



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**TRABAJO PRÁCTICO DE EXAMEN DE GRADO O FIN DE CARRERA DE**  
**CARÁCTER COMPLEXIVO**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE**  
**LICENCIADA EN TURISMO**

**TÍTULO**

**DISEÑO DE UN PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA LA**  
**AFLUENCIA DE VISITANTES EN EL CANTÓN MILAGRO**

**Autor:** Villalva Flores Ana Gabriela

**Tutor:** Ing. Ortiz Zurita María José. MAE

**MILAGRO, ENERO, 2017**

**ECUADOR**

**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

Milagro, 26 de Enero 2017

Señor Ingeniero  
Félix Villegas Yagual, MAE  
Decano de Facultad de Ciencia Administrativa y Comerciales  
Presente

Señor Decano:

Para los fines legales consiguientes, certifico que se ha revisado el Trabajo Práctico de Examen de Grado o de Fin de Carrera de Carácter Complexivo de la estudiante **Ana Gabriela Villalva Flores** de la carrera de **Licenciatura en Turismo** con el Tema Titulado "**Diseño de un plan de promoción turística para la afluencia de visitantes en el Cantón Milagro**", habiendo realizado las correcciones siguientes:

- 1.- Especificar el lugar donde se va a desarrollar los eventos sociales.
- 2.- Especificar información que tendrán los trípticos en la propuesta


Concluyendo la redacción de la tesis, la misma que ha sido revisada por el suscrito y el tribunal de sustentación.

Particular que ponemos a vuestro conocimiento, para los fines consiguientes.

Atentamente

  
Ing. María José Ortiz, MAE

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

  
Ing. Gabriela Torres, MSc

**SECRETARIA DEL TRIBUNAL.**

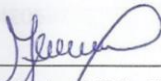
  
Ing. Amada Zambrano, MSc

**VOCAL DEL TRIBUNAL**

### ACEPTACIÓN DEL(A) TUTOR(A)

Por la presente hago constar que me comprometo asesorar durante la etapa del desarrollo hasta su presentación, evaluación y sustentación del trabajo de titulación, cuyo tema es Diseño de un plan de promoción turística para la afluencia de visitantes en el cantón Milagro presentado por la estudiante Villalva Flores Ana Gabriela, para optar al título de Diseño de un plan de promoción turística para la afluencia de visitantes en el cantón Milagro.

Milagro, a los 5 días del mes de enero del 2017

  
Ing. María José Ortiz Zurita

C.I 0924676711

### DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 5 días del mes de enero de 2017

  
Ana Gabriela Villalva Flores

CI: 0942059775

## **DEDICATORIA**

A Dios por ser mi fortaleza, mi guía, y por darme sabiduría.

A mis padres Jerónimo Villalva y Anita Flores por ser el motivo de mi superación, mis consejeros, mis mejores amigos y por su apoyo moral y económico.

A mis hermanos Roberto, Joel, Katherine, Viviana, Vanessa y Débora por estar presente en todo momento. A la Licenciada Priscila Jácome por su ayuda brindada para este trabajo.

Ana Gabriela Villalva Flores

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco en primer lugar a Dios por la sabiduría, las fuerzas que me ha dado y sus bendiciones cada día. A mis padres, por su amor, apoyo incondicional, por estar en mis alegrías y tristezas, sus consejos, por su tiempo, y esfuerzo invertido. A mis hermanos y a mis amigos por el ánimo que siempre me han brindado, a la Licenciada Priscila Jácome por su ayuda, a mis compañeras Daniela, Diana, Lisette, Edilma, Keyla y demás con quienes tuve el agrado de compartir este largo camino de aprendizaje en la universidad.

Expreso mi gratitud a la Universidad, a los docentes quienes contribuyeron para formarme profesionalmente a través de sus conocimientos y experiencias que adquirí. A la Ing. Gabriela Torres y a la Ing. María José Ortiz docentes tutores por su ayuda en este proceso.

Ana Gabriela Villalva Flores

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.  
Fabricio Guevara Viejó, MAE.  
Rector de la Universidad Estatal de Milagro  
Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo hacer entrega de la Cesión de Derecho de Autor del Trabajo Práctico de Examen de Grado o de Fin de Carrera de Carácter Complexivo, realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue Diseñar un plan de promoción turística para la afluencia de visitantes en el Cantón Milagro" y que corresponde a la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 05 de enero del 2017

  
Ana Gabriela Villalva Flores  
CI: 0942059775

## **ABREVIATURAS**

OMT: Organización Mundial del Turismo

FITE: Feria Internacional de Turismo en Ecuador



## ÍNDICE GENERAL

ACEPTACIÓN DEL(A) TUTOR(A) .....	¡Error! Marcador no definido.
DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN¡Error! Marcador no definido.	
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR .....	vi
ABREVIATURAS.....	vii
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I EL PROBLEMA .....	2
1.1 Planteamiento del Problema .....	2
1.1.1 Delimitación .....	3
1.2 Objetivos .....	3
1.2.1 Objetivo general.....	3
1.2.2 Objetivos específicos .....	3
CAPÍTULO II .....	4
MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO.....	4
2.1 Marco Teórico y Referencial .....	4
2.2 Marco Metodológico.....	9
2.3 Población y Muestra.....	11
2.4 Métodos y Técnicas .....	11
2.5 Resultados .....	13
CAPÍTULO III PROPUESTA .....	23
3.1 Descripción de la Propuesta .....	23
3.1.1 Desarrollo de la Propuesta.....	23
3.2 Conclusiones.....	26
3.3 Recomendaciones .....	28
BIBLIOGRAFÍA .....	29
APÉNDICE .....	30

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Milagro como un cantón turístico.....	13
Tabla 2 Lugar de Origen .....	14
Tabla 3 Eventos sociales para promocionar el cantón Milagro .....	15
Tabla 4 Realización de Campañas Promocionales .....	16
Tabla 5 Medios de Información .....	17
Tabla 6 Medios Promocionales .....	18
Tabla 7 Marca Turística.....	19
Tabla 8 Video Promocional .....	20
Tabla 9 Desarrollo del cantón.....	21
Tabla 10 Plan promocional.....	22
Tabla 11 Presupuesto .....	26
Tabla 12 Propuesta de Itinerario Opción 1 .....	38
Tabla 13 Itinerario Opción 2 .....	38

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Milagro como cantón turístico .....	13
Figura 2 Lugar de Origen .....	14
Figura 3 Eventos sociales para promoción del cantón Milagro .....	15
Figura 4 Realización de campañas promocionales .....	16
Figura 5 Realización de campañas promocionales .....	17
Figura 6 Medios Promocionales .....	18
Figura 7 Marca Turística .....	19
Figura 8 Video Promocional .....	20
Figura 9 Desarrollo del cantón .....	21
Figura 10 Plan promocional.....	22
Figura 11 Turismo Vivencial Hacienda Blanca Isabel .....	34
Figura 12 Hacienda El Chaparral. ....	34
Figura 13 Viveros .....	35
Figura 14 Parque central y Monumento a la piña.....	35
Figura 15 Diseño de volante.....	36
Figura 16 Diseño de Tríptico anverso .....	36
Figura 17 Diseño de Tríptico anverso .....	37
Figura 18 Diseño de Página de Red Social Facebook.....	37

## RESUMEN

Este trabajo de investigación demuestra la situación actual que presenta el cantón Milagro, perteneciente a la provincia del Guayas. El turismo en la ciudad de Milagro empezó por la llegada del tren que traía una minoría de turistas nacionales y extranjeros por motivos comerciales. Hoy en día, el cantón posee una oferta turística muy atractiva que muy pocos conocen, y por tal motivo no existe la afluencia necesaria de visitantes, por ello que nace la necesidad de promocionar los atractivos turísticos y las actividades que ofrece el cantón. Con este trabajo se desea contribuir a que este sector se desarrolle turísticamente e incrementar el desarrollo económico de los emprendedores

El objetivo general de este trabajo se basa en diseñar un plan de promoción turística para la afluencia de visitantes en el Cantón Milagro.

La metodología de este trabajo investigativo descriptiva en vista que se conseguirá información directa de un grupo de personas sobre el tema planteado mediante las encuestas que serán aplicadas, también corresponde a una investigación exploratoria por lo que se obtendrá información de la situación actual y problemas que presente el lugar, de igual manera se utilizará la herramienta bibliográfica como libros, revistas, publicaciones en internet, para tener conocimiento sobre las definiciones que contiene el trabajo.

Con la investigación realizada se obtuvo resultados como, que la escasa promoción turística afecta directamente a que las personas no visiten el cantón, de la misma manera se pudo constatar que la mayoría realizan viajes por motivos familiares.

### **Palabras claves:**

Promoción, estrategia, publicidad, turismo, visitantes, sitios.

## **ABSTRACT**

This research work shows the current situation that presents the Milagro city, belonging to the province of Guayas. Tourism in the Milagro city of began with the arrival of the train that brought a minority of national and foreign tourists for commercial reasons. Nowadays, the city has a very attractive tourist offer that very few know and for that reason there is no necessary influx of visitors, why was born the need to promote the tourist attractions and activities offered by the city.

With this research work we want to contribute to this industry to develop tourism and increase the economic development of entrepreneurs the general objective of this work is based on designing a plan of tourism promotion to the influx of visitors in the Milagro city.

The methodology of this investigative work is descriptive in view that it will get direct information from a group of people on the issue raised by the surveys that will be applied, It also corresponds to an exploratory research so you will get information on the current situation and problems that present the place, just as the tool will be used bibliographic and books, magazines, publications on the internet, to have knowledge about the definitions that contains the research work.

With research results were obtained as, that the scarcity of tourist promotion directly affects that people do not visit the city, in the same way we were able to establish that the majority they travel for family reasons.

### **Keywords**

Promotion, strategy, advertising, tourism, visitors, site.

## INTRODUCCIÓN

Ecuador, es un país lleno de diversidad cultural, además de sus hermosos paisajes, que forman parte de este territorio que engalanan y lo hacen único como nación. Milagro ciudad conocida por el cultivo de la caña de azúcar, su tierra fértil, calidez de la gente, hermoso clima, recursos naturales e históricos; que hacen de este cantón un lugar privilegiado por los componentes que engalanan la provincia del Guayas. Además, posee atractivos peculiares como viveros, complejos turísticos, haciendas, parques, iglesias, monumentos, un ingenio industrial, un pequeño museo y actividades como ciclismo, observación de plantaciones de piña, cacao, banano y vegetación nativa, Así mismo se caracteriza por su gastronomía.

El presente trabajo de investigación nace por la necesidad de promover los sitios turísticos que posee el cantón Milagro a través del diseño de un plan promocional que ayude a incentivar el que las personas visiten estos lugares y a su vez incrementar la actividad turística y económica. Los medios de comunicación, redes sociales, vallas publicitarias, videos promocionales son herramientas importantes para la promoción y difusión de los sitios y actividades turísticas en Milagro.

La obtención de información para este trabajo se la realizó a través del método cuantitativo, para ello se utilizó encuestas realizadas a un grupo de personas.

## **CAPÍTULO I EL PROBLEMA**

### **1.1 Planteamiento del Problema**

En la actualidad el Ecuador tiene al turismo como una importante fuente de ingresos económicos, esta actividad social se ha desarrollado con mucho auge en los últimos años provocando que muchos turistas tanto nacionales como extranjeros visiten los hermosos atractivos que posee, y puedan realizar diferentes actividades al de su entorno habitual.

La promoción de los sitios turísticos es fundamental para fomentar el desarrollo económico de un país, región o cantón. En Milagro, existe una escasa promoción turística de sus atractivos, lo que ha provocado una mínima afluencia de turistas, y por ende estos emprendedores no evidencian un crecimiento económico. Milagro cuenta con atractivos peculiares pero a pesar de contar con estos elementos, la actividad turística no ha sido desarrollada completamente, y es por ese motivo, que es necesario un plan promoción turística para que a través del mismo se capte la atención de los turistas, visitantes. Es necesario un plan de promoción turística para la difusión de los sitios turísticos del cantón Milagro, para que con ello se produzca un incremento económico y social. Este plan estará encaminado a las acciones promocionales que se realizará para incentivar las visitas a los atractivos turísticos.

### **1.1.1 Delimitación**

El trabajo de investigación se desarrollará en Sudamérica, en la República Ecuador, en la región costa de la provincia del Guayas, en el cantón Milagro.

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo general**

Diseñar un plan de promoción turística para incrementar la afluencia de visitantes en el Cantón Milagro.

### **1.2.2 Objetivos específicos**

- Realizar un diagnóstico sobre la situación actual del Cantón Milagro.
- Establecer estrategias de promoción que permitan ofertar los productos y servicios que ofrece Milagro.
- Determinar cuáles serán los medios de promoción turística para captar visitantes.



## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO**

#### **2.1 Marco Teórico y Referencial**

El turismo es una actividad social, que hoy en día ha generado ingresos económicos a muchos países, por ser una actividad social que atrae a turistas nacionales con extranjeras.

Según la OMT (Organización Mundial del Turismo), citado por Renato Quesada (2010) en su libro Elementos del Turismo: Teoría, Clasificación y Actividad menciona que. “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y por otros motivos” (Quesada, 2010, pág. 14).

Dentro del área del turismo existen terminologías y definiciones importantes y varios autores nos mencionan lo que significan.

Según Manuel Gurría (2009) en su libro Introducción al Turismo nos menciona que turista es. “Visitante temporal que permanece cuando menos 24 horas en el país visitado y cuyo propósito de viaje puede ser clasificado bajo uno de los siguientes rubros”:

- a) Tiempo libre (recreo, vacaciones, salud, estudio, religión, deportes).
- b) Negocios, familia, misiones o reuniones (Gurría, 2009, págs. 15-16).

Según Manuel Gurría (2013) en su libro menciona que visitante es. “Persona que visita un país que no es en el que tiene fijada su residencia, por cualquier razón que no sea desempeñar una ocupación remunerada” (Gurría, 2009, pág. 15).

Dentro de un producto turístico se encuentran los atractivos, cuyos lugares son la razón por la cual el turista desea visitarlos; estos pueden ser naturales o culturales.

Según Renato Quesada en su libro de Elementos del Turismo, nos menciona que. “Puesto que los atractivos turísticos son justamente aquello que motiva y genera lo desplazamientos de las personas hacia un lugar, son considerados la “materia prima” del turismo” (Quesada, 2010, pág. 170).

Según Goeldener & Ritchie (2011) citados por Rafael Covarrubias en su libro Evaluación del Potencial en Municipios Turísticos a través de Metodologías Participativas mencionan que:

“Un recurso natural y el medio ambiente constituyen fundamentalmente la medición de los recursos naturales que cualquier área tiene disponibles para el uso y disfrute de los visitantes, los elementos básicos en esta categoría incluyen el aire y el clima, fisiografía de la región, forma de la tierra, terreno, flora, fauna y cuerpos de agua, playas, belleza natural, y agua para beber, y usos similares” (Goeldener & Ritchie, 2011, pág. 329).

El autor Rafael Covarrubias (2015) nos menciona en su libro Evaluación del Potencial en Municipios Turísticos a través de Metodologías Participativas que. “Los recursos culturales son indicadores de la variedad de actividades con los que cuentan la sociedad ya que existen vínculos entre la historia y la evolución de un sitio determinado” (Covarrubias, 2015, pág. 21).

Para que exista el turismo en una región, provincia o ciudad, se necesita de algunos recursos y uno de ellos es el marketing para promocionar los atractivos que este posea.

Según Philip Kotler & Kevin Keller (2006) menciona en su libro Dirección de Marketing que. ``El marketing consiste en identificar y satisfacer las necesidades de las personas y de la sociedad. Una de las definiciones más cortas de marketing dice que el marketing consiste en satisfacer necesidades de forma de rentable`` (Kotler & Keller, 2006, pág. 5).

Dentro de las definiciones de marketing se encuentran el marketing mix o también conocidas como las Cuatro P, las cuales están orientas al Producto, Precio, Plaza y Promoción.

Según Krippendor (2007), uno de los primeros mentalizadores de los conceptos sobre el marketing turístico menciona en su libro Marketing y Turismo: “Es una adaptación sistemática y coordinada de la política de la empresa turística privada y del Estado, en un plano local, regional, nacional e internacional para satisfacer de manera óptima las necesidades de ciertos grupos determinados de consumidores, todo para obtener una ganancia apropiada” (Krippendor, 2007, pág. 45).

Según Manuel Gurría (2013) en su libro menciona que:

“La promoción turística es uno de los primordiales elementos para lograr que la demanda potencial se convierta en efectiva. La acción promocional tiene como principal función crear conciencia en los turistas, sobre la atención y el cuidado que se debe tener para proteger y conservar el patrimonio turístico de un país. Toda promoción turística tiene tres elementos principales o primarios, sin importar el grado o tipo de dicha promoción” (Gurría, 2009, págs. 86-87).

Según Oscar de la Torre Padilla (2012) menciona que: “Los instrumentos que se emplean en la promoción los encontramos en la propaganda turística, que en su aspecto más general tiende a dar a conocer la disponibilidad de la oferta, su importancia, calidad y naturaleza; y orientar los deseos y necesidades de la demanda” (Padilla, 2012, pág. 86).

Según Manuel Gurría cita en su libro *Introducción al Turismo* a Ortigoza y Gómez, quienes definen que:

“La promoción es, en su más amplio concepto, una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que lo aprovecha con fines de explotación económica” (Ortigoza & Gómez, 1977).

Según Aguinaga et al. (2005) autoras del libro *Una interpretación mesoeconómica del turismo en Ecuador* explica que:

“En el caso de Ecuador, a partir del conocimiento del país y de los procesos de planificación turística realizados por el Ministerio de Turismo en los últimos años, como es el caso del plan de competitividad y el de descentralización turística, se inició el proceso estratégico con el plan de marketing para generar más turistas e ingresos a corto plazo, lo que mejoraría los resultados de los productos actuales y también el escenario y el atractivo de las inversiones necesarias de desarrollo a nivel local y nacional” (Aguinaga et al, 2005, pág. 388).

Según Beckham (2011) en su libro de *Plan de marketing turístico* expresa que:

“Las estrategias no son eventos aislados, son más bien un proceso de acciones continuas y consistentes que deben ser desarrolladas por todos los individuos de la organización, estrategia es identificar las acciones bajo sinergia institucional, actividades productivas nacionales y extranjeros que crean vinculaciones más necesarias para abordar las amenazas del turismo” (Beckham, 2011, págs. 67-70).

Milagro conocido como la ciudad de las piñas y de la caña de azúcar, tiene su historia enmarcada con la cultura Milagro-Quevedo.

Como afirma Zanzzi (2008) en su libro Milagro Socio Económico en Cifras:

“San Francisco de Milagro, aquel pueblo pujante que inicio su historia con la internacionalmente reconocida Cultura Milagro-Quevedo (Aprox. 400 años A.C), la leyenda de los Chirijos y el prodigio del Santo Francisco de Asís, es hoy una ciudad con mucha energía y vitalidad. Su progreso es notable y con el pasar de los días sus habitantes se esfuerzan cada vez más por derrotar aquellos problemas que retrasan su avance” (Zanzzi, 2008, pág. 21).

El cantón Milagro posee peculiares atractivos tanto naturales y culturales que como: El diario Expreso menciona en una publicación en su página web lo siguiente.

“En el kilómetro 3,5 de la vía Milagro-Mariscal Sucre se encuentra una de las opciones para los bañistas: el balneario popular bautizado como Las Cataratas. Su nombre obedece por la forma en que cae el agua, producto de una represa artificial que se construyó en ese punto del río Milagro, siendo la atracción para turistas locales y de ciudades aledañas” (Expreso, 2014). (Ver gráfico N°15)

La revista El Universo hace una publicación acerca de la Hacienda Blanca Isabel, y menciona que. “Una hacienda que ha tomado la decisión de transformar sus instalaciones para promocionarse como destino turístico en esa zona es Blanca Isabel, ubicada en el kilómetro 4,5 de esa vía” (La Revista, 2012). (Ver gráfico N° 16)

El Gobierno Provincial del Guayas publica en su página web sobre la Hacienda Agro turística El Chaparral. “Desde julio de 2014, la finca El Chaparral recibe turistas por medio de un convenio con Tren Ecuador, siendo una parada en el circuito que se comercializa a viajeros nacionales y extranjeros” (Gobierno Provincial del Guayas, 2013). (Ver gráfico N°17).

Moisés Pinchevsky en una de las publicaciones del Diario El Universo menciona. “El camino de los viveros es una opción para realizar actividades de agroturismo” (Pinchevsky, 2007).

La revista El Universo en sus publicaciones menciona que “En la vía a Mariscal Sucre se encuentra también Viveros Donoso, el más famoso del sector, que surte de plantas a buena parte de las zonas regeneradas de Guayaquil” (El Universo, 2012). (Ver gráfico N° 18).

En el trabajo de tesis de Plan de Potencialización Turística del cantón Milagro, Diana Solórzano & María José Ortiz hacen referencia a los viveros, como están estructurados los monumentos de las piñas, y mencionan al Parque Norte y el Tren como atractivo:

“En este cantón existen gran cantidad de viveros de plantas ornamentales que en su mayoría se encuentran en la vía Milagro – Naranjito, como el Jardín “Los Helechos”, Jardín Vivero “Luis y Ana”, Jardines y Decoraciones “Freiga”, Vivero “Linderos de Venecia”, entre otros. En la vía Milagro – Mariscal Sucre también encontramos viveros como el “Donoso”. Actualmente, la Jefatura de Turismo del Municipio de Milagro se encuentra realizando un inventario de los mismos.

Existen dos monumentos importantes a esta fruta, el primero es de acero inoxidable y está ubicado en la intersección de las avenidas 17 de Septiembre y Chirijos, es una composición metálica a base de tubos iluminados con 240 luces distribuidas en 8 metros de alto y cuatro de ancho. La otra escultura dedicada a la Piña está hecha con cerámica modelada y repintada a mano, fue realizada por el artista plástico quiteño Juan Sánchez y se encuentra en la Plaza Central. El Parque Norte se sitúa al norte de la cabecera cantonal, dentro de la zona urbana. Es un encantador lugar donde se puede disfrutar de áreas verdes y juegos infantiles; tiene una arquitectura moderna y bien distribuida. El 29 de enero de 2013, se inauguró la ruta “Tren de la Dulzura”, la misma que atraviesa el cantón Milagro. Este proyecto es impulsado por la Empresa de Ferrocarriles del Ecuador y el Ministerio de Turismo. Los turistas podrán disfrutar de este hermoso y cultural recorrido en este emblemático medio de transporte” (Solórzano & Ortiz, 2013, págs. 79-81). (Ver gráfico N° 19).

## **2.2 MARCO METODOLÓGICO**

Debido a la problemática existente en el cantón, el desarrollo del trabajo investigativo se fundamenta en el enfoque cualitativo y cuantitativo.

Cualitativo por que la investigación se la obtiene por medio de documentos, información obtenida en internet y libros. Cuantitativa por que la investigación obtiene sus resultados a través de encuestas.

De la misma manera, el presente trabajo se fundamenta en la investigación descriptiva y exploratoria; utilizando técnicas investigativas que contribuyen a tener un mejor panorama de la situación actual del objeto de estudio.

### **2.2.1 Investigación Descriptiva**

El presente trabajo se utilizó la Investigación Descriptiva, a través del instrumento de las encuestas que se hizo dirigido a un grupo de personas de la población del cantón Milagro.

### **2.2.2 Investigación Exploratoria**

El método utilizado en este trabajo fue la investigación exploratoria, la cual se fundamentó en la fuente secundaria, siendo estas las herramientas bibliográficas como libros, internet, entre otros.

## 2.3 Población y Muestra

$$n = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$$

n = Tamaño de la muestra

e = 0.05 error de la muestra

p = 0,5 probabilidad a favor (número de casos que ocurran)

q = 0,5 probabilidad en contra (casos restantes)

z = 1.96 nivel de confianza

$$n = \frac{(1.96) * (0,5) * (0,5)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{(3.8416) * (0,25)}{(0.025)^2}$$

$$n = \frac{0,9604n}{0.025} = 384,16 = n = 384$$

## 2.4 MÉTODOS Y TÉCNICAS

### 2.4.1 Método inductivo

La utilización de este método permite realizar un análisis de cuáles son las causas y efectos que ocasionan el problema, seccionando la información de hechos particulares a generales y de esta manera establecer relación directa con el problema.

### 2.4.2 Método deductivo

La utilización de este método permite que se obtenga información bibliográfica, que al ser aplicada de manera general llegue a aspectos particulares, para fundamentar el marco teórico.



La utilización de este método permite realizar la fundamentación de un marco teórico adecuadamente, partiendo de aspectos generales hasta llegar a aspectos particulares mediante la información bibliográfica relacionada con la investigación.

#### **2.4.3 Método analítico**

Por medio de este método se busca analizar cada una de partes relacionadas con el objeto de estudio, a fin de tener una mejor comprensión de las causas, efectos que generan el problema.

#### **2.4.4 Método empírico**

Método de observación: este tipo de método aplicado, permitió una investigación visual directa con los hechos, para conocer el área donde se origina la problemática.

#### **2.4.5 Técnicas**

Las técnicas que se utilizaron para el desarrollo de este trabajo fueron las siguientes:

- La encuesta: Con esta técnica se obtuvo información directa, útil para el desarrollo de la propuesta.

Según (Grasso, 2006) menciona que. “La encuesta permite explorar la opinión pública y los valores vigentes de una sociedad, temas de significación científica y de importancia en las sociedades democráticas”

- Recopilación bibliográfica: Con esta técnica se obtuvo información para la realización del marco referencial.
- Observación directa: A pesar de ser considerada una técnica antigua, resultó ser muy útil para establecer la situación actual del cantón.

## 2.5 Resultados

Los resultados obtenidos para el presente trabajo, se realizó a través de encuestas, dirigidas a un grupo de personas del cantón Milagro; obteniendo lo siguiente:

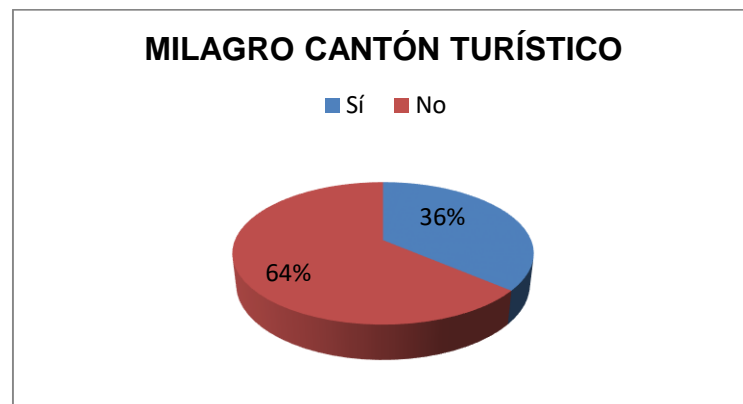
### 1. ¿Considera usted que Milagro es un cantón turístico?

Tabla 1 *Milagro como un cantón turístico*

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Sí	139	36
No	245	64
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

Elaboración por: Gabriela Villalva  
Fuente: Encuesta

Figura 1 *Milagro como cantón turístico*



Elaboración por: Gabriela Villalva  
Fuente: Encuesta

### Análisis

Del grupo de personas quienes fueron encuestadas, el 64% respondió que no consideran que Milagro sea un cantón turístico y el 36% respondió, sí.

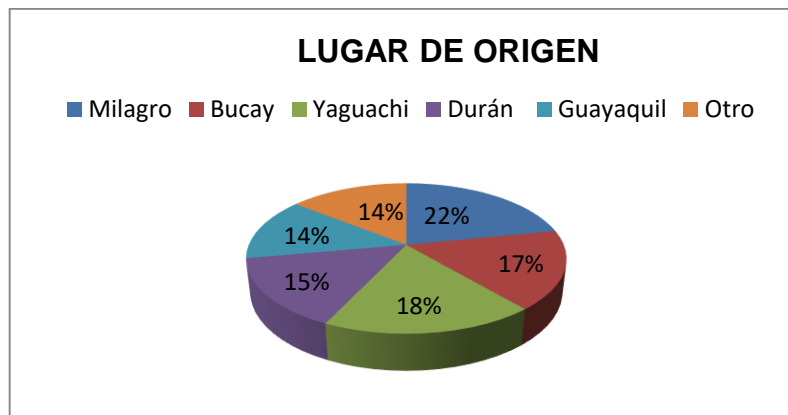
## 2. ¿Cuál es su lugar de origen?

Tabla 2 *Lugar de Origen*

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Milagro	84	22
Bucay	65	17
Yaguachi	70	18
Durán	58	15
Guayaquil	52	14
Otro	55	14
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

Elaboración por: Gabriela Villalva  
Fuente: Encuesta

Figura 2 *Lugar de Origen*



Elaboración por: Gabriela Villalva  
Fuente: Encuesta

### Análisis

De acuerdo con el origen de las personas que fueron encuestadas el 22% corresponde a Milagro, el 14% a Guayaquil, el 18% a Yaguachi, el 15% a Duran, mientras que el 17% pertenece a Bucay, y tan solo el 14% a otros lugares.

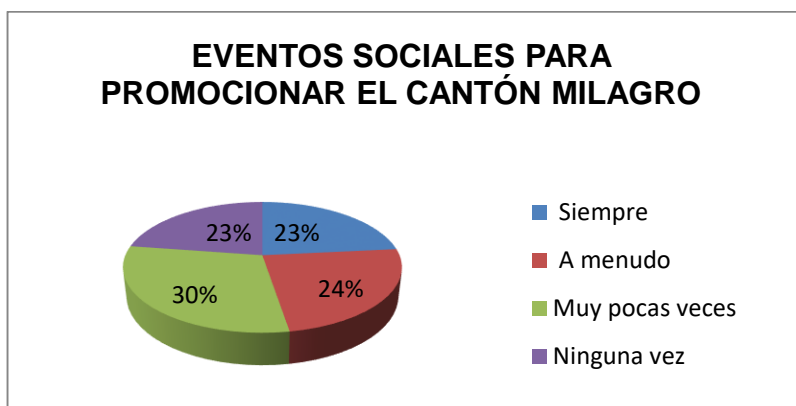
**3. ¿Con qué frecuencia considera usted que en el cantón Milagro se realiza eventos sociales para promoverlo turísticamente?**

Tabla 3 *Eventos sociales para promocionar el cantón Milagro*

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Siempre</b>	90	23
<b>A menudo</b>	92	24
<b>Muy pocas veces</b>	115	30
<b>Ninguna vez</b>	87	23
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

Elaboración por: Gabriela Villalva  
Fuente: Encuesta

Figura 3 *Eventos sociales para promoción del cantón Milagro*



Elaboración por: Gabriela Villalva  
Fuente: Encuesta

**Análisis**

Con respecto a que, con cuanta frecuencia considera que en el cantón Milagro realiza eventos sociales para promocionarlo turísticamente; un 30% de los encuestados mencionaron que muy pocas veces, el 24% que a menudo se realiza a cabo eventos sociales, mientras que el 23% mencionaron que siempre o ninguna vez.

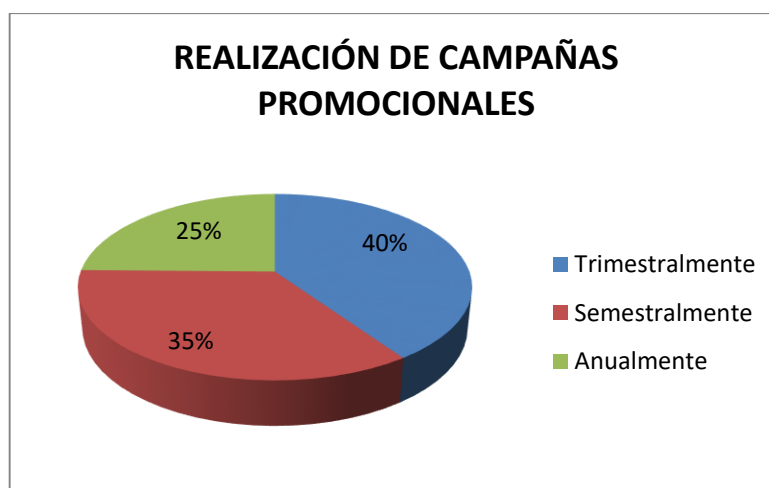
#### 4. ¿Con qué frecuencia cree usted que el cantón deba realizar campañas promocionales?

Tabla 4 Realización de Campañas Promocionales

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Trimestralmente	155	40
Semestralmente	134	35
Anualmente	95	25
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

Elaboración por: Gabriela Villalva  
Fuente: Encuesta

Figura 4 Realización de campañas promocionales



Elaboración por: Gabriela Villalva  
Fuente: Encuesta

#### Análisis

Con respecto al tiempo en que se debe realizar campañas promocionales, el 40% de los encuestados indicaron que deberían ser trimestralmente, mientras que el 35% indicó que deberían ser semestralmente y tan solo el 25% que deberían ser anualmente.

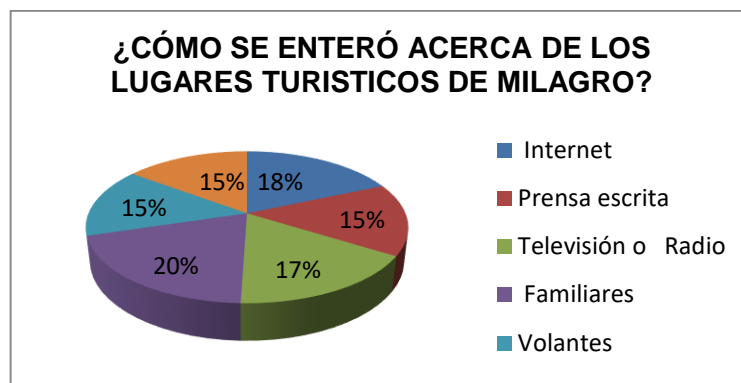
**5. ¿Cómo se enteró usted acerca de los atractivos turísticos que posee el cantón Milagro?**

Tabla 5 Medios de Información

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Internet	71	18
Prensa escrita	59	15
Televisión o Radio	64	17
Familiares	76	20
Volantes	57	15
Ferias	57	15
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

Elaboración por: Gabriela Villalva  
Fuente: Encuesta

Figura 5 Realización de campañas promocionales



Elaboración por: Gabriela Villalva  
Fuente: Encuesta

**Análisis**

De acuerdo con la pregunta sobre a través de que medio se enteró acerca de los lugares turísticos del cantón, el 20% de los encuestados mencionaron que fue a través de un familiar, el 17% a través del internet, la televisión y radio, mientras que el 18% se enteró por prensa escrita y tan solo el 15% lo hizo a través de ferias y volantes.

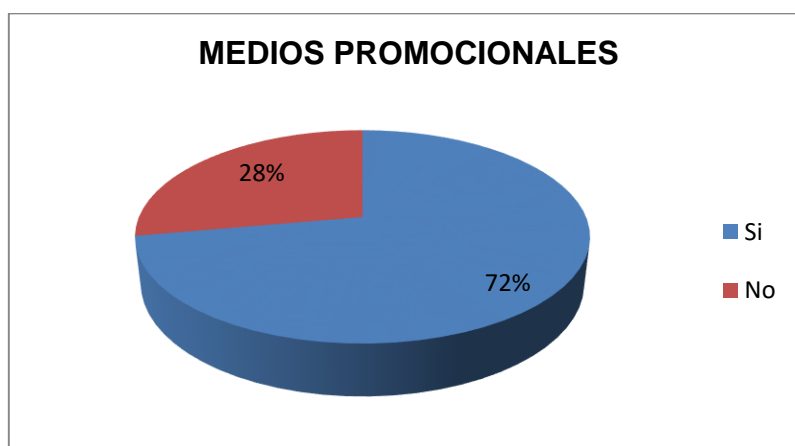
**6. ¿Le gustaría a Ud. que existan diferentes medios de promoción sobre los lugares que desea visitar?**

Tabla 6 *Medios Promocionales*

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Si</b>	275	72
<b>No</b>	106	28
<b>TOTAL</b>	<b>381</b>	<b>99</b>

Elaboración por: Gabriela Villalva  
Fuente: Encuesta

Figura 6 *Medios Promocionales*



Elaboración por: Gabriela Villalva  
Fuente: Encuesta

**Análisis**

El 72% de los encuestados mencionaron que están de acuerdo que deberían existir diferentes medios que promocionen los lugares turísticos del cantón, mientras que el 28% no lo consideran necesario.

## 7. ¿Conoce usted la marca turística que posee el cantón Milagro?

Tabla 7 Marca Turística

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Sí	150	39
No	234	61
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

Elaboración por: Gabriela Villalva

Fuente: Encuesta

Figura 7 Marca Turística



Elaboración por: Gabriela Villalva

Fuente: Encuesta

### Análisis

Con respecto a la marca turística que posee el cantón Milagro, el 61% mencionó que no la conocen y tan solo el 39% sí la conocen.



## 8. ¿Le gustaría que Milagro contara con un video promocional?

Tabla 8 *Video Promocional*

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Sí	384	100
No	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

Elaboración por: Gabriela Villalva  
Fuente: Encuesta

Figura 8 *Video Promocional*



Elaboración por: Gabriela Villalva  
Fuente: Encuesta

### Análisis

Con respecto a la pregunta si le gustaría que Milagro tuviera un video promocional, el 100% de los encuestados están de acuerdo.

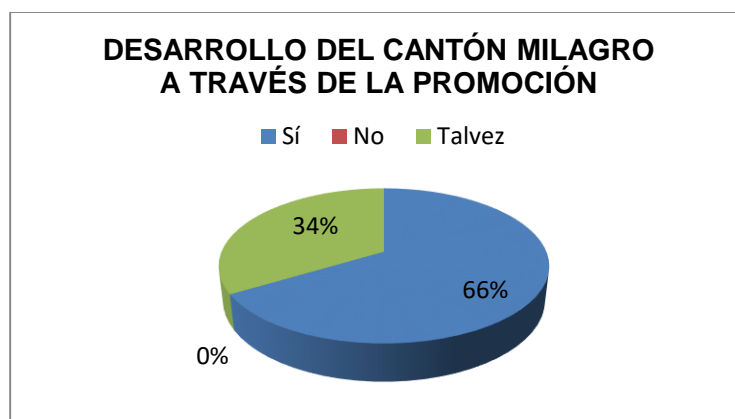
**9. ¿Cree Ud. que la promoción turística contribuirá al desarrollo del cantón Milagro, turísticamente, social y económicamente?**

Tabla 9 Desarrollo del cantón

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Sí</b>	255	66
<b>No</b>	0	0
<b>Talvez</b>	129	34
<b>TOTAL</b>	384	100

Elaboración por: Gabriela Villalva  
Fuente: Encuesta

Figura 9 Desarrollo del cantón



Elaboración por: Gabriela Villalva  
Fuente: Encuesta

**Análisis**

El 66% de los encuestados consideran que la promoción ayudará al desarrollo turístico, social y económico del cantón, mientras que el 34% considera que talvez ayude a su desarrollo.

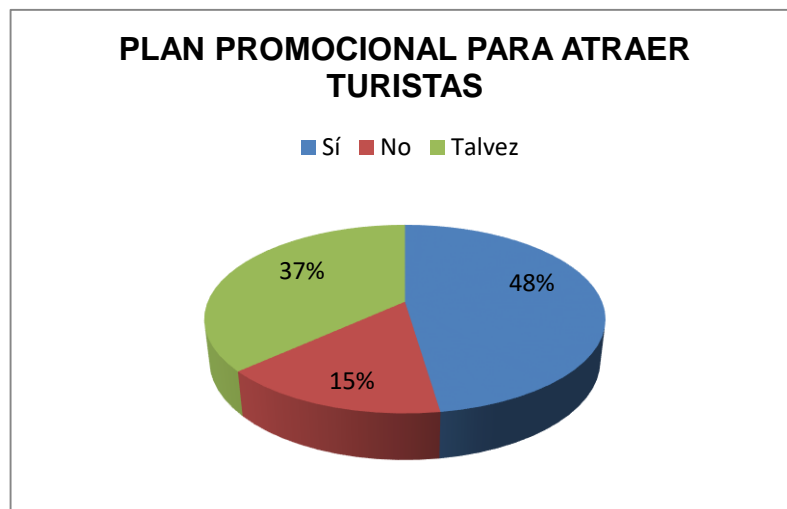
**10. ¿Considera usted que es importante tener un plan promocional para atraer turistas al cantón?**

Tabla 10 *Plan promocional*

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Sí	183	48
No	60	16
Talvez	141	37
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

Elaboración por: Gabriela Villalva  
Fuente: Encuesta

Figura 10 *Plan promocional*



Elaboración por: Gabriela Villalva  
Fuente: Encuesta

**Análisis**

Con respecto a si es necesario un plan promocional para atraer turistas, el 48% mencionó que sí, el 37% talvez sea necesario y tan solo un 15% no considera necesario un plan.

## **CAPÍTULO III PROPUESTA**

### **3.1 Descripción de la Propuesta**

De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta realizada se pudo constatar que existe una escasa promoción turística, y es por tal motivo que se propone realizar un plan de promoción turística para incrementar la afluencia de visitantes en el cantón Milagro.

#### **3.1.1 Desarrollo de la Propuesta**

El siguiente trabajo está direccionado al diseño de un plan de promoción turística para el cantón Milagro. El mismo que se encaminará en actividades para la promoción del cantón. Su adaptación y aplicación en el cantón Milagro dependerá de las acciones públicas, privadas. Este plan de promoción turística contribuirá al desarrollo turístico del cantón Milagro; lo que creará nuevas oportunidades para el desarrollo turístico, social y económico de los habitantes y con esto incrementar la afluencia turística. Las estrategias del presente trabajo que se mencionan a continuación están dirigidas a difundir turísticamente al cantón:

- Impulsar la marca turística del cantón a través de la promoción; realizando activaciones de la marca, publicidad en diferentes medios de comunicación, para que, a través ello, se capte la atención de las personas y decidan visitar el cantón.

- Participación en Ferias como FITE (Feria Internacional del Turismo en Ecuador), Congresos y demás eventos sociales en el ámbito turístico. Lo que se busca es que el cantón Milagro promocioe los sitios que posee, dándose a conocer como destino turístico a nivel nacional.
- Realizar sus propias ferias locales como agro turísticas y gastronómicas; de esta manera dar a conocer a la comunidad y al resto de habitantes nacionales el potencial turístico de Milagro. Para esto será necesario convocar a instituciones públicas reconocidas como el Ministerio de Turismo, la Dirección de Turismo del Gobierno Provincial del Guayas, universidades, estudiantes y público en general. Se propone que estas ferias se las realice en el Parque Central Rafael de Cervantes ya que por ser un lugar central y concurrido será adecuado para llevar a cabo estos eventos y captar la atención de las personas.
- Se pueden realizar eventos referentes al folclore del cantón como rodeos montubios, bailes, amorfinos, festivales gastronómicos donde se exhiban platos hechos a base de los productos típicos de la zona, etc. Estos eventos pueden realizarse tres en el año.
- Invitar a las personas a que conozcan y visiten el legado natural y cultural de Milagro por medio de las herramientas de promoción como: mapa turístico vial del cantón, guía de turismo, material de apoyo promocional tales como volantes, folletos, revistas, trípticos y artículos promocionales con la marca turística del cantón. Los folletos y trípticos contendrán información sobre lugares turísticos, gastronomía, clima, donde hospedarse, restaurantes. Estos serán coloridos y llamativos con imágenes para captar la atención. Realización de videos promocionales en donde se dé a conocer los sitios y atractivos turísticos del cantón. (Ver gráfico N° 21, 22 y 23).

- Elaboración de itinerarios, y recorridos turísticos por medio de chivas. La realización de itinerarios permitirá tener detallado las actividades que se ofertaran a los visitantes y por medio de chivas se harán los recorridos a cada destino. Este es un medio de transporte muy llamativo para que conocer los atractivos del cantón Milagro. (Ver tabla N° 11 y 12).
- Realizar viajes de familiarización donde se invite a los prestadores de servicios turísticos, prensa especializada, docentes de universidades de la carrera de Turismo, a conocer los atractivos del cantón con la finalidad de establecer una promoción directa con ellos.
- Difundir turísticamente al cantón Milagro a través de medios de comunicación y en redes sociales como Facebook y Twitter donde se publique novedades y fotos turísticas acerca del cantón. En las redes sociales se publicaran las fechas y el lugar donde se realizaran los eventos sociales y actividades turísticas, así como los itinerarios. (Ver gráfico N° 23).

### 3.1.2 Presupuesto

Para la presente propuesta se establece el siguiente presupuesto; el cual fue realizado en base a las herramientas que se utilizaran para llevar a cabo la promoción del cantón Milagro.

Tabla 11 *Presupuesto*

ARTÍCULO	DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Trípticos	Full color-Hoja bond A3	100	0,25	25,00
Volantes	Full color-Hoja bond A3	100	0,25	25,00
Llaveros	Metálico (grabado de los atractivos del cantón)	100	0,90	90,00
Camisas	Algodón (logo y eslogan del cantón)	100	3,00	300,00
Gorras	Polyester (logo y eslogan del cantón)	100	3,00	300,00
Cuadernos	Logo y eslogan del cantón)	100	0,75	75,00
Esferos	Grabado de slogan del cantón	100	0,90	90,00
Publicidad por radio	Cuña radial	1 auspicio + información de 30" + 1 cuña de 30"	20,00	100,00
Publicidad por prensa	(Banner Cuadrado)	10 publicaciones por cada mes	8,00	960,00
<b>TOTAL</b>				<b>1965,00</b>

Elaborado por: Gabriela Villalva

## CONCLUSIONES

El presente trabajo investigativo contribuirá a originar afluencia de visitantes en el cantón Milagro a través del plan de promoción turística, considerando que el turismo generará un desarrollo social y económico en los habitantes.

- Al realizar un diagnóstico de la situación actual del cantón Milagro, permitió conocer que existe escasa promoción turística de los atractivos, que posee este lugar; y para lo cual es necesario diseñar un plan promocional.
- En el plan de promoción se establece las estrategias necesarias para la promoción de los atractivos, actividades y servicios que el cantón Milagro oferta.
- De acuerdo con el resultado obtenido de la encuesta se determina los medios de promoción turística por los cuales se captarán a los turistas.



## RECOMENDACIONES

- Promover la marca y el slogan turístico del cantón Milagro, a nivel local y nacional.
- Realizar campañas promocionales a través de los medios de comunicación.
- Elaborar material que contenga información turística y promocional acerca de lo que oferta Milagro como trípticos, mapas, camisetas, gorras.
- Realizar ferias turísticas, agro turísticas, gastronómicas, y toda clase de eventos sociales, que atraiga a personas de diferentes lugares.
- Realizar viajes de familiarización donde se invite a los prestadores de servicios turísticos, prensa especializada, docentes de universidades de la carrera de Turismo, a conocer los atractivos del cantón con la finalidad de establecer una promoción directa con ellos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

- Aguinaga C., Barahona V., y Castro E. (2005). Una interpretación mesoeconómica del turismo en Ecuador. Ecuador: Banco Central del Ecuador
- Beckham, P. (2011). Plan de Marketing Turístico. México: Palermo S.A.
- Campo S., Yagüe M.J. (2011) Publicidad y Promoción en las empresas turísticas. España: Síntesis.
- Correa, S. (2011). Mi socio el cliente. Guayaquil: Dirección de Publicaciones de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Covarrubias, R. (2015). Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/recurso-turistico.htm>
- De la Torre Padilla, O. (2012). Turismo Actividad Mundial Antecedentes históricos, Evolución mundial y Desarrollo en México. México: Trillas.
- Ecuador a colores. (2013). Guayaquil. Operadores turísticos recorrieron las Rutas del Guayas y vivieron su propia experiencia. [Gráfico]. Recuperado de [http://www.ecuadoracolors.com/ed2013\\_jun/pages/nac01.html](http://www.ecuadoracolors.com/ed2013_jun/pages/nac01.html)
- El Universo. (2007). *El Gran Guayaquil. La piña y la caña de azúcar abren paso a los viveros de orquídeas exóticas en el comercio.* Recuperado de <http://www.eluniverso.com/2007/09/17/0001/18/31BD5333C4B747C58242E2C646274F52.html>.

Expreso (2014) Las cataratas, la propuesta turística que ofrece Milagro Recuperado de [expreso.ec/historico/las-cataratas-la-propuesta-turistica-que-ofr-XXGR\\_5632818](http://expreso.ec/historico/las-cataratas-la-propuesta-turistica-que-ofr-XXGR_5632818)

Gobierno Provincial del Guayas. (2013). Milagro. Recuperado de <http://www.guayas.gob.ec/turismo/cantones/milagro>.

Gurría M. (2013). Introducción al Turismo. México: Trillas

Kotler, P. & Keller K. (2006). Dirección de marketing: Conceptos esenciales. México. Pearson Educación.

Krippendor, J., (2007). "Marketing y Turismo". México: Macgrew-Hill

Pinchevsky, M. (2012). Guayas: La ruta más dulce. *La ecovisión de Ken Yeang El Arquitecto de las torres verdes*. El Universo La Revista.

Quesada R, (2010).Elementos del Turismo`` Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia San José.

Solórzano, D., &Ortiz, M. J. (2013). Plan de Potencialización Turística del Cantón Milagro (Magister en Administración de Empresas). Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Guayaquil. Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/717/1/T-UCSG-POS-MAE-7.pdf>.

Zanzz, F. (2008). Milagro Socio Económico en cifras. Milagro: Unemi

## APÉNDICE Nº 1 ANÁLISIS DE ANTI PLAGIO

**URKUND**

### Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** DISEÑO DE UN PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA LA AFLUENCIA DE VISITANTES EN EL CANTÓN MILAGRO.docx (D24256159)

**Submitted:** 2016-12-12 03:12:00

**Submitted By:** gabrielavillaiva@gmail.com

**Significance:** 7 %

Sources included in the report:

- Tesis Final urkund Liliana Briones.pdf (D16282381)
- Tesis Final Cristian Muñoz.docx (D11309429)
- Trabajo de Grado II Cristian Muñoz.docx (D11297580)
- <http://www.larevista.ec/viajes/viajemos/guayasla-ruta-mas-dulce>
- [https://es.wikipedia.org/wiki/Milagro\\_\(Ecuador\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Milagro_(Ecuador))
- [http://expreso.ec/historico/las-cataratas-la-propuesta-turistica-que-ofr-XXGR\\_5632818](http://expreso.ec/historico/las-cataratas-la-propuesta-turistica-que-ofr-XXGR_5632818)
- <http://www.eumed.net/libros-gratis/2015/1433/recurso-turistico.htm>
- <https://ferrusca.files.wordpress.com/2013/03/analisis-y-critica-guanajuato1.pdf>

Instances where selected sources appear:

11

*Plana Gabriel*

## APÉNDICE Nº 2 FORMATO DE ENCUESTA



### UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

### ENCUESTA

**Objetivo:** La presente encuesta está dirigida a turistas, con el fin de buscar recolectar información y permite evaluar el conocimiento que tienen acerca del cantón milagro y la promoción que existe en él.

SEXO: Femenino \_\_\_\_\_ Masculino \_\_\_\_\_

EDAD: \_\_\_\_\_

1. ¿Considera usted que Milagro es un cantón turístico?

SI  NO

2. ¿Cuál es su lugar de origen?

Milagro  Bucay  Yaguachi

Durán  Guayaquil  Otro

3. ¿Con que frecuencia considera usted que en el cantón Milagro se realiza eventos sociales para promoverlo turísticamente?

Siempre  Muy pocas veces

A menudo  Ninguna vez

4. ¿Con que frecuencia cree usted que el cantón deba realizar campañas promocionales?

Trimestralmente  Semestralmente  Anualmente

5. ¿Cómo se enteró usted acerca de los atractivos turísticos que posee el cantón Milagro?

Internet  Prensa escrita  Televisión o Radio   
Familiares  Volantes  Ferias

6. ¿Le gustaría a Ud. que existan diferentes medios de promoción sobre los lugares que desea visitar?

SI  NO  TALVEZ

7. ¿Conoce usted la marca turística que posee el cantón Milagro?

SI  NO

8. ¿Le gustaría que Milagro contara con un video promocional?

SI  NO

9. ¿Cree usted que la promoción turística contribuirá al desarrollo del cantón Milagro, turísticamente, social y económicamente?

SI  NO  TALVEZ

10. ¿Considera usted que es importante tener un plan promocional para atraer turistas al cantón?

SI  NO  TALVEZ



Figura 11 *Turismo Vivencial Hacienda Blanca Isabel Copyright 2013 por Ecuador a colores*



Figura 12 *Hacienda El Chaparral. Copyright 2013 por Gobierno Provincial del Guayas*



Figura 13 Viveros. Copyright 2012 Gobierno Provincial del Guayas, Dirección de Turismo



Figura 14 Parque central y Monumento a la piña-. Copyright 2012 por Mi lindo Milagro City





Figura 15 Diseño de volante. Elaborado por Gabriela Villalva



Figura 16 Diseño de Tríptico anverso. Elaborado por Gabriela Villalva



17 Diseño de Tríptico anverso. Elaborado por Gabriela Villalva



Figura 18 Diseño de Página de Red Social Facebook Elaborado por Gabriela Villalva

Tabla 12 *Propuesta de Itinerario Opción 1*

<b>HORARIO</b>	<b>RECORRIDO</b>
<b>09:00</b>	Salida de Milagro
<b>09:45</b>	City Tour en chiva por la ciudad de Milagro (Monumento a la piña, Monumento de León, Plaza Central, Iglesia Central, Parque Norte, Monumento al Zafrero )
<b>11:30</b>	Visita a los viveros Los Helechos y Linderos de Venecia: Observación de la diversidad de plantas.
<b>12:30</b>	Visita a la Hacienda El Chaparral: Actividades de agroturismo Observación de la elaboración de la pasta de cacao, degustación de dulces típicos.
<b>13:30</b>	Almuerzo típico en el Complejo La Quinta Forestal El Bosque
<b>14:30</b>	Tarde de esparcimiento en el Complejo La Quinta Forestal El Bosque
<b>17:00</b>	Finalización de recorrido

Recuperado de Plan de Potencialización Turística del Cantón Milagro. Copyright 2013 Solórzano Martínez Diana Paola, María José Ortiz Zurita.

Tabla 13 *Itinerario Opción 2*

<b>HORARIO</b>	<b>RECORRIDO</b>
<b>09:00</b>	Salida de Milagro
<b>09:45</b>	City Tour en chiva por la ciudad de Milagro (Monumento a la piña, Monumento de León, Plaza Central, Iglesia Central, Parque Norte, Monumento al Zafrero )
<b>11:30</b>	Visita al vivero Donoso: Observación de la diversidad de plantas.
<b>12:30</b>	Visita a la Hacienda Blanca Isabel: Actividades de agroturismo
<b>13:30</b>	Almuerzo típico en el Complejo Visaltur
<b>14:30</b>	Tarde de esparcimiento en el Complejo Visaltur
<b>17:00</b>	Finalización de recorrido

Recuperado de Plan de Potencialización Turística del Cantón Milagro. Copyright 2013 Solórzano Martínez Diana Paola, María José Ortiz Zurita.