificou-se que é necessário continuar melhorando a oferta turística com práticas sustentáveis para a satisfação da demanda.

Palavras-chave: Turismo de surf. Comportamento do consumidor. Perfil do turista. El Salvador. El Tunco.

ABSTRACT

Surfing has become a well-known phenomenon around the world because of its economic, social and environmental relevance in the society. The relevancy of surf tourism has also grown rapidly in the region of El Tunco, situated in El Salvador, due to the amount of national and international tourists who visit the place searching for perfect waves. The main objective of this study was to verify the perspective of tourists specifically in relation to surf tourism in El Tunco beach. The research also deepens the knowledge of the surf tourism segmentation and features El Tunco beach as a surf destination. To achieve the main objective, questionnaires were applied to 75 surfer tourists that visited the destination between January and February 2018. Within the research, several aspects were analyzed such as the socio-demographic characteristics, specific surf aspects in the location, touristic offer, satisfaction grade and other questions related to the tourist's experience in the destination. As a result, it was possible to identify that the profile of the surf tourist who visits El Tunco it is mostly a male, foreigner, student with age range between 21 to 30 years old. Surfing was the travel motivation of most tourists, who also praised the local waves. Furthermore, it was verified the necessity for improving the touristic offer with sustainable practices that satisfy the given demand.

Key words: Surf tourism. Consumer behavior. Tourist profile. El Salvador. El Tunco.

RESUMEN

El surf se ha convertido en un fenómeno conocido alrededor del mundo que posee importancia en los ámbitos económico, social y ambiental de la sociedad. El turismo de surf tiene una gran relevancia para la región de El Tunco, localizada en El Salvador, debido a la cantidad de turistas nacionales e internacionales que frecuentan el lugar en la búsqueda de olas perfectas. Este trabajo tiene como objetivo general verificar la perspectiva de los turistas en relación al turismo de surf en la playa El Tunco. La investigación también profundiza el conocimiento sobre la segmentación del turismo de surf y caracteriza la playa El Tunco como destino de surf. Para lograr el objetivo principal fueron aplicados cuestionarios a 75 turistas surfistas que visitaron el destino en los meses de enero y febrero de 2018. Dentro de él, fueron analizadas características socio-demográficas, aspectos específicos del surf en el local, oferta turística, nivel de satisfacción y otras preguntas relacionadas a la experiencia de los turistas en el destino. Como resultado fue posible identificar que el perfil del turista de surf que visita el El Tunco es en su mayoría del género masculino, extranjero, estudiante con un rango de edad entre 21 y 30 años. La motivación de viaje de la mayoría de los turistas fue el surf y las olas del local fueron elogiadas por los mismos. Además, se verificó que es necesario continuar mejorando la oferta turística con prácticas sustentables para satisfacer a la demanda.

Palabras clave: Turismo de surf. Comportamiento del consumidor. Perfil del turista. El Salvador. El Tunco.

SUMÁRIO

1 Introdução	7
2 Referencial teórico	9
2.1 Planejamento de destinos turísticos	9
2.1.1 Importância do planejamento	11
2.1.2 Etapas do planejamento turístico.....	13
2.1.3 A importância do comportamento do consumidor para o planejamento	14
2.2 Turismo de Surf	16
2.2.1 Definição do turismo de surf	16
2.2.2 Impactos do turismo de surf	19
3 Metodologia	23
4 Análise e discussão	25
4.1 El Salvador enquanto destino turístico	25
4.2 El Tunco enquanto destino turístico de surf	28
4.3 Perspectiva dos turistas em relação à El Tunco	34
4.4 Apontamentos para a praia El Tunco.....	56
5 Considerações finais	58
Referências	60

1 INTRODUÇÃO

O surf tornou-se um fenômeno conhecido ao redor do mundo por sua importância nos âmbitos econômicos, sociais e culturais da sociedade. Segundo o Ministério do Turismo de El Salvador (2017), a praia El Tunco é uma das melhores e mais populares para a prática do surf devido à qualidade e altura de suas ondas reconhecidas em nível internacional e, com isso, gera um fluxo importante de visitantes nacionais e internacionais. Dessa forma, em El Salvador, o turismo de surf surge como um segmento turístico com a oportunidade de potencializá-lo.

A praia El Tunco encontra-se no departamento de La Libertad, aproximadamente 38 quilômetros ao sudoeste da capital de San Salvador. Os salvadorenhos surfam em dita praia há mais de quarenta anos e os turistas continuam sendo atraídos pelas peculiaridades do local. Neste contexto, foi estabelecido o seguinte problema de pesquisa: qual a opinião dos turistas com relação ao turismo de surf na praia El Tunco? Tendo como objetivo geral verificar a perspectiva dos turistas em relação ao turismo de surf na praia El Tunco, foram determinados os seguintes objetivos específicos:

- a) Aprofundar o conhecimento sobre a segmentação de turismo de surf;
- b) Caracterizar a praia El Tunco como um destino de turismo de surf;
- c) Verificar as opiniões relacionadas ao surf por parte dos turistas em El Tunco.

O turismo de surf é um objeto de estudo recente, em El Salvador os estudos acadêmicos são poucos. A investigação científica do mesmo é importante, pois pode contribuir para um melhor planejamento e gestão do destino. Buckley (2002) partilha a ideia de que o turismo de surf passou a ser um fenômeno social de significância econômica, social e ambiental suficiente para dar a atenção requerida à área acadêmica.

Os resultados desse trabalho serão entregues aos órgãos de governo encarregados do turismo na região e aos demais *stakeholders* interessados na pesquisa. A perspectiva dos *stakeholders* em relação ao turismo de surf do local é uma abordagem que interessa à investigação. Quanto melhor sejam identificados estes agentes e seus interesses, mais eficaz será a satisfação e o cumprimento das atividades em que atuam (MORALES; HERNÁNDEZ, 2011). Na praia de El Tunco são identificados quatro *stakeholders* principais, sendo estes: 1) turistas; 2) trade turístico; 3) comunidade local; 4) governo local. O presente trabalho teve ênfase nos turistas, que fazem parte da demanda no local. Esta pesquisa é de importância para todos os *stakeholders*, para que o turismo no local continue crescendo de uma maneira sustentável e beneficiando todas as partes.

O estudo é relevante porque pode ajudar a uma melhor gestão estratégica no destino; esta é fundamental para minimizar os impactos negativos, mas também para responder e satisfazer as exigências da procura, fomentando a sua competitividade (CABELEIRA, 2011). As exigências da procura dos turistas de surf estarão especificadas no referencial teórico no segmento do turismo de surf.

O planeamento de destinos turísticos é também necessário, pois facilita o cumprimento de objetivos e melhora o relacionamento do destino com o mercado e o entorno. O tema foi abordado porque o planeamento estratégico tem como finalidade principal, a adaptação das ofertas turísticas do destino às tendências e desejos do mercado (PETROCCHI, 2009). De acordo com vários autores da área, o planeamento estratégico possui cinco etapas fundamentais para o seu desenvolvimento, sendo estas: diagnóstico, objetivos, estratégias, ações e controle.

Em relação à organização do trabalho, o mesmo é composto por quatro capítulos principais. Antes do primeiro capítulo encontra-se a introdução do estudo que identifica o tema e contexto da pesquisa. Define também o problema de pesquisa e seus objetivos gerais e específicos. Possui uma justificativa sobre a relevância do objeto de estudo, descreve a organização do trabalho e sua estrutura como um todo. O primeiro capítulo é composto pelo referencial teórico, abordando uma revisão de literatura e dividindo-a em subcapítulos. Dentro dele encontra-se o planeamento de destinos turísticos e o segmento do turismo de surf, trazendo conceitos, ideias e argumentos de autores da área. O segundo capítulo trata sobre a metodologia de pesquisa utilizada durante o trabalho para atingir os objetivos determinados e, no terceiro capítulo, são expostas as análises e discussões. Dentro deste terceiro capítulo é feita, primeiramente, a descrição do local de pesquisa e, posteriormente, são expostas as análises dos questionários respondidos pelos turistas de surf estrangeiros e domésticos durante a pesquisa de campo nos meses de janeiro e fevereiro de 2018 na praia de El Tunco, em El Salvador. O quarto capítulo traz as considerações finais do trabalho de forma geral e, por último, são apresentadas as referências bibliográficas e anexos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 PLANEJAMENTO DE DESTINOS TURÍSTICOS

Para analisar a praia de El Tunco como um destino de turismo de surf é fundamental compreender o que é um destino turístico. Cooper, Hall e Trigo (2011) descrevem o destino como um conceito espacial ou geográfico definido principalmente pelos visitantes de fora do local. Embora ele também aponte que muitos lugares buscam tornarem-se destinos para os visitantes, a fim de conseguirem beneficiar-se economicamente com o turismo.

Dentro do destino turístico, existem certos componentes que fazem parte dele. Um destes é o recurso turístico. De acordo com Hall (2007), um recurso turístico é aquele componente do meio ambiente físico ou social que atrai o turista. A Organização Mundial do Turismo (OMT) esclarece que os recursos e os atrativos não são iguais:

Não tem que confundir as atrações com recursos. Como aponta Gunn (1993), os recursos naturais, culturais, etc. são o fundamento para o desenvolvimento posterior da atração. Assim, podem proporcionar-se praias, montanhas ou a história de um país, mas a não ser que estes elementos estejam situados em localidades acessíveis e validas para a exploração turística, não podem ser considerados realmente atrações turísticas (...) os recursos em sua forma original não são mais que a matéria prima de futuras atrações (OMT, 1998 apud MELÉNDEZ; MOREIRA; CARCAVILLA, 2017, p. 334).

Segundo Cooper, Hall e Trigo (2011), um destino que busca atrair turistas deve possuir:

1. Recursos em forma de atrações físicas e culturais;
2. Recursos em forma de instalações e serviços;
3. Recursos em forma de infraestrutura e serviços que tornam o destino acessível;
4. Provisão de informações, de modo que o consumidor saiba sobre o destino e seus recursos.

O atrativo turístico é o componente que vem posteriormente do recurso. De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2017) ele é o recurso natural ou cultural formatado em negócio que atende todas as especificações necessárias para comercialização e recepção de turistas, com responsabilidade social, ambiental e cultural. O atrativo precisa contar com uma gestão eficaz e com uma estrutura mínima para receber clientes. Deve oferecer experiências positivas de forma organizada e profissional, a fim de produzir resultados positivos não só nos turistas, mas também na comunidade local onde o atrativo se encontra inserido. Os atrativos são divididos em naturais e culturais. Dentro dos naturais podem estar parques nacionais, áreas naturais, etc. Dentro dos culturais ou artificiais estão áreas urbanas, museus, monumentos, etc.

Estes conceitos estão interligados com o chamado produto turístico. Segundo a OMT (2001), produto turístico é o conjunto de bens e serviços que são utilizados para o consumo turístico por determinados grupos de usuários. Beni (2000) descreve o conceito de produto turístico como o conjunto de bens e serviços produzidos em diversas unidades econômicas que sofre uma agregação no mercado ao serem postos em destaque os atrativos turísticos.

Dessa forma, a partir do produto turístico surge a oferta turística. A oferta turística é conhecida por ser a soma de todos os produtos turísticos. Beni (2000, p. 159) define o conceito como:

O conjunto de equipamentos, bens e serviços de alojamento, de alimentação, de recreação e lazer, de caráter artístico, cultural, social ou de outros tipos, capaz de atrair e assentar numa determinada região, durante um período determinado de tempo, um público visitante.

O Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR, 2011) define três componentes básicos da oferta turística:

1. Infraestrutura de apoio ao turismo: estruturas básicas que proporcionam o bem-estar dos residentes e visitantes. Dentro dela encontram-se sistema de transportes, saúde, comunicação, abastecimento de água, energia, entre outras;
2. Serviços e equipamentos turísticos: hospedagem, alimentação, diversão, transporte, agenciamento, etc.;
3. Atrativos turísticos: elementos da natureza, da cultura e da sociedade.

Correspondendo à oferta turística, encontra-se a demanda turística. Turistas, viajantes e visitantes fazem parte desta demanda. O Ministério do Turismo (2017) considera de grande relevância os estudos da demanda turística. Dessa forma, disponibilizam dados sobre a demanda internacional e doméstica do país que revelam o perfil socioeconômico dos turistas, as características da sua viagem e a avaliação dos turistas sobre os serviços e equipamentos turísticos do Brasil.

Dentro desta pesquisa, serão estudadas as perspectivas dos turistas em relação ao turismo de surf que acontece na praia El Tunco. Segundo Cooper, Hall e Trigo (2011) turistas são consumidores envolvidos em uma situação de mobilidade temporária e voluntária em relação ao seu ambiente de moradia. Eles podem ser divididos em turista internacional e turista doméstico. Dessa forma essas pessoas estarão fazendo uso de qualquer serviço ou equipamento turístico no destino e serão considerados como turistas.

A compreensão de todos estes conceitos é necessária para criar um embasamento teórico sobre o turismo, que é a área onde a pesquisa encontra-se inserida; para uma melhor

compreensão do estudo do turismo de surf como segmento; e para analisar a praia de El Tunco em função de destino turístico de surf.

A perspectiva dos *stakeholders* em relação ao turismo de surf que acontece no local é uma abordagem que também interessa à investigação. A definição de *stakeholders* mais aceita por especialistas é a de Freeman (1984) que se refere a qualquer indivíduo ou grupo de indivíduos que podem afetar ou são afetados pelas atividades e objetivos de uma empresa e que, portanto, devem ser considerados como um elemento essencial no planejamento estratégico e de gestão empresarial de qualquer atividade econômica.

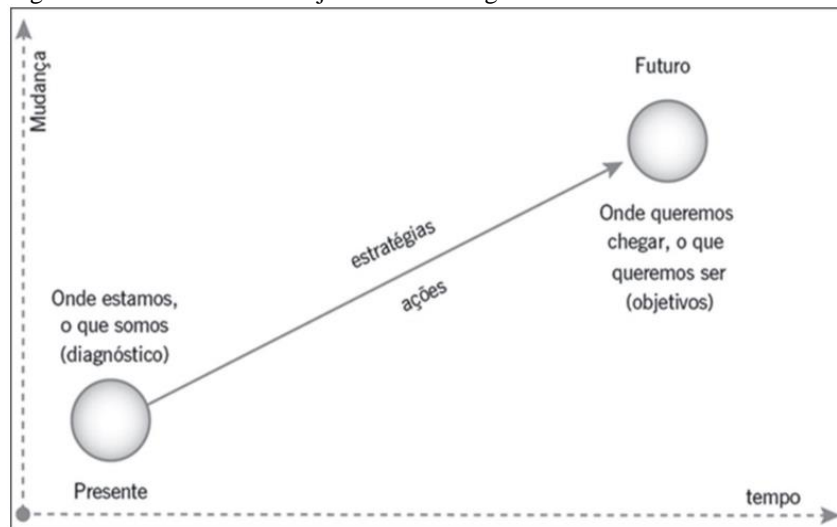
Sendo assim, Morales e Hernández (2011) definem os *stakeholders* do turismo como aquelas pessoas ou grupo de pessoas, procedentes de entidades públicas ou privadas, que podem afetar ou são afetadas pelas atividades turísticas e que, portanto, devem ser considerados como um elemento essencial no planejamento estratégico do setor do turismo dentro de um território ou destino turístico.

Na praia de El Tunco são identificados quatro *stakeholders* principais, sendo estes turistas, *trade* turístico, comunidade local e governo local. Durante a pesquisa serão analisados os turistas como o *stakeholder* que faz parte da demanda do destino. Será analisado o perfil do turista e a sua perspectiva de El Tunco como destino turístico de surf. Lembrando que, ao analisar seus interesses, perspectivas e desejos, será mais eficaz realizar o planejamento ideal do destino e, conseqüentemente, será maior a satisfação do turista.

2.1.1 IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO

O planejamento possui uma relevância significativa para uma boa gestão de destinos turísticos. Este processo é utilizado para o alcance de uma situação desejada, segundo Medeiros (2017) por meio do planejamento se verifica onde estamos (diagnóstico) e delineamos ações para se alcançar aonde se quer chegar (objetivos). É um procedimento importante, pois é possível realizar um melhor aproveitamento de recursos, esforços e oportunidades do negócio dentro da realidade do mercado, além de reduzir os níveis de incertezas e de riscos para o destino turístico (PETROCCHI, 2009). O conceito de planejamento estratégico se encontra ilustrado na figura 1.

Figura 1 – Processo do Planejamento Estratégico



Fonte: Petrocchi (2009, p.22)

O planejamento possui três níveis:

1. Estratégico: quando os objetivos do planejamento são traçados a longo prazo. Estabelecido para horizontes aproximadamente de cinco a dez anos.
2. Tático: ele é realizado a médio prazo e alcança os objetivos traçados no nível estratégico.
3. Operacional: executa tarefas mais específicas com uma atuação a curto prazo.

Existe também o chamado planejamento turístico, o qual direciona a oferta turística de forma adequada e evita os efeitos negativos. Tal planejamento possui dois princípios éticos básicos: a visão a longo prazo e o desenvolvimento sustentável. Ou seja, deve-se pensar nas futuras gerações e no meio ambiente que será afetado na hora que formos trabalhar com o desenvolvimento turístico. A participação é fundamental e precisa ser efetiva com a ajuda do estado, das comunidades, do setor privado e dos turistas. Lembrando que o instrumento do planejamento é a criação de planos, programas e projetos. Ressalta-se também que:

O planejamento estratégico é importante, pois resulta de um processo reflexivo de observação de contextos e geração de ideias e respostas ante problemas e ameaças. Essa reflexão capacita os membros da organização e tende a gerar respostas mais rápidas e eficazes às alterações do cenário. Também proporciona uma autorreflexão e consciência quanto à identidade empresarial, suas fortalezas e perspectivas de futuro. Além disso, facilita a organização e norteia a implementação das ações delineadas para o alcance dos objetivos (MEDEIROS, 2017, p. 55).

O planejamento é decidir antecipadamente o que deve ser feito, sendo um processo contínuo e orientado para o futuro. Dentro dele são estabelecidas etapas a seguir para uma melhor realização. Essas são expostas na próxima seção.

2.1.2 ETAPAS DO PLANEJAMENTO TURÍSTICO

A autora Barretto (2005) define, no seu livro “Planejamento responsável do turismo: conceitos, ferramentas e etapas do planejamento turístico”, o conceito como um processo contínuo, orientado para a otimização do exercício da atividade turística. Este processo deve ter sempre o foco no futuro desejado. Ela divide o planejamento turístico em três níveis:

1. Planejamento de primeiro nível: Excursões, viagens.
2. Planejamento de segundo nível: Transformação de locais em núcleos turísticos; revitalização de núcleos preexistentes; criação de novos núcleos ou instalações turísticas.
3. Planejamento de terceiro nível: Criação de políticas nacionais para incentivar a atividade turística no país e organizá-la.

De acordo com Petrocchi (2009), o processo de planejamento estratégico é estruturado em cinco etapas básicas. A primeira etapa é o diagnóstico: um levantamento da situação presente por meio de análises do meio envolvente, estudos de mercado e análises internas ao destino. Segundo o autor, é importante ouvir e compreender a cadeia produtiva e a comunidade (*stakeholders*), suas prioridades e suas aspirações. Esta fase, conforme Braga (2007), envolve a avaliação e análise dos elementos da oferta turística, da demanda, da comunidade e da concorrência. Dentro desta etapa devem ser analisadas as variáveis externas e internas do objeto de estudo. Para a realização de esta etapa há algumas ferramentas do planejamento que podem ajudar no seu processo: análise SWOT¹, matriz BCG², análise PEST³, entre outras.

A segunda etapa, segundo Petrocchi (2009), são os objetivos. Assim que toda a situação atual seja analisada no diagnóstico, é possível realizar a formulação de objetivos visando o futuro desejado. A terceira etapa são as estratégias para escolher os meios, recursos principais e caminhos para a mudança. O autor ressalta que é esse o momento do marketing entrar em ação, pois as estratégias de marketing poderão estabelecer quais são os públicos alvos mais lucrativos para o destino turístico no caso, o que os turistas valorizam e o que os atrai, etc. Será divulgado por meio de estratégias de comunicação diretamente aos turistas dentro e fora do destino.

¹Análise SWOT: Verificação interna dos pontos fortes e fracos, e verificação externa das oportunidades e ameaças. Os termos em inglês significam *strengths*, *weakness*, *opportunities*, e *threats* (SEBRAE, 2016).

² Matriz BCG: *Boston Consulting Group*. Identifica a posição e a evolução relativa das unidades de negócios (produtos ou serviços) da empresa com vista a definir estratégias e alocar recursos (MEDEIROS, 2017).

³ Análise PEST: propõe que seja feita uma listagem com fatores genéricos e forças que podem impactar o negócio em questão (MEDEIROS, 2017).

Após isso, está a quarta etapa: as ações que tornam os planos em realidade. As ações são feitas em conjunto com planejamentos táticos e operacionais. Finalmente, se encontra a quinta e última etapa chamada controle, a qual acompanha todo o processo que foi planejado e avalia continuamente que esteja sendo corretamente implementado. Esta etapa é importante pois monitora o meio envolvente para quando for necessário realizar mudanças e melhorias (PETROCCHI, 2009).

2.1.3 A IMPORTÂNCIA DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR PARA O PLANEJAMENTO

Segundo Blackwell, Miniard e Engel (2013), o comportamento do consumidor é o estudo de “por que as pessoas compram”, sob a premissa de que é mais fácil desenvolver estratégias para influenciar os consumidores depois que se entende por que as pessoas compram certos produtos ou marcas. É certo que no turismo não se trabalha com produtos tangíveis, mas sim com serviços intangíveis. No entanto, os turistas não deixam de serem consumidores e o setor turístico está sempre ofertando um “produto turístico”. Mesmo ele sendo intangível, existe um processo de pré-compra, compra, e pós-compra.

O estudo do comportamento do consumidor inicia quando o turista começa a pensar no seu destino. Tal turista começará a avaliar diversas variáveis que farão com que ele escolha um local determinado. Após escolher o local, o turista começará a adquirir diversos serviços turísticos para realizar sua viagem. Durante a viagem ele poderá viver sua própria experiência turística. Logo, poderão ser estudados todos os fatores que envolvem a pós compra, que é quando o turista retorna ao seu local de residência ou se dirige a outro destino.

Durante a presente pesquisa, será analisado o perfil do turista e sua perspectiva em relação ao turismo de surf no local. Dita análise é importante pois, de acordo com Blackwell, Miniard e Engel (2013), pois hoje em dia as empresas de todos os tamanhos estão começando a conhecer seus consumidores, os quais um dia poderão se tornar seus clientes. É recomendável contratar pesquisadores profissionais que desenvolvam pesquisas formais que entendam o perfil dos seus clientes e seus comportamentos. As pesquisas podem ser na maioria das vezes complexas e caras. No entanto, fundamentais para alcançar os objetivos traçados durante o planejamento. Cravidão et al. (2018, p. 8, tradução nossa), dentro de um capítulo sobre oportunidades e desafios do turismo em patrimônios mundiais, destacam que:

Para delinear políticas adequadas para a sustentabilidade do local, é importante conhecer e compreender as motivações dos turistas, que são elementos chaves para a

qualificação dos destinos. De fato, é mais importante do que nunca, saber quem visita o que, quando e por quê. Observatórios de turismo, marketing de experiência, e um profundo conhecimento do perfil da demanda, são todas informações detalhadas que podem determinar o sucesso das estratégias utilizadas para promover locais e territórios em termos de melhorar o turismo. Essas informações também ajudam a elaborar medidas de controle e planejamento, reduzindo a sazonalidade e diminuindo os custos gerados por situações que afetam tanto o destino turístico quanto a comunidade em geral.

Outra questão pontual sobre o comportamento do consumidor é saber se ele está satisfeito ou não com a compra. Mais específico dentro da pesquisa é saber se o turista de surf está satisfeito com a experiência de viagem realizada. Segundo Kotler (2000, p. 58) satisfação consiste na sensação de prazer ou desapontamento resultantes da comparação do desempenho (ou resultado) percebido de um produto em relação às expectativas do comprador. O autor complementa que:

A satisfação é função de desempenho e expectativas percebidos. Se o desempenho não alcançar as expectativas, o cliente ficará insatisfeito. Se o desempenho alcançar as expectativas, o cliente ficará satisfeito, se o desempenho for além das expectativas, o cliente ficará altamente satisfeito ou encantado.

Segundo Swarbrooke e Horner (2002) é importante satisfazer o turista consumidor por três razões:

1. A satisfação leva a recomendações positivas no boca a boca, o que por sua vez traz novos clientes;
2. Criar um cliente reincidente satisfazendo-o na primeira ocasião origina uma fonte estável de rendimentos sem nenhuma necessidade de gastos adicionais com marketing;
3. Lidar com queixas é caro, consome tempo e é ruim para a reputação da empresa.

Existem, no entanto, segundo os autores, algumas divergências entre as expectativas do consumidor e as percepções da qualidade do serviço recebido. É importante que as atividades de marketing que criam expectativas nos turistas sejam as mais realistas possíveis, caso contrário, insatisfações serão geradas por melhor que seja o produto. A satisfação e a qualidade são fatores complexos; pois existem variáveis incontroláveis que influenciam na satisfação do turista; e a qualidade é um conceito altamente pessoal e subjetivo.

De acordo com Dolnicar (2012), uma boa relação entre as percepções dos turistas e os donos de serviços turísticos é essencial. Ao mesmo tempo, o turista deve ser capaz de perceber as fortalezas e fraquezas dos serviços turísticos e do destino. O autor ressalta ainda que é responsabilidade da administração desenvolver uma estratégia que comunique eficientemente as fortalezas e vantagens para o mercado em geral e especificamente para o público alvo.

2.2 TURISMO DE SURF

2.2.1 DEFINIÇÃO DO TURISMO DE SURF

O surf tornou-se um fenômeno conhecido ao redor do mundo com importância nos âmbitos econômicos, sociais e culturais da sociedade. Buckley (2002) na sua pesquisa de turismo de surf nas ilhas Indo-Pacíficas, explica sobre a história e estrutura do segmento. Ressalta que o Haváí é o único país no mundo onde surfar é uma tradição ancestral e que desde o início, os surfistas se caracterizaram por realizar deslocamentos em busca de novos locais na procura de ondas de qualidade. O turismo de surf teve seus inícios com esses surfistas pré-coloniais que realizavam viagens exploratórias independentes nas ilhas havaianas há mais de mil anos (GEORGE, 2000).

O surf moderno existe há aproximadamente meio século. Contudo, foi somente nas últimas duas décadas que o turismo de surf comercial ficou proeminente. Buckley (2002) aponta que, atualmente, estima-se que haja mais de 10 milhões de surfistas no mundo, aumentando de 12 a 16% por ano. Conseqüentemente, o surf é hoje uma indústria global multibilionária. Segundo Raymond (1998), seu valor mundial foi estimado em mais de US\$ 2,5 bilhões por ano em meados da década de 1990. Buckley (2002) indica que a indústria de surf possui três componentes principais. O primeiro refere-se às vendas de marcas de roupas de surf. Estas podem ser estimadas a partir de relatórios anuais e dados associados da bolsa de valores das principais empresas de *surfwear*, em torno de US\$ 6,3 bilhões no total. O segundo componente é a fabricação de pranchas de surf, sendo a estimativa média de gastos por surfista de US\$ 300 a US\$ 500 por ano. Finalmente, o terceiro componente seriam as viagens de surf. Seus custos são mais difíceis de estimar, especialmente se incluir as viagens locais de casa para praias, mas provavelmente são semelhantes aos gastos do segundo componente. No total, segundo o autor, US\$ 10 bilhões por ano seria uma aproximação para a atual escala econômica da indústria do surf.

Nos anos 70 e 80, as viagens com motivação principal de surf ganharam expressão (CABELEIRA, 2011). O turismo de surf é um conceito que tem sido estudado por diferentes autores ao longo dos anos. Tantamjarik (2004) escreveu sobre sustentabilidade e turismo de surf na Costa Rica. Ela indica que o mesmo encontra-se na rubrica de turismo de aventura com base na natureza, enquanto Dolnicar e Fluker (2003) o enquadram dentro do turismo desportivo.

Fluker (2002) define turismo de surf como:

Aquele que envolve pessoas que viajam para locais domésticos por um período de

tempo não excedendo os seis meses ou para locais internacionais por um período de tempo não excedendo doze meses, que ficam hospedados pelo menos uma noite, onde a participação ativa de surf, [...] é a motivação primária para a escolha do destino. (FLUKER, 2002, p.7 apud DOLNICAR; FLUKER, 2003, p.3, tradução nossa)

O autor ressalta que o turismo de surf não inclui necessariamente apenas surfistas (praticantes), mas também espectadores e companheiros (as) não surfistas. Neste estudo serão passados questionários aos turistas surfistas na praia de El Tunco. Espectadores e companheiros não serão incluídos na amostra, pois o questionário possui questões específicas referentes à prática do esporte.

Em contrapartida, Buckley (2002) define o conceito como uma viagem superior a 40 quilômetros a partir do local de residência, onde os surfistas permanecem pelo menos uma noite, sendo o surf a primeira motivação para viajar.

Na perspectiva de Ponting (2008), não se encontra a vertente de distância, mas engloba a definição de surfista. Refere-se à pessoa com habilidade e conhecimento suficiente para utilizar a força da onda de modo a impulsioná-lo para frente em toda a sua extensão, conseguindo antecipar e responder à sua constante mutação. O autor desenvolve a definição de *surfingtourism*, substituindo o substantivo *surf* pelo verbo *surfing*.

Surfingtourism é viajar numa estada temporária, realizada por surfistas, permanecendo pelo menos uma noite fora da região de residência habitual do surfista, com a motivação principal de surfar ondas (PONTING, 2008, p. 25, tradução nossa).

O turista de surf, sem importar a sua idade nem nacionalidade, se desloca por um objetivo em específico, sendo este a busca da onda perfeita. A procura da onda perfeita é um ideal partilhado por muitos surfistas, resultando na disposição dos mesmos para realizar experiências de viagens para a prática de surf (DOLNICAR; FLUKER, 2003). Por outro lado, Fortes (2011) no seu artigo analisa as sensações de prazer associadas ao surf. Explica que o surfista “sonha” o tempo todo com ondas perfeitas e ele tem a oportunidade de transformar esse sonho em realidade durante as viagens. Assim, o autor cita discursos da revista de surf *Fluir*:

Referindo-se às direitas de Jeffrey’s Bay (África do Sul): “ali está o sonho de cada surfista, onde tanto quanto Uluwatu, em Bali [...], após o dia de surf, tudo parece maravilhoso, tudo leve, puro delírio, prazer... sonho. Mas é real. Existe. Acontece.” A citação introduz uma segunda ideia, traduzida através de termos como êxtase, prazer e delírio – a de que as viagens permitem passar o dia fazendo a melhor coisa do mundo, sem preocupações de qualquer ordem: “praticamente extasiados (completamente loucos) pelo visual dos lugares e estradas e por surfar ondas indescritíveis [...]” (XAN; BRUNO, 1983 apud FORTES, 2011, p. 3).

O turismo de surf também proporciona contato direto com a natureza e aproxima o turista com a realidade do destino. Dessa forma, na revista *Fluir*, Aldhemar Freitas Filho relata um pouco sobre sua viagem de surf a Fernando de Noronha na década de 80:

Ficamos em Fernando de Noronha durante 4 semanas. Para nós foi uma grande experiência não só pelas ondas indescritíveis mas também pelas pessoas, costumes e visuais raros do lugar. Todos os dias fazíamos longas caminhadas em busca das ondas, em praias completamente desertas e sem nenhuma pegada humana, onde os pássaros ficavam imóveis, nos observando sem qualquer medo (FREITAS, 1983 apud FORTES, 2011, p. 5).

Para que o surfista escolha o destino turístico da sua viagem, diversos fatores influirão na sua decisão. Segundo Dolnicar e Fluker (2003), um dos fatores mais importantes é a preferência pelos destinos menos cheios e a ausência de *crowd*⁴, o que significa que as ondas se encontrem pouco povoadas. O *crowd* pode representar um problema para alguns destinos turísticos de surf, pois quanto mais popular e cheio seja o destino, menos atrativo se torna. Os autores descrevem como no surf o fator do *crowd* pode ser explicado em um sentido competitivo. Antes de surfar a onda, o surfista deve estar na posição e na área certa. Essa área é conhecida como *take-off*⁵ e pode estar acima de um arrecife de coral, banco de areia, fundo de pedra ou algum outro fundo do mar que esteja criando a quebra da onda. Geralmente a área de *take-off* pode ser tão pequena quanto o espaço de um carro em um estacionamento ou tão grande quanto uma quadra de tênis, dependendo das condições da quebra da onda. Assim, quanto mais gente na zona de *take-off* aguardando pela onda, mais competitivo será para o surfista conseguir pegá-la. Portanto, os surfistas não gostam desta competição.

Além das ondas pouco povoadas, Ponting (2008) aponta quatro elementos simbólicos que caracterizam uma viagem de surf ideal, onde o autor idealiza um espaço turístico de surf designado por ele como “*nirvana*”. O primeiro elemento é a presença da onda perfeita, a qual todo turista de surf procura. O segundo elemento são ondas pouco povoadas, *uncrowded*⁶, onde as condições permitem que o surfista desfrute de um *break* sozinho ou somente com seu próprio grupo de amigos. O seguinte elemento é “*cushioned adventure*”, que se refere a uma experiência personalizada, onde os equipamentos sejam alugados e providenciados por profissionais do turismo. Dessa forma a equipe contratada poderá fazer qualquer mediação externa que seja necessária, facilitando a experiência da viagem dos surfistas. Por último, encontra-se o elemento do ambiente tropical, sendo ele exótico e natural.

O conceito de *wonderland* é similar ao *nirvana* que aponta Ponting (2008). Ele apresenta um destino exótico de surf, pouco explorado, recentemente descoberto, que está começando a ser comercializado pela mídia. O *wonderland surfing* atrai o turista e cria lucros para as

⁴Crowd: excesso de lotação de surfistas no mar (CABELEIRA, 2011).

⁵Take-off: Área onde ocorre o movimento que permite ao surfista colocar-se de pé em cima da prancha, entrando na onda iniciando o *drop* (CABELEIRA, 2011).

⁶Uncrowded: ausência de lotação de surfistas no mar (CABELEIRA, 2011).

operadoras e agências turísticas, mas requer cautela. O destino pode correr o risco de superlotação e trazer impactos negativos tanto para a experiência do turista como para a comunidade local. Neste momento entra a importância da sustentabilidade no turismo de surf (PONTING; O'BRIEN, 2013).

O manejo dentro dos destinos de surf é difícil de designar, pois o recurso utilizado dentro do turismo de surf é o oceano, o qual possui um acesso livre e, com isso, não possui um dono em específico. Esta falta de responsabilidade pode ocasionar problemas dentro das áreas onde o turismo de surf acontece. (TANTAMJARIK, 2004).

2.2.2 IMPACTOS DO TURISMO DE SURF

O turismo de surf, assim como qualquer outro segmento do turismo, traz impactos tanto positivos como negativos. Os impactos podem ser de origem econômica, ambiental ou sociocultural. O fenômeno do turismo é conhecido pelo fato de incrementar o desenvolvimento dentro da comunidade local. Dentro dos impactos econômicos, Cadilhe (2011) no seu livro “No Princípio Estava o Mar” menciona como uma onda perfeita de surf pode ser o motor da economia de uma região inteira. A procura constante de lugares exóticos com o surf como motivação principal faz com que pequenas localidades, que nunca teriam saído do anonimato, hoje sejam famosas internacionalmente pelo simples fato de possuírem uma “onda perfeita ao fundo da rua”. Um exemplo destas localidades é a baía de Jeffreys, localizada na África do Sul, onde também ocorre o evento Corona Open J-Bay, organizado pela Liga Mundial de Surf (World Surf League). Outros autores como Barilotti (2002) citam também como o fenômeno do surf gera desenvolvimento na região por meio do capital investido pelos surfistas:

Teoria Macroeconômica do Surf: Ondas atraem surfistas. Surfar atrai energia. Energia atrai pessoas. Pessoas atraem capital. Investimento atrai desenvolvimento. E assim em diante. Um levantamento rápido do espaço exterior provavelmente mostraria um número significativo de grandes cidades costeiras que se expandem graças à qualidade das suas ondas e seus *surf breaks*⁷ (BARILOTTI, 2002, p. 92, tradução nossa).

Briana Iatarola (2011) realizou um estudo sobre os efeitos econômicos e culturais da indústria global do surf em El Tunco, El Salvador. Um dos argumentos que a autora aponta é que o turismo de surf serve como um setor chave em uma economia salvadorenha deprimida, enquanto as ondas estejam em demanda.

⁷ Surf break: espaços de transição entre o mar aberto e a zona de ocorrência de ondas (SILVA; SANTOS e DUTRA, 2016, p. 348).

Os impactos negativos do turismo de surf são relacionados à atividade turística em geral. No caso do âmbito econômico, é possível perceber inflação dos preços, concorrência desleal de operadores, criação de negócios ilegais relacionados ao surf, entre outros (CABELEIRA, 2011).

Por outro lado, existem também os impactos ambientais. O surfista está sempre em contato com a natureza por meio do surf, pois ele depende das ondas e do oceano para a prática do esporte. O contato freqüente com este recurso natural faz com que o surfista se conscientize e sensibilize na preservação do ambiente marinho onde ele se encontra. Desta forma, surgiram associações e organizações em defesa das ondas e o oceano.

Dentro dos impactos positivos encontra-se a criação de ONG's. Estas promovem a defesa ambiental das zonas costeiras, tendo como base as ondas, o surf e o seu valor (NUNES, 2015). Exemplos destas são: Save the Waves Coalition (SWC), Surfrider Foundation (SRF) e Salvem o Surf (SOS), sendo essa última reconhecida preponderantemente em Portugal.

Acrescentando os impactos positivos, surgem as Reservas de Surf. Os autores Silva; Santos e Dutra (2016) escrevem sobre estas reservas e definem que a finalidade delas é contribuir com a proteção da sociobiodiversidade marinha e marinho-costeira e de atributos excepcionais dessas áreas, em particular os escassos e finitos *surf breaks* e a cultura do surf. As primeiras criadas foram as Reservas Nacionais de Surf (RNS). Surgem na Austrália em 2005 mediante parceria entre comunidade e governo para a identificação de sítios com significado ambiental, cultural e histórico para a cultura de surf australiana. Após a criação do modelo australiano, a organização não-governamental norte-americana Save the Waves Coalition criou as Reservas Mundiais de Surf (RMS). Além de preservar e reconhecer os espaços de surf, o programa criado também objetiva reunir lideranças da área, ambientalistas e a comunidade científica para discutir estratégias de proteção dos *surf breaks* e das áreas costeiras para concretização global das reservas de surf. Estas instituições são importantes para o fomento de um turismo de surf sustentável e, ao mesmo tempo, são necessárias para diminuir os impactos ambientais negativos dentro das praias, tais como: poluição da água, esgotamento de recursos, degradação ambiental, erosão, poluição associada à fabricação de pranchas, lixo, entre outros.

Finalmente, dentro dos impactos positivos no âmbito sociocultural destacam-se a troca de experiências culturais dentro e fora da água; conservação dos valores culturais, históricos e tradicionais dos surfistas e o desenvolvimento de infraestrutura nas praias ao nível da recreação e lazer, beneficiando não só os surfistas, mas também o público em geral. Por outro lado, proporciona aos moradores locais, surfistas ou não surfistas, um incentivo à valorização do seu próprio patrimônio natural em vista do grande fluxo de turistas que o esporte movimenta. Em contrapartida uns dos impactos negativos podem ser conflitos derivados do *crowd*, do acesso

restrito a determinadas zonas devido a eventos e tensões derivadas do “localismo”, onde moradores locais podem sentir que o seu mar está sendo “invadido” por surfistas estrangeiros ou apenas de regiões diferentes (DOLNICAR; FLUKER, 2003; CABELEIRA, 2011; TANTAMJARIK, 2004). No quadro 1 é possível verificar de forma sintetizada os impactos positivos e negativos dos âmbitos econômico, ambiental e sociocultural que podem ser causados pelo turismo de surf nos destinos turísticos.

Quadro 1 – Impactos do Turismo de Surf

Impactos	Positivos	Negativos
Econômicos	<ul style="list-style-type: none"> • Investimentos; • Oportunidades de emprego ligadas ao surf; • Receitas turísticas provenientes dos surfistas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Concorrência desleal de operadores; • Inflação do preço.
Ambientais	<ul style="list-style-type: none"> • Surgimento de ONG’s e criação de RNS e RMS; • Surfistas conscientes e sensibilizados com a preservação dos ambientes marinhos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Esgotamento de recursos; • Poluição das praias e da água; • Congestionamento e impacto com os deslocamentos.
Socioculturais	<ul style="list-style-type: none"> • Troca de experiências culturais e valoração do patrimônio; • Desenvolvimento de infraestruturas nas praias ao nível da recreação e lazer. 	<ul style="list-style-type: none"> • Conflitos derivados à superlotação/crowd; • Acesso restrito a determinadas zonas devido à eventos; • Localismo.

Fonte: Adaptado de Cabelreira (2011) e Nunes (2015).

Hoje em dia, o setor turístico possui também seus impactos negativos no meio ambiente. Por isso, é importante desenvolver estratégias para que as pessoas possam realizar um turismo sustentável. Dentro do segmento do turismo de surf, é possível afirmar que a prática do esporte conecta o surfista com os espaços de surf e, conseqüentemente, com os recursos naturais. Os autores Silva; Santos e Dutra (2016) explicam a importante relação que o surf pode ter com a conservação dos ambientes marinhos. Detalham mais especificamente a relação entre *surf breaks* com a cultura do surf e com a proteção da sociobiodiversidade.

É importante saber que os *surf breaks* são espaços de transição entre o mar aberto e a zona de ocorrência de ondas. No entanto, eles também são espaços sensíveis, finitos, que constituem um recurso natural escasso e, quando extintos, não podem ser restaurados (SKELLERN et al., 2013). Em realidade, a importância dos *surf breaks* vai além da conhecida capacidade de proporcionar lazer ou trabalho aos praticantes do esporte. De acordo com os autores, a proteção desses espaços e recursos deve ser incorporada nas decisões de planejamento do desenvolvimento da área costeira do país. Assim ocorre na Nova Zelândia, país que se tornou líder mundial na proteção dos *surf breaks*. Desta forma, o assunto não importa apenas aos

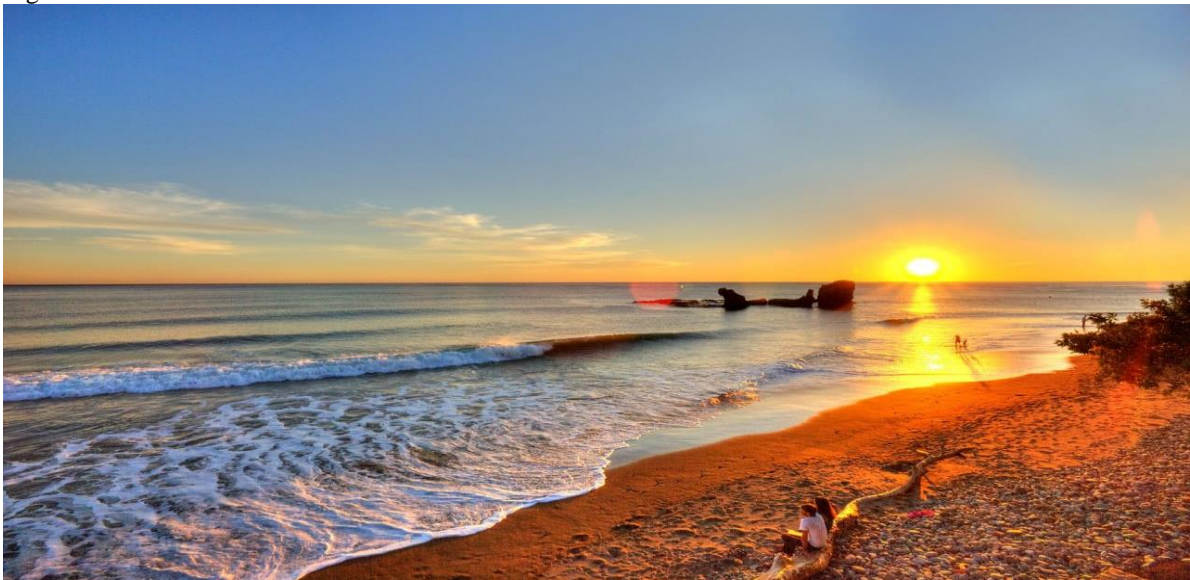
surfistas e sim a todas as comunidades dependentes dos recursos marinhos, bem como ao desenvolvimento científico e, sobretudo, à política pública de planejamento e gestão costeira.

Lembrando que:

O turismo de surf não é turismo de massa, é turismo sustentável e continuado, é um nicho de mercado sólido e em crescimento. Crises econômicas, ameaças terroristas, catástrofes naturais não afetam o turismo de surf. Os surfistas não se intimidam, continuam a viajar de avião depois do 11 de setembro, continuam a surfar nas ondas perfeitas em Bali depois da bomba, continuam a visitar a África do Sul apesar da insegurança, vão para as Filipinas mesmo com os avisos. (CADILHE, 2003 apud LOPES, 2008, p.21).

Este é o caso de El Salvador. Ainda com crises econômicas e de violência, os surfistas cientes disto não desistem de realizar suas viagens para este destino devido à certas particularidades. A figura 2 retrata um pôr do sol no destino em um dia calmo de fluxo turístico. Dessa forma, a paisagem natural se torna um atrativo além das ondas para os turistas de surf e se torna um atrativo para qualquer visitante da praia, podendo ser um turista ou um excursionista.

Figura 2 – Pôr do sol em El Tunco



Fonte: Boca Olas (2018)

Após uma análise do segmento do turismo de surf, de seus conceitos, peculiaridades e possíveis impactos, será analisada a praia de El Tunco como destino de turismo de surf e, também, a opinião dos turistas em relação a este segmento. Neste trabalho são criadas propostas e sugestões para uma melhor gestão do turismo de surf neste local.

3 METODOLOGIA

Esta pesquisa consiste em um estudo exploratório que analisa a perspectiva dos turistas em relação ao turismo de surf na praia de El Tunco. Para atingir os objetivos propostos foram feitas pesquisas bibliográficas, documentais, de campo e a técnica de observação direta.

O embasamento teórico foi feito através de pesquisa bibliográfica. Dentro dele foram analisados aspectos sobre o planejamento de destinos turísticos, perfil do turista e turismo de surf. A pesquisa bibliográfica é também fundamental para aprofundar o conhecimento sobre a segmentação do turismo de surf, abrangendo desta forma os diversos conceitos e tipologias. O fenômeno é pouco explorado e, por isso, é importante aprofundar nestes estudos dentro da área acadêmica.

Foi também utilizada a pesquisa documental e a técnica de observação direta para caracterizar a praia de El Tunco como destino de surf. Essa pesquisa procurou informações em documentos como: registros públicos, informes estatísticos, fotografias, dentre outros. Finalmente, foi realizada a pesquisa de campo com uso de questionários direcionados aos turistas, para verificar e compreender a perspectiva deles em relação ao turismo de surf que acontece no local. No quadro 2 é possível verificar cada objetivo específico com seu respectivo procedimento metodológico.

Quadro 2 – Procedimentos da Metodologia

Objetivos específicos	Procedimentos
Aprofundar o conhecimento sobre a segmentação de turismo de surf.	Pesquisa bibliográfica
Caracterizar a praia El Tunco como destino de surf.	Pesquisa documental Observação direta
Verificar as opiniões relacionadas ao surf por parte dos turistas em El Tunco.	Questionários

Fonte: A autora (2018)

O questionário (apêndice A) foi formulado com o auxílio dos exemplos de questionários de outros autores especializados no segmento, tais como Cabeleira (2011) e Nunes (2015). Este método de pesquisa foi colocado em prática pela autora nos meses de temporada alta na praia de El Tunco em El Salvador: janeiro e fevereiro de 2018.

No final da pesquisa de campo foram obtidos 75 questionários respondidos por visitantes, dentro deles turistas estrangeiros e domésticos, sendo todos surfistas. Os questionários foram todos impressos e aplicados no local de pesquisa. Foram abordados os turistas que fossem especificamente surfistas, pois o questionário possui questões relacionadas às ondas e à prática do esporte dentro da água.

Após a pesquisa de campo, as respostas dos questionários foram tabuladas e foram feitas análises e discussões da pesquisa. As respostas tabuladas foram analisadas de duas formas: através de estatística descritiva e analisando o conteúdo confrontando com as ideias dos autores colocadas no referencial teórico. Além disso, foi realizada a triangulação dos dados para uma melhor análise. Foram trazidas também imagens para uma melhor compreensão das ideias e do local como um todo.

Finalmente, foram escritas considerações finais detalhando sugestões para o destino e o segmento, limitações da pesquisa, sugestões de pesquisas futuras, contribuições mercadológicas e acadêmicas da pesquisa realizada.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO

4.1 EL SALVADOR ENQUANTO DESTINO TURÍSTICO

El Salvador é um país localizado na América Central (figura 3). O subcontinente é composto pelos países de Guatemala, Belize, El Salvador, Honduras, Nicarágua, Costa Rica e Panamá. Localizado no mapa (figura 4) El Salvador faz fronteira com Guatemala a oeste e com Honduras ao norte e leste. A língua oficial é o espanhol e a moeda o dólar americano. El Salvador possui uma área de 21.041 km² e segundo o Banco Mundial (2017) possui uma população de 6,378 milhões de habitantes. Em termos de área territorial, é o menor país da América Central.

Figura 3 – Localização da América Central



Fonte: Google maps (2018)

Figura 4 – Localização de El Salvador



Fonte: Furian (2018)

O setor turístico dentro de El Salvador tem reativado a economia salvadorenha, alcançando um papel significativo no desenvolvimento do país devido ao seu potencial em termos de geração de divisas, empregos e receita (EL SALVADOR, 2018). Segundo o informe estatístico de 2017 da Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR, 2018), a receita gerada pelo turismo no ano de 2017 foi de US\$ 1.265,09 milhões de dólares, sendo esta a mais alta nos últimos treze anos. O turismo em El Salvador representa 4,6% do PIB do país. O número de chegada de visitantes em 2017 foi de 2.246.618, com um crescimento de 9,5% respeito ao ano de 2016. O número total se divide na chegada de turistas (1.556.069) e excursionistas (690.550), sendo assim, o informe indica que os visitantes de 2017 estão representados por 69% de turistas e 30% de excursionistas. Segundo o informe, excursionistas são as pessoas que não pernoveram no país. Os turistas têm duas vias de acesso para entrar ao

país: terrestre e aérea. Desta forma, 59% entraram pela via terrestre e 41% pela via aérea. Dos excursionistas, 99% entraram pela via terrestre e 1% pela via marítima.

Dentro do informe estatístico, a CORSATUR (2018) proporciona também algumas informações sobre o perfil do turista que visita El Salvador. As regiões de onde são recebidos mais turistas são América Central (57%), América do Norte (35%), América do Sul (33%), Europa (2,5%), Caribe (0,3%) e Outros (0,8%). O turista gasta, em média, US\$123,80 dólares por dia, enquanto a média de estadia é de seis pernoites. Com relação ao volume de empregos no setor, o informe declarou que no ano de 2017 teve em média de 52.159 empregos formais, gerando 7,9% da economia nacional. No entanto, o mesmo Ministério do Turismo (2016) informa que o setor gera o triplo do número de empregos de modo informal. O Ministério está trabalhando atualmente no projeto FORMATURES que capacita 20.213 pessoas através de 465 jornadas de capacitações de idiomas, cultura turística, guias turísticos, cruzeiros, etc. Além disso, o ministro de turismo de El Salvador José Napoleón DuarteDurán declarou que:

O turismo em El Salvador está no seu melhor momento. Há um investimento importante em hotéis (Fairfield, Hyatt, Barceló); a chegada de turistas internacionais é maior, e cada vez mais os municípios olham na indústria uma oportunidade de desenvolvimento econômico e social (EL SALVADOR, 2018, tradução nossa).

Um informe do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD, 2008) indicou que em El Salvador o turismo, em comparação com outros setores, tem maior capacidade de geração de empregos formais e de efeito multiplicador no resto da economia, através de cadeias produtivas e absorção de mão de obra. Apontou também que, dentre os quatro principais setores criadores de emprego, os salários no turismo são substancialmente maiores (US\$259 por funcionário, frente a US\$122, US\$194 e US\$ 227 em agricultura, maquila e construção, respectivamente). No entanto, o baixo desenvolvimento do setor tem feito com que a mão de obra que atualmente atua esteja por baixo do seu potencial e seja menor comparada a outras atividades, em particular com a agricultura (7,12% frente a 18%).

O secretário técnico da presidência Alexander Segovia, durante um encontro regional de turismo, declarou que a área costeira do país foi abandonada por décadas e o mar nunca foi visto como um potencial de desenvolvimento estratégico. Todavia, o secretário apontou que para romper com o círculo vicioso do baixo crescimento econômico deverão ser realizadas coisas diferentes para resultados diferentes. Segundo ele, é na área costeira onde se encontram os principais ativos estratégicos do país, assim foram detectados setores chaves e fundamentais, sendo o turismo um deles. Conjuntamente surge a necessidade de preparar as pessoas, pois virão investimentos e será preciso de pessoas capacitadas no setor do turismo. Finalmente o secretário

apontou que o governo está realizando a sua parte, criando condições adequadas. No entanto, é preciso que os empresários também se envolvam (EL SALVADOR, 2014).

O Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID, 2013) realizou um empréstimo de US\$25 milhões de dólares para desenvolver um programa de desenvolvimento turístico da faixa costeiro-marinha de El Salvador (Desarrollo Turístico de la Franja Costero-Marina). O objetivo geral do programa é incrementar as receitas e o emprego formal na faixa costeiro-marinha, em particular para a população vulnerável, através do desenvolvimento produtivo do setor turístico. O programa focará no turismo de lazer em duas áreas: A primeira, La Libertad, para o turismo de sol e praia, turismo em áreas naturais, e turismo de surf. A segunda, Bahía de Jiquilisco, para o ecoturismo.

El Salvador se posiciona como um destino por excelência na prática do surf diante outros países, de acordo com o Ministério do Turismo (2016). Um exemplo disso é a participação do país na Surf Expo, feira que acontece em Orlando, nos Estados Unidos. O Ministério afirma que:

A feira que se realiza no Orange Country Convention Center de Orlando, Estados Unidos, se especializa no campo do surf, na qual o nosso país leva vantagem para atrair os surfistas por ter praias com ondas excelentes, como as que se formam na praia Punta Roca, em La Libertad, classificada entre as dez melhores do mundo para a prática do esporte (MITUR, 2016, tradução nossa).

A participação da feira busca mostrar a capacidade que o país tem em organizar eventos mundiais. De fato, nos anos anteriores, El Salvador organizou campeonatos mundiais como *Reef Pro El Salvador* em 2013 e *Herbalife Latin Pro: Playa Las Flores* em 2014. Ambos classificados na categoria seis estrelas. Os eventos conseguiram atrair mais de 20.000 espectadores e surfistas de diversas partes do mundo.

El Salvador possui diversas praias com diversos tipos de ondas. É provável que o turista de surf chegue a El Salvador e queira conhecer todos os pontos de surf devido à facilidade e proximidade geográfica dos destinos. No Ocidente do país, algumas das praias ideais para a prática do surf são: El Zonte, Palmarcito, El Tunco, Punta Roca, Mizata, Kilómetro 59, etc. Do mesmo modo, no Oriente do país algumas das praias recomendadas para surfar são: La Paz, Punta Mango, Las Flores, etc.

4.2 EL TUNCO ENQUANTO DESTINO TURÍSTICO DE SURF

El Salvador possui uma extensão costeira de aproximadamente 300 km com costas unicamente ao oceano pacífico. O país está dividido em 14 departamentos. A praia de El Tunco localiza-se no departamento de La Libertad (figura 5), aproximadamente a 38 km da capital San Salvador e a aproximadamente 7 km a oeste de El Puerto de La Libertad. A praia encontra-se localizada no município de Tamanique que possui em torno de 15 mil habitantes.

Figura 5 – Localização de El Tunco



Fonte: RunawayTravellers (2014)

De acordo com o MITUR (2017), no ano de 2016, mais de 350.000 turistas foram registrados nos 26 meios de hospedagem que se encontram dentro da praia El Tunco, sendo 33% de turistas estrangeiros. No dia 16 de agosto de 2017, o ministro de turismo José Napoleón Duarte Durán declarou a praia de El Tunco como Centro Turístico de Interesse Nacional. Tendo como definição:

Centro Turístico de Interesse Nacional é a área geográfica delimitada na qual se localiza um ou vários atrativos turísticos, seja do tipo histórico, cultural, religioso, criativo ou de qualquer outra natureza, que gere no seu entorno atividade turística susceptível ao seu desenvolvimento como produto turístico, aponta o artículo 4 do Regulamento Geral da Lei do Turismo (EL SALVADOR, 2004, tradução nossa).

Dita praia é considerada o sétimo centro de interesse turístico nacional. O ministro declarou que é possível notar um antes e depois no destino e que tem sido graças às iniciativas privadas, aos projetos governamentais e à confiança no potencial turístico. O que suporta o título de Centro Turístico de Interesse Nacional da praia El Tunco é o fluxo de turistas estrangeiros provenientes do Brasil, Austrália, e Estados Unidos, os quais são atraídos pela área internacionalmente reconhecida para a prática do surf (MITUR, 2017). A praia conta com mais

de 36 bares e restaurantes, 12 lojas boutiques, 5 lojas, caixa eletrônico e outros serviços como aluguel de pranchas, aulas de surf, lavanderias, igreja, spa, entre outros.

O governo local, que é um dos *stakeholders*, incentiva as pessoas a visitarem o destino por meio de estratégias de marketing e direciona a visita para o público surfista (figura 6). Estas estratégias são feitas pela campanha *El Salvador Impresionante* através do site do governo El Salvador Travel. O nome da praia de El Tunco vem da pedra que se encontra na beira da praia. De acordo com a lenda, a pedra parecia com um porco gigante deitado para cima. El Tunco é uma gíria popular para o nome do bicho (figura 7).

Figura 6 – Surfista em El Tunco



Fonte: El Salvador Travel (2014)

Figura 7 – Pedra El Tunco



Fonte: El Salvador Travel (2018)

Trazendo a análise de Cooper, Hall e Trigo (2011), a praia de El Tunco é um destino que busca atrair turistas, portanto o local deve possuir:

1. Recursos em forma de atrações físicas e culturais: o atrativo natural dentro do destino é a praia. Possui diversos *surf breaks* e áreas de banho para os turistas que não se interessam no surf. A temperatura da água é quente o ano inteiro e a areia é de origem vulcânica, portanto possui uma coloração mais escura.
2. Recursos em forma de instalações e serviços: a praia é o recurso formatado em negócio, por tanto ela possui especificações necessárias para a comercialização e recepção de turistas. O destino oferece 26 meios de hospedagem, mais de 36 bares e restaurantes e agências receptivas. No entanto não possui posto de informações turísticas gratuitas. Na figura 8 é mostrada uma rua que possui vários estabelecimentos de alimentos e bebidas e bares que o destino oferece.

3. Recursos em forma de infraestrutura e serviços, que tornam o destino acessível: meios de transporte públicos, polícia de turismo, iluminação, abastecimento de água e energia.

Figura 8 – Bares e restaurantes em El Tunco



Fonte: Boca Olas (2018)

O meio de transporte público disponibilizado é ônibus de linha que sai de San Salvador na linha n° 102 e vai até El Puerto de La Libertad. O valor da passagem é de US\$ 00.60 e o percurso demora 45 minutos. Em El Puerto de La Libertad tem outro ônibus que custa US\$ 00.25 e chega à Praia de El Tunco em aproximadamente 20 minutos. O tempo do trajeto total é de aproximadamente 60 minutos, mas com um veículo particular é possível realizar o percurso inteiro em 30 minutos, sem congestionamento.

Para caracterizar El Tunco como um destino para a viagem de surf ideal, pode-se seguir os apontamentos do autor Ponting (2008) que, na sua tese de doutorado, idealiza um espaço turístico de surf chamado “*nirvana*”. O local de estudo do autor é as Ilhas Mentawai na Indonésia. Dentro do espaço turístico ele cita quatro elementos que todo turista de surf procura.

O primeiro elemento é a presença da onda perfeita. Para conseguir identificar se El Tunco possui a onda perfeita, é necessário saber o tipo de onda que o turista pode encontrar lá. Em El Salvador existem duas estações principais, a estação seca e a estação chuvosa. A estação seca vai de setembro até março e a estação chuvosa vai de março até agosto. Durante a estação seca o tamanho médio da onda é de 0,6 a 1,5 metros (isto é, entre 2 e 5 pés de altura). Os questionários foram passados durante a estação seca, no mês de janeiro e fevereiro, onde as ondas são ideais para iniciantes.

Em contrapartida, as ondas na estação chuvosa têm um tamanho de 1,8 a 6 metros de altura (entre 6 a 20 pés de altura). As ondas durante a estação chuvosa são ideais para surfistas de nível intermediário e avançado. Uma das características que mais atrai os turistas é que, sem

importar a época do ano, sempre haverá onda. As ondas são criadas pelo fundo de rocha vulcânica que existe na praia. O fundo de pedra não muda tanto quanto o fundo de areia e isso faz com que a onda seja constante. Comparado a outros destinos de surf onde só tem onda em uma época específica do ano, como em Fernando de Noronha, onde as ondas acontecem no verão, durante a temporada de onda é possível surfar ondas de 7 metros de altura dependendo do *swell*. No restante dos meses, durante o inverno, o mar fica calmo, sem onda, com perfeitas condições para mergulho.

O segundo elemento que o autor aponta são ondas pouco povoadas, isso significa que na hora que o surfista for entrar na água para surfar, o mar esteja *uncrowded* (figura 9), com poucos surfistas dentro da água. As condições devem permitir que o surfista possa desfrutar de um *break* somente com seu próprio grupo de amigos, sem ter que competir com outros surfistas para pegar uma onda. Dentro da praia de El Tunco existem quatro pontos específicos dentro do mar ideais para o surf: Bocana, Bocanita, Sunzalito, e Sunzal.

Atualmente, o destino está recebendo investimentos do governo e da iniciativa privada, o turismo mundial tem aumentado e, com isso, El Tunco ficou mais conhecido e visitado. Com o aumento da visitação, aumenta também o número de surfistas e a probabilidade que as ondas fiquem cada vez mais lotadas, colocando em risco o segundo aspecto do autor. É importante tomar cuidado com a situação para que a experiência do turista de surf não se prejudique com este aspecto. Dentro da análise dos questionários se encontra a opinião do turista de surf em relação a este item.

Figura 9 – El Tunco *uncrowded*



Fonte: Sunzal Surf Company (2018)

O terceiro elemento chama “*cushioned adventure*” e é em relação a uma experiência personalizada, onde há profissionais do turismo para facilitar qualquer mediação externa dentro da viagem. O autor faz ênfase em destinos onde é necessário alugar barcos charter para poder chegar aos melhores pontos de surf. No caso de El Tunco não é necessário o aluguel de charter, porém o turista pode realizar sua viagem por meio de agências que facilitem qualquer mediação necessária. É muito comum que o turista que se hospeda em El Tunco para surfar queira conhecer outras praias de El Salvador que possuem pontos interessantes e ondas diferentes para a prática do esporte. A contratação do serviço de uma agência receptiva que faça estas recomendações e deslocamentos proporciona segurança e facilita a viagem.

O último elemento que o autor aponta é o ambiente tropical, sendo ele exótico e natural. O local de estudo do “*nirvana*” é nas ilhas Mentawai, na Indonésia. O autor descreve o ambiente tropical com as cores azul, verde e branco. Azul proveniente do mar, verde do conjunto da flora, e branco proveniente da cor da areia. Além de o ambiente ser tropical e exótico, ele tem que ser relativamente intocado pelo desenvolvimento humano.

Na realidade de El Tunco, o destino está sendo modificado pelo desenvolvimento humano a fim de criar uma oferta turística que satisfaça a demanda dos surfistas. A praia é caracterizada pela presença de rochas vulcânicas, motivo pelo qual se formam as ondas. A areia é de uma cor escura devido à geologia de origem vulcânica da região. No entanto, El Tunco continua sendo um destino que está sendo descoberto. Não existem prédios nem resorts no local. O mar não é caracterizado por conter um nível de poluição alto, então pode ser considerado um destino exótico, natural e ainda pouco explorado.

Segundo Iatarola (2011) El Tunco se tornou um destino de surf reconhecido devido a um processo dinâmico, influenciado por diversos fatores tais como recomendações boca-a-boca; passagens aéreas razoáveis desde a América do Norte; proximidade com o aeroporto; avanços em publicidade online e tecnologia; livros guiados e também devido à ampla disponibilidade de mapas. A autora realizou pesquisas etnográficas e de campo conduzidas por três semanas no mês de Agosto de 2010. Estas indicaram que os valores das propriedades tem triplicado nos últimos cinco anos, particularmente nas cidades costeiras próximas à San Salvador, ponto de entrada da maioria dos turistas de surf. Desta forma são identificados alguns dos impactos provenientes pelo turismo de surf, sendo a inflação dos preços das propriedades um dos impactos negativos dentro do destino.

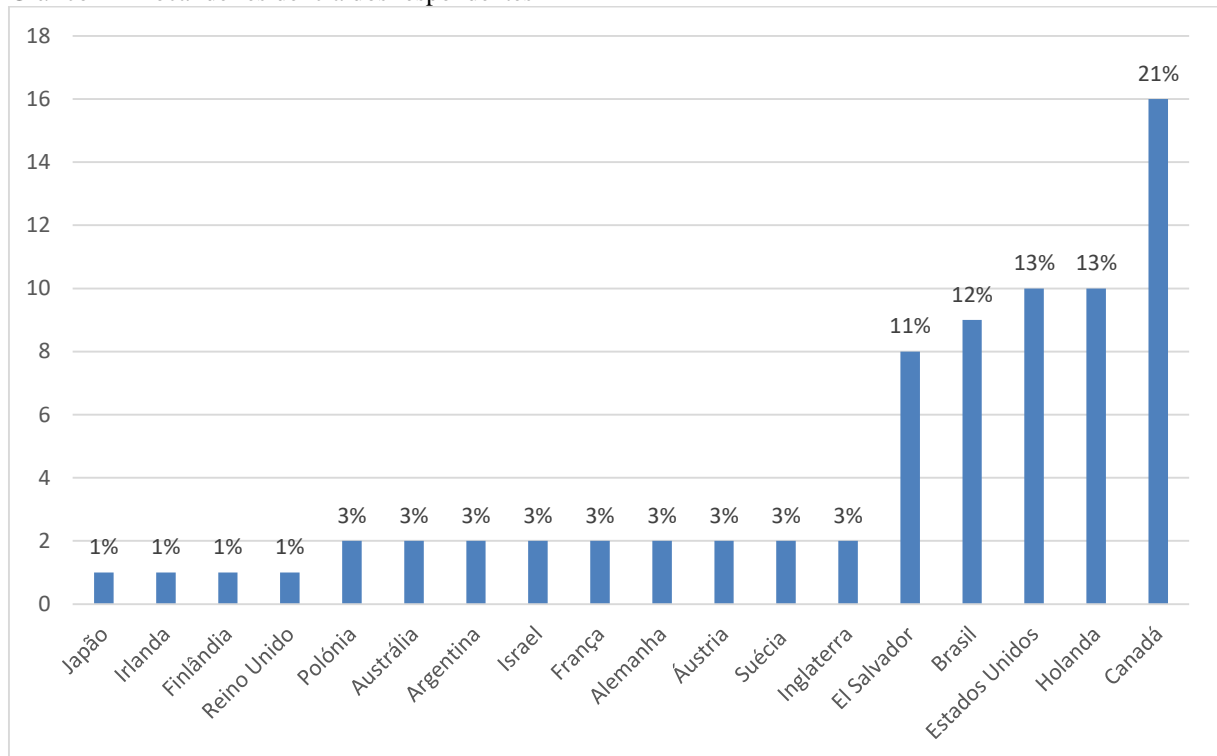
El Tunco recebe uma quantidade grande de turistas estrangeiros em comparação com outros destinos do país. Um impacto positivo do âmbito sociocultural é a troca de experiências culturais. Os turistas respondentes da pesquisa declararam que os moradores locais são muito

acolhedores e simpáticos. Isto proporciona ao destino um ambiente receptivo, o que facilita a interação de trocas culturais, seja dentro da água surfando ou nos bares e restaurantes que os turistas freqüentam a noite. Através da observação direta é possível ver que os moradores locais têm uma postura positiva frente ao turismo do local, fazendo com que queiram receber bem os estrangeiros que visitam El Tunco para que eles possam levar uma imagem positiva de El Salvador.

4.3 PERSPECTIVA DOS TURISTAS EM RELAÇÃO À EL TUNCO

Foram aplicados 75 questionários a turistas surfistas, realizados no período de 15 de janeiro a 15 de fevereiro de 2018. A maior parte dos respondentes era do gênero masculino (72%), sendo 28% do gênero feminino. A maioria dos respondentes (55%) tinha entre 21 a 30 anos. Com relação ao local de residência (gráfico 1) dos turistas respondentes pode-se observar no gráfico 1 que a maioria deles reside no Canadá (21%). A segunda porcentagem de residência mais alta foi dos Estados Unidos e da Holanda (13%). O terceiro lugar em porcentagem foi de turistas provenientes do Brasil (12%), seguido pelos turistas domésticos de El Salvador em quarto lugar (11%).

Gráfico 1 – Local de residência dos respondentes



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

É importante destacar que existe uma ampla variedade de turistas internacionais vindo de diferentes países, tais como: Inglaterra, Suécia, Áustria, Alemanha, França, Israel, Japão, Argentina, Austrália, Polônia, Finlândia, Irlanda, entre outros. A posição geográfica (próximo de El Salvador) pode ser uma das variantes pela qual os turistas respondentes canadenses e estadunidenses procurem El Salvador como destino turístico de surf. Existe a possibilidade que estes turistas estejam também fugindo do frio no começo do ano.

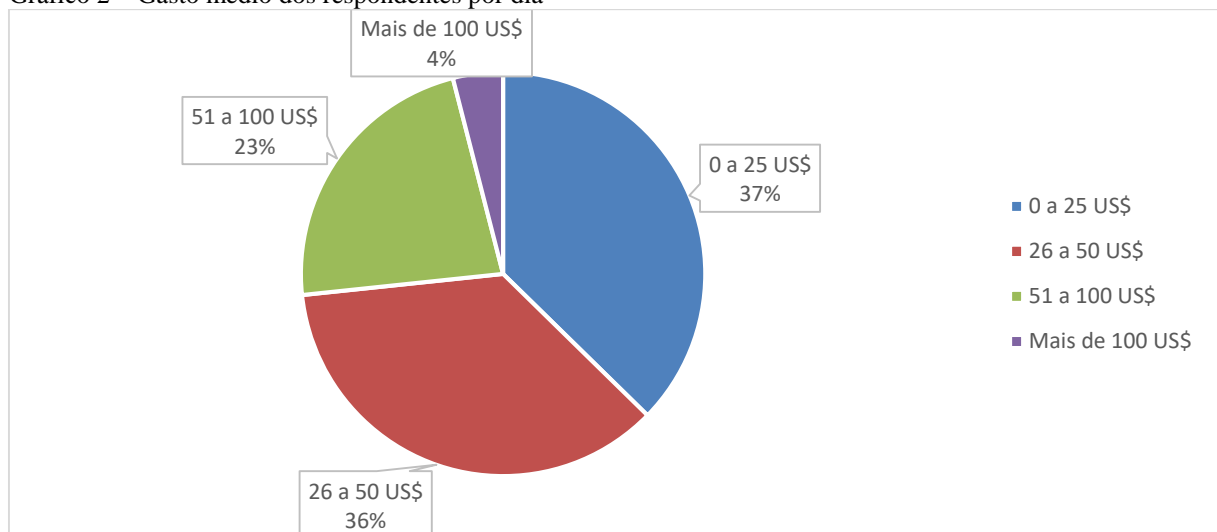
Pode ser ressaltada a possibilidade de que as férias dos turistas entrevistados provenientes do Brasil e El Salvador coincidam com a época em que foram aplicados os

questionários, obtendo por consequência das férias, um maior público destes países. Da mesma maneira existe a possibilidade de que turistas provenientes de países europeus freqüentem mais o destino nos meses de julho e agosto.

Quanto à situação profissional, ela é sortida e diversificada. Foram contabilizadas 41 profissões distintas. No entanto, sobressaem os estudantes como maior parte do grupo entrevistado (25%) com um total de 18 pessoas. Dentre algumas das profissões mencionadas estão empresários, designer gráficos, engenheiros, professores, garçonetes, etc. Foram encontradas profissões/ocupações menos comuns como “viajante”, surfista, diretor de filmes, pintor, condutor de ônibus, etc. Somente três pessoas colocaram seu status profissional como atualmente desempregado.

Foi perguntado aos turistas a quantidade de dinheiro em dólares que foi gasta aproximadamente por dia em El Tunco. Os turistas responderam um valor total aproximado incluindo hospedagem, alimentação e lazer por dia. No gráfico 2 podem ser observadas as alternativas e as respostas com suas porcentagens.

Gráfico 2 – Gasto médio dos respondentes por dia



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

A maior parte dos respondentes (37%) indica que gastam aproximadamente de 0 a 25 US\$ por dia. A segunda maior parte (36%) indica a alternativa que é de 26 a 50 US\$ por dia. É possível perceber que o gasto é relativamente pouco, pois o destino é considerado econômico por vários dos respondentes.

Por meio de uma análise cruzada observa-se que estas respostas podem ter uma relação com a profissão/ocupação de cada um dos entrevistados. Esse é o caso dos estudantes, grupo preponderante, os quais se caracterizam por gastar pouco durante sua viagem a El Tunco. Seguindo com os resultados, 23% dos respondentes gastaram de 51 a 100 US\$, enquanto só

uma mínima parte (4%) indicou gastar mais de 100 US\$ por dia. Somente três respondentes (4%) indicaram gastar mais de 100 US\$. Duas dessas pessoas são brasileiras, do Rio de Janeiro, e as profissões são engenharia e fotografia. A terceira pessoa que indicou gastar mais de 100 US\$ é um holandês que declarou ser “viajante” como profissão/ocupação. No entanto, observando estas porcentagens conclui-se também que as receitas recebidas dentro da comunidade local de El Tunco graças ao turismo não são poucas em comparação com outras cidades do país.

Um dado interessante é que dentro do estudo de Dolnicar e Fluker (2003) foram respondidos 430 questionários por turistas surfistas e dentro desta amostra o resultado apontou que 37% dos respondentes gastam aproximadamente por dia entre 21 e 50 US\$. Portanto, dentro do perfil, o turista de surf é considerado um consumidor econômico.

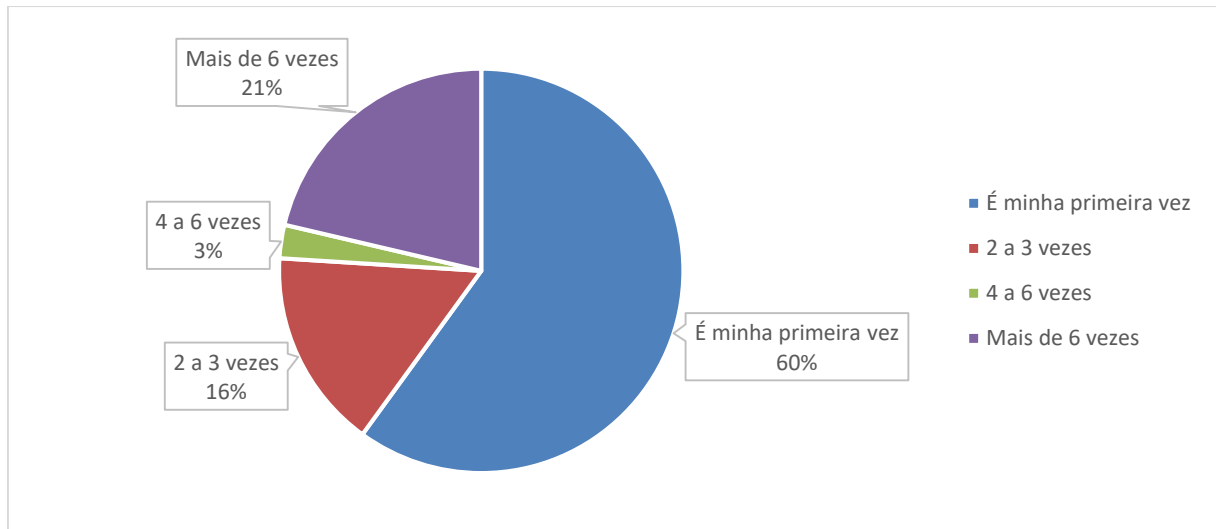
É importante destacar os impactos econômicos do destino graças aos ingressos destes turistas de surf. Confirma-se o fato de que o simples ato de pegar ondas pode manter um setor de serviços chave em uma atual economia salvadorenha deprimida. O comércio turístico nesta região cria a oportunidade de garantir o crescimento econômico e um desenvolvimento social do país (IATAROLA, 2011).

Pode ser confrontada também a ideia de Cadilhe (2011) a qual menciona como uma onda de surf perfeita pode ser o motor da economia de uma região inteira, assim como aconteceu na baía de Jeffreys na África do Sul. Dessa forma a praia de El Tunco poderia pôr em prática a Teoria Macroeconômica do Surf: “suas ondas atraem surfistas, surfar atrai energia, energia atrai pessoas, pessoas atraem capital, investimento atrai desenvolvimento, e assim em diante” (BARILOTTI, 2002, p. 92). Dessa forma é possível um maior desenvolvimento de El Tunco graças à qualidade das suas ondas.

Existem também destinos de surf para públicos de maior nível econômico. É o caso das Ilhas Mentawai situadas na Indonésia. Onde somente um barco charter de surf custa geralmente de 100 a 275 US\$ por pessoa e por dia. Esse gasto é necessário, pois o destino é composto por 70 ilhas no Oceano Índico e é preciso o aluguel do charter para chegar aos pontos de surf. A maioria dos surfistas jovens na faixa etária dos vinte anos são, portanto, clientes improváveis desses destinos. Dessa forma, El Tunco surge como um destino mais econômico e acessível no segmento do turismo de surf.

Posteriormente foi perguntado ao turista entrevistado quantas vezes este já tinha visitado o destino. No gráfico 3 podem-se observar as alternativas e os porcentagens das respostas.

Gráfico 3 – Número de vezes que o turista visitou a praia El Tunco



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

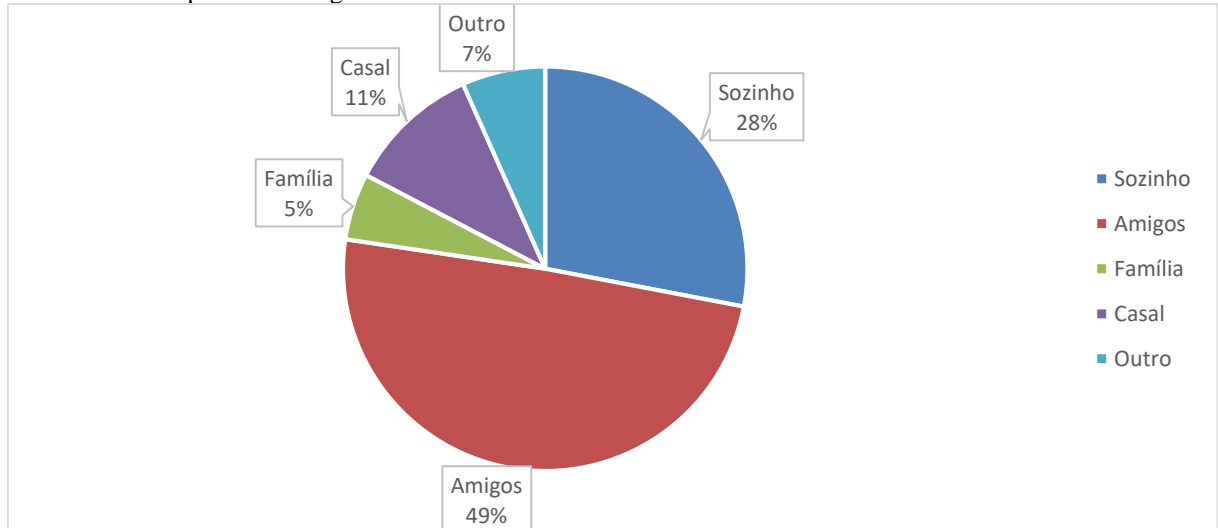
A maioria dos respondentes (60%) estava visitando a praia de El Tunco pela primeira vez. A segunda maior parte (21%) respondeu que tinha visitado o destino mais de seis vezes. Os turistas que responderam esta alternativa são, na sua maior parte, turistas domésticos de El Salvador e alguns turistas provenientes de Canadá, Estados Unidos, Suécia, Argentina, Irlanda e Austrália. Por outro lado, 16% dos turistas entrevistados responderam que tinham visitado El Tunco de duas a três vezes. E somente uma pequena porcentagem (3%) indicou ter visitado o destino de quatro a seis vezes.

Com relação aos turistas que visitaram o destino mais de uma vez e voltaram, pode ser analisada a relação de como o visitante retorna aos lugares que ele gosta. Quando se tem uma experiência turística positiva, as possibilidades de retornar aumentam devido à satisfação gerada da pessoa. Dessa forma, o chamado turismo de experiências se torna importante. O mesmo vem crescendo em todas as partes do mundo, pois hoje os turistas desejam viver sensações inesquecíveis quando viajam (GÂNDARA et al., 2012; CHUNXIAO; TINGYNE, 2010 apud HORODYSKI, 2014).

Nota-se no gráfico 4 que a maioria dos respondentes (49%) realizou a viagem à praia de El Tunco acompanhados de amigos. Enquanto outra parte (28%) a realizou sozinho. No entanto uma menor porcentagem (11%) realizou a viagem em casal. Somente 5% dos respondentes indicaram ter realizado a viagem em família. Dentro das respostas encontra-se a alternativa “Outro”, a qual foi selecionada por 7% dos entrevistados. Os respondentes especificaram estar realizando a viagem junto com sua escola de surf, em outras palavras realizando uma “*surf trip*”. Devido aos dados resultantes desta questão pode-se então concluir que o local provavelmente não seja recomendado em primeiro lugar como um destino familiar e sim como

uma viagem acompanhada de amigos com uma motivação em comum, como pode ser observado no gráfico 5 (motivações para realizar a viagem). Muitos dos respondentes que optaram pela alternativa “sozinho” acabavam conhecendo outros turistas ou moradores locais que se tornavam amigos devido à receptividade do destino.

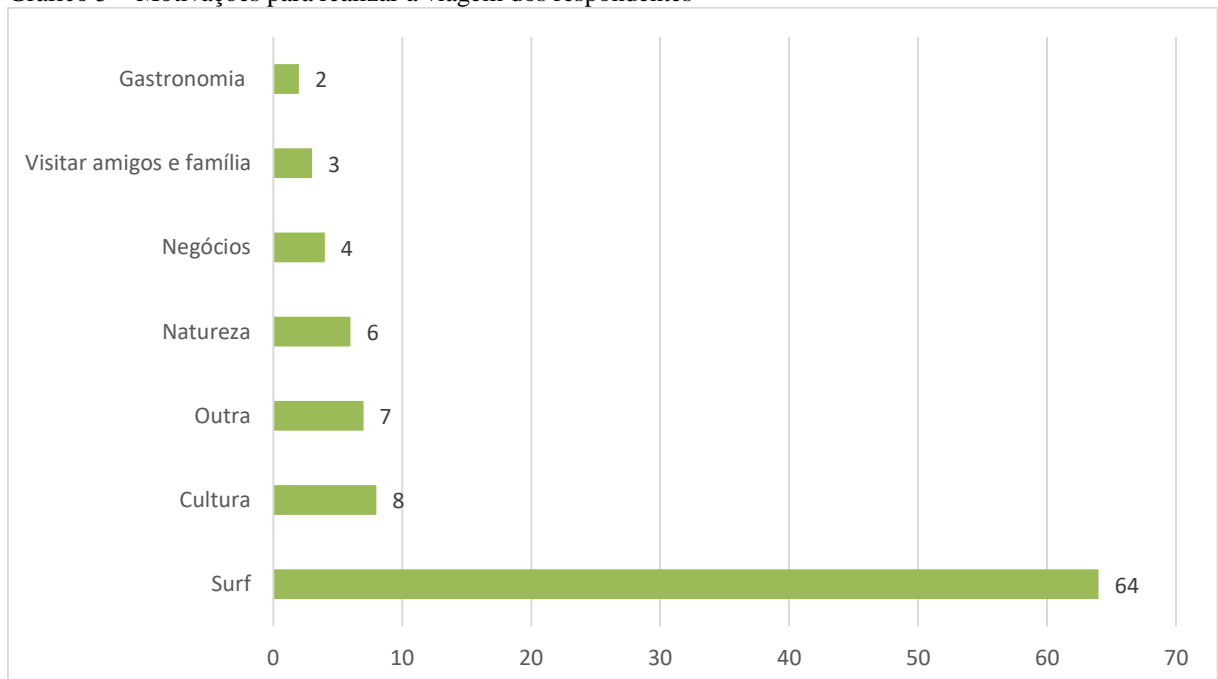
Gráfico 4 – Companhia de viagem da amostra



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Há diversas motivações que fizeram com que os respondentes se deslocassem até o destino da viagem. No gráfico 5 podem ser observadas o número de vezes que cada motivação foi marcada. A maioria dos respondentes marcou mais de uma alternativa.

Gráfico 5 – Motivações para realizar a viagem dos respondentes

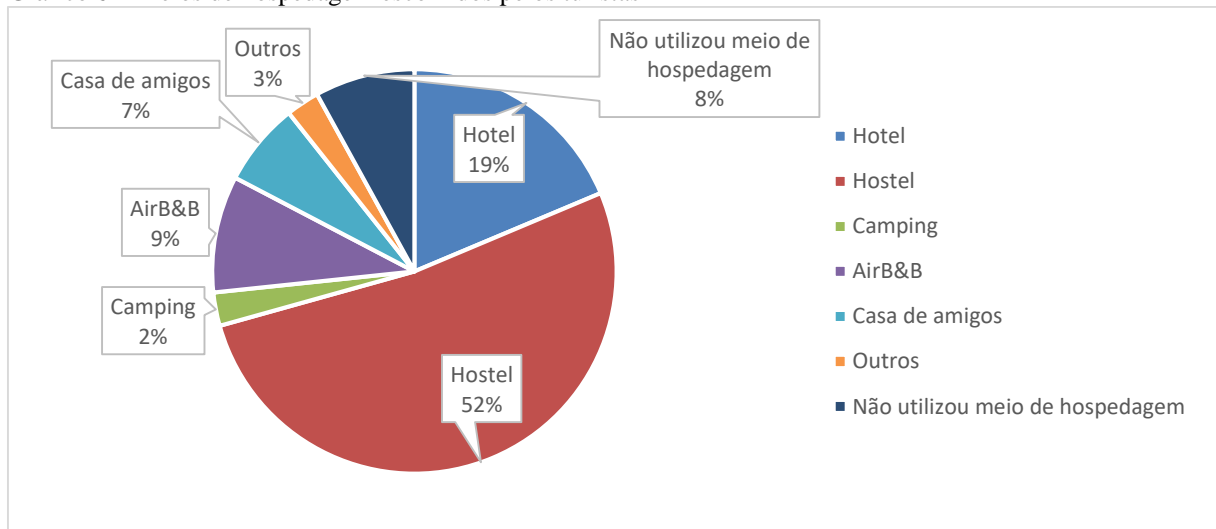


Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

A motivação da viagem mais mencionada pelos respondentes foi o surf, com um total de 64 menções. Em segundo lugar foi a cultura, mencionada por oito pessoas. Em último lugar encontra-se a gastronomia, a qual foi mencionada como motivação somente por duas pessoas. Dentre as respostas existe a alternativa “Outra”, a qual foi marcada por sete respondentes. Estes especificaram outras motivações tais como: festa, prazer, destino recomendado, parada entre uma viagem de Guatemala a Nicarágua e o simples fato de nunca ter estado ali. As quatro pessoas que marcaram negócios foram turistas estrangeiros que estavam realizando planejamentos de negócios próprios/empreendedorismo dentro da praia El Tunco. Pode se comprovar que de 75 turistas, 64 estavam realizando especificamente turismo de surf, pois segundo Fluker (2002) apud Dolnicar e Fluker (2003), estas pessoas se deslocaram por um período de tempo, hospedando-se em locais domésticos/internacionais, onde a participação ativa de surf foi a motivação primária para a escolha do destino. O turismo de surf inclui também espectadores e companheiros não surfistas que mesmo não sendo praticantes se deixaram motivar pelo esporte para viajar. No entanto, nesta pesquisa, os respondentes dos questionários serão somente os turistas surfistas, pois o questionário inclui questões específicas sobre a prática do esporte no destino.

Outra das perguntas do questionário foi em relação à hospedagem. Considerando que existem turistas que pernoitam e outros que não, foi perguntado qual o local de hospedagem dentro de El Tunco caso o turista for pernoitar no destino. Do lado de cada opção havia um espaço para que o turista indicasse o nome do hotel, *hostel*, etc. No gráfico 6 são mostradas as respostas e suas porcentagens.

Gráfico 6 – Meios de hospedagem escolhidos pelos turistas



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

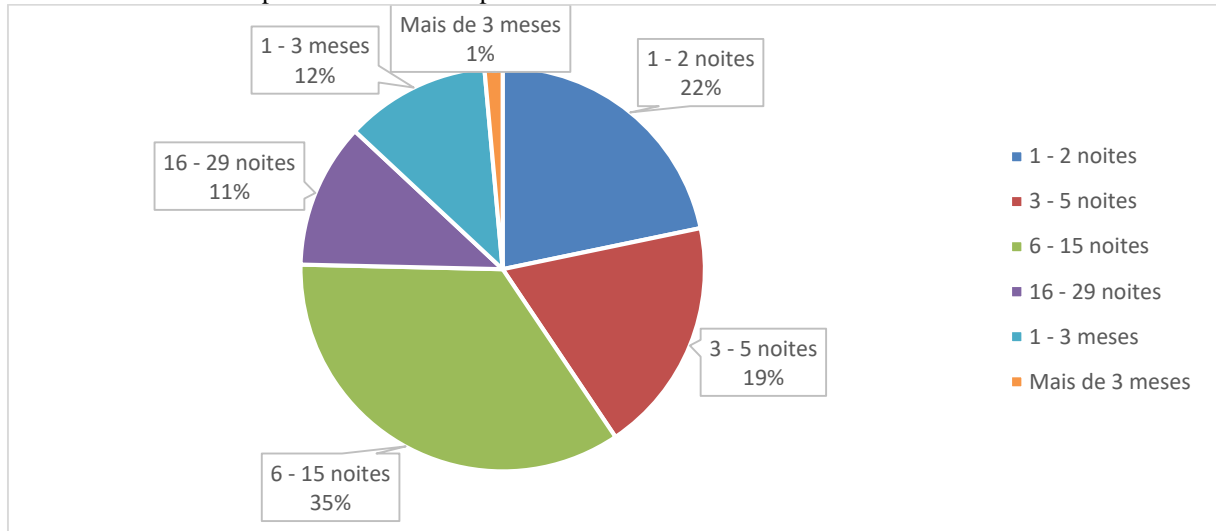
Dentro da amostra houve 69 turistas que pernoveram em El Tunco e 6 turistas que não pernoveram. A maior parte (52%) dos respondentes que pernoveram indicou ter se hospedado em *hostel*. Dentro dos *hostels* mais frequentados pelos turistas estavam: Papaya Lodge, El Tunco Lodge, Vaquero Surf Lodge e La Bocanita.

Os *hostels* mais frequentados oferecem diárias econômicas, áreas de lazer, e alguns serviços como aluguel de pranchas e aulas de surf. El Tunco Lodge, oferece a opção chamada “*backpackers*”, que são quartos com ar condicionado ou ventilador. Cada quarto possui um beliche, uma cama de casal e banheiro compartilhado. O valor da diária do quarto com ar condicionado é de US\$ 10 por pessoa e com ventilador US\$ 8 por pessoa.

A segunda maior parte (19%) dos respondentes se hospedaram em hotel. Alguns dos hotéis mencionados foram Boca Olas Resort & Villas e Eco del Mar. Como outra alternativa, 9% dos turistas respondentes fizeram uso da plataforma AirB&B alugando a propriedade inteira e não somente o quarto. No entanto, 7% dos respondentes indicaram hospedar-se em casa de amigos. Os respondentes que indicaram a alternativa “Outros” (3%) especificaram que estavam hospedando-se na sua própria casa de férias. Uma porcentagem mínima (2%) indicou a alternativa *camping* e nenhum dos entrevistados indicou hospedar-se em casa de parentes. É interessante ressaltar que no ano de 2016 foram registrados 26 meios de hospedagem pelo MITUR (2017) e que mais de 350.000 turistas foram registrados naquele ano.

O gráfico 7 mostra os resultados do número de pernoveres realizadas. As respostas indicadas pelos turistas são heterogêneas e sortidas. No entanto, cabe ressaltar que a maioria dos respondentes (35%) pernoverou de 6 a 15 noites dentro da praia El Tunco. Um grupo menor mas significativo pernoverou de 1 a 2 noites (22%). Outra porcentagem (19%) indicou pernover de 3 a 5 noites. As seguintes porcentagens referem-se a números maiores de pernoveres realizadas pelos turistas respondentes: 1 a 3 meses (12%), 16 a 29 noites (11%) e mais de 3 meses (1%). Dessa forma, as pessoas que se hospedaram períodos mais longos geraram mais receitas dentro do setor turístico no destino.

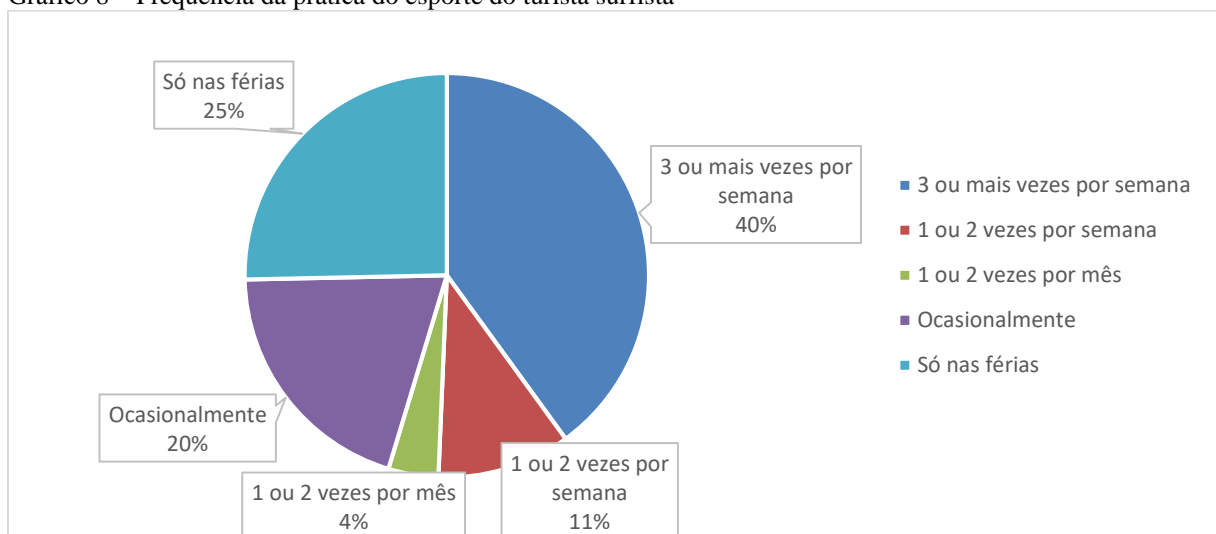
Gráfico 7 – Número de pernoites realizadas pelos turistas



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Posteriormente foram perguntadas aos turistas duas questões relacionadas ao surf. A primeira pergunta foi relacionada à frequência com que o turista pratica o esporte (gráfico 8). Os resultados apontaram que a maioria (40%) dos surfistas respondentes pratica o esporte três ou mais vezes por semana. Esta frequência engloba tanto o cotidiano da pessoa como os períodos de férias. Assim, durante a viagem a El Tunco, devido aos dados e fazendo relação à motivação principal da viagem (surf), pode-se concluir que 40% dos turistas estão lá para “pegar ondas”, surfando aproximadamente todo dia, seja qual for o seu nível. No entanto, um quarto dos respondentes (25%) indicou que realiza a prática do esporte somente nas férias, 20% pratica o surf ocasionalmente e 11% apenas 1 ou 2 vezes por semana. Uma porcentagem menor (4%) respondeu com a alternativa 1 ou 2 vezes por mês.

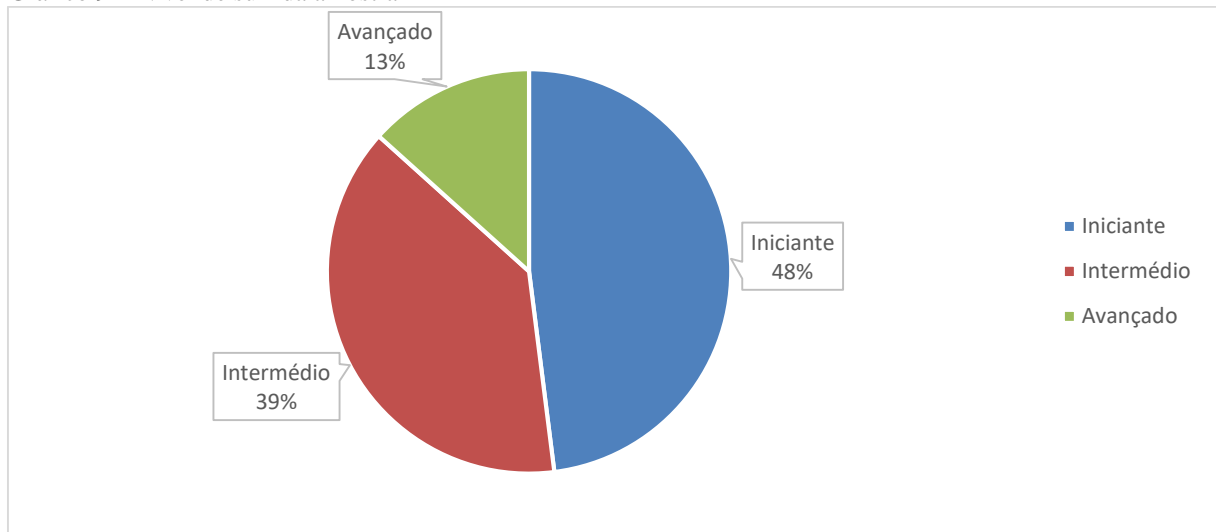
Gráfico 8 – Frequência da prática do esporte do turista surfista



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

A segunda pergunta foi relacionada ao nível de surf dos turistas respondentes como pode ser observado no gráfico 9. Em primeiro lugar (48%) a maioria dos turistas respondentes considerou seu nível iniciante, a segunda maior parte (39%) considerou-se intermediário e uma menor parte (13%), avançado. Existem dois tipos de perfil do surfista iniciante: os que praticam pela primeira vez e somente possuem oportunidade de surfar nas férias e também os que são iniciantes e começam a praticar mais de três vezes por semana para melhorar o seu aprendizado sem importar se estão em período de férias ou não.

Gráfico 9 – Nível de surf da amostra



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Conclui-se devido aos estudos que El Tunco é uma praia em sua maioria para iniciantes, seja para turistas estrangeiros, domésticos ou até moradores locais. A onda caracteriza-se por ser mais aberta e um pouco mais lenta no momento em que o surfista coloca-se em pé na prancha, o que facilita tal ação. A figura 10 (A) mostra um surfista manobrando, as manobras dentro do surf são geralmente feitas por surfistas com nível intermediário ou avançado.

Também dentro do departamento de La Libertad em El Salvador encontra-se uma praia chamada El Zonte, onde as ondas possuem características similares às de El Tunco e, por conseqüência, com condições favoráveis para iniciantes. A praia El Zonte hoje em dia pode ser considerada como um destino concorrente à praia de El Tunco devido à qualidade das suas ondas e aos atuais investimentos para a oferta turística do local. El Salvador se caracteriza por receber *swell*⁸ constantemente ao longo do ano. A figura 10 (B) mostra um surfista pegando uma onda em El Tunco.

⁸Swell: É a chegada de ondulação marítima à costa, a entrada de um swell sempre traz boas condições para a prática do surfe (SADOSKI, 2012).

Figura 10 – Surfistas nas ondas

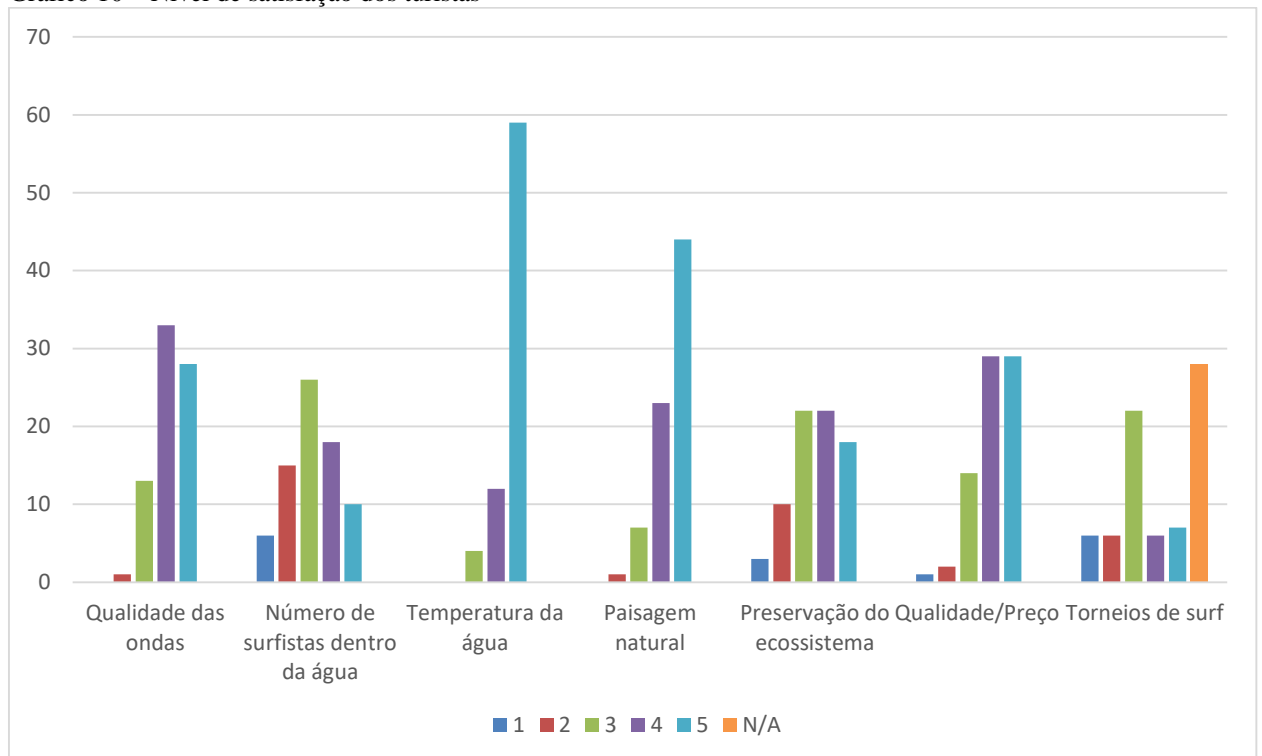


Fonte: Boca Olas (2018)

Esta análise é importante, pois quando o turista for escolher o seu destino de surf, ele o escolherá de acordo com seu nível de surf e suas capacidades. Por exemplo, existe uma categoria dentro do surf chamada “*big wave surfing*”. Estes são profissionais de nível avançado que se dedicam ao surf de ondas grandes. Provavelmente estes turistas visitarão destinos como Nazaré em Portugal; Pipeline no Havá e Teahupoo no Taiti, onde podem encontrar ondas adequadas ao seu nível e categoria.

A terceira parte do questionário tinha como objetivo avaliar a situação da praia de El Tunco para o surf e o turismo. Foi feito um quadro para analisar qual o nível de satisfação do turista em relação à certos itens da prática do surf na sua experiência turística. A indicação foi avaliar de 1 a 5, considerando 1 como o nível mais baixo e 5 como o nível mais alto de satisfação, os seguintes itens são mostrados no gráfico 10.

Gráfico 10 – Nível de satisfação dos turistas



Fonte: Dados de pesquisa, 2018.

Em primeiro lugar foi indicado para avaliar a qualidade das ondas da praia de El Tunco. Considerando 1 como nível de menor satisfação e 5 como nível de maior satisfação, a maior parte do grupo (33 pessoas) indicou sentir-se satisfeito em relação as ondas. A segunda maior parte do grupo (28 pessoas) indicou estar muito satisfeito. No entanto, 13 pessoas avaliaram a qualidade das ondas regular. Somente uma pessoa se sentiu insatisfeito e nenhuma pessoa indicou sentir-se muito insatisfeito.

Cabe ressaltar a importância deste primeiro item para o surfista que está realizando o turismo de surf. Como foi visto no referencial teórico, Dolnicar e Fluker (2003) apud Cabeleira (2011) apontam que a procura da onda perfeita é um ideal partilhado por todos os praticantes. Estes se dispõem a realizar experiências de viagens para poder surfar ondas “perfeitas” e de qualidade.

Em segundo lugar foi colocado o número de turistas dentro da água, caso este afetasse negativa ou positivamente aos surfistas. Popularmente no surf a palavra *crowd* é definida como o excesso de lotação de surfistas no mar; e o oposto seria *uncrowd*, sendo este a ausência de lotação de surfistas. Concordando com a ideia de Cabeleira (2011) este aspecto é muito importante, pois quando existe um excesso de lotação há implicações com a segurança dos praticantes. Sem esquecer o fato de que apenas um surfista pode pegar a onda e a abundância

de surfistas nas zonas de *take-off*, ou *drop*⁹, isto é nas zonas de arranque para a onda, dificultam o processo de pegar e descer a mesma. Estes conflitos podem interferir diretamente com a experiência do turista de surf. Tantamjarik (2004) aponta também que o *overcrowding* pode trazer conseqüências negativas para os operadores de turismo que prometem aos seus clientes condições de locais de surf *uncrowded* nas suas propagandas.

As respostas em relação à este item mostrado no gráfico 10 foram variadas, no entanto a maioria (26 pessoas) respondeu com a alternativa número 3 (indiferente/regular), ou seja, não se viram afetados nem negativa nem positivamente com o número de surfistas dentro da água. A segunda maior parte do grupo (18 pessoas) indicou o número 4, querendo dizer que se mostraram satisfeitos positivamente em relação à quantidade de surfistas dentro da água. Além disso, 10 pessoas se mostraram muito satisfeitos em relação a esta questão. Por um lado negativo, a terceira maior parte do grupo (15 pessoas) indicou sentir-se insatisfeito e uma mínima parte (6 pessoas) mostrou-se muito insatisfeito em relação com este item.

Pode-se concluir que a praia de El Tunco não caracteriza-se por possuir um *overcrowding* de surfistas dentro da água em nenhuma época do ano, porém afetou negativamente 21 pessoas do grupo. Devido a isso, os gestores do destino devem ter um cuidado mais específico com este aspecto e deve ser trabalhada uma visão de sustentabilidade para dar uma melhor experiência de satisfação ao turista de surf.

Posteriormente foi avaliada pelos turistas de surf a satisfação em relação à temperatura da água (gráfico 10). Esta caracteriza-se por ser quente, porém refrescante, com uma temperatura em média de 30°C. A maioria dos surfistas no caso não precisou de roupas de mergulho como em outros destinos onde a temperatura da água é mais gelada. A maioria dos turistas entrevistados (59 pessoas de um total de 75) indicou sentir-se muito satisfeita em relação a este item. Posteriormente, 12 pessoas sentiram-se satisfeitos e somente 4 indicaram sua satisfação como regular. Cabe destacar que ninguém se mostrou insatisfeito nesta questão. Neste caso a temperatura da água torna-se uma característica positiva e atraente das ondas de El Tunco para surfistas que tem preferência por lugares mais cálidos, sendo colocado hoje em dia como diferencial e atrativo nas propagandas das agências e operadoras de viagens.

Em quarto lugar se encontra a paisagem natural do destino (gráfico 10). Mais da metade dos turistas respondentes (44 pessoas) indicaram sentir-se muito satisfeitos em relação a este item. A segunda maior parte (23 pessoas) mostrou-se satisfeita, enquanto 7 pessoas apontaram como regular e somente 1 se sentiu insatisfeita.

⁹Drop: Movimento de descer a onda da crista até à base (CABELEIRA, 2011).

A preservação do ecossistema também foi um item para avaliar dentro do quadro (gráfico 10). As opiniões foram variadas. Houve 22 pessoas que se mostraram satisfeitas e mais 22 pessoas que marcaram sua satisfação como regular. Por outro lado, 18 pessoas indicaram estar muito satisfeitas com a preservação do ecossistema e ao mesmo tempo 10 pessoas indicaram estar insatisfeitas e outros três respondentes marcaram a alternativa de muito insatisfeito.

O surf é uma das atividades praticadas dentro do segmento do ecoturismo e que envolve diretamente a preservação do ecossistema. Definido por Western (1995), ecoturismo é:

Provocar e satisfazer o desejo que temos de estar em contato com a natureza, é explorar o potencial turístico visando à conservação e ao desenvolvimento, é evitar o impacto negativo sobre a ecologia, a cultura e a estética (WESTERN, 1995, p.18).

Este segmento visa três objetivos principais a serem cumpridos: conservar o meio ambiente; promover o desenvolvimento da comunidade local e fomentar a educação ambiental. Esses três objetivos são compatíveis com os ideais que devem ser alcançados dentro do destino turístico pesquisado. Desta forma determina-se a importância de preservar o ecossistema e a paisagem natural que fazem parte do meio ambiente da praia de El Tunco, pois interferem diretamente na experiência do turista de surf.

Outro item que foi colocado para avaliação foi a relação qualidade/preço (gráfico 10). Isto mostra se o preço e a qualidade possuem uma relação diretamente proporcional. Segundo Abreu (1994) existe também o caso onde se a qualidade for maior do que o preço, haverá uma percepção de valor do produto turístico positiva. No entanto, se o preço for maior do que a qualidade do produto turístico então haverá uma percepção negativa de parte do turista.

Dos 75 turistas respondentes, 29 indicaram estar satisfeitos e mais 20 indicaram estar muito satisfeitos com a relação qualidade/preço. Um grupo menor (14 pessoas) avaliou como regular, enquanto duas pessoas se sentiram insatisfeitas e uma muito insatisfeita.

Dentro da praia de El Tunco é possível enxergar a inflação de preços ao longo dos tempos como um dos impactos econômicos negativos do turismo. Alguns dos vendedores locais tomam essa situação como base para cobrar valores mais altos dos estabelecidos aos turistas estrangeiros. Tendo em vista isso, sugere-se uma conscientização de parte dos vendedores que fazem parte da distribuição dos produtos que os turistas necessitam adquirir durante sua viagem, para colocar preços justos de forma em que ambas as partes se vejam beneficiadas.

Finalmente, dentro do quadro foi questionado o nível de satisfação em relação aos torneios de surf dentro da praia de El Tunco (gráfico 10). A maior parte do grupo (28 pessoas) marcou a alternativa sem opinião. A justificativa se deu porque no período que eles ficaram não

ocorreu nenhum torneio, mas que iam achar interessante assistir algum. Seguindo com a análise, 22 pessoas indicaram a alternativa regular e sete pessoas indicaram sentir-se muito satisfeitas. Além disso, uma pequena parte do grupo marcou respectivamente as seguintes alternativas: satisfeita (seis pessoas), insatisfeita (seis pessoas) e muito insatisfeita (seis pessoas).

Foi realizado pela Asociación Latinoamericana de Surfistas Profesionales (ALAS, 2018) o evento “*Hype Energy Latin Pro*” em El Salvador, na praia El Tunco nos dias 9 a 11 de novembro de 2018. O evento contará com a participação de surfistas latino-americanos nas categorias *open hombres*, *open damas*, *juniors*, e *longboard*. Serão US\$ 15,000 em prêmios e 3000 pontos para o ranking latino-americano.

Cabeleira (2011) destaca a importância da realização de eventos de surf pois contribuem para o reconhecimento nacional e internacional de uma região turística. Correia et al (2001) traz no seu estudo de gestão de eventos desportivos a seguinte ideia:

Os eventos desportivos resultam em benefícios econômicos, sociais, políticos para as comunidades, para além disso conferem “promoção turística, valorização política, receitas fiscais, rentabilização de estruturas locais, dinamização da economia e desenvolvimento do desporto” (CORREIA et al., 2001, apud CABELEIRA, 2011, p. 94).

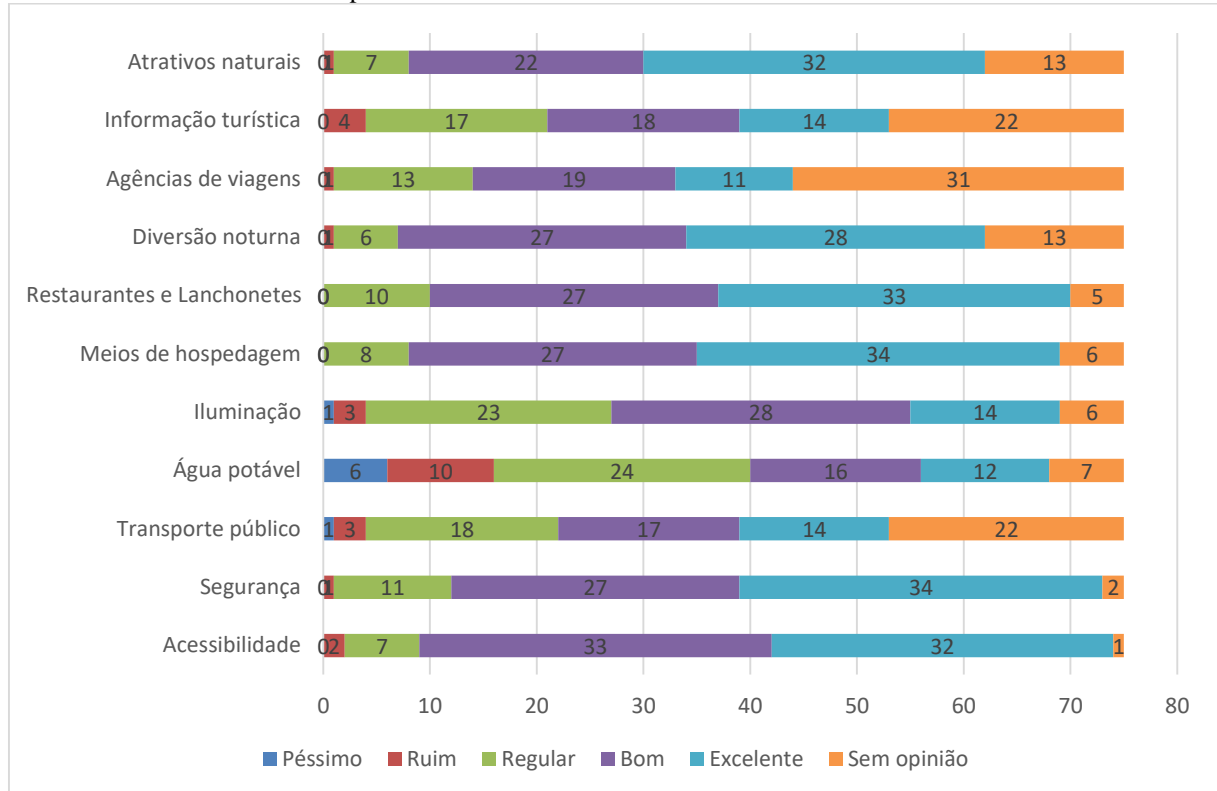
Estes eventos podem ser nacionais e internacionais, a dimensão dependerá da preparação e infraestrutura que a praia de El Tunco possua para adequá-los. A World Surf League (WSL) realiza em média 11 eventos de surf masculinos e 10 femininos para definir o campeão e campeã mundial do tour cada ano, no entanto as localidades devem possuir uma estrutura adequada para um evento dessa magnitude.

Os impactos que trazem ditos eventos para o turismo local são em grande escala. Estas localidades se beneficiam e ganham promoção turística. São destinos de turismo de surf que muitas pessoas querem visitar simplesmente porque o evento da WSL foi realizado nesse local. Com dito exemplo, conclui-se que a praia de El Tunco deve receber apoio do governo local e demais *stakeholders* para criar uma infraestrutura adequada para realizações de eventos de surf que possam trazer benefícios e receitas para seu desenvolvimento local.

A pergunta número 14 do questionário se baseou em analisar a oferta turística em El Tunco. Esta oferta é a soma de todos os produtos turísticos. São definidos pela EMBRATUR (2011) três componentes básicos que a definem: infraestrutura de apoio ao turismo (estruturas básicas tais como acessibilidade, segurança, transporte público, água potável, iluminação, etc.); serviços e equipamentos turísticos (meios de hospedagem, alimentação, agências de viagens, diversão noturna, etc.); e atrativos turísticos (atrações naturais da natureza, cultura, sociedade).

No gráfico 11 são observadas as respostas dos turistas respondentes quanto à sua opinião destes itens.

Gráfico 11 – Oferta turística na praia El Tunco



Fonte: Dados de pesquisa, 2018.

Dentro dos aspectos da EMBRATUR se encontra a acessibilidade definida por Albuquerque (2012) como o direito que toda pessoa (deficiente ou não) tem de se deslocar com segurança e autonomia nos espaços públicos, bem como fazer uso dos equipamentos e serviços turísticos. Foi avaliada pelos respondentes em maior parte como boa (33 pessoas) e excelente (32 pessoas). Poucos turistas respondentes avaliaram este item como regular (7 pessoas) e ruim (2 pessoas). No entanto, ninguém indicou a acessibilidade ser péssima e teve somente uma pessoa que não expressou sua opinião.

É importante ressaltar que durante a época em que foram aplicados os questionários, a estrada que vai em direção ao litoral do departamento de La Libertad, caminho percorrido para a praia de El Tunco, encontrava-se em obras de ampliação. As obras deram início em outubro de 2017 e serão finalizadas aproximadamente em dezembro de 2018. Alguns turistas domésticos fizeram ênfase durante a pesquisa do congestionamento criado por ditas construções. No entanto, a estrada que era inicialmente de duas pistas, está sendo ampliada para quatro pistas, de forma que o deslocamento e acessibilidade dos turistas locais e estrangeiros

será melhor. Atualmente a praia de El Tunco se localiza a 40 minutos da capital San Salvador e a 50 minutos do aeroporto.

A segurança foi outro item avaliado pelos turistas. A segurança na América Central é um dos temas mais polêmicos assim como na América Latina. Em El Salvador não é diferente. Segundo La Prensa Gráfica (2018) no ano de 2017 o país obteve uma média de 11 crimes diários. El Salvador é por terceiro ano consecutivo o país com maior taxa de homicídios na América Central. No entanto, o departamento de La Libertad onde encontra-se localizada a praia de El Tunco, considera-se uns dos departamentos mais seguros dentro do país.

O Ministério de Turismo ao mesmo tempo, tem proporcionado investimentos para a segurança turística nas zonas costeiras com uma inversão de US\$180,000. “Nossa aposta decisiva é apoiar o desenvolvimento do turismo, e com isso a segurança dos nossos turistas nacionais e internacionais” diz o ministro de turismo José Napoleón Duarte Durán (EL SALVADOR, 2018). O governo de El Salvador declara a importância da relação entre a segurança e o turismo:

A presença da POLITUR (Policia de Turismo) nas diferentes rotas turísticas, realizando ações de caráter preventivo, de controle e informação, gera confiança tanto ao visitante como aos prestadores de serviços turísticos, permitindo um maior número de deslocamentos e aumento de receitas turísticas nas comunidades (EL SALVADOR, 2018, tradução nossa).

Devido à situação atual do país e às notícias sobre o assunto é imaginável e esperado pensar que a segurança seja um dos itens com maior número de avaliações negativas, porém as avaliações dos turistas de surf revelam uma perspectiva completamente diferente em relação ao sentimento de sentir-se seguros. Dessa forma, dentro da praia de El Tunco, a maioria dos respondentes (34 pessoas) indicou sentir-se muito seguros, avaliando a segurança do local excelente. Ressaltando que somente uma pessoa de 75 considerou a segurança ruim e não teve nenhum respondente para a opção péssima.

A figura 11 e a figura 12 mostram umas das ruas de El Tunco, onde as pessoas podem caminhar durante o dia e durante a noite e os turistas se sentem muito seguros em comparação com outros lugares do país. Observa-se como na figura 12 o asfalto da rua ainda não tinha sido reformado pelo governo e na figura 11 sim.

Figura 11 – Rua em El Tunco depois



Fonte: Lust for Life and Adventure (2017)

Figura 12 – Rua em El Tunco antes



Fonte: Vernal Groove (2012)

Por outro lado, em relação ao transporte público, a maior parte dos turistas respondentes não deu sua opinião, pois nem todos utilizaram este serviço. Porém, a maior parte dos que responderam (18 pessoas) o avaliaram regular. Seguindo este número, 17 pessoas responderam o avaliaram bom e 14 pessoas excelente.

Uma das rotas percorridas no transporte público pode ser saindo do Terminal de Occidente, localizado na zona norte de San Salvador até o Puerto de La Libertad em um trajeto de aproximadamente 45 minutos. Após chegar ao terminal em Puerto de La Libertad, é preciso pegar outro ônibus que irá passar pelas praias La Paz, Conchalio, San Blas, El Majahual, até chegar finalmente à Playa El Tunco, em aproximadamente 20 minutos. Sendo no total mais de 60 minutos, trajeto que pode ser realizado na metade do tempo em carro.

Existe também outra opção de micro ônibus chamado “Exclusivo” que começa sua trajetória saindo do Terminal de Occidente, sem necessidade de descer e subir em outro terminal, passando pelas praias anteriormente mencionadas. O valor deste micro ônibus é de US\$ 1.50 e é característico por ser menor, oferecer mais conforto e ar condicionado em todo o caminho.

No entanto essas opções de transporte público dificultam a acessibilidade para os turistas que não possuem carro próprio, pois a quantidade de tempo de deslocamento é maior e não é permitido levar pranchas de surf dentro do ônibus. Desta forma, muitos turistas de surf

acabam optando por utilizar veículo próprio ou alugando carros para facilitar o seu deslocamento. Tendo em vista essa dificuldade, seria possível propor estudos com relação ao interesse e viabilidade de “porta-prancha” nos ônibus.

Água potável foi um dos outros serviços básicos dentro da infraestrutura de apoio ao turismo que foi avaliado pelos turistas respondentes. A praia de El Tunco disponibiliza lanchonetes, lojas, restaurantes, carrinhos de rua, etc., onde é possível realizar a compra de água para beber de diversos tamanhos, marcas e preços. No entanto, não existe nenhum bebedouro de água potável dentro do destino. Em consequência negativa disso, a maioria dos turistas respondentes (24 pessoas) indicaram que este serviço é regular. Foi o item que obteve maior número de respostas com alternativa "ruim" (10 pessoas) e "péssimo" (6 pessoas).

A iluminação dentro do destino foi avaliada com a alternativa "boa" por 28 pessoas e "regular" por 23 pessoas. Assim 14 pessoas opinaram que esta é excelente. E uma menor parte concluiu que fosse ruim (3 pessoas) ou péssima (1 pessoa).

Após ter avaliado algumas das infraestruturas básicas do local, se encontram alguns serviços e equipamentos turísticos que devem estar presentes no destino pesquisado para facilitar e melhorar a experiência do turista. Dentro da pesquisa os meios de hospedagem foram avaliados positivamente. Sendo assim, considerados excelentes pela maioria (34 pessoas); bom para uma segunda maior parte (27 pessoas); e regular para 8 pessoas. Destaca-se positivamente que nenhum dos turistas respondentes marcaram a alternativa ruim nem péssimo.

O serviço de alimentos e bebidas é fundamental para a oferta turística, por isso foi pedido para avaliar os restaurantes e lanchonetes dentro do local. Este aspecto foi considerado excelente para a maioria (33 pessoas). Seguindo este dado, 27 pessoas consideraram bom o serviço e 10 pessoas regular. Da mesma forma que os meios de hospedagem, ninguém respondeu com alternativa ruim ou péssimo.

Dentro dos restaurantes e lanchonetes, se destaca a utilização de frutos do mar dentro dos pratos, o que passa a ser um atrativo para os visitantes que procuram ingredientes frescos. O “*ceviche*¹⁰” e “*cóctel*¹¹” é um exemplo de pratos característicos da região. Assim como podem se encontrar várias lanchonetes que oferecem “*pupusas*¹²” o prato mais típico de El Salvador. O prato foi descrito dentro do livro “Melhores Comidas de Rua no Mundo” publicado por

¹⁰Ceviche: prato próprio de alguns países americanos baseado em peixe cru marinado em suco de limão ou lima ou outro cítrico (RAE, 2018).

¹¹Cóctel: prato à base de frutos do mar acompanhados por algum tipo de molho (RAE, 2018).

¹²Pupusas: tortilha feita de farinha de milho recheada com queijo derretido e feijão moído (LONELY PLANET FOOD, 2012).

Lonely PlanetFood. No entanto, existem opções para os turistas que preferem não arriscar e comer pratos comuns, tendo assim opções de pizzarias e hamburguerias.

Figura 13 – Coco bar na beira da praia



Fonte: Biselli (2018)

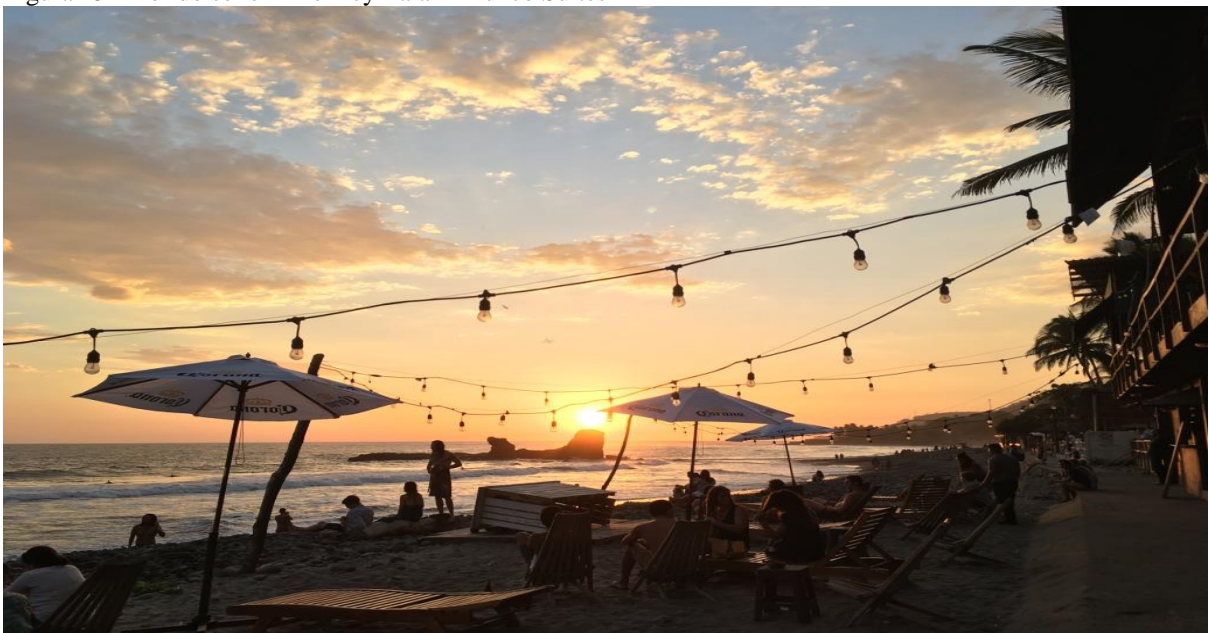
Figura 14 – Restaurante na beira da praia



Fonte: Nelson (2017)

Dentro da diversão noturna (*nightlife*) sobressaem os bares que oferecem bebidas, música e um ambiente jovem para os turistas estrangeiros e domésticos. Este serviço é utilizado também por salvadorenhos que moram na capital e se deslocam até El Tunco durante a noite para aproveitar este tipo de festas, sendo este um dos motivos para alguns turistas domésticos respondentes da pesquisa. Dessa forma foi avaliado excelente por 28 pessoas e bom por 27 pessoas. Há uma parte dos respondentes (13 pessoas) que não manifestaram sua opinião nesta questão. Além da diversão noturna, os turistas aproveitam o final da tarde para assistir o pôr do sol (figura 15), estabelecimentos na beira da praia como Monkey Lala El TuncoSuites oferecem cadeiras, bebidas e petiscos para que os turistas possam consumir enquanto o sol se põe.

Figura 15 – Pôr do sol em Monkey Lala El Tunco Suites



Fonte: A autora (2018)

As agências de viagens são um nicho do mercado turístico que também precisou ser avaliado. Existe uma variedade de agências de viagens especializadas em *surf trips* que ofertam El Salvador como destino de surf. Alguns destinos famosos no mundo ofertados pelas agências e operadoras são Havaí, Austrália, Taiti, Bali, Portugal, México, Brasil, entre outros. Dentro da América Central alguns destinos de surf além de El Salvador são Costa Rica e Nicarágua. No entanto, dentro da pesquisa, a maioria dos turistas respondentes é de estudantes e estes possuem uma tendência a utilizar cada vez menos o serviço de agentes de viagens e planejam cada vez mais suas viagens pela internet.

Em consequência disso, a maioria dos entrevistados (31 pessoas) não deram sua opinião sobre as agências, possivelmente porque não fizeram uso deste serviço. Existem também agências de viagens receptivas dentro da praia de El Tunco que além de trazer turistas estrangeiros ofertam também viagens dentro de outros pontos turísticos do país.

Quanto à informação turística a maioria dos respondentes (22 pessoas) não manifestou sua opinião. Apesar disso, a segunda maior parte do grupo (18 pessoas) respondeu com alternativa "bom" e 17 pessoas com alternativa "regular". Atualmente não existe nenhum posto de informação turística físico proporcionado pelo governo, o que dificulta ao turista que chega sem auxílio de agências receptivas, fazendo com que ele procure por conta informações com moradores locais ou outros turistas.

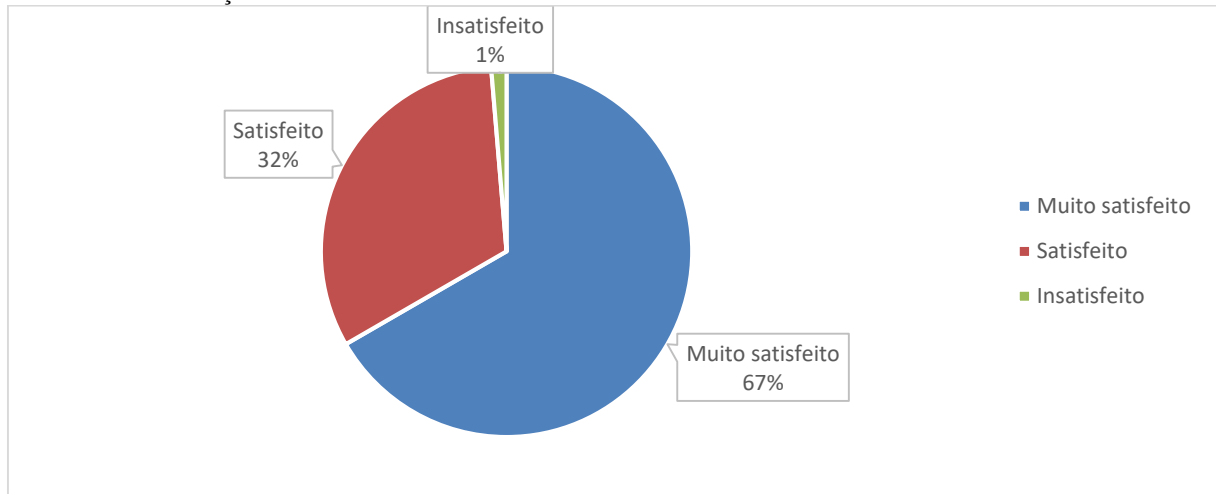
Finalmente, foram avaliados os atrativos naturais dentro da oferta turística. Os atrativos naturais foram avaliados positivamente pela maioria dos turistas respondentes. Assim, 31 pessoas apontaram estes serem excelentes.

Em seguida com relação à satisfação geral dos turistas sobre sua experiência de surf na praia de El Tunco (gráfico 12), a maioria dos turistas respondentes (67%) indicaram sentir-se muito satisfeitos, o que mostra uma boa percepção dos turistas em relação ao destino durante a viagem. Uma menor parte (32%) sentiu-se satisfeito e somente 1% indicou estar insatisfeito com aquela experiência. Dita satisfação depende de vários fatores. A Organização Mundial de Turismo (OMT) aponta o seguinte:

Dentro do marketing turístico a informação-comunicação, possui um papel absolutamente definitivo, pois no ato da venda do produto turístico se manejam principalmente promessas (devido à intangibilidade do produto turístico, sua inseparabilidade, etc.), pelo que a imagem mental que uma pessoa possua de um destino ou produto será definitiva na hora da sua eleição final. É necessário, portanto, transmitir uma imagem favorável ou positiva dos produtos turísticos que se oferecem aos consumidores potenciais nas suas regiões de origem. Assim, por exemplo, se um destino é percebido como perigoso, é difícil que receba um grande número de visitantes. Os distribuidores tem o poder de influir em dita imagem, distorcendo-a ou realizando-a. Mesmo que a realidade seja completamente diversa, é a imagem apresentada que conta para o turista, e por tanto, são essas percepções as que influem definitivamente no seu

comportamento de compra, e as que criam expectativas sobre o grau de satisfação que vão obter com o consumo do produto (OMT, 1998, p. 314).

Gráfico 12 – Satisfação dos turistas



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

De acordo com Gândara (2008, p. 8-9) quanto mais e melhor informação o turista disponha em relação ao destino, mais correta será sua eleição e mais possibilidades de satisfação de suas expectativas terá ao longo da viagem. A OMT (1998) também destaca que o mercado turístico tem dado importância às estratégias defensivas –pull– que se centram fundamentalmente em conseguir a satisfação do cliente, a fim de aumentar sua fidelidade e sua transmissão de imagens positivas do produto. Dita satisfação impacta na intenção de recompra e indicação do produto adquirido, dessa forma é conveniente que o turista esteja satisfeito para poder indicar o produto a outras pessoas.

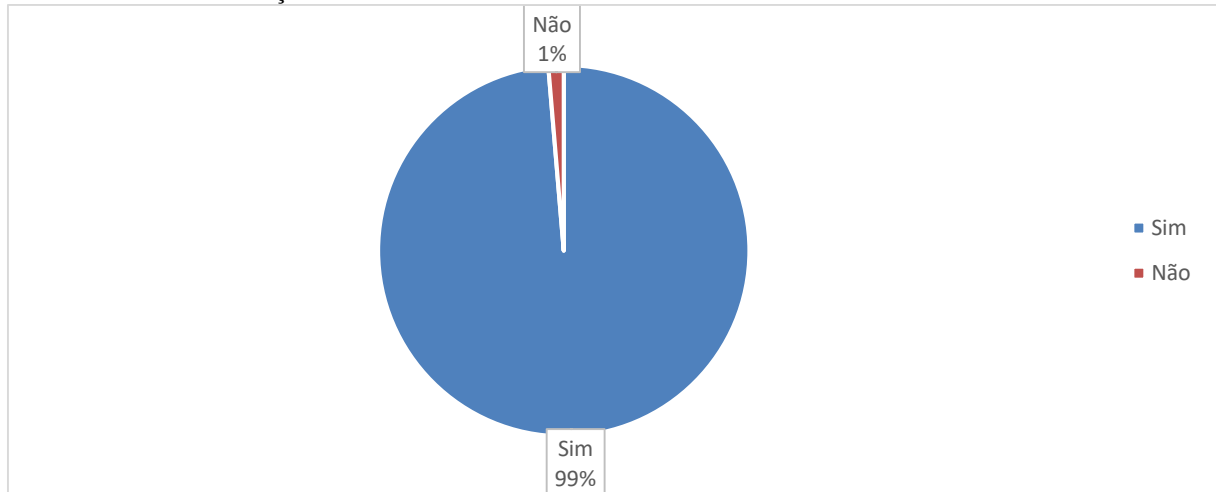
Dessa forma foi criada uma pergunta relacionada à indicação e recomendação do destino (gráfico 13). Percebe-se que 99% dos respondentes recomendariam a praia de El Tunco como destino turístico de surf. Este aspecto é importante, pois na atualidade o marketing boca a boca ou *word-of-mouth marketing* é muito colocado na prática na nossa sociedade. Falando mais especificamente sobre o tema:

Estudos sobre marketing boca a boca e comportamento do consumidor podem ser encontrados em Eliashberg et al. (2000), Krider e Weinberg (1998), Buttle (1998) etc. De acordo com Walker (1995), 40% dos norte-americanos procuram conselhos de amigos e familiares para obter serviços de médicos, advogados e mecânicos, demonstrando a relevância do conceito do marketing boca a boca no processo decisório. Rogers (1995) sugere que o marketing boca a boca também constitui importante aspecto para deliberações sobre a aquisição de novos produtos ou sobre o uso de inovações (KIMURA; BASSO e MARTIN, 2008, p. 162).

A estratégia é utilizada em diversos âmbitos do dia a dia e no turismo não é diferente. O fato dos turistas respondentes estarem recomendando El Tunco como destino turístico de surf demonstra o potencial que o local tem para explorar este segmento. Barilotti (2002) ressalta que

os surfistas têm um “*word-of-mouth network*”, uma rede de marketing boca a boca, que impede que qualquer ponto de surf recém descoberto permaneça em segredo e torna inevitável o desenvolvimento em torno da área.

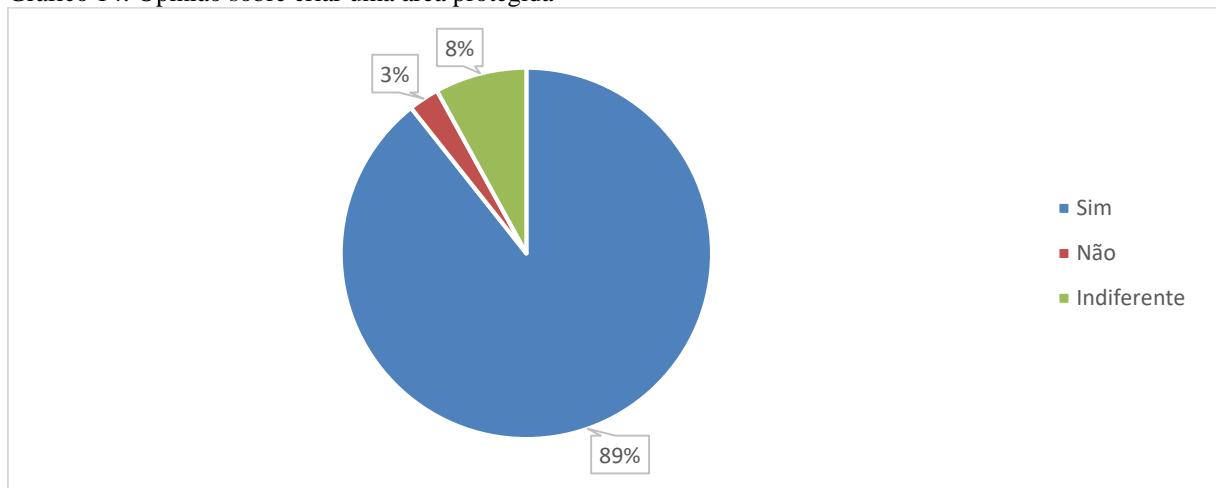
Gráfico 13 – Recomendação do destino



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Dentro dos impactos ambientais do turismo de surf encontra-se o surgimento de ONGs e Reservas Mundiais de Surf (RMS) que são criadas para a proteção destes locais ideais para o esporte. No questionário verificou-se que uma grande parte dos turistas respondentes (67%) está a favor de que a praia de El Tunco seja uma área protegida (gráfico 14). Uma porcentagem menor (6%) se manifestou indiferente e uma mínima parte (3%) respondeu que este local não devia ser uma área protegida. Da forma em que o turismo de surf pode trazer benefícios ao destino é importante realizar ele com práticas sustentáveis. É fundamental fazer ênfase nas possíveis criações de mecanismos que protejam essas áreas onde ocorrem os *surf breaks* e que, ao mesmo tempo, estará protegendo o ambiente marinho-costeiro como um todo.

Gráfico 14: Opinião sobre criar uma área protegida



Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

4.4 APONTAMENTOS PARA A PRAIA EL TUNCO

Dentro das características pessoais é possível perceber que o perfil do turista é masculino (72%), no entanto as mulheres surfistas vão fazendo parte cada vez mais do segmento. A maior parte (25%) dos turistas surfistas que visitam o destino é de estudantes. A faixa etária da maioria (55%) dos respondentes é de 21 a 30 anos. O dinheiro que a maior parte (37%) gasta por dia aproximadamente é entre US\$ 0 a 25 dólares. No entanto tem uma parte significativa (36%) que gasta entre US\$ 25 a 50 dólares.

A maioria dos respondentes (60%) estavam visitando El Tunco pela primeira vez acompanhados de amigos (49%). É importante ressaltar que o surf foi a motivação principal mais indicada pelos respondentes (64 menções). Dos visitantes, 92% eram turistas que pernoveram e 8% turistas que não pernoveram, dentre os que pernoveram 35% indicaram ter ficado de 6 a 15 noites.

É importante que o governo e o *trade* turístico realizem estratégias de planejamento específicas para este tipo de perfil dentro do destino, pois quanto melhor sejam direcionadas às estratégias para este público, maior será a porcentagem de turistas satisfeitos. É preciso realizar um planejamento específico para satisfazer a demanda determinada. Em relação à experiência de surf de cada turista que visita El Tunco foi possível identificar que a maioria (48%) se considera iniciante no esporte. No entanto uma parte significativa (39%) considera seu nível de surf intermediário. A maior parte (40%) pratica três ou mais vezes por semana.

A última pergunta do questionário foi pedindo aos respondentes uma opinião pessoal sobre a praia El Tunco (apêndice B). Houve 63 pessoas que deixaram seu comentário expressando diversas opiniões. Dentro desses comentários, 60 foram positivos e somente 3 foram negativos.

O primeiro comentário negativo foi indicando que faltava organização e um bom foco no destino. Esse comentário foi feito por um salvadorenho instrutor de surf que conhece bem a praia e possui uma visão mais ampla do destino. O segundo comentário negativo foi feito por um turista estrangeiro indicando que a praia devia ter menos pedras. As pedras são um fator natural da praia, no entanto alguns turistas sentem falta de uma praia sem pedra onde possam deitar na areia, relaxar e tomar sol. Finalmente, o terceiro comentário negativo foi indicando que o destino possui problemas de lixo, fazendo ênfase em que o lixo é um fator negativo e que poderiam existir mais iniciativas para sua redução.

Dentro dos 60 comentários positivos, houve 8 onde os respondentes além de deixar uma opinião positiva fizeram sugestões e recomendações. Nelas indicaram que o destino poderia ser

mais barato; não recomendariam o destino para turistas não surfistas e devem ser feitas mais limpezas de praia; devem existir associações que trabalhem para o ecossistema; esperam que o governo faça seu trabalho; o transporte público deve ser melhor e funcionar à noite; devem melhorar os estacionamentos, pois é difícil achar lugar para estacionar nos finais de semana; e foi mencionado novamente que faz falta uma praia para relaxar e tomar o sol.

É importante trabalhar nos aspectos negativos e nas sugestões para que quando os turistas retornem possam ver que o destino tem trabalhado para melhorar cada vez mais. Para os turistas é importante que sua opinião seja escutada, pois o turismo se dedica a agradá-los.

Nos planos e estratégias de marketing do destino deve estar esclarecido e descrito detalhadamente as características da praia de El Tunco, para que o turista consiga estar bem informado e não crie expectativas erradas. Com isso, na hora da sua chegada não haverá confusões entre o que ele imaginava e a verdadeira imagem do destino.

Ainda houve 52 opiniões positivas de respondentes que elogiaram o destino, sem fazer nenhum tipo de sugestão nem comentário negativo. Dentre os apontamentos, 22 deles foram elogios específicos para as ondas e o surf em El Tunco. É muito positivo para o destino que os turistas se sintam satisfeitos e elogiem as ondas, pois a motivação principal da viagem deles é o surf. Além disso, 18 apontamentos foram direcionados à comunidade local, descrevendo a hospitalidade e a simpatia das pessoas. Apontaram que os surfistas do local são amigáveis e isso faz com que os turistas se sintam bem recebidos. É claro que a boa receptividade e acolhimento dos turistas de parte da comunidade é um diferencial no destino. Ainda mais dentro do fenômeno do surf, onde em alguns destinos existe o “localismo” que é quando a comunidade não se sente confortável com o fato que outras pessoas fora os surfistas locais surfem suas ondas.

Dentre as 52 opiniões positivas, também teve comentários especificando que a temperatura da água no mar é muito boa; a diversão noturna é ótima; El Tunco não está *crowd* comparado com outros destinos de surf; é um lugar bom para interagir com pessoas de diversos países; durante a semana é muito tranquilo e bom para surfar e nos finais de semana é bom para quem quer “festar”; o local possui bons bares e restaurantes; grande beleza natural; local bom para relaxar; ondas e praia limpa; pessoas dispostas a ajudar; local seguro e divertido; entre outros comentários.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Dentro das considerações finais é possível afirmar o cumprimento do objetivo geral que foi verificar a perspectiva dos turistas em relação ao turismo de surf na praia El Tunco. Nos questionários a maioria dos turistas apontaram que se sentem muito satisfeitos em relação à temperatura da água da praia (78%) e a paisagem natural do local (58%). Com relação à qualidade da onda em El Tunco, um dos aspectos mais importantes para o turista de surf, a amostra se sentiu satisfeita (33%) e muito satisfeita (28%). Com relação ao nível de lotação dos surfistas dentro do mar (*crowd*) a maioria dos respondentes se sentiram indiferentes, ou seja nem satisfeitos ou insatisfeitos (34%). Ao mesmo tempo, é importante destacar que dentro da oferta turística é preciso melhorar a iluminação, água potável, e transporte público no destino, pois alguns respondentes classificaram esses itens como péssimo.

Através da análise dos questionários aplicados foi possível identificar que o perfil do turista que visita o local que é na sua maioria de gênero masculino (72%), porém, se espera que o gênero feminino se incorpore cada vez mais dentro do segmento. A faixa da idade da maior parte da amostra é de 21 a 30 anos. Além disso, comprovou-se que o surf foi a motivação da viagem da maioria dos turistas que visitaram o destino (85%). Dentre as profissões e ocupações, os resultados indicam que a maior parte dos respondentes é de estudantes (25%). E em relação à companhia dos turistas durante a viagem, conclui-se que o destino é ideal para visitá-lo acompanhado de amigos.

A observação direta durante a pesquisa de campo ajudou a compreender a visão dos turistas, junto com alguns dos seus desejos e críticas. Foi uma experiência enriquecedora, pois existe uma troca de experiência multicultural ao conversar com os turistas respondentes. Os moradores locais e demais salvadorenhos foram descritos pelos turistas estrangeiros como um povo acolhedor, simpático e hospitaleiro

Foram aprofundados conhecimentos sobre a segmentação de turismo de surf, no entanto foi observado que o material acadêmico e científico sobre o segmento não é muito amplo. Com isso, a maioria dos estudos sobre o segmento é encontrada em línguas estrangeiras, especificamente inglês, sendo voltadas para destinos popularmente conhecidos pela indústria do surf mundial. Estudos acadêmicos sobre turismo de surf dentro de El Salvador são escassos, o que contaria como uma limitação da pesquisa.

Em relação à pesquisas futuras, sugere-se que sejam abordadas a percepções dos demais *stakeholders* no local. É importante saber a opinião da comunidade local, do *trade* turístico e do governo local, em relação ao fenômeno estudado. Sugere-se também que sejam estudadas

de uma forma mais aprofundada estratégias e ferramentas de sustentabilidade no destino. É importante que o governo proteja as áreas costeiras e crie planos de manejo para o uso público dentro desses ambientes. Em outra pesquisa futura sugere-se um estudo em relação ao controle de *crowd* no destino.

O trabalho é uma contribuição à área acadêmica pois não existem muitas pesquisas científicas que estudem o segmento do turismo de surf dentro de El Tunco. Para o segmento é também importante em termos internacionais porque há pouco tempo começaram a surgir pesquisas direcionadas à área. A maioria destas pesquisas estudam o assunto dentro de destinos de surf mais reconhecidos internacionalmente. O trabalho realizado será publicado para que a comunidade acadêmica, o governo, e o setor turístico possam acessar as informações aqui detalhadas. Isso fará com que o destino seja falado, reconhecido e estudado cada vez mais.

Outra limitação da pesquisa é que o governo em El Salvador não se interessou pelo turismo de surf como produto turístico ao longo desses anos, o que faz com que não existam muitos documentos governamentais que falem sobre o segmento. Dessa forma, é importante que o governo tome consciência da vantagem que é possuir um produto turístico como o surf. O recurso do surf são as ondas no mar, e isso é um elemento natural que não acontece em qualquer praia do mundo. Sendo este recurso diferenciado é possível criar estratégias que transformem o recurso em atrativo para o benefício do país e do turismo. Sugere-se que as estratégias sejam sustentáveis para que o recurso, que é não renovável, não acabe.

REFERÊNCIAS

- ALAS. Asociación Latinoamericana de Surfistas Profesionales. **Alas Latin Tour**. 2018. Disponível em: <<http://www.alaslatintour.com/calendario.asp#>>. Acesso em: 26 out. 2018.
- ALBUQUERQUE, Judithe da Costa Leite. **Acessibilidade no Turismo**. 2012. Trabalho de Conclusão de Curso. Turismo. Disponível em: <https://monografias.ufrn.br/jspui/bitstream/1/592/1/JuditheCLA_Monografias.pdf>. Acesso em: 06 jun. 2018
- ABREU, Cláudia Buhamra. O comportamento do consumidor diante da promoção de vendas: um estudo da relação preço-qualidade percebida. **Revista de Administração de Empresas**, v. 34, n. 4, p. 64-73. 1994. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rae/v34n4/a08v34n4.pdf>>. Acesso em: 29 mai. 2018.
- BENI, Mário. **Análise Estrutural do Turismo**. 3era ed. rev. e ampl. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2000.
- BANCO MUNDIAL. DIVISÃO DE POPULAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Populações Totais**. 2017. Disponível em: <<https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL>>. Acesso em: 18 out. 2018.
- BARILOTTI, Steve. Lost Horizons: Surfer Colonialism in the 21st Century. **The Surfer's Journal**. v. 11, n. 3, p. 89-97. 2002. Disponível em: <<https://www.surfersjournal.com/product/lost-horizons-surf-colonialism-in-the-21st-century-by-steve-barilotti/>>. Acesso em: 17 out. 2017.
- BARRETO, Margarita. **Planejamento responsável do turismo**. Papirus Editora, 2009.
- BID. BANCO INTERAMERICANO DE DESENVOLVIMENTO. **Programa de Desarrollo Turístico de la Franja Costero-Marina: Perfil del Proyecto (PP)**. 2013. Disponível em: <<https://www.iadb.org/es/project/ES-L1066>>. Acesso em: 22 out. 2018.
- BISELLI, Ana. **1000 dias**. 2018. Disponível em: <1000dias.com/quemsomos/>. Acesso em: 29 out. 2018.
- BLACKWELL, Roger; MINIARD, Paul; ENGEL, James. **Comportamento do consumidor**. São Paulo: Cengage Learning, 2013.
- BRAGA, Debora. **Planejamento turístico: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Dados e Fatos**. 2017. Disponível em: <<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-54-03.html>>. Acesso em: 20 set. 2017.
- BRASIL. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO - OMT. **Introdução ao turismo**. 2001. Trad. Dolores Martin Rodriguez Corner. São Paulo: Roca, 2001.
- BRASÍLIA. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Inventário da Oferta Turística**. 2011. Disponível em: <<http://www.inventario.turismo.gov.br>>. Acesso em: 21 set. 2017

BOCA OLAS. **Boca Olas Villas & Resort**.2018. Disponível em: <<http://www.bocaolas.com/>>. Acesso em: 29 out. 2018.

BUCKLEY, Ralf. Surf tourism and sustainable development in Indo-Pacific Islands. I. The industry and the islands. **Journal of sustainable tourism**, v. 10, n. 5, p. 405-424, 2002.

CABELEIRA, Tânia. Turismo de Surf na Capital da Onda: Ensaio sobre a Sustentabilidade de uma Rota de Surf em Peniche. 2011. **Repositório Comum**. Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/2426/2/2011.04.005_.pdf> Acesso em: 20 jun. 2017.

CADILHE, Gonçalo. **No princípio estava o mar**. Lisboa: Clube do Autor. 2011.

CHUNXIAO, C.; TINGYNE, K. **Research on the Development of Tourism Souvenirs Based on Experience Design**. International Conference on System Science, Engeneering Design and Manufacturing Informatization. College of Computer Science and Information, Guizhou University. Yichang, China, 2010.

COOPER, Chris; HALL, Michael; TRIGO, Luiz. **Turismo contemporâneo**. Curitiba: Elsevier, 2011.

CORSATUR. Corporación Salvadoreña de Turismo. **Informe Estadístico de Turismo – Enero-Diciembre 2017**. 2018. Unidad de Inteligencia de Mercado. Disponível em: <<https://www.transparencia.gob.sv/institutions/corsatur/documents/estadisticas?status=301>>. Acesso em: 22 out. 2018.

CRAVIDÃO, Fernanda; NOSSA, Paulo; SANTOS, Norberto; CASELLAS, Maria; COSTA, Neus; SERRALLONGA, Sílvia; DALLARI, Fiorella.(2018). **Opportunities and Challenges**. Tourism Management at UNESCO World Heritage Sites. Massive Open Online Course. 2018. Disponível em: <<https://www.fun-mooc.fr/>>. Acesso em: 24 out. 2018.

DOLNICAR, Sara. The Role of Market Segmentation in Strategic Tourism Marketing. In: TSIOTSOU, Rodoula; GOLDSMITH, Ronald. **Strategic Marketing in Tourism Services**. Bingley: Emerald Group Publishing Limited, 2012. Cap. 2. p. 17-34.

DOLNICAR, Sara; FLUKER, Martin. Behavioural market segments among surf tourists - investigating past destination choice. **Journal of Sport Tourism**, v.8, n.3, p. 186-196. 2003. Disponível em: <<http://ro.uow.edu.au/commpapers/43>> Acesso em: 20 jun. 2017.

EL SALVADOR. Gobierno de El Salvador. **MINISTERIO DE TURISMO MITUR fortalece la seguridad turística con nueva flota de vehículos y equipo técnico**: Gobernando con la gente. 2018. Disponível em: <<http://www.presidencia.gob.sv/mitur-fortalece-la-seguridad-turistica-con-nueva-flota-de-vehiculos-y-equipo-tecnico/>>. Acesso em: 03 jun. 2018.

EL SALVADOR. Gobierno de El Salvador. Secretaría Técnica y de Planificación. **Presentan Estrategia de Desarrollo de Franja Costero Marina en foro de turismo**. 2014. Disponível em: <<http://www.secretariatecnica.gob.sv/presentan-estrategia-de-desarrollo-de-franja-costero-marina-en-foro-de-turismo/>>. Acesso em: 22 out. 2018.

EL SALVADOR. Reglamento General de La Ley de Turismo. n° 244, de 05 de janeiro de 2004. **Reglamento General de La Ley de Turismo**. San Salvador, 05 jan. 2004.

EL SALVADOR TRAVEL. **Flickr**. 2014. Disponível em:
<<https://www.flickr.com/photos/elsalvadorimpressive/14582615440/in/photostream/>>.
Acesso em: 29 out. 2018.

FLUKER, Martin. Riding the wave: Defining surf tourism. **CAUTHE 2003: Riding the Wave of Tourism and Hospitality Research**, p. 398-406, 2003.

FREEMAN, Edward. **Strategic management. A stakeholder Approach**. 1984. Disponível em: <[https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=NpmA_qEiOpkC&oi=fnd&pg=PR5&dq=Freeman+\(1984\)+en+su+obra:+%E2%80%9CStrategic+Management:+A+Stakeholder+Approach&ots=60blE9O3MJ&sig=ILJXALnXsdtFQ-_bj9Bkgtej-c#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=NpmA_qEiOpkC&oi=fnd&pg=PR5&dq=Freeman+(1984)+en+su+obra:+%E2%80%9CStrategic+Management:+A+Stakeholder+Approach&ots=60blE9O3MJ&sig=ILJXALnXsdtFQ-_bj9Bkgtej-c#v=onepage&q&f=false)>. Acesso em: 23 set. 2017.

FORTES, Rafael. Simpósio Nacional de História, XXVI. 2011, São Paulo. **Representações de viagens e da busca da onda perfeita na mídia do surfe**. São Paulo: Anpuh, 2011. Disponível em:
<http://www.snh2011.anpuh.org/resources/anais/14/1299794151_ARQUIVO_RafaelFortes-Representacoesdeviagensedabuscadaondaperfeitanamidiadosurfe.pdf>. Acesso em: 17 out. 2018.

FURIAN, Peter. **El Salvador Landkarte**. Pixers. 2018. Disponível em:
<<https://pixers.fi/tarrat/el-salvador-kartta-el-salvador-landkarte-42828971>>. Acesso em: 23 out. 2018.

GÂNDARA, José Manoel Gonçalves. A imagem dos destinos turísticos urbanos. **Revista Eletrônica de Turismo Cultural**, v. 16, n. especial, 2008. Disponível em:
<<http://www.eca.usp.br/turismocultural/aimagem.pdf>>. Acesso em: 05 jun. 2018.

GÂNDARA, J.; MENDES, J.; MOITAL, M.; RIBEIRO, F.; SOUZA, I.; GOULART, L. **A qualidade da experiência na visitação dos destinos turísticos**. In: BENI, M. C. (Org.). Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão - desenvolvimento regional, rede de produção e clusters. São Paulo: ed. Manole, 2012.

GEORGE, S. Sacred hunger: The story of surf exploration. **Surfer**, v. 41, n. 10, p. 138-155, 2000.

GOOGLE MAPS. **El Salvador**. 2018. Disponível em:
<<https://www.google.com.br/maps/place/El+Salvador/@13.7464451,-90.0516008,8z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8f6327a659640657:0x6f9a16eb98854832!8m2!3d13.794185!4d-88.89653>> Acesso em: 30 out. 2018.

HALL, Colin Michael. **Introduction to Tourism in Australia: Development, Issues and Change**, 5th edn. South Melbourne: Pearson Education Australia, 2007.

HORODYSKI, Graziela Scalise. **O Consumo na Experiência Turística: o caso dos souvenirs no destino Curitiba-PR**. 2014. 444 f. Tese (Doutorado) - Curso de Programa de

Pós-graduação em Geografia, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2014. Disponível em: <[https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/35864/R - T - GRAZIELA SCALISE HORODYSKI.pdf?sequence=1](https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/35864/R-T-GRAZIELA-SCALISE-HORODYSKI.pdf?sequence=1)>. Acesso em: 21 mai. 2018.

IATAROLA, Briana Marie. **Beyond the waves: economic and cultural effects of the global surf industry in El Tunco, El Salvador.** 2011. Dissertação (Mestrado). University of California, San Diego, 2011. Disponível em: <<https://escholarship.org/uc/item/0jm6w986>> Acesso em: 20 mai. 2018.

KIMURA, Herbert; BASSO, Leonardo Fernando Cruz; MARTIN, Diógenes Manoel Leiva. Redes sociais e o marketing de inovações. **Revista de Administração Mackenzie (Mackenzie Management Review)**, v. 9, n. 1, 2008, p. 157-181. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ram/v9n1/a08v9n1>>. Acesso em: 05 jun. 2018.

LA PRENSA GRÁFICA. **El Salvador es el país con más homicidios de Centroamérica.** San Salvador. 03 jan. 2018. Disponível em: <<https://www.laprensagrafica.com/elsalvador/El-Salvador-es-el-pais-con-mas-homicidios-de-Centroamerica-20180102-0444.html>>. Acesso em: 03 jun. 2018.

LOPES, João Manuel. **Surf e bodyboard como produtos turísticos na Região Autónoma da Madeira.** 2008. 173 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Educação Física e Desporto, Universidade da Madeira, Funchal, 2008. Disponível em: <<http://digituma.uma.pt/handle/10400.13/266>>. Acesso em: 01 nov. 2017.

LONELY PLANET FOOD. **The World's Best Street Food: Where to Find it & How to Make it.** 2012. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=Wat9BAAAQBAJ&pg=PT137&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 26 out. 2017

LUST FOR LIFE AND ADVENTURE. **Playa El Tunco.** 2017. Disponível em: <<http://lustforlifeandadventure.com/playa-el-tunco/>>. Acesso em: 29 out. 2018.

MADRID. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. **Introducción al Turismo.** 1998. Disponível em: <<http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2017.

MADRID. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. **Concepts, Definitions, and Clasifications for Tourism Statistics: a Technical Manual.** 1995.

MEDEIROS, Mirna de Lima. **Marketing de eventos.** Ponta Grossa: UEPG/NUTEAD, 2017.

MELÉNDEZ, Guillermo; MOREIRA, Jasmine; CARCAVILLA, Luis. Geoturismo: el paso de un recurso a un atractivo. **Terr@ Plural**, v.11, n. 2, p. 327-337. 2017. Disponível em: <<http://www.revistas2.uepg.br/index.php/tp/article/view/10786/pdf>>. Acesso em: 14 jun. 2018.

MITUR. Ministerio de Turismo de El Salvador. **Ministro Presenta Resultados Del Segundo Año De Gestión.** 2016. Disponível em: <<http://www.mitur.gob.sv/ministro-presenta-resultados-del-segundo-ano-de-gestion/>>. Acesso em: 14 jun. 2018.

MITUR. Ministerio de Turismo de El Salvador. **El Salvador Se Promueve Como Destino Para Surfistas En Estados Unidos**. 2016. Disponível em: <<http://www.mitur.gob.sv/el-salvador-se-promueve-como-destino-para-surfistas-en-estados-unidos/>>. Acesso em: 22 out. 2018.

MITUR. Ministerio de Turismo de El Salvador. **MITUR declara la Playa El tunco Centro Turístico de Interés Nacional**. 2017. Disponível em: <<http://www.mitur.gob.sv/mitur-declara-a-playa-el-tunco-centro-turistico-de-interes-nacional/>>. Acesso em: 22 out. 2018.

MITUR. Ministerio de Turismo de El Salvador. **Centro Turístico De Interés Nacional Playa El Tunco**. 2017. Disponível em: <<http://www.mitur.gob.sv/centro-turistico-de-interes-nacional-playa-el-tunco/>>. Acesso em: 22 out. 2018.

MORALES, Gemma; HERNÁNDEZ, José. Los Stakeholders del Turismo. Book of Proceedings. **Sistema de Información Científica Redalyc**. v. 1, p. 894-903. 2011. Disponível em: <<http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5018527.pdf>>. Acesso em: 20 de jun. 2017.

NUNES, José Miguel. **O surfista e a sua satisfação na componente da experiência turística de surf: o caso de Peniche**. IC-Online. 2015. Disponível em: <<https://iconline.ipleiria.pt/handle/10400.8/2255>>. Acesso em: 07 de out. 2017.

NELSON, Stephanie. **How to Spend a Long Weekend in El Tunco, El Salvador**. 2017. Disponível em: <<https://www.sapphireintravel.com/travel-journal/2017/5/el-tunco-el-salvador-weekend-getaway>>. Acesso em: 30 out. 2018.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. **Introducción al turismo**. 1998. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

PETROCCHI, Mario. **Turismo: Planejamento e gestão**. 2. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

PNUD. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. **Informe sobre Desarrollo Humano El Salvador 2007-2008. El empleo en uno de los pueblos más trabajadores del mundo**. San Salvador. 2008. Disponível em: <http://www.sv.undp.org/content/el_salvador/es/home/library/hiv_aids/informe-sobre-desarrollo-humano-el-salvador-2007-2008.html>. Acesso em: 22 out. 2017.

PONTING, Jess. Consuming Nirvana: An exploration of surfing tourist space. **OPUS**. Tese de Doutorado, University of Technology, Sydney. 2008. Disponível em: <<https://opus.lib.uts.edu.au/handle/2100/851>>. Acesso em: 07 out. 2017.

PONTING, Jess; O'BRIEN, Danny. Sustainable Surf Tourism: A Community Centered Approach in Papua New Guinea. **Human Kinetics Journals**. v.27, n. 2, p. 158-172. 2013. Disponível em: <<http://journals.humankinetics.com/doi/pdf/10.1123/jsm.27.2.158>>. Acesso em: 10 de out. 2017.

RAYMOND, Bruce. Untitled. **Australian Surfers Journal (Summer)**. 1998.

RAE. Real Academia Española. **Definición de ceviche**. Disponível em: <<http://dle.rae.es/?id=84IFXkv>>. Acesso em: 26 out. 2018.

RUNAWAY TRAVELLERS. **El Salvador TravelTrips**. 2014. Disponível em: <<http://www.runawaytravellers.com/el-salvador-travel-tips/>>. Acesso em: 23 out. 2018

SADOSKI, Larissa. **A percepção ambiental pela ótica de praticantes de surf no município de Matinhos**. 2012. 57 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Pós Graduação em Questão Social) – Universidade Federal do Paraná, Matinhos. 2012.

SÃO PAULO. SEBRAE. **Cadernos de Atrativos Turísticos**. 2017. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/e6ab735ac11e71802d2e44cbce6d63f4/\\$File/SP_cadernodeatrativosturisticoscompleto.16.pdf.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/e6ab735ac11e71802d2e44cbce6d63f4/$File/SP_cadernodeatrativosturisticoscompleto.16.pdf.pdf)>. Acesso em: 26 set. 2017.

SEBRAE. **Use a matriz F.O.F.A. para corrigir deficiências e melhorar a empresa**. 2016. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/use-a-matriz-fofa-para-corrigir-deficiencias-e-melhorar-a-empresa,9cd2798be83ea410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acesso em: 27 out. 2018.

SILVA, Solange; SANTOS, Mauricio; DUTRA, Carolina. Reservas de Surfe e a Proteção da Sociobiodiversidade. **Revista do Programa de Pós-Graduação em Direito da UFC**, v. 36, n. 2, p. 345-367. 2016. Disponível em: <www.periodicos.ufc.br/nomos/article/download/6316/4567>. Acesso em: 25 de out. 2017.

SUNZAL SURF COMPANY. **Boca Olas**. 2018. Disponível em: <<https://www.sunzal.com/accommodation/boca-olas/#!>>. Acesso em: 26 out. 2018.

SUNZAL SURF COMPANY. **La Bocana**. 2018. Disponível em: <<https://www.sunzal.com/waves/la-bocana/#!>>. Acesso em: 29 out. 2018.

SKELLERN, Matt; PERYMAN, Bailey; ORCHARD, Shane; RENNIE, Hamish. **Planning approaches for the management of surf breaks in New Zealand**. Auckland, New Zealand: Auckland Council, 2013.

VERNAL GROOVE. **Surfing in Playa El Tunco, El Salvador**. 2012. Disponível em: <<http://www.vernalgroove.com/2012/07/11/surfing-in-playa-el-tunco-el-salvador/>>. Acesso em: 29 out. 2018.

SWARBROOKE, John; HORNER, Susan. **O comportamento do consumidor no turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.

WESTERN, David. **Ecoturismo: um guia para planejamento e gestão**. São Paulo: editora SENAC São Paulo, 1995.

TANTAMJARIK, Pimporn Audrey. Sustainability Issues Facing the Costa Rica Surf Tourism Industry. **Scholar Space**. 2004. Disponível em: <http://scholarspace.manoa.hawaii.edu/bitstream/10125/10548/1/uhm_ms_3870_r.pdf> Acesso em: 20 de jun. 2017.

Surf Tourism in El Tunco, El Salvador.

The following questionnaire was written by Melissa Hurtado for the developing of a bachelor dissertation in Tourism from the State University of Ponta Grossa in Brazil.

Your collaboration is extremely important for analyzing surf tourism at El Tunco. The final results will be enriched with your help.

Please read carefully the following questions and answer them according to your personal opinion.

Thank you very much for your help!

Date: ___ / ___ / ___

Part I: Personal characteristics of the surfer

1. Age: _____
2. Sex:
() Female
() Male
3. Permanent place of residency (city/country):

4. Current profession/occupation:

5. How many US\$ do you spend approximately at El Tunco per day?
 - a) From 0 to 25 US\$
 - b) From 26 to 50 US\$
 - c) From 56 to 100 US\$
 - d) Over 100 US\$

Part II: Surfer's own experience

6. How many times have you visited El Tunco beach?
 - a) It's my first time
 - b) From 2 to 3 times
 - c) From 4 to 6 times
 - d) Over 6 times
7. With whom do you usually make this/these trip/trips?
 - a) Alone
 - b) Friends
 - c) Family
 - d) Partner
 - e) Other: _____

8. What was your biggest motivation that made you travel to El Tunco?
 - a) Gastronomy
 - b) Surf
 - c) Nature
 - d) Business
 - e) Culture
 - f) To visit friends & family
 - g) Other: _____
9. If you will spend the night at El Tunco, where are you going to stay? (Specify with the name). In case you will not, please move to question 11.
 - a) Hotel: _____
 - b) Hostel: _____
 - c) Camping: _____
 - d) AirB&B: () Just the room () The whole property
 - e) Couchsurfing
 - f) Friends place
 - g) Friends place
 - h) Other: _____
10. How many nights will you stay at El Tunco?

11. How often do you practice surf?
 - a) 3 or more times per week
 - b) 1 or 2 times per week
 - c) 1 or 2 times per month
 - d) Occasionally
 - e) Just during holidays
12. How would you consider your surfing skills?
 - a) Beginner
 - b) Intermediate
 - c) Advanced

Part III: State of El Tunco beach for surfing

13. From 1 to 5, taking 5 as the highest level of satisfaction and 1 has the lowest, make an evaluation of the following items:

Items	1	2	3	4	5
Quality of the waves					
Number of surfists inside the water					
Temperature of the water					
Natural landscape					
Preservation of the ecosystem					
Quality/Price Relation					
Surf competitions					

14. Evaluate the touristic offer inside El Tunco Beach

Touristic Offer	Terrible	Bad	Regular	Good	Excellent	Without opinion
Accessibility						
Security						
Public Transport						
Drinking water						
Lighting						
Accommodations						
Restaurants and cafeterias						
Nightlife						
Travel Agencies						
Tourist information						
Natural Attractions						

15. How do you feel regarding your surfing experience at El Tunco?
- a) Very satisfied
 - b) Satisfied
 - c) Unsatisfied

16. Will you recommend El Tunco beach as a surfing destination?

Yes____ No____

17. Do you think El Tunco beach should be a protected area?

- a) Yes
- b) No
- c) Indifferent

18. In the space below, could you express a personal opinion about El Tunco Beach?

Thank you very much, we appreciate your help!

If you would like to receive any information regarding future results of the study, please leave your contact information and we will let you know.

Name: _____

Phone: _____

E-mail: _____

Signature: _____

Apêndice B

1. Beautiful and I will come back.
2. Peaceful beautiful.
3. Great place.
4. It is a good spot but it is too expensive.
5. Muy bueno.
6. Clean waves and surf every day. Will come back for bigger swell.
7. I like it, anything bad until now.
8. Love it, did not know it about it before, but would come back.
9. The sea is good for surfing and a nice temperature. I also really like the bars and restaurants.
10. It is definitely a surf beach; I would not recommend it to non-surfers. There should be more beach cleanings.
11. Very nice, clean.
12. Great beach for surfing, not too many tourists compared to other surf towns.
13. Falta organización y un buen enfoque
14. Me gusta!
15. Good people, beautiful waves, amazing place. Hope it stays the same.
16. Less rocks
17. It is a nice place to stay, good waves, good people, nice view! I would come back.
18. Muy bueno, good vibes, waves, friendly surfers.
19. Some of the best waves in the country, amazing people, good nightlife. I love it!
20. The weather is beautiful, also the landscape seems pretty nice. Lots of Europeans.
21. Nice for practicing, relaxed atmosphere. I will come back!
22. Me encanta El Tunco.
23. Es un lugar donde uno puede desestresarse pasándola bien con familia y amigos.
24. Muy hermosas playas, con gente cálida, amable y dispuesta a ayudar siempre. Un segundo hogar, una gran experiencia.
25. Es un lugar super bonito, más que todo para surfear y pasar con amigos.
26. Love the low key town.
27. Need to work on trash problems! Basura no es bueno!
28. Good people, good surf, all the locals were really funny and friendly. It is a nice place. You do need to make more associations for the ecosystem.
29. I like the beach and the waves but it is not so clean.
30. I like it.

31. Es un paraíso, su sola existencia me trae mucha nostalgia, me encanta estar acá. Solo espero que no cambie y que el gobierno haga su trabajo.
32. Safe, fun and friendly.
33. Fantastic beaches, surf + culture. Amazing energy. Clean and safe.
34. The people are warm and friendly. The land is beautiful and underrated!
35. Beautiful girls
36. Easy waves, a bit of fun.
37. Calm during the week which is perfect for surfing and the nightlife is really good on Saturday.
38. I really like the waves here. It is easy for beginners to practice. I wish there is more public transportation at night so I can go out.
39. Very nice and chill atmosphere. The people are very friendly.
40. Great wave; very friendly locals! Nice vibe.
41. Very fun.
42. Great, beautiful, not too crowded.
43. Local people are amazing
44. Very relaxing place for surf and party.
45. Very nice.
46. Bastante oferta de turismo, comida y fiesta.
47. Es super cool la experiencia ya sea de día como de noche.
48. I love El Tunco Beach. The people are very friendly and the culture is great!
49. It is too crowded over the weekend for parking, and also because of the party. However, it is paradise.
50. Local preservado e bonito, com boas ondas.
51. Bonito, água quente, bons restaurantes.
52. Muito lindo.
53. Buen ambiente para el desarrollo de los surfistas, e interacción entre personas de muchos países.
54. As melhores ondas direitas proporcionando boa evolução. Grande beleza natural.
55. Muito lindo, pessoas hospitaleiras, muito boa comida, ótimo.
56. Awesome place!
57. The people are the nicest.
58. Great place to surf and meet wonderful people.
59. Amazing place only missing a beach to be able to chill at.
60. Perfect, if they have more beach and sand.
61. Great beach! A lot of rocks though.
62. Great!
63. Beautiful and sunny.