



Universidad Estatal de Milagro

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERÍA EN MARKETING

TÍTULO DEL PROYECTO

“ESTUDIO DEL TURISMO RURAL DE MILAGRO Y LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING DEDICADAS A PROMOVER Y DIFUNDIR EL TURISMO DEL SECTOR RURAL DEL CANTON MILAGRO”

Autor:

Tony David Tapia Noboa

Tutor:

Ab. Elicza Ziadet

Milagro, Noviembre del 2013

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de Tesis de Grado con el Tema de “**ESTUDIO DEL TURISMO RURAL DE MILAGRO Y LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING DEDICADAS A PROMOVER Y DIFUNDIR EL TURISMO DEL SECTOR RURAL DEL CANTON MILAGRO**”, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de: Ingeniería en Marketing y Ventas.

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Presentado por el egresado:

Tony David Tapia Noboa

C.I.0929362143

TUTOR

Abg. Elicza Ziadet Bermúdez

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Yo: Tony David Tapia Noboa por medio de este documento, entrego el proyecto **“ESTUDIO DEL TURISMO RURAL DE MILAGRO Y LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING DEDICADAS A PROMOVER Y DIFUNDIR EL TURISMO DEL SECTOR RURAL DEL CANTON MILAGRO”**, del cual me responsabilizo por ser el autor del mismo y tener la asesoría personal de la Abg. Elicza Ziadet Bermúdez.

Milagro, Septiembre del 2013.

Tony David Tapia Noboa

C.I 0929362143

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de INGENIERÍA EN MARKETING Y VENTAS, otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA	()
DEFENSA ORAL	()
TOTAL	()
EQUIVALENTE	()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR DELEGADO

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico al SEÑOR JEHOVA por fomentarme de salud, sabiduría y sobre todo por brindarme las fuerzas necesarias para lograr esta nueva meta de mi vida.

A mis padres el SR. FELIX TAPIA y la SRA. JACQUELINE NOBOA que siempre me apoyaron y aun están a mi lado, que a pesar de todas las situaciones difíciles siempre están pendientes de mis cosas con cada consejo, cada palabra, las cuales día a día me llenan de entusiasmo y ganas de superarme.

A los maestros que fueron mis segundos padres, que me han compartieron sus grandes y útiles conocimientos, los cuales serán los puntales de mi futuro y de mi profesión.

Tony David Tapia Noboa

AGRADECIMIENTO

Ante todo agradezco a DIOS por la salud y las fuerzas que me ha brindado, ya que de él depende todos nuestros éxitos y metas propuestas, a mis padres por apoyarme en todo momento, agradezco de que aun están a mi lado y tener la paciencia para corregirme y guiarme por el buen camino.

A mi asesor la Ab. Elicza Ziadet Bermúdez, quien me ha compartido sus sabios conocimientos para alcanzar la meta propuesta, también a los demás maestros que supieron compartir cada contenido importe de su conocimiento.

A la Universidad Estatal de Milagro, sobre todo a la facultad de ciencias administrativas y comerciales, a sus directivos y catedráticos por abrirme las puertas de tan prestigiosa institución y darme la oportunidad de superarme y alcanzar mis metas profesionales.

Tony David Tapia Noboa

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Máster

Jaime Orozco Hernández

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue **“IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING DEDICADAS A PROMOVER Y DIFUNDIR EL TURISMO DEL SECTOR RURAL DEL CANTON MILAGRO”**, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, Septiembre del 2013

Tony David Tapia Noboa

C.I. 09293621431

INDICE GENERAL

PÁGINAS PRELIMINARES

Carátula.....	1
Aceptación por el tutor.....	2
Declaración de autoría de la investigación.....	3
Certificación de la defensa.....	4
Dedicatoria.....	5
Agradecimiento.....	6
Cesión de los derechos del autor.....	7
Índice general.....	8
Índice de figuras.....	11
Resumen.....	12
Abstract.....	13
Introducción.....	14

CAPÍTULO 1

EL PROBLEMA.....	15
1.1 Planteamiento del problema:.....	15
1.1.1 <u>Problematización:</u>	15
1.1.2 <u>Delimitación del Problema:</u>	16
1.1.3 <u>Formulación del Problema:</u>	17
1.1.4 <u>Sistematización del problema:</u>	17
1.1.5 <u>Determinación del tema:</u>	17
1.2 Objetivos:.....	17
1.2.1 <u>Objetivo General:</u>	17
1.2.2 <u>Objetivos Específicos:</u>	18
1.3 Justificación:.....	18
1.3.1 <u>Justificación de la investigación:</u>	18

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIA.....	19
2.1 Marco Teórico.....	19
2.1.1 <u>Antecedentes históricos:</u>	19
2.1.2 <u>Antecedentes referenciales:</u>	32
2.1.3 <u>Fundamentación:</u>	33
2.2 Marco Conceptual.....	43
2.3 Hipótesis y Variables.....	45
2.3.1 <u>Hipótesis General:</u>	45
2.3.2 <u>Hipótesis Particulares:</u>	46
2.3.3 <u>Declaración de las Variables:</u>	46
2.3.4 <u>Operacionalización de las variables:</u>	47

CAPÍTULO III.....49

MARCO METODOLÓGICO.....49

3.1 Tipo y Diseño de la investigación y su perspectiva general.....	49
3.2 La Población Y la Muestra.....	49
3.2.1 <u>Características de la población:</u>	49
3.2.2 <u>Delimitación de la población:</u>	49
3.2.3 <u>Tipo de muestra:</u>	52
3.2.4 <u>Tamaño de la muestra:</u>	52
3.2.5 <u>Proceso de selección:</u>	54

3.3	Los Métodos y las Técnicas.....	54
3.3.1	<u>Método Teórico.....</u>	54
3.3.2	<u>Métodos Empíricos fundamentales.....</u>	55
3.3.3	<u>Técnicas e instrumento.....</u>	55
3.4	<u>Propuesta DE Procesamiento Estadístico de la Información.....</u>	56

CAPITULO IV

	ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	57
4.1	<u>análisis de la situación actual.....</u>	57
4.2	<u>análisis comparativo, evolución, tendencia y perspectivas.....</u>	58
4.3	<u>resultados.....</u>	70
4.4	<u>verificación de hipótesis.....</u>	74

CAPITULO V.....75

	PROPUESTA.....	75
5.1	<u>Tema.....</u>	75
5.2	<u>Fundamentación.....</u>	75
5.3	<u>Justificación.....</u>	77
5.4	<u>Objetivos.....</u>	78
5.4.1	<u>Objetivo general de la propuesta.....</u>	78
5.4.2	<u>Objetivos específicos de la propuesta.....</u>	78
5.5	<u>Ubicación.....</u>	79
5.6	<u>Factibilidad.....</u>	80

5.7 <u>Descripción de la propuesta</u>	82
5.7.1 <u>Actividades</u>	83
5.7.2 <u>Recursos Financieros</u>	90
5.7.3 <u>Impacto</u>	90
5.7.4 <u>Cronograma</u>	91
Conclusiones.....	92
Recomendaciones.....	93
Bibliografía.....	94
Anexo.....	96

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Zona rural de Milagro.....	16
Figura 2. Planteo de fórmula: Población finita.....	53
Figura 3. Promedio de Edad de los encuestados.....	58
Figura 4. Promedio de habitantes por sexo.....	59
Figura 5. Nivel académico de los habitantes.....	60
Figura 6. Situación de origen de los habitantes del sector.....	61
Figura 7. Opinión sobre el Desarrollo del Turismo en el sector.....	62
Figura 8. Opinión sobre la incidencia del Turismo en el sector.....	63
Figura 9. Obras de Turismo que realiza el Municipio.....	64
Figura 10. Gestiones de Turismo que realiza la Junta Parroquial.....	65
Figura 11. Importancia del pequeño comerciante en la actividad turística.....	66
Figura 12. Preservación y difusión de zonas tropicales.....	67
Figura 13. Relación del Turismo con el nivel de los moradores.....	68
Figura 14. Frecuencia de visitas que realiza el turista al sector.....	69
Figura 15. Aplicación de alternativas turísticas en el sector rural.....	70
Figura 16. Descripción de la Marca Turística.....	83

Resumen

Este proyecto está enfocado a la promoción y difusión del turismo rural del Cantón Milagro, como primer paso se realizó un estudio investigativo para determinar los factores que provocan la poca participación turística del sector rural de Milagro, para lo cual se selecciono una muestra de la población rural de Milagro que fue la parroquia Roberto Astudillo en la cual se realizó un número de 368 encuestas, en donde se descubrió que las principales causas de la poca participación turística del sector rural son la poca atención del municipio hacia los sectores rural con posibilidades de desarrollo turístico, también se determino la falta de apoyo de las juntas parroquiales para promover el turismo de sus sectores. Conjuntamente también se realizaron varias entrevista dirigidas hacia el Municipio de Milagro, junta parroquial de Roberto Astudillo, según los resultados de las entrevistas se confirmo que existe escaso trabajo y preocupación de estos organismos para promocionar el turismo rural que posee el cantón lo cual causa indirectamente un retraso en el sector socio económico de parroquias y recintos. Por esta razón y considerando la importancia de que Milagro pueda ofertar un turismo rural sustentable se propone la “IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING DEDICADAS A PROMOCIONAR Y DIFUNDIR EL TURISMO DEL SECTOR RURAL DEL CANTON MILAGRO”, para implementar esta idea se estructuró una combinación de tres estrategias de marketing que son creación de una marca turística, promoción directa de servicios turísticos y puntos de información turística, estas actividades van de acuerdo a los objetivos planteados en la propuesta, en cada estrategia se detallan las herramientas necesarias para lograr un cambio en la participación y oferta turística de la zona rural de Milagro y por ende lograr el reconocimiento del cantón a nivel nacional. A largo plazo este proyecto aportará al desarrollo social, cultural y económico de las comunidades receptoras.

SUMMARY

This project focuses on the promotion and dissemination of Milagro Canton rural tourism as a first step we conducted a research study to determine the factors that cause the low participation of rural tourism Miracle, for which we select a sample of the population Miracle rural parish was Roberto Astudillo in which we conducted a survey number 368 , where it was discovered that the main causes of the low participation of rural tourism are the little attention to the rural municipality with development potential tourism also determined the lack of support from the parish to promote tourism in their sectors. Together also conducted several interviews directed to the Municipality of Miracle, Roberto Astudillo vestry , according to the results of the interviews confirm that there is little work and concern of these agencies to promote rural tourism canton has indirectly causing delay in the sector economic partner parishes and precincts . For this reason and considering the importance that miracle can offer a sustainable rural tourism is proposed " MARKETING STRATEGIES IMPLEMENTATION OF DEDICATED TO PROMOTE AND SPREAD THE RURAL TOURISM MIRACLE OF CANTON " , to implement this idea was structured a combination of three marketing strategies that are creating a tourism brand , direct promotion of tourism services and tourist information points , these activities are in accordance with the objectives stated in the proposal, each strategy details the tools needed to make a change in the participation and tourism in the rural area of Milagro and thus gain recognition nationally canton . In the long term this project will contribute to the social , cultural and economic development of the host communities.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación surge a partir de la problemática que atraviesa el sector rural del cantón Milagro, debido a la poca oferta turística que se viene reflejando en estos sectores, lo cual ocasiona indirectamente un retraso en el desarrollo socioeconómico de parroquias y recintos, además la importancia de esta problemática es que en la actualidad se están perdiendo muchas riquezas y culturas de diferentes atractivos rurales de este cantón.¹

La finalidad de esta investigación es realizar un estudio general del turismo en la zona rural de Milagro, lo cual permitirá descubrir la realidad social y económica de estos sectores y las incidencias que se están manifestando debido a su poca participación en el mercado turístico, además del desconocimiento que tienen los habitantes milagreños y de otros cantones sobre sus propios recursos naturales y culturales que deberían ser preservados para promover lugares turísticos dentro de las parroquias y recintos del cantón, posteriormente con la información obtenida se hará un diagnóstico de la situación real y así poder desarrollar la siguiente propuesta **IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING DEDICADAS A PROMOVER Y DIFUNDIR EL TURISMO DEL SECTOR RURAL DEL CANTON MILAGRO**, la cual que permita incrementar su reconocimiento de todos los lugares del sector rural de milagro, que estén en condición de brindar productos y servicios turísticos, con lo cual tratara el turismo sostenible para conseguir el desarrollo y la prosperidad equitativa derivada de la actividad turística.

¹ Documental Jaime Rodríguez, 2009

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema:

1.1.1 Problematización:

Milagro considerado como la segunda ciudad más importante de la provincia del Guayas, es un cantón que demuestra tener un desarrollo comercial y económico muy rápido, el cual refleja una imagen de competitividad a diferencia de otros cantones de la provincia, que mediante los proyectos de regeneración urbana, ha logrado resaltar mágicos paisajes urbanos que ahora brillan con luz propia, convirtiéndolos en verdaderos iconos turísticos.

Pero detrás de toda esta realidad existe un problema que es la poca participación turística que sufre la zona rural de Milagro, situación que se refleja en el poco desarrollo de los sectores rurales, es decir parroquias y recintos, a pesar que estas zonas están situadas en un extraordinario espacio geográfico y tener la ventaja de poseer suficientes recursos naturales, históricos y culturales, estos no son debidamente aprovechados para maximizar y difundir la actividad turística que al mismo tiempo promocióne las áreas no turísticas de los campos y exteriores de la ciudad de Milagro.

Sin duda son varios los factores que inciden en el desarrollo turístico de estos sectores como la planeación turística del municipio, las juntas parroquiales, y sobre todo la falta de promoción y difusión turística que necesita el sector rural, todos estos factores de alguna manera está limitando al turismo en general del cantón.²

² Especialista en el tema Lcdo. Ricardo Rodríguez Barcia

1.1.2 Delimitación del Problema:

País: Ecuador

Región: Litoral o Costa

Provincia: Guayas

Cantón: Milagro

Sector empresarial: Turístico

Lugar: Zona Rural de Milagro (parroquias y recintos)

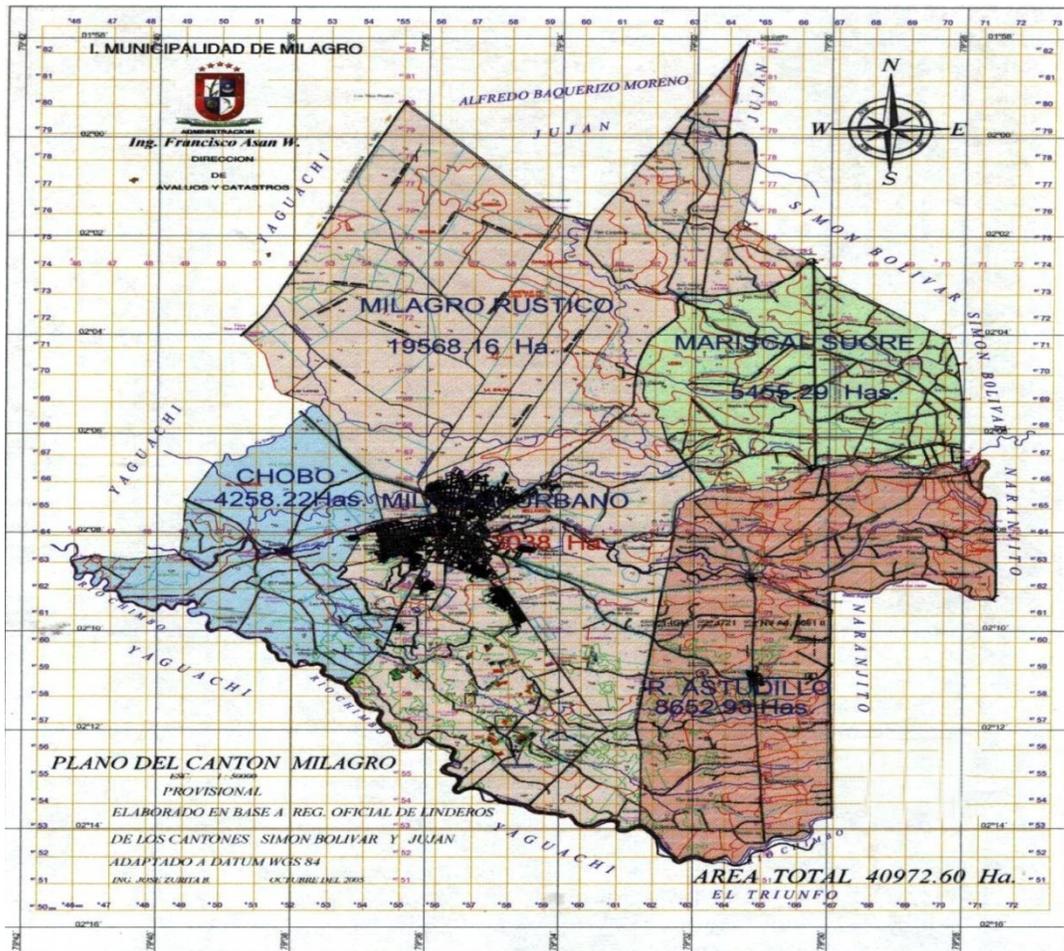


Figura 1 Zona rural de Milagro³

Este cantón se encuentra comunicado con los cantones: Simón Bolívar, Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan), Naranjito, Marcelino Maridueña, Yaguachi, Durán y Guayaquil por una red vial estable. Milagro tiene una superficie de 408,1 Km².⁴

³ Municipio de Milagro

1.1.3 Formulación del Problema:

¿Cómo incide el turismo de la zona rural del Cantón Milagro en el desarrollo social y económico de sus parroquias y recintos?

1.1.4 Sistematización del problema:

- ¿Cómo incide la planificación turística del Municipio de Milagro en el desarrollo de la zona rural?
- La administración de las juntas parroquiales ¿Cómo influye en el progreso turístico de estos sectores?
- La inversión de los pequeños comerciantes y habitantes del sector rural ¿Cómo incide en el desarrollo económico y turístico del sector?
- La preservación de zonas tropicales en la población rural ¿Cómo incide en el turismo del cantón?

1.1.5 Determinación del tema:

TEMA: Análisis del turismo en el sector rural del cantón Milagro y su incidencia en el desarrollo social y económico de sus parroquias y recintos.

1.2 Objetivos:

1.2.1 Objetivo General:

Analizar como incide el turismo de la zona rural de Milagro, en el desarrollo social y económico de sus parroquias y recintos, aplicando técnicas investigativas que permitan conocer la realidad económica y turística de estos sectores.

1.2.2 Objetivos Específicos:

- Deducir cómo incide la planificación turística del municipio de Milagro en el desarrollo de sus parroquias y recintos.

⁴ http://es.m.wikipedia.org/wiki/Cantón_Milagro

- Conocer cómo influye la administración de las juntas parroquiales en el progreso turístico de estos sectores.
- Averiguar cómo contribuye la inversión del pequeño comerciante en el desarrollo económico y turístico del sector rural.
- Demostrar cómo incide la preservación de zonas tropicales de la zona rural en el turismo del cantón.

1.3 Justificación:

1.3.1 Justificación de la investigación:

Considerando que el cantón Milagro es el segundo cantón más importante de la provincia del Guayas debido a su firme desarrollo económico que refleja sobre su población urbana, fundamental que se deba maximizar el impacto económico positivo en la población rural, teniendo en cuenta que el territorio rural de un cantón constituye un elemento esencial para el desarrollo sostenible de una población.⁵

Mediante la presente investigación se podrá realizar un estudio general del turismo en la zona rural de Milagro que permitirá descubrir la realidad de estos sectores y las incidencias que se están manifestando ante el poco desarrollo que presentan gran parte de las parroquias y recintos del cantón, en la investigación se procederá a buscar mediante los métodos posibles toda la información y poder identificar exactamente los factores de este problema, y posteriormente hacer un diagnóstico de la situación y así poder aportar con una propuesta que permita a la zona rural de Milagro incrementar su participación en el turismo sostenible para conseguir el desarrollo y la prosperidad equitativa derivada de la actividad turística.

⁵ Revista Magazine Ecuador 2009

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 Marco Teórico

2.1.1 Antecedentes históricos:

Origen y evolución del turismo

El turismo ha estado presente desde que comenzó la historia de la humanidad. Cuando hablamos de los seres humanos nómadas o sedentarios, hablamos de los primeros turistas.

El turista ha ido cambiando junto con el hombre, de acuerdo a sus necesidades y características, y es esto lo que provoca que el turista incremente cada vez más su importancia mundial.

A lo largo de la historia se encuentran diferentes etapas del turismo, por ejemplo:

- Las exploraciones geográficas para el intercambio comercial, iniciadas en el siglo XV.
- Los viajes migratorios realizados por los conocidos como Transhumantes principalmente para la expansión cultural.
- Los viajes religiosos, conocidos también como peregrinaciones que comenzaron en la edad media.
- Los viajes políticos, entre los cuales se destacan las cruzadas realizadas por la Europa latina cristiana y el sacro imperio romano.
- Los viajes deportivos que empiezan con las Olimpiadas realizadas por los griegos de la antigüedad en honor a los dioses del Olimpo.

A partir del siglo XX los viajes son motivados por la necesidad humana de recreación y esparcimiento, salud, religión, negocios, estudios, acontecimientos

programados (festivales, olimpiadas, etc.) y, como nuevos motivos la aventura en busca de experiencias diferentes y la ecología, buscando lugares naturales alejados de las ciudades contaminadas.⁶

Según informes de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en el periodo 1950-2000 el turismo tuvo un crecimiento promedio del 6.8% anual. La retrospectiva indica que en el año 1950 los movimientos mundiales del turismo fueron de 25 millones de personas generando un gasto de 2.100 millones de dólares mientras que en el año 2000 alcanzó a 637 millones de turistas con un total de ingresos de 527 millones de dólares de ingresos. Entre 1990-2001 el nivel promedio de crecimiento del turismo internacional fue del 72.7%

El turismo mundial hasta el año 2005 marcaba un crecimiento del 4.5%, para los próximos años se tenía la expectativa de cómo sería el crecimiento de la actividad turística, según el Barómetro de la Organización Mundial de Turismo en el 2007 mediante datos estadísticos confirmo que la actividad turística excedió las expectativas, la actividad turística había tenido un crecimiento del 6 %, convirtiéndose en un nuevo record para la industria turística.

El turismo mundial creció un 4% en el 2012, alcanzando la cifra récord de 1.035 millones de llegadas de turistas internacionales.

En cuanto a las previsiones de la OMT para el turismo en 2013, se estima que se va producir un crecimiento de entre el 3 y el 4 por ciento, con una ligera ralentización respecto a los datos de 2012.

A nivel local, Ecuador ha desarrollado una eficiente gestión para ser parte activa del sector turístico, tan solo en el 2011, la industria generó un ingreso de 1.2 billones de dólares, registrando un el crecimiento del 15%. En la primera mitad del

⁶ <http://florencianurblogspot.com/2011/02/origen-y-evolución-del-turismo>

año 2012 los recursos provenientes del desarrollo turístico alcanzaron cerca de 460 millones de dólares, lo que demuestra que el turismo en Ecuador es un sector en franco crecimiento.⁷

Antecedentes de Milagro

Milagro es una zona tropical y fue habitada desde hace miles de años por numerosa población aborígen perteneciente a la cultura Cayapa Colorado. Estos no solo ocupaban lo que hoy es el cantón Milagro sino, también lo que hoy son las provincias de Los Ríos y el Guayas.

Milagro situada a 30 kilómetros de Guayaquil y llamada así en honor a su patrono San Francisco de Asís, quien a decir de los historiadores fue causante del milagro que en 1784 curó del paludismo a la esposa del entonces oidor de la Real Audiencia de Quito, Miguel de Salcedo, es la segunda ciudad del Guayas e intenta ir a la par de las grandes urbes.⁸

Aspecto Económico

El progreso que ha tenido el cantón, lo ha llevado a ser considerado como el segundo cantón de mayor desarrollo dentro de la provincia del Guayas, con una población económicamente activa del 42.9% y con una tasa de analfabetismo mínimo.

Entre las principales actividades que tienen la población económicamente activa del cantón están: la agricultura y el comercio. La actividad agrícola del cantón está basada principalmente en la producción de piña y caña de azúcar seguido de la producción de arroz, banano, café, cacao, plátano y toda clase de frutas tropicales. En cuanto al comercio su actividad se centra en la cabecera cantonal donde una gran parte de la población se dedica a la venta de productos primarios ya elaborados.

⁷ <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-muestra-un-crecimiento>

⁸ <http://historiacantonmilagro.wordpress.com>

Conocida como la tierra de las Piñas, Milagro se erige más progresista de la provincia y por tanto una de las de mayor atractivo, gracias a la intensa actividad económica que generan los cultivos de piña, de caña de azúcar con ingenios incluidos, y los viveros de plantas ornamentales con más de 80 especies nativas de la Costa que visten la naturaleza del Cantón.

Aspecto Urbano

Milagro cuenta con hoteles de primera y centros de diversión, entre ellos, los hoteles Carso Inn (cinco estrellas), Neón, Astoria, Suite Don Juan, restaurantes como el Rodeo y el Gaucho, además de discotecas, centros nocturnos, bares casinos y canchas deportivas.

Así, Milagro que pese al modernismo sigue atesorando vestigios arqueológicos como las Tolas de la cultura Milagro Quevedo en el sector de la hacienda Jerusalén, y encantos naturales como sus haciendas dedicadas al agro turismo, ofrece al visitante una ciudad en proceso de regeneración urbana que rescata iconos de la ciudad como el malecón, la Iglesia San Francisco, el puente 17 de Septiembre sobre el río Milagro y el Parque Central, en el cual se levanta el monumento a la piña, todo un arte en escultura. Una ciudad dulce por sus cultivos de caña y su producción azucarera, Milagro se ha convertido en un polo de actividad turística. En los alrededores de la ciudad están asentados los verdes cultivos de caña del ingenio Valdez.⁹

División Política

Políticamente el cantón Milagro se encuentra dividido en 4 parroquias: Milagro, Mariscal Sucre, Chobo y Roberto Astudillo, siendo la parroquia Milagro su cabecera cantonal. Las parroquias Mariscal Sucre, Chobo y Roberto Astudillo conforman el área rural del cantón mientras que la parroquia Milagro por ser de mayor extensión territorial el Gobierno Municipal decidió dividirla en: Milagro

⁹ Repositorio UNEMI, Estudio de factibilidad para la aplicación de estrategias de marketing al turismo de la ciudad de milagro

Urbano y Milagro Rustico para así tener una mejor administración. (Véase Figura 1). Las parroquias rurales están conformadas por recintos mientras que la parte urbana de la parroquia Milagro está conformada por grandes sectores barriales llamados también ciudadelas (véase Cuadro 1).

Cuadro N° 1. División política del cantón Milagro¹⁰

PARROQUIAS	RECINTOS/CIUDADELAS
MARISCAL SUCRE	Los Aguacates, La Unión, La Garganta, Pino leal, Jején, Mata de Plátano, La Carolina, San Francisco, Estero Verde, La Libertad, Los Palmares, Finca Sánchez, Vuelta del Piano 2, La Lejía 2, Las Maravillas 1, Las Maravillas 2, Carrizal
CHOBO	El Paraíso, Rancho del Sol, Las Palmas, Cristalina, Cerecita, Puente de Chimbo, Los Monos, Las Palmas 2, Avispas Central y Miraflores.
ROBERTO ASTUDILLO	San Francisco, San Antonio, Guadalupe, Vuelta de Piano, Mango de Jején, Venecia Central, Chimbo de Venecia, La Florida, Barcelona, Campamento, Flor de Bastión, El Guabo, Isla de Los Monos, Cristo de Consuelo, Linderos de Venecia, Manantial, Papayal, Galápagos y Córdova.
MILAGRO RUSTICO	Elsita, La Chontilla, banco de arena, San José, El edén, El Progreso, El Triunfo, Los Ceibos, Manabí Chico, Las Piñas, Barcelona, Las Pilas, Río Chimbo, Panigón, 10 de Agosto.

Elaborado por: Tony David Tapia Noboa

¹⁰ Fuente: Municipio de Milagro

Aspecto Turístico

El turismo en Milagro empezó a darse con la llegada del tren, donde vagones repletos de turistas nacionales y extranjeros en menor proporción se aventuraban a recorrer los rincones del Ecuador por distintos motivos, principalmente el comercial. Con el pasar del tiempo Milagro fue evolucionando como ciudad turística gracias a la actividad comercial que en ella se generaba a diario y en donde una gran parte de la población comercial proviene de otros sectores del país.¹¹

Oferta gastronómica: Fritada en la vía Milagro-Naranjito

La fritada es un plato típico de la sierra, servido generalmente con granos de mote, chifles de plátano y muchas veces bañado con salsa criolla hecha a base de cebolla colorada, pimienta y tomate curtido con limón y sal que puede ser bien acompañado con ají y cerveza fría.

El sitio donde se lo vende es un punto de referencia turística, un puesto de comidas típicas reconocido y además, un sitio estratégicamente ubicado en una de las zonas de mayor potencial turístico del cantón pues es la puerta de entrada y salida hacia el sector de los viveros forestales, varias áreas abiertas para la práctica del ecoturismo en la zona de la parroquia Roberto Astudillo y la vía que dirige a los cantones Naranjito y principalmente Bucay que puede convertirse en el mejor de los aliados estratégicos del desarrollo del turismo en Milagro.

Actualmente el sector no presenta condiciones adecuadas para aprovecharlo como recurso turístico debido a la marcada relación entre virtudes y defectos que tiene. Sin embargo es importante que sea considerada para futuras inversiones de regeneración y adecuación de infraestructura.

¹¹ Fuente: <http://www.turismo.gob.ec/ecuador>

Ladrilleras artesanales

La fabricación artesanal de ladrillos a servicio de la comunidad local se convierte en uno de los referentes artesanales más importantes de la ciudad debido a las insuficientes fuentes de trabajos de este tipo. Los productos resultantes de esta actividad se venden con mucha aceptación en la comunidad milagreña, aunque como todo trabajo artesanal, no es bien retribuido.¹²

Elaborados artesanales en trapiche a motor

Existe un trapiche a motor ubicado en el Rcto. Los Tubos de la parroquia rural Mariscal Sucre que funciona actualmente elaborando diferentes derivados de la caña como alcohol y panelas que pueden venderse en los diferentes mercados populares de los cantones circundantes, en la sierra y en Guayaquil a un precio atractivo según la demanda.

El propietario es además el único dueño del balneario Los Tubos, un pequeño riachuelo de agradable entorno preferido por las personas de los alrededores.-El sitio está ubicado en la vía Mariscal Sucre - cantón Simón Bolívar. Entre otros servicios, el dueño del local ofrece un par de mesas de billar, expendio de comidas durante los fines de semana únicamente y bebidas alcohólicas y no alcohólicas acompañadas de música permanente para animar el ambiente.

Cuadro N° 2 Los recursos naturales

Categoría	
Recursos naturales.	
Sub-categoría	Atractivos
Bosques	<ul style="list-style-type: none">• Sectores de los recintos Los Monos, Barcelona, Venecia Central, Los Huaques, Piñuelal, Linderos de Venecia y Flor del Bosque.• Además, la zona de la hacienda de Los Hernández en la parroquia Mariscal Sucre.

¹² Municipio de Milagro, Plan de Desarrollo Turístico Sustentable, Abril del 2009, autor Daniel Rodríguez.

Ríos y esteros	<ul style="list-style-type: none"> • Sector de las dos bocas: unión del río Venecia con el río Milagro en la zona del hospital 100 camas vía Milagro - Rcto. Las Cataratas. • Represa del río Venecia por el sector del Reto. La chontilla.
Playas de río y balnearios	<ul style="list-style-type: none"> • Playa de las 100 camas. • Playa del río Milagro en la parroquia Mariscal Sucre. • Playa en el Rcto. Venecia Central sobre el estero Papayal. • Playa sobre el estero de Los Monos. • Rcto. Las Cataratas sobre el río Milagro.
Humedal	<ul style="list-style-type: none"> • Humedal en la parroquia Mariscal Sucre Hda. Flia. Hernández.
Flora	<ul style="list-style-type: none"> • Especies de flora en los viveros de la vía Milagro - Mariscal Sucre. • Canteros de caña de Valdez y además plantaciones de banano y pina.
Fauna	<ul style="list-style-type: none"> • Varias especies de aves.
Paisajes	<ul style="list-style-type: none"> • Sector de la parroquia Mariscal Sucre: zonas de monocultivo de caña y áreas de vegetación espesa. • Sector de la parroquia Chobo: canteras de monocultivo de caña. • Vía Milagro - Rcto. Las Cataratas, sector del Hosp. 100 camas.

Bosques secundarios en el sector rural

Los remanentes de bosques secundarios ubicados en distintos recintos de las diferentes parroquias del cantón pueden significar un serio aporte eco turístico de importantes proporciones si se los maneja adecuadamente en base a programas de reforestación que provoquen un realce en la calidad ambiental de la zona cantonal.

Las áreas verdes al interior de la ciudad de Milagro son escasas y el monocultivo de las áreas circundantes no aporta mayormente a la purificación del aire ciudadano

que a diario se llena de humo de monóxido provocado principalmente por el parque automotor.

Más aún en época de zafra, por el humo proveniente de las calderas de quema de bagazo resultante del proceso de industrialización del azúcar.

Aunque el estado de conservación actual de los bosques es técnicamente desconocido, aparentemente sí se puede presentar el caso de que sean aprovechados de mejor forma debido a la cantidad de especies de árboles y otra vegetación importante. Muchas de las especies son características del bosque seco tropical, un ecosistema rico en diversidad, aunque en la actualidad impere uno de otro tipo pero de gran valor ecológico también.¹³

Bosque en la Hda. Los Hernández - Mariscal Sucre

La hacienda de la familia Hernández cuenta con un singular panorama verdoso de gran espesura y agradable apariencia por encontrarse junto al humedal provocado por minas de lastre que anteriormente servían para readecuar carreteras o para la construcción de edificios principalmente en Milagro.

Actualmente el sitio está en buen estado y no se ha alterado su original forma lo cual representa para el turismo una gran oportunidad para adecuar el sitio y convertirlo en un interesante destino en beneficio de sus dueños, de la parroquia Mariscal Sucre y en general de la comunidad milagreña dado que esto generaría la afluencia de turistas que se está programando recibir.

Sector de las dos bocas

Es el sector de encuentro entre el río Milagro que viene con mayor corriente y el río Venecia. Las características del primero son que el agua es de color café pardo

¹³ Municipio de Milagro, Plan de Desarrollo Turístico Sustentable, Abril del 2009, autor Daniel Rodríguez.

mientras el segundo, tiene una coloración verde azulado. El entorno del sector en mención es muy natural y se encuentran muchas especies de árboles y aves.

La forma de ingreso es a través de un túnel natural creado por caña guadua aunque no es descubierto con facilidad pues se requiere de personas (guías) que conozcan el área. Abundan los mosquitos y mariposas y actualmente el sitio no es adecuado para una escala turística debido a las condiciones del clima y del suelo.¹⁴

Represa del río Venecia, sector Reto. La Chontilla

Es un sitio de agradable paisaje, temperatura y clima. El entorno lo comprenden distintas especies de árboles y arbustos rodeados de extensas canteras de monocultivo de caña. Para llegar al sitio es necesario atravesar un sendero que dura 20 minutos aproximadamente y la única forma de llegar es caminando. Se requiere la supervisión y guía de un poblador de la zona (disponibles en el recinto La Chontilla] debido a que el sitio tiene fama de no ser tan seguro.

El atractivo del sitio es el paisaje y el agradable sonido del agua mientras baja por el dique de concreto. A esto se debe agregar el espectáculo natural que genera la presencia de peces de diversos tamaños que buscan nadar contra la corriente saltando una escalinata de cinco niveles. La temperatura del agua es muy agradable aunque se desconoce la calidad del agua.

Playas de río y balnearios

Son sitios exclusivamente recreativos. Es posible encontrar una playa de río en todo el territorio del cantón con distintos tamaños, formas y características pues, para la población local, es una forma común de recrearse especialmente en época

¹⁴ Municipio de Milagro, Plan de Desarrollo Turístico Sustentable, Abril del 2009, autor Daniel Rodríguez

de feriados y durante los fines de semana. Las playas que se han tomado en cuenta para este caso son:

- Playa de las 100 camas.
- Playa del río Milagro en la parroquia Marisca! Sucre.
- Playa en el Reto. Venecia Central sobre el estero Papayal.
- Playa sobre el estero de Los Monos.
- Rcto. Las Cataratas sobre el río Milagro.

Existen dos playas de singular interés: la playa sobre el río Milagro en el sector de la parroquia Mariscal Sucre principalmente y la playa ubicada en el Rcto. Venecia Central de la parroquia Roberto Astudillo.

En el primer caso, la playa ubicada en la parroquia Mariscal Sucre es una de las más concurridas a nivel local y la saturación del Atractivo tiende a ser cada vez peor por la masiva llegada de re creacionistas provenientes de todas partes de la zona.¹⁵

Las Cataratas de Milagro

Dentro de ésta categoría se distingue el balneario de Las Cataratas ubicado en el recinto del mismo nombre. Es una represa que distribuye el caudal del río Milagro por diferentes canales de la zona cuyas aguas son utilizadas para el riego de las plantaciones.

Cuenta con una especial fama dentro de la población local y circundante. El sitio es visitado frecuentemente por pobladores de la zona de Milagro aunque también se registran llegadas desde otros cantones y recintos de la costa, especialmente durante los fines de semana y días feriados. A pesar de esto, las condiciones actuales de los servicios turísticos del sitio, que se limitan a satisfacer el aspecto

¹⁵ Municipio de Milagro, Plan de Desarrollo Turístico Sustentable, Abril del 2009, autor Daniel Rodríguez

de alimentos y bebidas, son inapropiadas para ser aprovechados como recurso o atractivo del cantón.

A nivel municipal existe un proyecto de desarrollo turístico establecido que podría convertir el área en zona de recreación turística. Esto causaría un despunte de gran importancia para la actividad turística local pues la infraestructura a crearse, satisface en gran forma las demandas básicas de visitantes nacionales y extranjeros y se encuentra ubicado en una zona turística estratégica del cantón.

Humedal - Hacienda Familia Hernández

El humedal es una concentración de agua con diferentes orígenes. En el caso del humedal en referencia, pertenece al subtipo de humedal palustre que incluye a los pantanos, marismas, ciénagas, lodazales, vegas, etc., y que encierra en su ecosistema una serie de agentes de flora y fauna de gran importancia para la actividad turística.

Aunque no se cuenta con el dato exacto, un humedal debe tener una profundidad mínima de 6 metros para ser considerado como tal, sobre todo si lo que se persigue es declararlo como una reserva protegida por la ley ambiental del Ecuador o por la ley internacional específica que protege dichos ecosistemas.

En varias visitas realizadas al sitio se ha constatado la presencia de aves, peces, mamíferos y varias especies de reptiles entre ellos la iguana y la lagartija. Además por varios manifiestos de los dueños del sitio, se detecta con frecuencia la presencia de cazadores armados en busca de aves como el pato silvestre y la garza con fines comerciales poniendo en riesgo la integridad física de las personas que habitan en el sector y el equilibrio ecológico que en el sitio se encuentra.

Especies de flora en los viveros forestales

Son especies comerciales que se venden con mayor frecuencia a los municipios de la zona con el propósito de embellecer áreas regeneradas o por regenerar aunque también existe una considerable demanda por parte de familias para el mejoramiento de jardines en residencias sobre todo de la ciudad de Guayaquil.

El evento organizado por la Municipalidad de Milagro "Bienal de Jardines" le da aún más rentabilidad turística al atractivo pues la oferta puede ser aprovechada para combinar la experiencia del turista adecuadamente con actividades acorde a sus necesidades.

Canteros de caña de Valdez y otras plantaciones

Pueden significar alternativas adecuadas para el desarrollo de actividades agro turísticas debido a la gran cantidad de hectáreas existentes de estos monocultivos y además porque en ningún otro cantón del Ecuador se ofrece este recurso potencial para convertirse en producto diferenciador.

A esto podemos sumarle la gran cantidad de especies que habitan en estos ecosistemas pues se convierte en un buen valor agregado.

Avifauna

La variedad de especies encontradas visualmente en todo el territorio cantonal, desde los matorrales a orillas del río hasta los cañaverales, hace que el turismo de observación de aves sea uno de los mercados objetivo del presente plan de turismo debido a la gran demanda de productos turísticos de esta naturaleza a nivel mundial, sobre todo los mercados europeos y estadounidenses. Una característica importante de este mercado es que la mayoría de turistas son de la tercera edad y científicos.

El número de aves que se logran ver con facilidad en los alrededores de Milagro es alto e incluso, dentro de la misma ciudad urbana. En las plantaciones o en los espacios baldíos, las aves son una riqueza faunística extraordinaria que se la encuentra en abundancia.

Uno de los sitios más significativos para realizar observación de aves es en el humedal de la finca de Los Hernández, parroquia Mariscal Sucre.

Debido a este desarrollo se decidió elaborar un diagnóstico del sistema turístico del cantón Milagro con el fin de determinar estrategias que ayuden a su desarrollo turístico.¹⁶

Actualmente el cantón Milagro es un Municipio descentralizado y está en capacidad de aprovechar dichos beneficios a través de la creación y ejecución de proyectos turísticos específicos que beneficien a la población local y que obedezca a la satisfacción de sus necesidades por medio de los programas de Plan de Desarrollo Turístico Sostenible.

El Municipio de Milagro firmó un convenio de desarrollo con la firma consultora Mundo Verde MDRRS.A. con el propósito de elaborar el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible de Milagro que contempla la creación del departamento municipal de turismo, el inventario cantonal de atractivos turísticos urbanos y rurales, la definición de objetivos y metas, incluyendo el análisis FODA, y una aproximación a la campaña comunicacional que deba llevarse a cabo posteriormente.

2.1.2 Antecedentes referenciales:

TÍTULO DEL PROYECTO:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING AL TURISMO DE LA CIUDAD DE MILAGRO”

¹⁶ Municipio de Milagro, Plan de Desarrollo Turístico Sustentable, Abril del 2009, autor Daniel Rodríguez

**Proyecto de grado previo a la obtención del título de: Ingeniería Comercial,
Mención en Gestión del Talento Humano**

Autoras: Mogollón Tarco Marcela Sabina, Bustos Batallas Angélica María

Conclusión del Proyecto:

Gracias a los estudios realizados en este proyecto se llegó a la conclusión de que los pocos sectores donde se desarrolla el turismo no existe una verdadera cultura turística por parte de los pobladores y autoridades en general, por esta razón, es muy difícil que el cantón obtenga mejores ingresos derivados de esta actividad.

En general la actividad turística tanto en el Ecuador como en el cantón Milagro, tiene grandes posibilidades de desarrollo siempre y cuando se realice una intensiva campaña para lograr el reconocimiento del cantón como un destino importante en la provincia.

Los resultados arrojados por el proyecto muestran un resultado positivo tanto para la rentabilidad del mismo así como para la economía del cantón, pase al lento crecimiento del sector que se ha dado hasta ahora y que necesita de la decisión y el apoyo de las autoridades así como de todos los milagreños que forman parte de él.

Se puede recalcar que la ejecución de un plan de mercadeo para incentivar el desarrollo del turismo en Milagro trae muchos beneficios.

TÍTULO DEL PROYECTO: “EL TURISMO RURAL COMO ESTRATEGIA DE
DESARROLLO SOSTENIBLE”

Tesis presentada como requisito parcial para optar al título de:

**Magister en Ciencias Agrarias con énfasis en Desarrollo Empresarial
Agropecuaria**

Caso Municipio de La Mesa (Cundinamarca)-Colombia

Autora: Juliana Andrea Combariza González

Fuente: http://www.bdigital.unal.edu.co/7290/1/790705_2012.pdf

Resumen:

Se determinó el aporte del turismo rural en el cambio del estado de desarrollo de los habitantes del municipio de La Mesa (Cundinamarca), bajo el enfoque de “desarrollo humano sostenible”. Se elaboró una revisión de los conceptos: medio rural, turismo, turismo rural, desarrollo y sostenibilidad que permitió enmarcar la investigación. Con la Metodología de Sistemas Suaves adaptada de Checkland se construyó un modelo ideal de un turismo rural que contribuyera al “desarrollo humano sostenible”. El modelo se contrastó con lo encontrado en el Municipio, donde, a través de la misma metodología en conjunto con la “inmersión social” se caracterizó el sistema turístico de la Mesa en el momento de la investigación. Al realizar el análisis se evidenciaron conflictos originados por las cosmovisiones divergentes sobre el turismo rural en el territorio, de diferentes grupos de actores locales interesados o afectados por la actividad turística. Se encontró que en el municipio no existía un sistema de turismo rural claramente delimitado y que el modelo de turismo que se realizaba no estaba contribuyendo al desarrollo sostenible de sus habitantes de manera generalizada.

Documento: PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN EL SECTOR RURAL DE BARCELONA

Diseño de proyecto previo a la obtención del título de:
Ingeniero comercial, Mención finanzas

Autores:

AREVALO BARAHONA VERONICA LUCIA
FUENTES BARAHONA ROSA MARIA

Resumen del proyecto:

El presente proyecto se enfoca a las diferentes necesidades que tienen los pobladores del Recinto Barcelona debido a que no hay lugares de esparcimiento y diversión, también tiene mucho que ver la poca atención por parte del municipio, el

cual no tiene interés en invertir en el mismo, que contribuyan al mejoramiento del turismo en dicho Recinto. Con la finalidad de conocer la opinión de los usuarios, se realizó una investigación de mercado a los habitantes de la Ciudad de Milagro y el resultado que se obtuvo fue muy interesante, la encuesta piloto demostró que el 94.41% de la población quería que el recinto Barcelona tuviera un complejo turístico y solo un 5.59% no estaba de acuerdo con la implementación del mismo, esto se ratificó con la encuesta realizada a nuestro grupo objetivo lo cual demostró que el Complejo Turístico “Barcelona” si tendría aceptación y se ubicaría en el Recinto Barcelona. A fin de ganar una mayor participación de mercado

El turismo es medio de desarrollo sostenible en el Ecuador, como fenómeno social tiene un gran impacto en el crecimiento social y cultural de un pueblo, tanto aquel que exporta turismo, como el que lo recibe.

2.1.3 FUNDAMENTACIÓN

Amplios son los debates acerca de la importancia de las áreas rurales en el planeta. Hoy, el mundo vuelca la mirada hacia éstas por diferentes motivos: la disminución de la frontera agrícola mundial y su relación con la provisión de materias primas y alimentos; la oferta de servicios ambientales, sociales y culturales que se ven como solución a algunas problemáticas de las urbes; y, las amplias brechas económicas, de mercado, de infraestructura y de servicios públicos, por enumerar solo algunas, que hay entre las zonas rurales y urbanas. A pesar de la importancia estratégica que en el mundo tiene lo rural es notable el desmejoramiento de las condiciones de vida de los habitantes rurales.

Es creciente la preocupación sobre el deterioro de las condiciones de vida de las personas que habitan los espacios rurales, lo cual ha generado múltiples propuestas de estrategias para promover su “desarrollo”. El Turismo Rural (TR) es una de estas tácticas y el tema central de esta investigación, específicamente el TR como “motor” de desarrollo sostenible en los territorios rurales.

Si bien son reconocidos los impactos positivos que puede generar el TR en las poblaciones rurales como: la diversificación de los ingresos, la reducción de los flujos de migración, la revaloración de lo cultural y social; este no puede tratarse como solución mágica a los problemas que viven estos actores. El tema debe ser tratado con cautela, dado que muchas formas de turismo (y el TR lo es), más que ayudar a superar la problemática ha traído consecuencias indeseables en algunas comunidades locales donde se ha implementado.¹⁷

Fundamentación Científica

El turismo rural es una actividad turística que se realiza en un espacio rural, habitualmente en pequeñas localidades (menores a los 1.000 o 2.000 habitantes) o fuera del casco urbano en localidades de mayor tamaño.

Las instalaciones suelen ser antiguas masías y caseríos que, una vez rehabilitados, reformados y adaptados, suelen estar regentados familiarmente, ofreciendo un servicio de calidad, en ocasiones por los mismos propietarios.

El Turismo rural genera un conjunto de relaciones humanas resultantes de la visita de turistas a comunidades campesinas; aprovechando y disfrutando el ambiente, los valores naturales, culturales y socio-productivos. La incorporación de la actividad turística al sector rural ha despertado gran interés porque atiende una demanda en crecimiento, ocupa factores ociosos (mano de obra y capital), y evita el éxodo del campo incorporando a la mujer y a los jóvenes como protagonistas.

Una de las características comunes a los desarrollos turísticos y agrarios en América Latina es que no suelen recibir subsidios ni apoyos estatales, constituyendo una actividad económica que se autofinancia.

El agroturismo ofrece actividades relacionadas con el mundo agrario y rural: alimentación con productos de cosecha propia, alquiler de caballos y viajes en carro.

¹⁷ <http://ec.europa.eu/agricultura/rural/touris>

El turismo rural se subdivide en:

- Agroturismo: Cuya finalidad es mostrar y explicar al turista el proceso de producción en los establecimientos agropecuarios. El agroturismo es una modalidad de oferta turística que consiste en alojarse en casas rurales, de aldea, etc., bien alquilando toda la vivienda con una serie de servicios, bien una habitación o espacio de la misma. Los propietarios ofrecen actividades relacionadas con el mundo agrario y rural: alimentación con productos de cosecha propia, alquiler de caballos, práctica de deportes de riesgo, escuela de ecología, viajes en carro o cursos de cocina artesanal.
- Rutas Alimentarias: Las comidas típicas que el turista encuentra en durante el recorrido de un sector turístico.
- Turismo de Aventura: Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas, esencialmente asociada a un estado psicológico y a la participación en actividades físicas mientras se enfrentan los desafíos y riesgos de un determinado escenario ambiental.
- Turismo Deportivo: Es un tipo de actividad que se practica generalmente en el ámbito rural (Ej.: pesca deportiva, caza, ciclo turismo, etc.).
- Ecoturismo comunitario: Forma de turismo sostenible en la cual la comunidad local participa activamente en la gestión y desarrollo del emprendimiento eco turístico.
- Etnoturismo: Busca esa necesidad de los turistas por rescatar esas culturas ancestrales, dentro de su propio paradigma, encontrar y conocer esas claves milenarias que transportan a los orígenes del ser humano en este mundo; que

se encuentra en la búsqueda de vestigios históricos que logren encadenar recuerdos rotos por el mismo hombre.

Fundamentación Sociológica

La sociología que estudia el comportamiento del individuo en todas sus facetas, también lo estudia en su tiempo libre dedicado al ocio y especialmente a las actividades turísticas y de viaje, esto significa que estudia el rol del individuo cuando representa el papel de turista y cuando es demandante de servicios y productos turísticos.

También estudia el papel del individuo cuando desempeña el papel de oferente o prestador de servicios turísticos.

Fundamentación Legal

CONSTITUCIÓN 2008¹⁸

Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades

Art. 56.- Las comunidades, pueblos, y nacionalidades indígenas, el pueblo afro ecuatoriano, el pueblo montubio y las comunas forman parte del Estado ecuatoriano, único e indivisible.

Art. 57.- Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:

1. Mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social.
2. No ser objeto de racismo y de ninguna forma de discriminación fundada en su origen, identidad étnica o cultural.

¹⁸ www.mmrree.gob.ec/ministerio/constitucion/2008

3. El reconocimiento, reparación y resarcimiento a las colectividades afectadas por racismo, xenofobia y otras formas conexas de intolerancia y discriminación.
4. Conservar la propiedad imprescriptible de sus tierras comunitarias, que serán inalienables, inembargables e indivisibles. Estas tierras estarán exentas del pago de tasas e impuestos.
5. Mantener la posesión de las tierras y territorios ancestrales y obtener su adjudicación gratuita.
6. Participar en el uso, usufructo, administración y conservación de los recursos naturales renovables que se hallen en sus tierras.
7. La consulta previa, libre e informada, dentro de un plazo razonable, sobre planes y programas de prospección, explotación y comercialización de recursos no renovables que se encuentren en sus tierras y que puedan afectarles ambiental o culturalmente; participar en los beneficios que esos proyectos reporten y recibir indemnizaciones por los perjuicios sociales, culturales y ambientales que les causen. La consulta que deban realizar las autoridades competentes será obligatoria y oportuna. Si no se obtuviese el consentimiento de la comunidad consultada, se procederá conforme a la Constitución y la ley.
8. Conservar y promover sus prácticas de manejo de la biodiversidad y de su entorno natural. El Estado establecerá y ejecutará programas, con la participación de la comunidad, para asegurar la conservación y utilización sustentable de la biodiversidad.
9. Conservar y desarrollar sus propias formas de convivencia y organización social, y de generación y ejercicio de la autoridad, en sus territorios legalmente reconocidos y tierras comunitarias de posesión ancestral.
10. Crear, desarrollar, aplicar y practicar su derecho propio o consuetudinario, que no podrá vulnerar derechos constitucionales, en particular de las mujeres, niñas, niños y adolescentes.
11. No ser desplazados de sus tierras ancestrales.
12. Mantener, proteger y desarrollar los conocimientos colectivos; sus ciencias, tecnologías y saberes ancestrales; los recursos genéticos que contienen la

diversidad biológica y la agro biodiversidad; sus medicinas y prácticas de medicina tradicional, con inclusión del derecho a recuperar, promover y proteger los lugares rituales y sagrados, así como plantas, animales, minerales y ecosistemas dentro de sus territorios; y el conocimiento de los recursos y propiedades de la fauna y la flora.

Se prohíbe toda forma de apropiación sobre sus conocimientos, innovaciones y prácticas.

13. Mantener, recuperar, proteger, desarrollar y preservar su patrimonio cultural e histórico como parte indivisible del patrimonio del Ecuador.

El Estado proveerá los recursos para el efecto.

14. Desarrollar, fortalecer y potenciar el sistema de educación intercultural bilingüe, con criterios de calidad, desde la estimulación temprana hasta el nivel superior, conforme a la diversidad cultural, para el cuidado y preservación de las identidades en consonancia con sus metodologías de enseñanza y aprendizaje.

Se garantizará una carrera docente digna. La administración de este sistema será colectiva y participativa, con alternancia temporal y espacial, basada en veeduría comunitaria y rendición de cuentas.

15. Construir y mantener organizaciones que los representen, en el marco del respeto al pluralismo y a la diversidad cultural, política y organizativa. El Estado reconocerá y promoverá todas sus formas de expresión y organización.

16. Participar mediante sus representantes en los organismos oficiales que determine la ley, en la definición de las políticas públicas que les conciernan, así como en el diseño y decisión de sus prioridades en los planes y proyectos del Estado.

17. Ser consultados antes de la adopción de una medida legislativa que pueda afectar cualquiera de sus derechos colectivos.

18. Mantener y desarrollar los contactos, las relaciones y la cooperación con otros pueblos, en particular los que estén divididos por fronteras internacionales.

19. Impulsar el uso de las vestimentas, los símbolos y los emblemas que los identifiquen.

20. La limitación de las actividades militares en sus territorios, de acuerdo con la ley.

21. Que la dignidad y diversidad de sus culturas, tradiciones, historias y aspiraciones se reflejen en la educación pública y en los medios de comunicación; la creación de sus propios medios de comunicación social en sus idiomas y el acceso a los demás sin discriminación alguna.

Los territorios de los pueblos en aislamiento voluntario son de posesión ancestral irreductible e intangible, y en ellos estará vedada todo tipo de actividad extractiva. El Estado adoptará medidas para garantizar sus vidas, hacer respetar su autodeterminación y voluntad de permanecer en aislamiento, y precautelar la observancia de sus derechos. La violación de estos derechos constituirá delito de etnocidio, que será tipificado por la ley.

El Estado garantizará la aplicación de estos derechos colectivos sin discriminación alguna, en condiciones de igualdad y equidad entre mujeres y hombres.

Art. 58.- Para fortalecer su identidad, cultura, tradiciones y derechos, se reconocen al pueblo afro ecuatoriano los derechos colectivos establecidos en la Constitución, la ley y los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos.

Art. 59.- Se reconocen los derechos colectivos de los pueblos montubios para garantizar su proceso de desarrollo humano integral, sustentable y sostenible, las políticas y estrategias para su progreso y sus formas de administración asociativa, a partir del conocimiento de su realidad y el respeto a su cultura, identidad y visión propia, de acuerdo con la ley.

Art. 60.- Los pueblos ancestrales, indígenas, afro ecuatorianos y montubios podrán constituir circunscripciones territoriales para la preservación de su cultura. La ley regulará su conformación.

Se reconoce a las comunas que tienen propiedad colectiva de la tierra, como una forma ancestral de organización territorial.

Sostenibilidad, conservación, conocimiento del patrimonio natural y fomento del turismo comunitario

Desde el reconocimiento de los derechos a la naturaleza, a partir de las múltiples cosmovisiones de las diferentes culturas y nacionalidades, la pregunta fundamental es ¿cómo vivir bien con justicia social y ambiental dentro de los límites de la naturaleza?

El proyecto político actual, plantea una transición del modelo extractivista, dependiente y desordenado a nivel territorial, a un modelo de aprovechamiento moderado sostenible, utilizando de manera inteligente los espacios disponibles, asegurando la soberanía alimentaria, considerando el crecimiento poblacional, protegiendo el ambiente, evaluando los riesgos por eventos naturales, para poder tomar medidas de precaución y mitigación; democratizando la planificación y la toma de decisiones a los ciudadanos y ciudadanas. Desde esta perspectiva los ejes de trabajo fundamentales que tienen que ser potenciados durante estos primeros cuatro años son los siguientes:

En primer lugar, considerar el patrimonio natural en su conjunto, la conservación y un manejo efectivo y coherente de los espacios naturales, especialmente las áreas protegidas, valorando su altísima biodiversidad. También resulta imprescindible considerar la intervención humana, desde lo comunitario, lo privado y lo público y su nivel de participación.

Un segundo eje de trabajo debe prevenir y enfrentar los niveles de contaminación tanto de los espacios terrestres, acuáticos y atmosféricos, de las zonas urbanas, rurales y marinas. Resulta ineludible también proveer de saneamiento básico a toda la población.

Un tercer eje de trabajo busca incorporar una visión de aprovechamiento económico, pero a su vez contemplar los niveles de corresponsabilidad con los

¹⁹ Plan.senplades.gob.ec

efectos ambientales macro, como el calentamiento global. Bajo esta perspectiva resulta imperioso que las políticas públicas actúen para mitigar los efectos ambientales y de la misma manera, responder con alternativas nuevas o incorporarse a las existentes, un ejemplo es la iniciativa Yasuní – ITT.

Un cuarto eje es el agua considerada como un derecho y un patrimonio nacional. Resulta una obligación para el Estado y la población mantener el ciclo vital del agua, la calidad y la cantidad de la misma; distribuirla equitativamente priorizando el consumo humano, aprovecharla con responsabilidad, y garantizar la calidad ambiental de la misma.

El quinto eje lo constituye el impulso al turismo de naturaleza y especialmente comunitario, como una actividad alternativa que permite aprovechar el valor paisajístico de la naturaleza, generando oportunidades educativas, lúdicas, además de trabajo y redistribución de la riqueza.

2.2 Marco Conceptual

Aborígen: Originario del suelo en que vive. Se dice del primitivo morador de un país, por contraposición a los establecidos posteriormente en él.

Áreas naturales protegidas: Son áreas de propiedad pública o privada, de relevancia ecológica, social, histórica, cultural y escénica, establecidas en el país de acuerdo con la ley, con el fin de impedir su destrucción y procurar el estudio y conservación de especies de plantas o animales, paisajes naturales y ecosistemas.

Atractivos: Comprende todo lugar, objeto y acontecimiento de interés turístico, que motivan al viajero a abandonar su domicilio habitual y permanecer determinado tiempo fuera de él (Boullón, 1996). Se clasifican en culturales y naturales.

Competitividad: La competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La

competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado. El concepto de competitividad se puede aplicar tanto a una empresa como a un país.

Desarrollo sostenible: Se llama desarrollo sostenible aquél desarrollo que es capaz de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer los recursos y posibilidades de las futuras generaciones. Intuitivamente una actividad sostenible es aquella que se puede mantener. Por ejemplo, cortar árboles de un bosque asegurando la repoblación es una actividad sostenible.

Descentralizado: Participio masculino singular del verbo "descentralizar". Traspasar funciones, servicios y atribuciones de la Administración central a corporaciones locales o regionales.

Diversificación: Se conoce como diversificación al proceso por el cual una empresa pasa a ofertar nuevos productos y entra en nuevos mercados, por la vía de las adquisiciones corporativas o invirtiendo directamente en nuevos negocios. Existen dos tipos de diversificación dependiendo de si existe algún tipo de relación entre los negocios antiguos y nuevos de la compañía.

Etnoturismo: Es la que está directamente relacionada con la revalorización de las culturas ancestrales.

Infraestructura: Es la dotación de servicios básicos o de apoyo con los que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas.

Es importante mencionar que estos servicios son de uso múltiple, es decir para la comunidad y los actores inmersos en el turismo.

Planta turística: Es el conjunto de establecimientos donde se ofrecen los servicios turísticos e instalaciones que sirven de apoyo para la realización de actividades turísticas. La planta turística ocupa siempre un espacio físico y recibe también el nombre de oferta.

Preservación: La preservación consiste en el mantenimiento intacto de conjuntos ecológicos dentro de sus ambientes, basándose en el equilibrio biológico.

Recreación: La Real Academia Española define recreación como acción y efecto de recrear y como diversión para alivio del trabajo. Además, encontraremos que recrear significa divertir, alegrar o deleitar. En términos populares a esta diversión también le llamamos entretención. Según esa definición, recrearse necesariamente debe incluir la diversión o el pasarlo bien, con el objetivo de distraerse de las exigencias, especialmente laborales.

Servicios turísticos: Es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística.

Superestructura: Comprende todos los organismos, tanto públicos como privados, encargados de la administración, reglamentación y control del desarrollo de las actividades turísticas. Esta se divide en dos tipos: organizacional y conceptual.

Turismo ecológico: Es una nueva tendencia del turismo alternativo diferente al turismo tradicional, cuyo enfoque son las actividades turísticas en que se privilegia la sustentabilidad, la preservación, la apreciación del medio (tanto natural como cultural).

Turismo industrial: Modalidad alternativa al turismo tradicional, que engloba la visita organizada a empresas en actividad consideradas de interés turístico, tanto por su producto como por su proceso productivo.²⁰

Turismo rural: Es una actividad turística que se realiza en un espacio rural (menores a los 1.000 o 2.000 habitantes), pudiéndose tratar de una localidad

²⁰ www.publirecta.com-diccionariodemarketing

pequeña con muy pocos habitantes o bien de una zona próxima a la ciudad, pero alejada de lo que se considera su casco urbano y que tiene como finalidad la realización de actividades propias del campo o en su defecto encontrarse cerca de ellas para poder apreciarlas

2.3 Hipótesis y Variables

2.3.1 Hipótesis General:

El turismo de la zona rural de Milagro incide en el desarrollo social y económico de sus parroquias y recintos.

2.3.2 Hipótesis Particulares:

- La planificación turística del Municipio de Milagro incide en el desarrollo de la zona rural.
- La administración de las juntas parroquiales influye en el progreso turístico de estos sectores.
- La inversión del pequeño comerciante contribuye en el desarrollo económico y turístico del sector rural.
- La preservación de zonas tropicales en la población rural incide en el turismo del cantón.

2.3.3 Declaración de las Variables:

Hipótesis general

Variable independiente: El Turismo

Variable dependiente: Desarrollo del sector rural de Milagro

Hipótesis particular 1

Variable independiente: Planificación turística del Municipio

Variable dependiente: El desarrollo de la zona rural

Hipótesis particular 2

Variable independiente: La administración de las juntas parroquiales

Variable dependiente :El progreso turístico.

Hipótesis particular 3

Variable independiente: La inversión del pequeño comerciante

Variable dependiente: Desarrollo económico y turístico del sector rural.

Hipótesis particular 4

Variable independiente: La preservación de zonas tropicales

Variable dependiente: Turismo del cantón

2.3.4 Operacionalización de las variables

Cuadro N° 3 MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

VARIABLE	CONCEPTO	INDICADORES
Variable Independiente El Turismo	Conjunto de los medios conducentes a facilitar una Actividad o hecho de viajar por placer.	Afluencia de Visitantes Ingresos por Temporada
Variable Dependiente Desarrollo Rural.	Es un proceso que permite que se produzca el desarrollo sin deteriorar y agotar los recursos de una localidad o sector.	Datos Estadísticos (INEC) Obras Públicas
Variable Independiente Planificación Turística Municipal	Plan general, que ejecuta un municipio, para obtener un objetivo determinado, tal como el desarrollo armónico de una ciudad o pueblo.	Agenda de proyectos en el sector. Ejecución de obras rurales.

Variable Dependiente Desarrollo Rural.	Es un proceso que permite que se produzca el desarrollo sin deteriorar y agotar los recursos de una localidad o sector.	Datos Estadísticos (INEC)
Variable Independiente Administración de las juntas parroquiales	Efecto de administrar, donde el administrador sería cualquier persona asignada a una labor o cargo.	Planificación y ejecución de proyectos
Variable Dependiente Desarrollo económico y turístico del sector rural	Proceso que permite el mejoramiento del nivel económico y la participación turística de un sector.	Situación de los habitantes y su entorno (Entrevista)
Variable Independiente Inversión del pequeño comerciante	Colocación de cierto capital de dinero por parte cualquier persona natural o jurídica en un determinado negocio.	Porcentaje de nuevos negocios (Encuesta)
Variable Dependiente Desarrollo económico y turístico del sector rural	Proceso que permite el mejoramiento del nivel económico y la participación turística de un sector.	Situación de los habitantes y su entorno (Entrevista)
Variable Independiente Preservación de zonas tropicales en la zona rural	Ausencia o deterioro de los recursos naturales y culturales de un sector rural.	Concurrencia de visitantes (observación y encuesta)

Variable Dependiente Participación turística del cantón	Tener parte en las estadísticas de visitas turísticas en puntos destinados a esa actividad.	Porcentaje de visitas turísticas (Encuesta y entrevistas)
---	---	--

Elaborado por: Tony David Tapia Noboa

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo y Diseño de la investigación y su perspectiva general

La metodología es la vía más adecuada para entender el estudio del problema, para llegar a resolverlo, conocer con claridad la realidad y adecuar las necesidades del mercado y las personas. El diseño de investigación es de campo debido a que se obtendrá información directa de un grupo objetivo; también corresponde a una investigación bibliográfica que se ha fundamentado en conseguir información establecida; es decir, características referentes al mercado comunidad, costumbres, atractivos, demanda e infraestructura.

En el diseño del presente proyecto se utilizarán varios tipos de investigación que son parte fundamental para recabar información necesaria, las mismas que se detallan a continuación:

Investigación Documental.- A través de esta investigación se identifica las diferentes fuentes bibliográficas diversas como libros, apuntes, internet y documentos de planificación turística que ayudaron en la elaboración del marco teórico del documento, con el fin de obtener un enfoque general de la situación que presenta las zonas rurales de Milagro con respecto a las incidencias su desarrollo que se estaría dando ante la poca participación turística que desempeñan las parroquias y los recintos de Milagro.

Investigación de Campo.- Esta investigación ayuda a obtener datos reales por medio de encuestas, entrevistas y visitas de campo, se acudió a los diferentes atractivos considerados como turísticos del sector rural del cantón, nos entrevistamos con la Directora del Departamento de Turismo de la Municipalidad de Milagro y con algunos de los habitantes de la ciudad que viven cerca de los lugares de esparcimiento para conocer la postura que tienen frente al desarrollo turístico del cantón. Estos 2 tipos de investigación que hemos aplicado nos van a permitir elaborar las estrategias adecuadas que vamos a plantear en la elaboración de la propuesta.

Investigación Explicativa.-: Mediante este tipo de investigación, se trata de detallar las razones por las cuales se realiza la investigación.

La investigación en curso se orienta a la explicación de la variable independiente (Turismo de la zona rural del cantón Milagro) y la dependiente (Desarrollo socio-económico), lo que demostrará que estas variables si tienen relación sobre la poca participación turística del sector y su retraso en el desarrollo socio económico del cantón.

Investigación concluyente:

Este tipo de investigación permitirá mantener una visión más clara de los cursos de acción a tomar mediante el suministro de información dado por la encuesta que se realizará. Para este efecto se deben analizar algunos factores para realizar este tipo de investigación, como son:

Target: Para realizar esta encuesta se debe definir a que personas va a ser dirigida la encuesta de acuerdo a las necesidades de información, para de esta manera obtener resultados acordes a la situación que se quiere estudiar.

Así tenemos que los participantes de la encuesta deben ser hombres y mujeres mayores de edad, pueden ser de cualquier nivel socioeconómico y su ocupación es indiferente.

Diseño de encuesta

El cuestionario consta de 15 preguntas las cuales tratan por un lado de un ámbito general de los gustos y preferencias de los turistas y por otro lado sobre los atractivos del cantón. (Véase Anexo A)

Diseño de investigación

El estudio propuesto se adecuó a los propósitos de la investigación cuasi-experimental, en función de los objetivos definidos en la presente investigación, donde se evaluará la situación turística de la ciudad y la especificación de algunas estrategias para mejorar el desarrollo turístico de la misma.

3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA

3.2.1 Características de la población

Población: 166.634 Habitantes (CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA - 2010)

Área urbana: 133.508 Habitantes

Área rural: 33.126 Habitantes

Edad promedio: 29 años

SITUACIÓN.- La ciudad está ubicada a una altura de 13 metros sobre el nivel del mar; tiene una temperatura promedio anual de 25° C; se extiende hacia el Este de la provincia del Guayas y se encuentra a 46 Km. de la ciudad de Guayaquil

LÍMITES:

Norte con los cantones Yaguachi, A. Baquerizo Moreno (Jujan) y Simón Bolívar.

Sur con los cantones Yaguachi y Naranjito

Este los cantones Simón Bolívar y Naranjito

Oeste con Yaguachi

Parroquias rurales.- Milagro, Chobo, Cinco de Junio, Mariscal Sucre (Huaques) y Roberto Astudillo.

Parroquias urbanas.- Chirijo, Cnel. Enrique Valdez, Camilo Andrade y Ernesto Seminario.

NOTA: este artículo está publicado en el periódico "identidad" de la fundación cultural miguel Aspiazu Carbo– archivo histórico del guayas; abril 2008.²¹

El cantón Milagro se encuentra a 46 Km de Guayaquil, donde limita con cantones como: Yaguachi (Norte y Oeste), Naranjito (Sur), Simón Bolívar (Este). Con parroquias rurales como: Chobo, Cinco de Junio, Mariscal Sucre y Roberto Astudillo, posee una superficie de 401.1 Km² y una población de aproximadamente 166.334 habitantes.

3.2.2 Delimitación de la población

Para el desarrollo de la investigación, el universo será todo el territorio de la parroquia Roberto Astudillo, dicha población en su gran mayoría se a actividades agrícolas y otra gran parte son propietarios de pequeños negocios, puesto que gran porcentaje de este territorio comprende solo vegetación y el otro porcentaje restante corresponde las urbanizaciones de parroquias y recintos, que según las cifras en el último censo 2010 esta parroquia está conformada por 10.823 habitantes.

CANTÓN	PARROQUIA	URBANO	RURAL	Total
MILAGRO	CHOBO	-	5,421	5,421
MILAGRO	MARISCAL SUCRE (HUAQUES)	-	5,365	5,365
MILAGRO	MILAGRO	133,508	11,517	145,025
MILAGRO	ROBERTO ASTUDILLO	-	10,823	10,823
MILAGRO	Total	133,508	33,126	166,634

3.2.3 Tipo de muestra

En la presente investigación utilizaremos la muestra no probabilística de este modo seleccionaremos a los individuos u objetos por causas relacionadas a la misma.

²¹ <http://historiacantonmilagro.wordpress.com/sintesis-historica-del-canton-milagro>

3.2.4 Tamaño de la muestra

Para el tamaño de la muestra se escogió la población de la parroquia Roberto Astudillo, se razón por la que se escogió a esta parroquia para la muestra a la gran cantidad de habitantes que suma en total las cuatro parroquias del cantón Milagro, y al trabajar solo con una parroquia facilitará la recopilación de datos y permitirá ahorrar gran cantidad de tiempo.

La muestra se compone de 10.823 habitantes según datos sacados del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)

Figura 2: Planteo de fórmula: Población finita²²

$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + pq}$	Simbología n = Tamaño de la Muestra N = Tamaño de la Población p = Posibilidad de que ocurra un evento, p=0,5 q = posibilidad de no ocurrencia de un evento, q = 0,5 E = Error, se considera el 5%; E = 0,05 Z = nivel de confianza, que para el 95%, Z = 1,96
---	---

Donde:

<p>n: ? =370.65</p> <p>N: 10.823</p> <p>P: 0.5</p> <p>Q: 0.5</p> <p>E: 0.05</p> <p>Z: 1.96</p>	$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + pq}$ $n = \frac{10823(0.5)(0.5)}{\frac{(10823-1)0.05^2}{1.96^2} + (0.5)(0.5)}$
--	---

²² Reglamento para la presentación del diseño, ejecución y sustentación del proyecto de investigación

$$n = \frac{2688.23}{7.05 + 0.25}$$

$$n = \frac{2688.23}{7.30}$$

n= 368

El uso de la formula llevó a un resultado de 368 encuestas, las cuales se las realizara en la parroquia Roberto Astudillo debido a que es un sector rural con posibilidades de desarrollo turístico por contar con atractivos similares al otras parroquias como el balneario las cataratas.

3.2.5 Proceso de selección

Para la selección de la muestra se requiere contar con pasos que son fundamentales para describir las personas o lugares adecuados que serán objeto de estudio en la investigación.

Para este proyecto se determino que el segmento al que va dirigido tiene las siguientes características:

- ✓ Hombres y mujeres habitantes de los puntos visitados por turistas
- ✓ Edad 25 a 40 años
- ✓ Visitantes internos o externos al territorio del cantón de 18 años a 40 años.
- ✓ Toda persona que domine el tema del turismo en el cantón Milagro

3.3 LOS METODOS Y LAS TECNICAS

3.3.1 Método Teórico

Inducción - Deducción

La población del sector rural de Milagro necesitan distracción, relajación, piscinas, deportes, disfrutar de lo natural (rio, flora y fauna). Dado a conocer estas

características se requiere una mayor participación turística del sector rural, en lo cual la combinación de ambos métodos significa la aplicación de la deducción en la elaboración de hipótesis y la aplicación de la inducción en los hallazgos, debido a que la Inducción y la deducción tienen mayor objetividad cuando son consideradas como probabilísticas.

El método histórico Se aplicará en la investigación para analizar los inicios del problema a investigar y como se ha venido desarrollando a través del tiempo.

Se aplica el método deductivo, al plantear supuestos que luego con la aplicación de hipótesis serán concretados.

El método hipotético se lo utilizará para determinar los causales y consecuencias del problema del cual se va a investigar.

3.3.2 Métodos Empíricos fundamentales

Observación

Se realizó una observación del problema de la poca participación turística que existe en el perímetro rural del cantón Milagro con la finalidad de observar las condiciones económicas, sociales y culturales de la zona.

3.3.3 Técnicas e instrumento

Visita de campo

Se realizaron viajes con el propósito de indagar si el recinto reúne las condiciones para desarrollar el complejo turístico.

Encuesta

Este método se aplica al proyecto, porque es aplicable a una muestra pequeña de la población, recoge gran cantidad y variedad de información, en un tiempo relativamente breve, con cierta facilidad a bajo costo, suministra una información empírica, válida, confiable y realiza con rápido procesamiento estadístico.

También es un método empírico complementario de investigación que supone la elaboración de un cuestionario, cuya aplicación masiva permite conocer las

opiniones y valoraciones sobre determinados asuntos que poseen los sujetos (encuestados) seleccionados en la muestra.

La entrevista, es la comunicación interpersonal establecida entre investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el tema propuesto. La misma que nos permitió conseguir información necesaria respecto a los lugares turísticos de la ciudad, los seminarios que se realizaron para mejorar la atención a los turistas.

Estudio Documental:

Será documental porque se tomará información de libros, de revistas, internet, documentos históricos y otros medios que sirvan de ayuda para nuestra investigación.

3.4 PROPUESTA DE PROCESAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACION

El Proceso de esta investigación lo vamos a realizar por medio de entrevista la cual se iniciará a través de una conversación seria que tiene como propósito información relevante sobre la problemática planteada. También se realizarán encuestas a los habitantes de algunos lugares específicos del sector, para posteriormente procesarla y analizarla.

Así los datos obtenidos deben responder a las hipótesis y objetivos previamente planteados, además se procesará la información a través del programa Excel a su vez esta información se la procederá a tabular y presentarlas mediante tablas estadísticas y gráficos como barras, pasteles, histogramas y columnas que explicaron de forma clara los movimientos que tienen las variables estudiadas, permitiendo comprobar las hipótesis que se habían planteado.

Después de haber presentado la información a través de cuadros se procederá a realizar un análisis de estas variables.

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

El cantón Milagro ciertamente ha demostrado en los últimos años gran desarrollo comercial y agrícola, logrando en la actualidad a estar muy cerca de convertirse en capital regional, conjuntamente se trabaja por mostrar una mejor imagen de la ciudad ante las exigencias provocadas por el movimiento económico que se refleja en la ciudadanía, por tanto debido al crecimiento poblacional del cantón y al desarrollo de los sectores mencionados, se da la oportunidad y necesidad de buscar invertir en otros sectores, tanto los habitantes como las autoridades municipales y estatales.

Por esta razón se ha establecido una problemática para analizar el desarrollo que debería tener el sector rural de milagro con respecto a la participación turística de parroquias y recintos, generando la incapacidad de cubrir la demanda productos y servicios derivados del turismo. Con el objeto de buscar las mejores soluciones se ha establecido la utilización de instrumentos investigativos como la encuesta y entrevista dirigidas a personas mayores de edad, entre los cuales se encuentran habitantes del sector, visitantes, expertos en el tema y autoridades a nivel cantonal y de junta parroquial, esto ha permitido adquirir conocimientos fundamentales o información básica que será de gran ayuda para sustentar y defender la propuesta de implementación de estrategias de marketing dedicadas a promover y difundir el turismo del sector rural del cantón Milagro.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVA

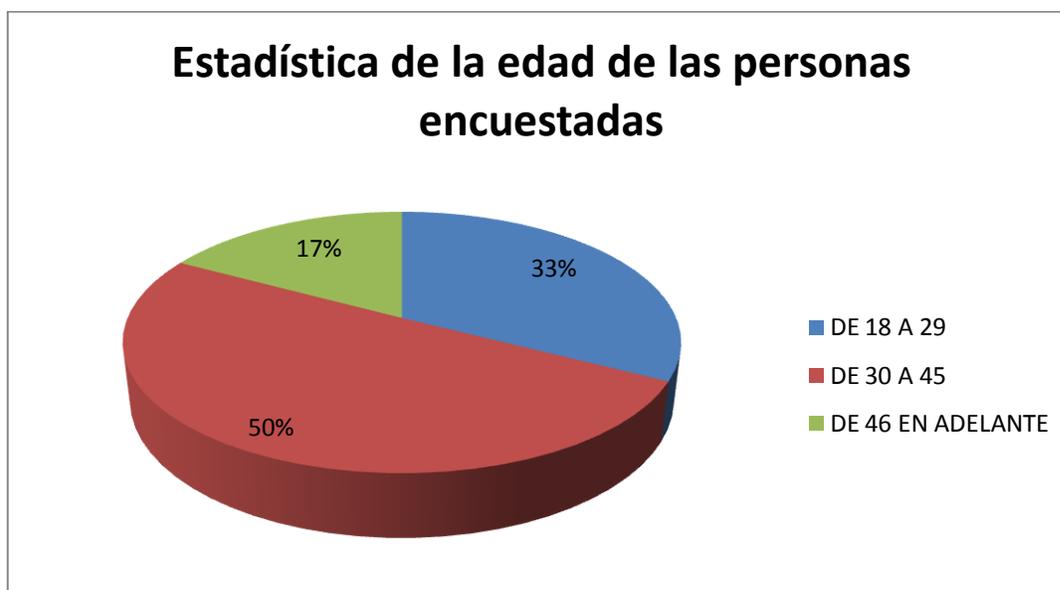
Encuesta realizada a moradores del sector de Venecia central, entre ellos padres de familia y personas mayores de 18 años.

Cuadro 2. Promedio de edad de los encuestados

ALTERNATIVAS	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
DE 18 A 29	120	32.61%
DE 30 A 45	185	50.27%
DE 46 EN ADELANTE	63	17.12%
TOTAL	368	100%

Elaborado por: Tony David Tapia Noboa

Figura 3 Promedio de Edad de los encuestados



Interpretación: Se puede observar que un 50% de las personas que habitan en este punto de recreación tiene una edad promedio de 18 a 29 años, el 33% está en un promedio de 30 a 45 años y el 17% restante está de los 45 años en adelante.

Análisis: De la información recabada podemos concluir que en este sector rural la mayor parte de los habitantes tienen una edad promedio de 30 a 45 años, lo cual representa el mercado de posible oferta turística.

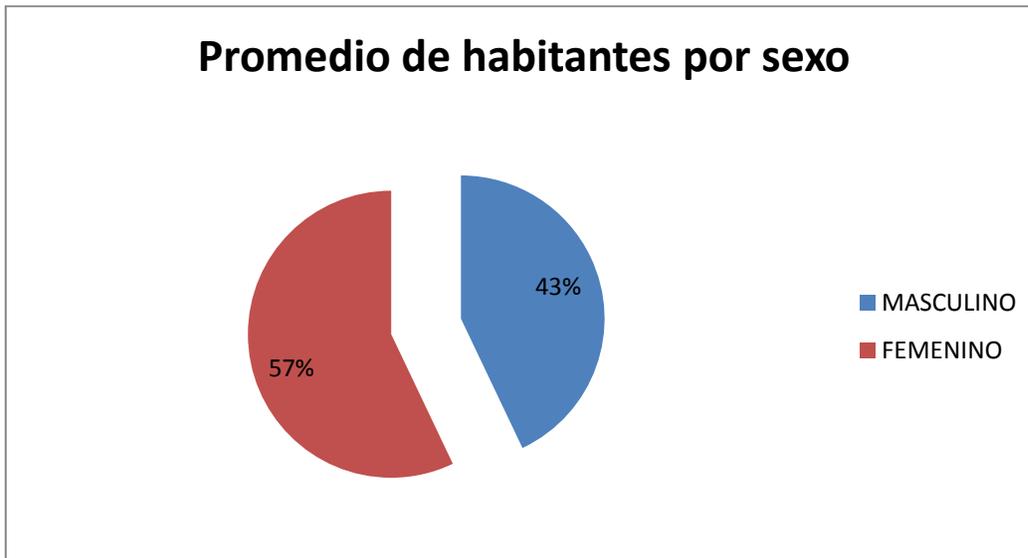
SEXO:

Cuadro 3. Promedio de habitantes por sexo

ALTERNATIVAS	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
MASCULINO	158	43%
FEMENINO	210	57%
TOTAL	368	100%

Elaborado por: Tony David Tapia Noboa

Figura 4 Promedio de habitantes por sexo



Interpretación: Se observa que el 57% de la muestra de personas encuestadas se encuentra representado por el género femenino, mientras que el 43% restante se encuentra representado por el género masculino.

Análisis: La grafica demuestra que la mayor parte de las personas fijas en el sector de visitas turísticas sería del género femenino, seguido de un considerable porcentaje de hombres que forman parte del sector.

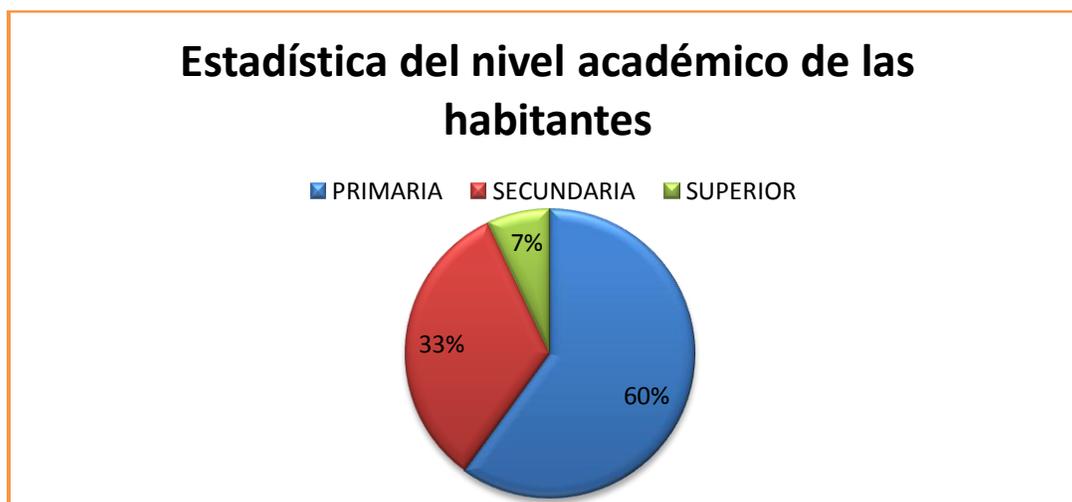
NIVEL ACADÉMICO:

Cuadro 4. Nivel académico de los habitantes del sector

ALTERNATIVAS	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
PRIMARIA	108	29%
SECUNDARIA	235	64%
SUPERIOR	25	7%
TOTAL	368	100%

Elaborado por: Tony David Tapia Noboa

Figura 5 Nivel académico de los habitantes



Elaborado por: Tony David Tapia Noboa

Interpretación: En relación al nivel académico se puede observar que el 64% de la población tiene estudios secundarios, seguido del 29% con estudios primarios, siendo así que el 7% restante de las personas encuestadas del sector posee preparación secundaria.

Análisis: De los resultados obtenidos se puede concluir que la mayoría de las personas que habitan en el sector rural de Roberto Astudillo tienen un nivel de preparación intermedio, y por esta razón se desconoce de la necesidad de contar con verdadero desarrollo y participación turística del sector.

PREGUNTA 1

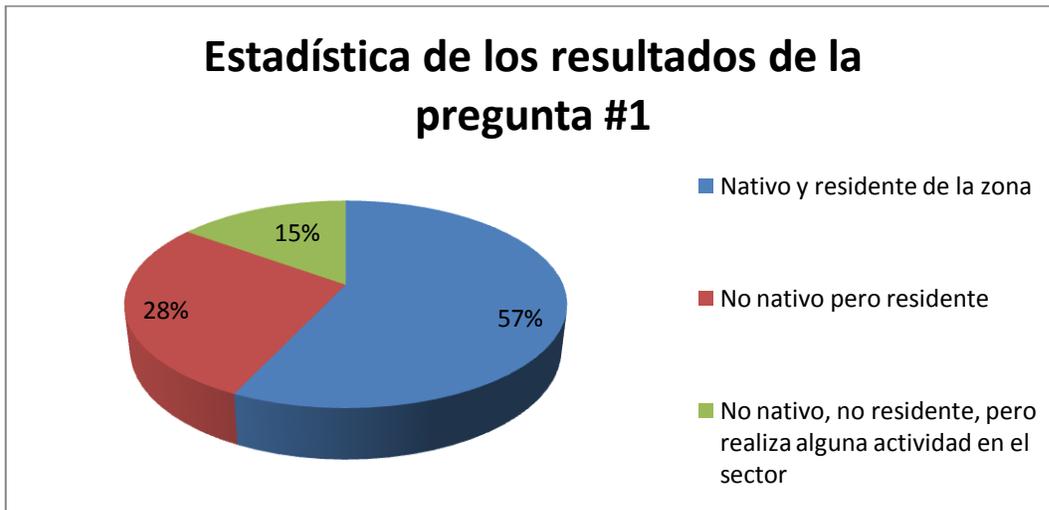
Usted es:

Cuadro 5. Situación de origen de los habitantes del sector

ALTERNATIVAS	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Nativo y residente de la zona	208	57%
No nativo pero residente	104	28%
No nativo, no residente, pero realiza alguna actividad en el sector	56	15%
TOTAL	368	100%

Elaborado por: Tony David Tapia Noboa

Figura 5 Situación de origen de los habitantes del sector



Elaborado por: Tony David Tapia Noboa

Interpretación: Se observa que el 57% de los habitantes son nativos y residentes de la zona Venecia de Roberto Astudillo, el 28% corresponden a no nativos pero si residente de la zona y la última alternativa corresponde al 15%.

Análisis: De los resultados obtenidos se prueba que la mayoría de los habitantes son nativos del sector, lo que nos ayuda tener más confiabilidad en la información obtenida.

PREGUNTA 2

¿Cómo calificaría el desarrollo del turismo de este sector en los últimos 5 años?

Cuadro6. Opinión sobre el Desarrollo del Turismo en el sector

ALTERNATIVAS	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Lo mismo	176	48%
Lento desarrollo	184	50%
Mucho desarrollo	8	2%
TOTAL	368	100%

Elaborado por: Tony David Tapia Noboa

Figura 7 Opinión sobre el Desarrollo del Turismo en el sector



Elaborado por: Tony David Tapia Noboa

Interpretación: El 50% de la población de este sector afirma que existe un lento desarrollo turístico

Análisis: De los resultados obtenidos se prueba que la mayoría de los habitantes son nativos del sector, lo que nos ayuda tener más confiabilidad en la información obtenida.

PREGUNTA 3

De los siguientes ítems, ¿En cuál de ellos considera usted que incide el turismo de estos sectores?

Cuadro7. Opinión sobre la incidencia del Turismo en el sector rural

ALTERNATIVAS	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Desarrollo social	64	17%
Desarrollo económico	184	50%
Desarrollo Cultural	64	17%
Ninguno	56	16%
TOTAL	368	100%

Elaborado por: Tony David Tapia Noboa

Figura 8 Opinión sobre la incidencia del Turismo en el sector



Elaborado por: Tony David Tapia Noboa

Interpretación: El 50% de la población de este sector afirma que existe un lento desarrollo del turismo, un 17% opina que por el desarrollo cultural, otro 17% por el desarrollo social el 16% restante opina por ninguno.

Análisis: Los resultado reflejan el conocimiento que tienen los habitantes del sector sobre las incidencias del turismo principalmente en el sector económico y otras áreas importantes.

PREGUNTA 4

Con respecto al desarrollo de obras que promuevan el turismo de la zona, usted considera que el municipio:

Cuadro8. Obras de Turismo que realiza el Municipio

ALTERNATIVAS	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Cumple	0	0%
No Cumple	336	91%
No sabe	32	9%
TOTAL	368	100%

Elaborado por: Tony David Tapia Noboa

Figura 9. Obras de Turismo que realiza el Municipio



Elaborado por: Tony David Tapia Noboa

Interpretación: Se observa claramente que el 91% de los moradores opinan que el municipio no cumple con obras que aporten al turismo, un 9% no sabe y un 0% opinó por la primera alternativa.

Análisis: La mayoría de información indica que el municipio no cumple o no sabe y existe cumplimiento de obras que aporten al desarrollo del turismo.

PREGUNTA 5

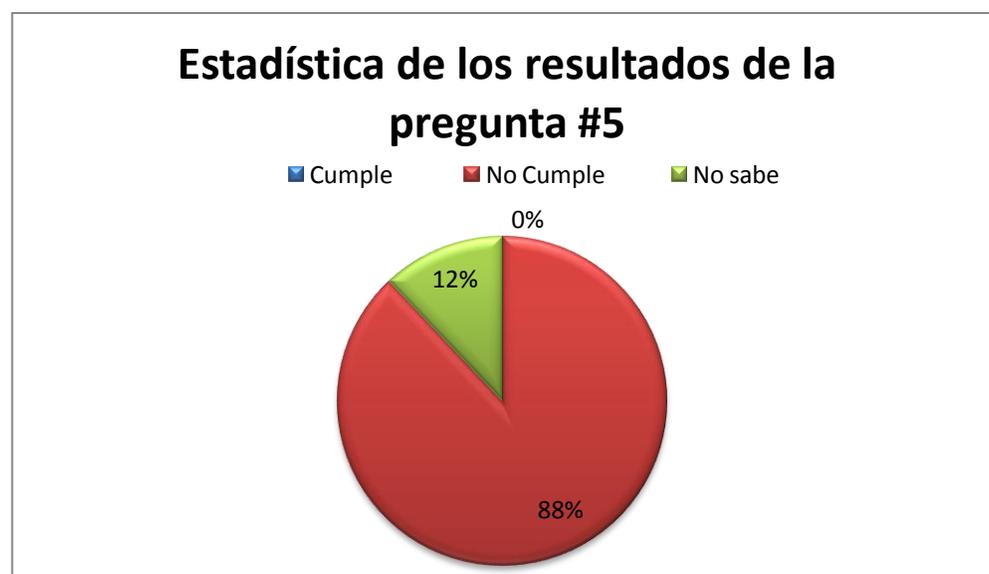
Con respecto a la planificación de actividades y obras que promuevan el turismo del sector, considera usted que la Junta Parroquial:

Cuadro9. Gestiones de Turismo que realiza la Junta Parroquial

ALTERNATIVAS	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Cumple	0	0%
No Cumple	325	88%
No sabe	43	12%
TOTAL	368	100%

Elaborado por: Tony David Tapia Noboa

Figura 10. Gestiones de Turismo que realiza la Junta Parroquial



Elaborado por: Tony David Tapia Noboa

Interpretación: El 88% de la población encuestada respondió que la junta de Roberto Astudillo no cumple, el 12% opina que no sabe y un 0% respondió que cumple.

Análisis: De la información recabada se puede concluir que la mayoría de las personas consideran que la Junta Parroquial de Roberto Astudillo no cumple con la planificación y ejecución de actividades y obras que promuevan el turismo del sector.

PREGUNTA 6

¿Cómo calificaría la inversión del pequeño comerciante en la actividad turística de la zona rural?

Cuadro 10. Importancia del pequeño comerciante en la actividad turística

ALTERNATIVAS	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Necesaria	272	74%
No necesaria	8	2%
No opina	88	24%
TOTAL	368	100%

Elaborado por: Tony David Tapia Noboa

Figura 11. Importancia del pequeño comerciante en la actividad turística



Elaborado por: Tony David Tapia Noboa

Interpretación: El 74% de las personas opinan que es necesaria la inversión del pequeño comerciante, el 24% no opina y el 2% restante considera no necesaria.

Análisis: La información obtenida muestra que la mayoría de las personas están de acuerdo que la inversión y participación del comerciante en el turismo es necesaria para complementar la actividad turística de estos sectores.

PREGUNTA 7

La preservación y difusión de zonas tropicales ayudan al desarrollo turístico de la zona:

Cuadro 11. Preservación y difusión de costumbres aborígenes

ALTERNATIVAS	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
De acuerdo	152	41%
En desacuerdo	96	26%
No opina	120	33%
TOTAL	368	100%

Elaborado por: Tony David Tapia Noboa

Figura 12. Preservación y difusión de zonas tropicales



Elaborado por: Tony David Tapia Noboa

Interpretación: En las encuestas el 41% de los habitantes respondieron que están de acuerdo con la preservación y difusión de zonas tropicales, el 33% no opinan sobre el tema y el 26% restante opina por el desacuerdo.

Análisis: Estos resultados muestran que las personas tienen poco interés y desconocimiento sobre temas naturales como culturales a nivel rural, por lo cual no existe la iniciativa para la explotación de nuevas actividades turísticas.

PREGUNTA 8

¿Considera usted que el desarrollo turístico en la zona rural mejora el nivel de vida de sus moradores?

Cuadro 13. Relación del Turismo con el nivel de los moradores

ALTERNATIVAS	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
De acuerdo	296	80%
Desacuerdo	40	11%
No opina	32	9%
TOTAL	368	100%

Elaborado por: Tony David Tapia Noboa

Figura 11. Relación del Turismo con el nivel de los moradores



Elaborado por: Tony David Tapia Noboa

Interpretación: El 80% de las personas encuestadas opinan que están de acuerdo, el 11% opinan por el desacuerdo y el 9% restante considera no opinar.

Análisis: Estos resultados muestran que la mayoría de las personas están de acuerdo que el desarrollo turístico del sector mejora el nivel de vida de sus moradores. .

PREGUNTA 9

¿Cómo calificaría la frecuencia con que el turista visita el sector?

Cuadro 14. Frecuencia de visitas que realiza el turista al sector

ALTERNATIVAS	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Cada fin de semana	256	70%
Una vez al mes	16	4%
Cada 6 meses	8	2%
Una vez al año	64	7%
Cada feriado	24	17%
TOTAL	368	100%

Elaborado por: Tony David Tapia Noboa

Figura 12. Frecuencia de visitas que realiza el turista al sector



Elaborado por: Tony David Tapia Noboa

Interpretación: Se observa que 70% de los habitantes opinan que la frecuencia de visitantes es cada feriado, el 17% dice que cada fin de semana, el 7% opina que una vez al año, el 4% opina que una vez al mes y el 2% restante considera que las visitas se dan cada 6 meses.

Análisis: La población tiene presente que la afluencia de turistas tiene un nivel regular, esto quiere decir que no hay la oferta adecuada y la difusión necesaria para lograr el desarrollo sustentable de estos sectores.

PREGUNTA 10

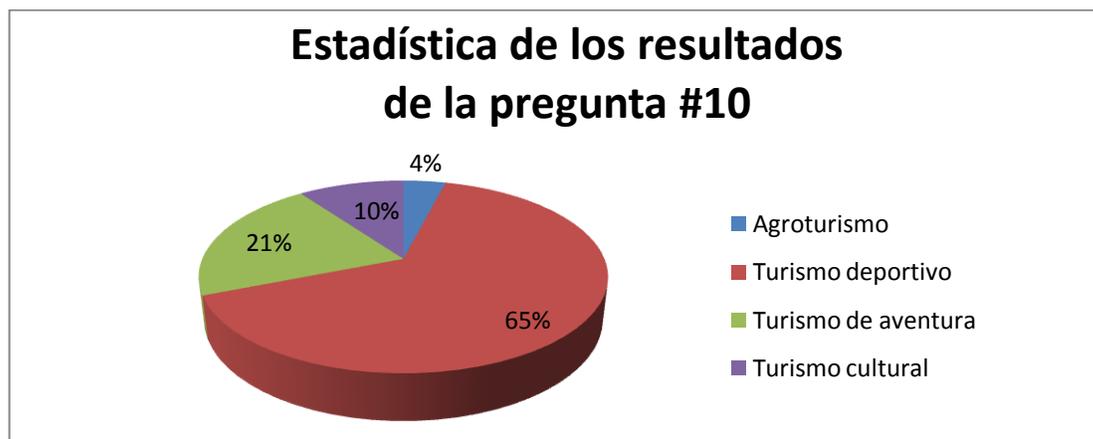
¿Cuál de los siguientes enunciados cree usted que es el turismo más adecuado para este sector?

Cuadro14. Aplicación de alternativas turísticas en el sector rural

ALTERNATIVAS	N° DE ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Agroturismo	16	4%
Turismo deportivo	241	65%
Turismo de aventura	76	21%
Turismo cultural	35	10%
TOTAL	368	100%

Elaborado por: Tony David Tapia Noboa

Figura15. Aplicación de alternativas turísticas en el sector rural



Elaborado por: Tony David Tapia Noboa

Interpretación: El 65% de los encuestados opinan que el turismo deportivo es el más adecuado para este sector, el 21% consideran al turismo de aventura, el 10% consideran al turismo cultural y el porcentaje restante opinan sobre el agroturismo.

Análisis: En la presente información se puede concluir que principalmente existe escases de turismo deportivo, además se refleja poco interés por turismo cultural y de aventura y por desconocimiento o poco interés sobre el agroturismo para estos sectores.

Cuadro15. Análisis y Evaluación de resultados de las entrevistas

ENTREVISTA REALIZADAS A PROFESIONAL EN EL CAMPO TURÍSTICO			
PROFESIONAL	PREGUNTA 1	PREGUNTA 2	PREGUNTA 3
<p><u>Lcda. Diana</u> <u>Abarca</u> Coordinadora de Turismo- Municipio de Milagro</p>	<p>¿Cómo define el Turismo que existe en la zona rural del Cantón Milagro?</p>	<p>¿De qué aspectos turísticos carece la zona rural de Milagro?</p>	<p>¿Con qué proyectos cuenta la municipalidad para promover el turismo rural?</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • El turismo de la zona rural de Milagro es escaso. • Solo se considera como atractivo turístico el balneario “Las Cataratas”. • Existe más concentración por el sector agrícola y comercial que por el sector turístico 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de Balnearios • Conservación de Patrimonio Cultural • Inversión Privada en el sector turístico. • Colaboración de la prefectura y el Ministerio de turismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de restauración a lugares con afluencia de visitantes. • Declarar sector Turístico a La Ruta de los Viveros. • Lograr Acuerdo con propietarios de áreas rurales conservas para su difusión turística.

Elaborado por: Tony David Tapia Noboa

Cuadro16. Análisis y Evaluación de resultados de las entrevistas

ENTREVISTA REALIZADAS A PROFESIONAL EN EL CAMPO TURÍSTICO			
PROFESIONAL	PREGUNTA 1	PREGUNTA 2	PREGUNTA 3
<p><u>Abg. Melissa Freire</u> Vicepresidenta de la junta parroquial de Roberto Astudillo</p>	<p>¿Se trabaja por el Turismo en alguna zona de este sector?</p>	<p>¿Qué factores limitan el desarrollo del turismo?</p>	<p>¿Qué planes tiene la junta parroquial para desarrollar el turismo en la zona?</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Se trabaja lo que se puede en el tema de turismo. • Ventajosamente se cuenta con un balneario que apenas se lo está difundiendo. • Existen en los alrededores complejos de recreación. • Se ofrecen conjuntamente áreas deportivas tanto públicas como privadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de recursos por parte de la municipalidad. • Disposición para la ejecución de obras por parte del departamento de turismo. • Participación de la prefectura y el Ministerio de turismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Proyecto regeneración del sector Venecia, acompañado. • Reconstrucción de puente colgante en el sector chimbo. • Plan para desarrollar el agroturismo especialmente con el cacao.

Elaborado por: Tony David Tapia Noboa

4.3 RESULTADOS

Del trabajo de investigación realizado podemos mencionar los siguientes resultados:

- El Turismo en el cantón Milagro es una actividad económica aun no explotada, sobre todo los recursos turísticos actuales de la zona rural del cantón no son aprovechados debidamente para fomentar una verdadera participación turística del cantón, lo cual actualmente está produciendo un problema que impide el desarrollo sostenible sobre todo en el sector rural del cantón.
- La dirección municipal del cantón milagro según la información obtenida no está cumpliendo con la debida obligación de proyectar, ejecutar y evaluar todas las actividades turísticas, al mismo tiempo no se está logrando el incrementar el flujo de turistas locales y sobre todo ajenos al cantón. Los recursos que se destinan para la actividad turística no son lo suficiente para lograr la ejecución de proyectos de gran magnitud en beneficio del turismo cantonal por lo que no estarían cumpliendo las funciones del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable (PDTS).
- Las gestiones de las juntas parroquiales para desarrollar turismo en el sector son deficiente y con escasa iniciativa de promover el turismo, independientemente de las obras municipales, las juntas parroquiales no logran alianzas estratégicas entre sí, tampoco generan acuerdos con sector privados para conseguir resultados en los se refleje el mejoramiento y difusión de atractivos culturales y turísticos.

4.4 VERIFICACIÓN DE LAS HIPOTESIS

Cuadro17. Verificación de las hipótesis

HIPÓTESIS	VERIFICACIÓN
• El turismo de la zona rural de Milagro incide en el desarrollo social y económico de sus parroquias y recintos.	En la pregunta 3 de la encuesta, los encuestados indicaron que el turismo rural incide en el desarrollo social y económico, por lo tanto se comprueba existe la necesidad desarrollar turismo en esta zona.
➤ La planificación turística del Municipio de Milagro incide en el desarrollo de la zona rural.	En la entrevista realizada en el municipio se indico que existe planificación turística pero no se ejecutan los proyectos para las áreas rurales, además en la pregunta 3 de la encuesta indican que el municipio no trabaja por el desarrollo del turismo en la zona.
➤ La administración de las juntas parroquiales influye en el progreso turístico de estos sectores.	En la pregunta 5 los encuestados indican que no hay cumplimiento y desarrollo de planes que promuevan el turismo del sector, además en la entrevista se conoció que la razón de este problema es la falta de recurso.
➤ La inversión del pequeño comerciante contribuye en el desarrollo económico y turístico del sector rural.	En la pregunta 7 de la encuesta, las personas están de acuerdo que inversión y participación del pequeño comerciante es fundamental en el desarrollo de turismo comunal en las zonas rurales.
➤ La preservación de zonas culturales en la población rural incide en el turismo del cantón.	En la pregunta 7 de las encuestas se comprueba el desconocimiento de temas naturales y culturales ante la falta preservación y difusión de zonas tropicales en estos sectores.

Elaborado por: Tony David Tapia Noboa

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

“IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING DEDICADAS A PROMOCIONAR Y DIFUNDIR EL TURISMO DEL SECTOR RURAL DEL CANTON MILAGRO”.

5.2 FUNDAMENTACIÓN

- **Agroturismo:** El concepto de agroturismo es una extensión directa del ecoturismo, Que anima a los visitantes experimentar la vida agrícola de primera mano.
- **Características socio-culturales:** Cuando se habla de características socioculturales estamos hablado de dos cosas. El tipo de sociedad en que se desenvuelve una persona. El tipo de cultura que tiene esta sociedad, es decir, las características de cada raza de personas.
- **Microclima:** Un microclima es un clima local de características distintas a las de la zona en que se encuentra.
- **Preservación:** La preservación consiste en el mantenimiento intacto de conjuntos ecológicos dentro de sus ambientes, basándose en el equilibrio biológico.
- **Turismo:** El turismo son todos aquellos viajes que realizamos por el placer mismo de viajar. Se entiende como aquella actividad, que implica viajar, hospedarse o pernoctar, por un tiempo determinado, en un lugar geográfico no habitual al que uno habita.
- **Turismo rural:** Se llama turismo rural a aquella actividad de tipo turístico que se desarrolla dentro de un espacio de características rurales, pudiéndose tratar de una localidad pequeña con muy pocos habitantes o bien de una zona próxima a la

ciudad, pero alejada de lo que se considera su casco urbano y que tiene como finalidad la realización de actividades propias del campo o en su defecto encontrarse cerca de ellas para poder apreciarlas. Antiguas estancias y haciendas recicladas, dispuestas con los servicios que ofrecería cualquier hotel de la ciudad son los establecimientos que ofrecen este tipo de turismo a los turistas ávidos por desplegar las típicas actividades agrícolas que se desarrollan en la vida rural.

- **Turismo alternativo:** Se puede definir como un acto que supone desplazamiento que conlleva al gasto de renta cuyo objetivo es conseguir la seguridad y los servicios que ofrecen a través de una actividad productiva generada mediante una información previa.
- **Turismo Ecológico o Ecoturismo:** Es una nueva tendencia del turismo alternativo diferente al turismo tradicional, cuyo enfoque son las actividades turísticas en que se privilegia la sustentabilidad, la preservación, la apreciación del medio (tanto natural como cultural).
- **Turismo industrial:** Es un turismo que estando de vacaciones aprovecha para visitar industrias, fábricas, talleres artesanales.
- **Turismo sostenible:** Aquellas actividades respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes
- **Servicios turísticos:** Es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística.

5.3 JUSTIFICACIÓN

La propuesta se justifica en base a los resultados de la investigación, donde la población encuestada indico que la zona rural de Milagro tiene escaso turismo, al no contar con la debida atención gubernamental que promueva la promoción y difusión del turismo en las zonas rurales de Milagro.

A fin de aprovechar el interés de los habitantes y de los recursos Naturales y culturales que posee el cantón apropiados para la actividad turística, se tiene previsto plantear varias estrategias positivas que ayudarán a incrementar el turismo a nivel cantonal y regional.

La presente propuesta está diseñada para promocionar las diversas formas de turismo rural de aquellos sectores que estén en condición de ofertarlo y así cubrir la demanda de aquellos turistas con características socioculturales diferentes, pero con un factor en común, sus necesidades de buscar lugares de recreación, esparcimiento y su deseo de romper con la rutina, razones suficientes para lograr la visita de turistas en nuestros atractivos rurales.

Acorde a estos ámbitos la propuesta será de fomentar y difundir el agroturismo, turismo rural, turismo ecológico entre otros, además de los servicios ya establecidos que ya han sido reconocidos años anteriores y así lograr el desarrollo socioeconómico de estos sectores.

En esta propuesta también debemos destacar la importancia del sector gubernamental como juntas parroquiales, municipalidad y prefectura del guayas, de cuyas entidades se espera una colaboración positiva a la aceptación e implementación de la presente propuesta, la cual será el puente para el desarrollo sustentable del cantón.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la Propuesta

Proponer estrategias de marketing que permitan promocionar el turismo rural de Milagro, mediante la aplicación de un plan estratégico de difusión, combinando las herramientas necesarias que conviertan al sector rural en una alternativa importante al momento de de buscar recreación y esparcimiento.

5.4.2 Objetivos Específicos de la Propuesta

- Elaborar la marca turística que identifique al turismo rural del Cantón Milagro.
- Identificar las estrategias de marketing necesarias para promocionar el turismo rural.
- Diseñar un plan de aplicación en el cual se describen los medios y herramientas aplicados en las estrategias de marketing.
- Promover el interés al agroturismo, ecoturismo y turismo comunitario en el Cantón.
- Convertir al sector rural del Cantón de Milagro en uno de los principales atractivos del país.

LA EMPRESA

Misión

Promocionar los diversos atractivos turísticos rurales del cantón, además de informar y difundir los distintos servicios recreativos que participan de esta actividad logrando satisfacer necesidades de recreación y esparcimiento de propios y extraños.

Visión

La visión de este proyecto, en el cantón Milagro es ser uno de los destinos más visitados por la población local y de otros cantones ofreciéndoles una óptima guía e información de los atractivos y servicios recreacionales que se encuentran en todo el sector rural acompañado de un servicio de calidad.

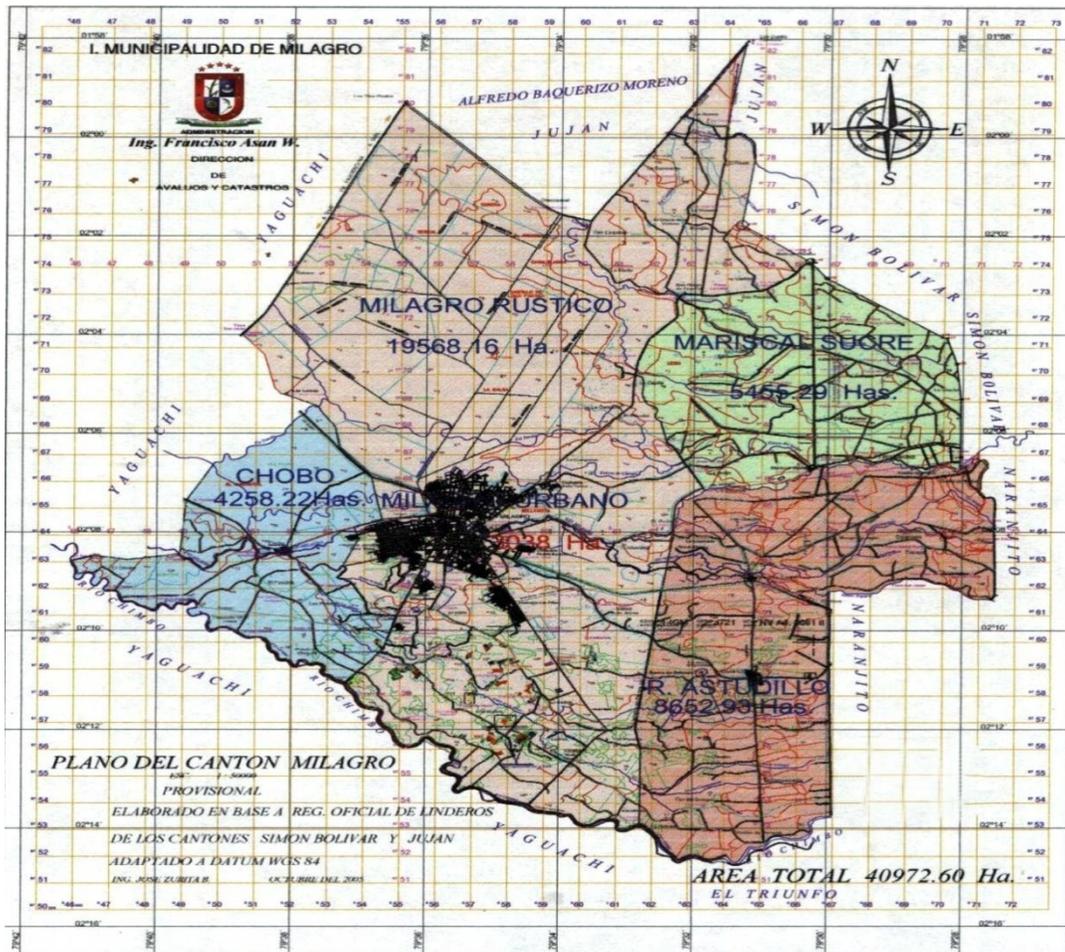
5.5 UBICACIÓN

País: Ecuador

Provincia: Guayas

Cantón: Milagro

Sector: Rural



5.6 FACTIBILIDAD

Para poder confirmar la factibilidad del proyecto propuesto se hizo uso de herramientas investigativas, las cuales fueron: encuestas, entrevistas, visitas de campo y estudio documental, en las cuales se pudo obtener información relevante sobre la problemática de la poca participación que tiene el turismo rural de Milagro y los resultados confirmaron que la propuesta tiene amplia perspectiva de viabilidad, los lugares más visitados de la zona rural de Milagro poseen los recursos naturales y humanos necesarios para convertir a estos sectores en verdaderos puntos turísticos y además existe un alto nivel de turistas que ingresan al cantón de manera continua para disfrutar de los pocos lugares que hasta ahora conocen, por lo tanto sería óptimo implementar un plan de Promoción y Difusión que ayudarán efectivamente para dar a conocer los distintos lugares, productos y servicios que se puede ofrecer tanto a turistas locales como de otros cantones, razones suficientes para incursionar con una mejor alternativa turística en el cantón y así lograr que se posicione de manera segura como uno de los puntos turísticos más importante del país complementado con un excelente recurso humano para el cumplimiento de los objetivos establecidos, estos en conjunto lograrán hacer del Cantón Milagro un punto reconocido y respetable.

También se incluyen estrategias complementarias que buscan la maximización de las fortalezas, el aprovechamiento de las oportunidades, la corrección de las debilidades y la minimización de las amenazas, identificadas en el análisis FODA al sistema turístico rural del cantón Milagro.

ANÁLISIS FODA DEL SISTEMA TURÍSTICO

Fortalezas del Sistema Turístico

- Variedad de ecosistemas.
- Diversidad de fauna y flora.
- Servicio de Transporte Intercantonal e Interprovincial.
- Vías de acceso.

- Variedad de atractivos sitios recreacionales.
- Variedad Gastronómica.
- Paisajes agrícolas y Buen clima.
- Reactivación del tren turístico.
- Zonas tropicales y viveros de plantas exóticas

Oportunidades del Sistema Turístico

- Demanda potencial por los viveros.
- Apoyo del Ministerio de Turismo.
- Reconstrucción de las Estaciones del Tren.
- Proyectos para reacondicionamiento de balnearios.
- Ubicación de Industrias en la zona rural.

Debilidades del Sistema Turístico

- Bajo nivel de calidad en los servicios turísticos.
- Informalidad de los establecimientos recreacionales.
- Ninguna promoción de los atractivos rurales del cantón.
- Fondos insuficientes para el turismo de Milagro.
- No existen lugares de alojamiento rural.
- Poca conciencia ambiental de los pobladores.
- Falta de marketing y Publicidad.

Amenazas del Sistema Turístico

- Catástrofes naturales como inundaciones o terremotos.
- Incremento delincriminal en todo el cantón.
- Generación de impacto ambiental por parte de los turistas.
- Mejoramiento del turismo en los cantones aledaños.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

La presente propuesta tiene como base proponer un conjunto de tres estrategias que permitan promocionar y difundir el turismo de las zonas rurales de Milagro para mejorar el desarrollo socioeconómico de estos sectores, para lo cual cada estrategia tendrá su plan de desarrollo.

Se comenzará a trabajar en la creación y definición de una marca turística que identifique el turismo rural del cantón Milagro, posteriormente se planteará la forma en que va a promocionar esta marca, también se estructurará una campaña publicitaria que contenga los medios de comunicación suficientes para lograr la máxima difusión sobre los atractivos turísticos rurales con los que cuenta el cantón, además se trabajará por primera vez en promocionar a la ciudadanía sobre el turismo ecológico del cantón, para esto se planteará un prototipo de texto turístico el cual se lo entregara a la ciudadanía en los diferentes medios de transportes del cantón Milagro.

El plan de estrategias a implementar será puesto en marcha a partir del año 2014, cuyo tiempo de ejecución de las tres actividades será durante todo el año para obtener los primeros resultados en el año 2015.

Plan estratégico de marketing.

El plan estratégico del marketing es el proceso mediante el cual se crea y se mantiene una coherencia estratégica entre los objetivos planteados y capacidades de una organización, en este caso el sector rural será la organización que buscaremos ofertar productos y servicios turísticos de acuerdo a la demanda del mercado y sus oportunidades de marketing cambiante.

Este plan estratégico conlleva a definir una misión clara para el sector, establecer objetivos de apoyo, diseñar una oferta sólida de turismo rural y coordinar estrategias funcionales, además una buena planeación ayudará a prevenir los cambios de entorno y a responder rápidamente a ellos, así como para prepararse mejor para nuevas necesidades de mercado.

5.7.1 ACTIVIDADES

Estrategias para el desarrollo turístico rural del cantón Milagro

En primer lugar fue necesaria una buena definición de productos en servicios en relación con su mercado y con el tipo de clientela que interesa.

A continuación se presentan las estrategias de marketing para corregir las fallas identificadas del sistema turístico local a condición de crear una oferta estructurada de productos y servicio de turismo rural que responda a las exigencias de esta clientela.

PRIMERA ESTRATEGIA:

➤ **CREACIÓN DE UNA MARCA TURÍSTICA PARA EL SECTOR RURAL DEL CANTÓN MILAGRO.**

1.- Introducción.- Debido a la necesidad de reflejar una marca que distinga al cantón Milagro como destino de turismo rural, se procedió a crear una marca turística cuya imagen está destinada a sensibilizar al cliente más bien en el aspecto emotivo que en el aspecto de consumo, especialmente creado para reflejar lo mejor de la zona rural del cantón mediante campañas promocionales que sería el camino más adecuado para lograr posicionar a Milagro en la mente de los habitantes de otras provincias.

2.-Descripción de la Marca Turística:

La siguiente marca turística se trata de un ISOLOGO en el cual el texto y el ícono se encuentran fusionados en un solo elemento. Son partes indivisibles de un todo y solo funcionan juntos.

Figura 16: Marca Turística



Las características del isologo son:

- La parte textual del isologo contiene los términos MILAGRO ECOTURÍSTICO, debido a que se tiene por objeto promocionar el espacio rural de milagro, teniendo como oferta principal el ecoturismo o turismo ecológico que se puede practicar no solo en zonas silvestres si no también tener la experiencia de conocer las especies de flora en los viveros forestales ubicados en la vía Milagro-Naranjito.
- La parte icónica del isologo está representada por un prototipo de ramificación ornamental, lo cual identifica a la parte tropical del área rural y sus diferentes lugares de esparcimiento y contacto con la naturaleza.
- También se añadió la forma de un sol en el término MILAGRO, el cual representa el cálido clima que cubre a todo el cantón.
- Los colores que intervienen en el isologo son:
 - Verde: Color que significa vida, naturaleza, crecimiento y renovación.
 - Naranja: Las palabras claves del color naranja son: alegría, felicidad y es el perfecto des estresante.
 - Purpura: El color purpura está asociado a la creatividad y misterio.
 - Azul: El azul es el color del cielo y del agua.

3.-Aplicación de la marca turística:

La marca turística se promocionará mediante dos formas:

En la primera forma se logrará el reconocimiento de la marca turística a nivel interprovincial, por medio de diferentes medios tanto de comunicación, donde la marca turística estará acompañada de diferentes ofertas acerca de lugares y destinos existentes en zona rural del cantón Milagro.

Los medios de comunicación a utilizar serán:

- Medios impresos: Revista **Magazine**, Diario **EL Universo**.
- Medios audiovisuales: Publicidad a través de canal **RTU** y **Teleamazonas**, se escogen estos canales de televisión por tener transmisión de programas sobre turismo, lo cual es acorde para la transmisión.
- Medios tecnológicos: Se creará una cuenta de **Facebook y twitter**, mediante las cuales se logrará la máxima difusión y promoción de la nueva marca turística del cantón.

La segunda manera de difundir la marca turística será mediante la colocación de adhesivos que lleven impreso el nuevo isologo, en esta estrategia se logrará el reconocimiento de la marca turística dentro de todo el cantón Milagro.

Los medios necesarios para desarrollar esta estrategia serán:

- Las cooperativas de transporte, principalmente las que cubren la Milagro-Guayaquil (Expreso Milagro, Rutas Milagreñas y Ejecutivo Express) serán el medio donde se lograra un acuerdo para que se autorice la colocación de adhesivos de la nueva marca turística en cada una de las unidades de transporte, también otras cooperativas de largo recorrido como Mariscal Sucre y Cooperativa TUM.
- Se trabajará de igual forma con la cooperativa de transporte urbano “CIUDAD DE MILAGRO”.
- También se colocarán letreros tipo VALLA de la marca turística en las vías de acceso al cantón Milagro.

SEGUNDA ESTRATEGIA:

➤ IDENTIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS Y PROMOCIÓN DIRECTA.

Esta parte de la propuesta se enfoca en la promoción y difusión de los puntos más importantes de la zona rural de Milagro, ciertamente dentro del espacio rural existen muchos lugares para aprovecharlos como sitios de recreación, esparcimiento y contacto con la naturaleza, pero existe una debilidad que es la poca promoción que se realiza para que todos estos lugares sean reconocidos no solo a nivel cantonal si no también a nivel provincial.

Por esta razón se establece la promoción de los siguientes lugares:

- El balneario del Rcto. Las Cataratas.
- El humedal tropical de la Hda. Los Hernández en la Parroquia Mariscal Sucre.
- Actividades agroturísticas como pesca, plantaciones de cacao, plátano, banano y caña de azucaren la Hda. El Chaparral – Parroquia Mariscal Sucre.
- El balneario del Estero “Rio Milagro”.
- Balneario del Rcto Venecia Central.
- Ciclismo deportivo en la Venecia de Chimbo-Roberto Astudillo-Venecia Central.
- La observación de Ladrilleras Artesanales en los campos de la Parroquia Roberto Astudillo.
- Actividades agroturísticas, la producción de piña y palmas tropicales en el Rcto. Flor del Bosque.
- Recreación con la familia en los destinos: Playas de los Monos, Reservorio del Rio Venecia, Estero Papayal, Playa de las cien camas.

Actividades de entretenimiento en los deferentes complejos rurales como:

- Centro Recreacional EL BOSQUE (Vía Milagro-Naranjito)
- Complejo Turístico AQUAMARINA (Vía Milagro-Virgen de Fátima)
- Complejo Turístico ISLA FANTASTICA (Vía Milagro-Virgen de Fátima)
- Complejo Turístico LA ESPERANZA (Vía Milagro Mariscal Sucre)
- Complejo LAS CANAIMAS (Roberto Astudillo)
- Complejo Deportivo San Luis (Roberto Astudillo Vía Venecia)

Delimitación de la Promoción Directa:

Para realizar una promoción directa de todos los atractivos del sector rural de milagro se harán las respectivas publicidades segmentando los tipos de actividades y servicios a ofertar, es decir de la siguiente manera:

- Balnearios y Gastronomía
- Complejos Turísticos y Deportivos
- Ecoturismo y Agroturismo

De esta manera se podrá manejar un orden al momento de promocionar las alternativas turísticas de la zona rural del cantón.

Descripción de la Promoción Directa:

La campaña de publicidad para promocionar y difundir el turismo rural será similar a la que se utilizó para promocionar la marca turística, la campaña se compone de la siguiente manera:

Para realizar una promoción fuera del cantón Milagro se utilizaran las siguientes herramientas:

- Medios impresos: Revista Ecuador Colores, Revista Ecuador Infinito, La Revista del Diario EL Universo, Revista Ecuador Turístico
- Medios audiovisuales: Publicidad a través de canal **RTU** y **Teleamazonas**, se escogen estos canales de televisión por tener transmisión de programas sobre turismo, lo cual es acorde para la transmisión, también se lanzara una publicidad auditiva en sobre **TUTISMO RURAL DE MILAGRO** en la emisora “**LA OTRA**”.
- Medios tecnológicos: Se creará una cuenta de **Facebook** y **twitter**, mediante las cuales se logrará la máxima difusión y promoción de la nueva marca turística del cantón.

Además se crearan videos promocionando los tres segmentos antes mencionados sobre turismo rural, los cuales serán publicados en una cuenta de YOUTUBE para una mejor difusión.

TERCERA ESTRATEGIA:

➤ **PUNTOS DE INFORMACIÓN Y SEÑALÉTICA TURÍSTICA.**

Lo que se busca en esta estrategia es aumentar las señales viales y turísticas por todo el cantón con el fin de orientar, guiar e informar al turista la ubicación de los distintos atractivos, comunidades, balnearios y servicios turísticos que posee el cantón. Además se realizará la implantación de islas en lugares estratégicos con impulsadoras que brinden la información turística adecuada, donde se oferte a las personas sobre todos los productos y servicios que brida el espacio rural del cantón Milagro.

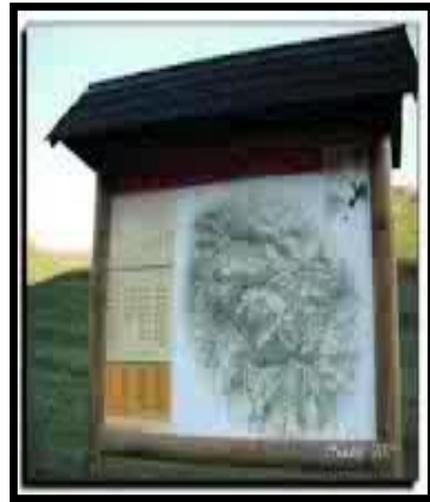
Para las señales de información se coloran los siguientes elementos:

- Se coloran letreros indicativos en puntos estratégicos de la ciudad de Milagro: en paraderos de buses, en los principales parques de Milagro como Parque Central, Parque Norte y Parque de la Madre. Además se colocarán letreros en las instalaciones de la Terminal Terrestre de Milagro.

A continuación un prototipo de letrero para la aplicación.



- También se colocarán letreros en las vías de accesos a las parroquias del Cantón Milagro y en dentro de las poblaciones de las respectivas parroquias, en este caso los letreros contendrán la información de los atractivos, productos y servicios turísticos que existan en dicha parroquia. A continuación se presentan un modelo de letrero para la aplicación de lo antes mencionado.



- La otra herramienta que se utilizará es la instalación de pequeñas islas de información en las cuales habrá la intervención de personas que atenderán a la ciudadanía y darán la respectiva información detallada sobre todos los lugares y atractivos ubicados en la zona rural que ofertan los diferentes productos y servicios turísticos, esta actividad se realizará por primera vez en un periodo de dos meses como se establece en el cronograma, luego se repetirá esta actividad en fechas estratégicas en las cuales se aproveche la circulación masiva de la ciudadanía.
- La ubicación de estas islas será en el parque central centro de la ciudad de Milagro y en las instalaciones de la terminal terrestre de la ciudad. También se instalarán en los parques de las diferentes parroquias del cantón.

Recursos:

En este proyecto se descifran dos que son: los recursos personales no monetarios como lo es el tiempo que se invirtió para realizar la investigación y también la propuesta del proyecto.

El otro recurso será COSTO-BENEFICIO, tener presente que la siguiente propuesta tendrá impactos positivos en la sociedad.

Impacto

- Fortalecer el desarrollo turístico.
- Desarrollo del interés por parte de los habitantes y turistas internos y externos del cantón.
- Reflejar una imagen de desarrollo y atracción turística del cantón Milagro.
- Aportar con iniciativas para mejorar el interés de realizar obras turísticas por parte del Municipios y Juntas Parroquiales de Milagro.
- Incentivar a los turistas a que aprecien las zonas tropicales del cantón Milagro
- Motivar a los turistas a visitar el cantón y a conocer más de los servicios que se ofertan para así posicionar la marca turística y reconocida a nivel nacional.
- Generar ideas con la finalidad de aportar y promover el desarrollo socioeconómico de las comunidades rurales del cantón.
- Mejorar los ingresos establecimientos y negocios dedicados a la actividad del turismo.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES- AÑO 2014

ACTIVIDAD	Ene	Feb.	Mar	Abr.	May.	Jun.
Crear un logo promocional para el sector rural	X					
Elaborar campañas de promoción turística a través de publicidad ATL y BTL		X	X	X		
Incrementar la señalética en carreteras del cantón					X	X

CONCLUSIONES

Gracias a los estudios realizados en este proyecto se llegó a la conclusión de que la actividad turística tanto en el Ecuador como en el cantón Milagro, tiene grandes posibilidades de desarrollo siempre y cuando se realice una intensiva campaña para lograr el reconocimiento del cantón como un destino importante en la provincia.

Los resultados arrojados por el proyecto muestran un resultado positivo tanto para el mercado turístico como la rentabilidad y el desarrollo socioeconómico del cantón, pase al lento crecimiento turístico del sector rural que se ha dado hasta ahora y que necesita de la decisión y el apoyo de las autoridades así como de todos los milagreños que forman parte de él, se puede recalcar que la ejecución de un plan de promoción y difusión para ofertar el turismo rural en Milagro trae muchos beneficios, los más relevantes son:

- Incremento de los turistas,
- Incremento de ingresos para el sector rural del cantón,
- Incremento de ingresos por la actividad turística,
- Desarrollo económico para los habitantes involucrados en el servicio a los turistas,
- Aumento de las microempresas dedicadas al turismo.
- Las hipótesis planteadas en esta tesis fueron comprobadas ya que se pudo determinar estrategias en base al diagnóstico del sistema turístico.
- El cantón Milagro tiene potencial como destino agro turístico y ecoturístico.
- El cantón Milagro tiene un reconocimiento a nivel nacional como “La tierra de Las Piñas”.
- El cantón Milagro no tiene un producto turístico definido en base a su demanda actual que en su mayoría son comerciantes.
- Las estrategias determinadas en la tesis buscan ayudar a corregir las fallas y optimizar el funcionamiento del sistema turístico.

RECOMENDACIONES

- Realizar investigaciones de campo ofertar atractivos, lugares y servicios el cantón.
- Crear una marca del turismo rural del cantón Milagro
- Mejorar el trabajo del departamento encargado del turismo del municipio de Milagro.
- Aplicar estrategias de marketing para promocionar el turismo rural.
- Aprovechar la presencia de industrias asentadas en el sector rural para así proponer un turismo industrial.
- Aprovechar el nivel económico de todo el cantón y sus alrededores.
- Realizar estudios del perfil del visitante.
- Tomar en cuenta las frutas de zonas tropicales y promover el agroturismo.
- Implantar una debida señalización del turismo rural en el cantón.
- Diseñar proyectos dedicados a ofertar turismo en la zona rural.
- Aprovechar la reactivación del tren turístico y su recorrido a lo largo del cantón.
- Diseñar continuamente campañas de capacitación a las comunidades receptoras de visitantes.

BIBLIOGRAFIA DE INVESTIGACIÓN

LIBROS

- MARKETING TURÍSTICO, Marzo del 2009, Escrito por Editorial Vértice.
- MUNICIPIO DE MILAGRO, Plan de Desarrollo Turístico Sustentable, Abril del 2009: Autor Daniel Rodriguez.
- TURISMO COMUNITARIO EN ECUADOR, Octubre del 2008, Autores Estaban Ruis Ballesteros.

TESIS

- AREVALO BARAHONA Verónica; (2012) Propuesta de creación de un complejo turístico en el sector rural de Barcelona-Milagro.
- COMBARIZA GONZÁLEZ Juliana, (2012). El turismo rural como estrategia de desarrollo sostenible: caso municipio de La Mesa-Colombia.
- MARCELA SABINA Mogollón Tarco; (2012) estudio de factibilidad para la aplicación de estrategias de marketing al turismo de la ciudad de Milagro.
- VEINTIMILLA MARIÑO Luis miguel; (2010) Proyecto de reingeniería de un complejo turístico en el cantón milagro. Ecuador.

REVISTAS

- Revista Magazine Ecuador 2009.
- Revista Magazine Ecuador 2011
- Revista Ecuador Turístico, Febrero del 2012

LINKOGRAFIAS

- <http://books.google.com/books>
- <http://www.redatam.inec.gob.ec>
- <http://ec.europa.eu/agricultura/rural/touris>
- www.mmrree.gob.ec/ministerio/constituci3n/2008
- Plan.senplades.gob.ec
- Plan.senplades.gob.ec
- http://www.kalipedia.com/geografia-general/tema/geografia-economica/evolucion-turismo.html?x=20070417klpgeogra_184.Kes&ap=0
- <http://www.guias-viajar.com/viajes-turismo-mundo/omt-barometro-turismo-mundial-abril-2011/>
- <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-muestra-un-crecimiento-del-15-en-la-industria-del-turismo/>
- http://www.bdigital.unal.edu.co/7290/1/790705_2012.pdf
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Diversificaci3n>
- <http://www.boletin-turistico.com>
- <http://www.euranet.com/alter-agro>
- <http://ec.europa.eu/agricultura/rural-es/htm>

ANEXOS:

FORMATO DE ENCUESTA:



Objetivo: La presente encuesta tiene por objeto analizar como incide el turismo en el desarrollo social y económico de la zona rural de Milagro

En cada pregunta marque con un visto dentro del recuadro una de las siguientes alternativas:

1.- Usted es:

- Nativo y residente de la zona
- No nativo pero residente
- No nativo, no residente, pero realiza alguna actividad en el sector

2.- ¿Cómo calificaría el desarrollo del turismo de este sector en los últimos 5 años?

- Lo mismo
- Lento desarrollo
- Mucho desarrollo

3.- De los siguientes ítems, ¿En cuál de ellos considera usted que incide el turismo de estos sectores?

- Desarrollo social
- Desarrollo económico
- Desarrollo Cultural
- Ninguno

4.- Con respecto al desarrollo de obras que promuevan el turismo de la zona, usted considera que el municipio:

- Cumple
- No Cumple
- No sabe

5.- Con respecto a la planificación de actividades y obras que promuevan el turismo del sector, considera usted que la Junta Parroquial:

- Cumple
- No Cumple
- No sabe

6.-La preservación y difusión de zonas tropicales ayudan al desarrollo turístico de la zona:

- De acuerdo
- En desacuerdo
- No opina

7.- ¿Cómo calificaría la inversión del pequeño comerciante en la actividad turística de la zona rural?

- Necesaria
- No necesaria
- No opina

8.- Considera usted que el desarrollo turístico en la zona rural mejora el nivel de vida de sus moradores

- De acuerdo
- Desacuerdo
- No opina

9.- ¿Cómo calificaría la frecuencia con que el turista visita el sector?

- Cada fin de semana
- Una vez al mes
- Cada 6 meses
- Una vez al año
- Cada feriado

10.- ¿Cuál de los siguientes enunciados cree usted que es el turismo más adecuado para este sector?

- Agroturismo
- Turismo deportivo
- Turismo de aventura
- Turismo cultural