



República del Ecuador

Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil

Facultad de Postgrado e Investigación

Tesis en opción al título de Magíster en:

Gestión de Empresas Turísticas

Tema de Tesis:

Propuesta Agroturística como solución de desarrollo productivo ante el comportamiento del turista versus percepción residente del cantón Milagro

Autora:

Lic. Wendy Ríos Bohórquez

Director de Tesis:

MgSc. Gorki Dimitrov Aguirre Torres.

Marzo - 2022

Guayaquil – Ecuador

DECLARACIÓN EXPRESA

Yo, Wendy Ríos con cédula de ciudadanía # 0916859424, declaro que el presente trabajo de investigación es original, de mi autoría, creación e investigación; siendo la recopilación de fuentes bibliográficas según corresponde y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigente.

Atentamente,

Wendy Ríos Bohórquez
Cédula de identidad N° 0916859424

DEDICATORIA

Este trabajo investigativo al igual que muchas metas que me he trazado a lo largo de mi vida está dedicado a mi máxima inspiración, el mismo que día a día me da aliento a seguir luchando por alcanzar todo lo propuesto, quien me ayudo en mi formación de tercer nivel y ahora está junto a mi apoyándome y diciéndome: “vamos Wendy que tú lo puedes lograr”.

Gracias Dios por siempre creer en mí.

Lcda. Wendy Leticia Ríos Bohórquez

AGRADECIMIENTO

De tras de un logro obtenido siempre existen muchas personas maravillosas que forman parte de lo propuesto.

Gracias Dios por brindarme salud, conocimiento y guiar mis pasos por el camino correcto.

Gracias a mis padres por darme la vida y por apoyarme con sus consejos, cuidados de mis hijos mientras yo iba a maestría los fines de semana.

Gracias a mi esposo por sus palabras de aliento, por siempre creer que lo lograría y darme animo cuando las cosas se tornaban difíciles.

Gracias Jennifer por siempre estar pendiente no solo de mi sino también de mis hijos y por darme ese empujón oportuno cuando veías que quería de caer.

Gracias Suegros, tía Fanny, Aracelly y Gina a Ustedes también les debo esta meta alcanzada, pendientes de mis más grandes tesoros.

Gracias a mis compañeros de trabajo porque a través de sus conocimientos en áreas específicas pude reforzar las mías, en especial gracias al Ing., Granizo, Ing., Macias y Lcda. Abarca expertos en dos áreas que no eran mi fuerte con su guía incremente mi conocimiento.

Gracias a la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil por los conocimientos impartidos durante todo el tiempo en la maestría y un sincero y especial agradecimiento a mi tutor de tesis MgSc Gorki Aguirre por toda la ayuda prestada para el correcto desarrollo de este trabajo de investigación.

Que afortunada he sido por contar con un sin número de ángeles maravillosos que aportaron con un granito de arena para ahora decir lo logre.

Lcda. Wendy Leticia Ríos Bohórquez

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo generar una propuesta de fortalecimiento del agroturismo que relacione el comportamiento del turista y la percepción de la población residente del cantón San Francisco de Milagro. Para esto se determinó el perfil sociodemográfico de los turistas del visitante, además se analizó la percepción de la población residente del cantón; de esta manera se logró vincular a las fincas agroturísticas de la zona rural a la oferta turística local con el fin de crear una ruta que dinamice la economía local.

Para cumplir con los objetivos trazados en esta investigación se ha utilizado la metodología no experimental, el tipo de enfoque es mixto, con método deductivo, lo cual se llevó a cabo con salidas de campo en la que se emplearon herramientas de recolección de datos como encuestas dirigidas a los visitantes y entrevistas dirigidas a gestores de la actividad turística del cantón, con ello se pudo apreciar las fortalezas y debilidades que estos poseen, además, se pudo determinar el perfil socio demográfico del turista notando de esta manera cuáles son sus gustos y preferencias de las actividades relacionadas al agroturismo de la localidad.

Una vez realizado el análisis, se propuso al GAD Municipal de Milagro la creación de una ruta agroturística que plantee soluciones a una problemática social a fin de lograr la dinamización de la economía local con el objetivo de vincular las fincas agroturísticas de la zona rural del cantón Milagro a la oferta turística local, considerando que la percepción de la población residente, los representantes de las fincas así como los miembros del GAD Municipal del cantón Milagro, indican que el agroturismo es una oportunidad para generar una propuesta de valor que presente nuevas oportunidades laborales para los habitantes del cantón.

Palabras claves: Agroturismo, Comportamiento, Perfil del turista, Percepción, Desarrollo turístico.

ABSTRACT

The objective of this research is to generate a proposal to strengthen agrotourism that relates the behavior of tourists and the perception of the resident population of the San Francisco Milagro canton. For this, the sociodemographic profile of the visitor's tourists was determined, in addition, the perception of the resident population of the canton was analyzed, in order to link the agrotourism farm of the rural area to the local tourist offer in order to create a route that stimulates the local economy.

To meet the objectives outlined in this research, the non-experimental methodology has been used, the type of approach is mixed, with a deductive method, for this field trips were carried out in which data collection tools such as directed surveys were used. to the visitors and interviews directed to managers of the tourist activity of the canton, with this it was possible to appreciate the strengths and weaknesses that they possess, in addition, it was possible to determine the socio-demographic profile of the tourist, thus noting what their tastes and preferences are. activities related to agrotourism in the locality.

Once the analysis was carried out, it was proposed to the Municipal GAD of Milagro the creation of an agrotourism route that proposes solutions to a social problem in order to achieve the revitalization of the local economy with the aim of linking the agrotourism farms of the rural area of the canton. Miracle to the local tourist offer, considering that the perception of the resident population, the representatives of the farms as well as the members of the Municipal GAD of the

Milagro canton, indicate that agrotourism is an opportunity to generate a value proposition that presents new job opportunities for the inhabitants of the canton.

Keywords: Agrotourism, Behavior, Tourist profile, Perception, Tourism development.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I. MARCO TEORICO CONCEPTUAL	3
1.1. Antecedentes de la investigación	3
1.2. Planteamiento del problema	6
1.2.1. Formulación del problema.....	8
1.2.2. Sistematización del problema.....	8
1.3. Objetivos de la investigación	9
1.3.1. Objetivo General.....	9
1.3.2. Objetivos específicos	9
1.4. Justificación de la investigación.....	9
1.5. Marco de referencia de la investigación.....	10
1.5.1. Comportamiento del turista	10
Comportamiento.....	10
Turista.....	11

1.5.2. Dimensiones del turismo	12
Social.....	12
Económica.....	12
Ambiental	12
1.5.3. Percepción de la población.....	13
Percepción.....	13
Población.....	15
1.5.4. Dimensiones de la población.....	15
Social.....	15
Infraestructura	16
CAPITULO II. MARCO METODOLÓGICO	18
2.1. Tipo de estudio, alcance y enfoque de la investigación.....	18
2.1.1. Diseño de la investigación.....	18
2.1.2. Alcance de la investigación.....	18
2.1.3. Enfoque de la investigación	19
2.2. Método de investigación	19
2.3. Unidad de análisis población y muestra.....	20
2.3.1. Unidad de Análisis	20
2.3.2. Población.....	20
2.3.3. Cálculo de la muestra	21
2.4. Variables de la investigación, operacionalización	22
2.5. Fuentes y técnicas para la recolección de información.....	24
2.5.1. Fuentes de información.....	24
2.5.2. Técnicas para la recolección de datos	24

2.5.3. Instrumentos para la recolección de la información.....	24
2.6. Tratamiento de la información	25
CAPITULO III. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	26
3.1. Contextualización del área de estudio.....	26
3.1.1. Extensión y Límites	27
3.1.3. Geomorfología del Cantón	29
3.1.4. Cobertura y Uso de Suelo.....	30
3.2. Características de las fincas agrícolas	32
3.3. Análisis de resultados cuantitativos	37
3.3.1. Datos económico demográficos.....	37
3.3.2. Perfil del turista que visita la ciudad de Milagro.....	39
3.4. Análisis de resultados cualitativos	48
3.4.1 Grado de rivalidad entre los competidores (Moderado a Alto).....	52
3.5. Planteamiento general	54
3.6. Discusión.....	56
CAPITULO IV. PROPUESTA.....	58
4.1. Generación del modelo de negocio	58
4.2. Creación de valor	59
4.3. Segmentos de mercado.....	59
4.4. Propuesta de valor.	60
4.4.1. Propuesta de valor por segmento	60
Canales	61
4.5. Definición del producto.....	61
4.5.1. Oferta de actividades en la Ruta.....	63

4.6. Estrategias de marketing.....	68
4.6.1. Estrategias de Relaciones Públicas	69
4.7. Simbología	70
4.8. Propuesta de empaquetamiento	72
4.8.2. Estructura del itinerario.....	73
4.9. Análisis de costos	76
4.9.1. Punto de Equilibrio.....	77
CONCLUSIONES	79
RECOMENDACIONES.....	81
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	82
ANEXOS.....	89

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 Modelo Sistémico de Percepción de Impactos Turísticos	14
Imagen 2 Proceso de operacionalización de variables	22
Imagen 3 Ubicación espacial Rancho Vasija de Barro	33
Imagen 4 Ubicación espacial de la Finca Cumandá	34
Imagen 5 Ubicación espacial de la Finca El Chaparral	35
Imagen 6 Ubicación espacial Finca la Orilla	36
Imagen 7 Actividades de la Finca El Chaparral.....	64
Imagen 8 Actividades de la Finca Vasija de Barro	65
Imagen 9 Actividades de la Quinta La Orilla	66
Imagen 10 Actividades de la Quinta La Orilla	67
Imagen 11 Entrevista con la propietaria de la Finca El Chaparral.....	93
Imagen 12 Reunión con Propietario de Finca Cumandá	93
Imagen 13 Socialización con autoridades de la unidad de Turismo del GAD Milagro.....	94
Imagen 14 Recorrido piloto de la ruta propuesta.....	94

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Ubicación Geográfica del cantón Milagro.....	26
Gráfico 2	Límites geográficos del cantón Milagro.....	27
Gráfico 3	División política del cantón Milagro.....	28
Gráfico 4	Geomorfología del Cantón.....	29
Gráfico 5	Cobertura y Uso del Suelo de Milagro.....	31
Gráfico 6	Población propensa a realizar actividades de turismo interno, según ingreso.....	38
Gráfico 7	Edad por género de los visitantes.....	40
Gráfico 8	Lugar de residencia por sexo.....	41
Gráfico 9	Nivel de instrucción.....	42
Gráfico 10	Distribución, número de visitas y número de conformación de grupo.....	43
Gráfico 11	Hospedaje y conformación de grupo.....	45
Gráfico 12	Edad media, gasto y número de pernотaciones.....	46
Gráfico 13	Factores que atraen a los turistas.....	47
Gráfico 14	Georreferenciación de la ruta agroturística del cantón Milagro.....	62
Gráfico 15	Logotipo propuesto para la ruta.....	69
Gráfico 16	Pictogramas propuestos para la ruta.....	70
Gráfico 17	Modelo de Flyers Publicitarios.....	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Problema de la investigación	8
Tabla 2 Matriz de operacionalización de variables.....	23
Tabla 3 Uso y Cobertura del Suelo	30
Tabla 4 Rancho Vasija de Barro	33
Tabla 5 Finca Cumandá	34
Tabla 6 Finca El Chaparral	35
Tabla 7 Quinta La Orilla	36
Tabla 8 Población propensa a realizar actividades de turismo interno, según ingreso	38
Tabla 9 Distribución de turistas por género y provincia de residencia	41
Tabla 10 Distribución de turista por grado académico	42
Tabla 11 Distribución ciudad de residencia, conformación de grupo y cuantas veces a visitado la ciudad de Milagro	44
Tabla 12 Distribución conformación grupo y preferencia de hospedaje.	44
Tabla 13 Distribución por tiempo de permanencia, gasto y edad promedio.....	46
Tabla 14 Resumen del modelo.....	54
Tabla 15 Anova.....	55
Tabla 16 Coeficientes.....	55
Tabla 17 Perfil del turista que visita el cantón Milagro.....	57
Tabla 18 Características del turista que llega a la ciudad de Milagro.....	59
Tabla 19 Actividades de la Finca El Chaparral.....	63
Tabla 20 Actividades de la Finca Vasija de Barro.....	65
Tabla 21 Actividades de la Quinta La Orilla	66

Tabla 22	Actividades de la Finca Cumandá.....	67
Tabla 23	Codificación del paquete.....	72
Tabla 24	Recomendaciones generales para el paquete	73
Tabla 25	Estructura del itinerario.....	74
Tabla 26	Descripción fotográfica representativa del paquete	75
Tabla 27	Análisis de costos.....	77
Tabla 28	Punto de equilibrio.....	78

INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad tan antigua como el hombre, los primeros turistas fueron nómadas que se trasladaban de un lugar a otro sea por caza, recreación o aprendizaje. Con el pasar del tiempo el hombre fue evolucionando y de igual manera el turismo fue ganando más auge en diferentes partes del mundo, hasta convertirse en una actividad de importancia mundial para el desarrollo de las economías que no contaban con exportación de petróleo u otros productos. En el Ecuador, la actividad turística era básica y carecía de una diversidad de servicios de calidad, en el transcurso del tiempo se ha ido realizando varios incentivos en el país para que el sector turístico vaya generando un mejor producto y este genere mayor demanda.

Es así, como varios sectores rurales del país empezaron a involucrarse en la actividad del turismo, generando nuevas modalidades que se muestran atractivas a la demanda de los visitantes. En este sentido, se enfocaron sobre el desarrollo comunitario y rural, actividad que se realizó de una manera empírica, dando a conocer sus costumbres y hábitos de trabajo diario como un valor agregado a su oferta.

El cantón San Francisco de Milagro es considerado como la tierra más dulce del país y esto es debido a la producción de la piña y caña de azúcar, siendo estos sus productos principales. Esta ciudad se dedica desde sus inicios a la agricultura y comercio, gracias a la ubicación geográfica y estratégica que posee, este lugar es muy visitado; es por ello que las fincas combinan sus actividades productivas al recibir visitantes que disfrutan de las actividades cotidianas que en ellas se realizan, los mismos que se enfocan en mostrar al turista y/o visitante la convivencia de las personas del sector rural, sus costumbres, tradiciones, gastronomía y principales actividades realizadas en un entorno familiar y agradable.

En el mismo orden de ideas el GAD Municipal de Milagro, a través de la Dirección de Ambiente, Riesgos, Minería y Turismo, la Prefectura del Guayas, el Ministerio de Turismo y

la empresa privada, gestionan la actividad turística en el cantón, cada uno aportando desde sus competencias con los recursos asignados y sumando esfuerzos para generar un turismo de calidad.

El presente trabajo de investigación contiene cuatro capítulos los mismo que abordan la temática planteada.

El primer capítulo contiene el marco teórico conceptual que soporta la investigación, al igual que los antecedentes, el planteamiento, formulación y sistematización del problema, así como los objetivos y justificación de la investigación. El segundo capítulo muestra la metodología utilizada, el tipo de estudio, los métodos de investigación, al igual que las técnicas y procedimientos para la recolección de datos y procesamiento de la información.

El tercer capítulo desarrolla los principales resultados alcanzados y muestra la discusión de los mismos.

El cuarto capítulo, donde se desarrolla la propuesta de investigación la cual contiene las acciones a seguir para la consecución de los objetivos planteados a fin de fortalecer la actividad productiva, agrícola y turística del cantón San Francisco de Milagro.

Por último, se presenta las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación.

CAPITULO I.

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

1.1. Antecedentes de la investigación

Para el presente trabajo investigativo se ha tomado en consideración los criterios de varios autores, los mismos que previamente han realizado estudios que buscan analizar el comportamiento de los turistas y estos pretenden conocer la percepción de la población residente de un determinado lugar en relación al Agroturismo.

Según Cornejo, Andrade, Chávez y Espinoza (2018) en el trabajo de posgrado titulado *“Percepción de la población local sobre los impactos del turismo en el Pueblo Mágico de Tapalpa, Jalisco, México”* mencionan que el desarrollo de la actividad turística ha sido y es el eje principal de crecimiento de varios municipios de la ciudad de México, en especial aquellos considerados como Pueblos Mágicos, siendo este un programa de turismo con mayor éxito en su implementación. Bajo un enfoque mixto correlacional los autores efectuaron un análisis sobre la percepción de la población local y los turistas referente a los impactos que el turismo ha generado a partir de la denominación de Tapalpa como Pueblo Mágico.

Para medir el impacto sobre la población local los autores realizaron una encuesta a la población la misma que fue dividida en seis segmentos para de esta manera medir impactos positivos y negativos, mientras que para el análisis se obtuvo la media aritmética tomando las respuestas de cada una de las preguntas con la única finalidad de medir la percepción global que los turistas y la población tienen en relación con los impactos del turismo. Este análisis dio como resultado que los pobladores no logran diferenciar entre los impactos positivos y negativos puesto que en ambos casos las medias están por encima de tres mostrando que dichos impactos se dan para beneficiar a la población como para perjudicarla.

De acuerdo con Monterrubio, y Osorio (2017) en el artículo científico denominado *“Actitudes locales ante el turismo residencial: Un análisis basado en la matriz de actitudes y*

comportamiento”, a través de este estudio con alcance analítico correlacional con base en la matriz de actitudes y comportamientos este trabajo de investigación tuvo como eje principal el análisis de las actitudes de la población en relación al turismo residencial de un destino de México. Este estudio confirma que las poblaciones en este destino poseen actitudes y comportamientos heterogéneos manifestándose de varias maneras e intensidades, revelando que las actitudes favorables no están relacionadas únicamente por los beneficios económicos además su relación se basa en la empatía entre locales y turistas, mientras que las actitudes desfavorables están ligadas por la sensación de afectación colectiva producto de la implementación de proyectos turísticos decididos externamente.

En el mismo orden de ideas, el artículo científico denominado “Percepciones de los residentes sobre el turismo deportivo: impactos, calidad de vida y apoyo al sector” elaborado por González, Escamilla, López y Núñez (2020) bajo un enfoque de investigación cuantitativo y mediante un muestreo estratificado proporcional, indica que a mayores niveles de percepción positivos de los residentes de la Gran Canaria sobre los impactos sociales, culturales, ambientales y económicos existe un mayor apoyo hacia el desarrollo de las actividades relacionadas con el turismo. Además, también se origina un efecto mediador significativo de la calidad de vida de los residentes, entre la relación existente de los impactos percibidos y el apoyo al desarrollo del turismo. Estos resultados ayudan a las instituciones público – privadas a generar mejoras sobre la planificación del turismo sobre las actividades deportivas.

Por su parte, Rojas (2020) en la tesis de maestría denominada “Percepciones de la población residente sobre los impactos turísticos en el desarrollo local. Estudio de caso; departamento de Maldonado, Uruguay”, identifica el impacto de la actividad turística sobre la población local y como lo percibe la misma. Para esto la investigadora clasifica la percepción local bajo 3 aspectos; donde el aspecto económico es el que se percibe de manera positiva, principalmente por la generación de fuentes de trabajo. En segundo lugar, está el aspecto socio-cultural, el

cual no se considera de manera tan positiva; ya que se identifica la adopción de modismos propios de los turistas. En menor proporción, perciben el aspecto medio-ambiental, el cual está marcado por las diferencias existentes entre la actitud de cada individuo y su posición respecto del medioambiente.

Para autores como Marzo (2017) en su trabajo de investigación de posgrado titulado “*Desarrollo del turismo rural integrado desde la perspectiva de los residentes: modelo propuesto*” de la provincia Entre Ríos (Argentina), menciona que se debe de planificar de forma estratégica, donde conjugue el elemento natural, social y cultural siendo este la causa principal para motivar a que los turistas y/o visitantes se desplacen por temas de turismo. Teniendo como objetivo este estudio determinar la importancia del turismo como dinamizador de la economía de toda una localidad ayudando de esta forma al desarrollo de determinadas zonas. Sin embargo, se debe de considerar que el desarrollo turístico de una localidad siempre genera impactos positivos como negativos.

El tipo de investigación bajo un enfoque correlacional, indica que estos resultados muestran que los residentes perciben la existencia de las variables estudiadas para lograr el desarrollo, así como al empoderamiento de los residentes, queriendo de esta forma alcanzar los objetivos de sostenibilidad económica, sociocultural y medioambiental y así lograr, sin embargo, estas sostenibilidades se ven afectadas por el empoderamiento de los residentes en la zona.

Por último, en el artículo científico elaborado por Andrade y Ullauri (2015), sobre la “Historia del Agroturismo en el cantón Cuenca Ecuador”, se denotan los procesos respecto a la tenencia de la tierra en Ecuador, lo cual conduce al manejo y delimitaciones de las particularidades para el surgimiento de la hacienda, de igual forma la instauración de la Ley Agraria (1964) con sus posteriores cambios y reestructuraciones; estudiando la región de la sierra centro sur del Ecuador. La revisión del quehacer turístico en el Cantón Cuenca a través de la actividad hotelera conlleva a distinguir la improvisación en actividades turísticas y la

escasa planificación territorial, que dista mucho de la actual. Asimismo, el impulso del agroturismo se advierte a través de un análisis de la reglamentación alrededor de este, circunstancias y cifras de la situación rural y su nexo con el turismo, y lugares para el tratamiento del Agroturismo en el cantón Cuenca de la provincia del Azuay. Las autoras concluyen que se debe replantear el proceso del agroturismo en el cantón Cuenca, considerando que este no ha sido trabajado desde las políticas públicas y tampoco por los emprendimientos privados. De igual forma se indica que no existen estadísticas antes del siglo XX, dificultando aún más el proceso objetivo. Así mismo se señala que en las parroquias rurales del cantón Cuenca, especialmente en las más cercanas a la urbe no se ha trabajado por practicar actividades a fines al lunes ni el agroturismo por el contrario se corrobora que hay una tendencia bastante amplia a desarrollar centros de eventos y recepciones.

1.2. Planteamiento del problema de investigación

En América del Sur, existen todavía pocos ejemplos de cómo las actividades locales y en conjunto con su patrimonio natural pueden transformarse en atracciones turísticas. De este modo, los recursos desempeñan el rol de atractivos, siendo parte fundamental para el desarrollo de productos turísticos, que posicionen al destino de acuerdo al potencial natural que posee y las capacidades productivas de las personas que en él habitan.

De acuerdo con Cejas y Albán (2018) en el Ecuador a través de la ejecución del plan de desarrollo Turístico 2020 (PLANDETUR 2020) se busca desarrollar una actividad turística sostenible que permita y garantice un desarrollo humano en armonía con la naturaleza, para lo cual se toma diversas modalidades de turismo, entre ellas el agroturismo como eje dinamizador del desarrollo económico y turístico del país.

El cantón Milagro está ubicado en la provincia del Guayas, considerado un cantón agrícola por historia y tradición es un territorio que desde sus inicios ha estado ligado al comercio y agricultura, siendo este un territorio que presenta condiciones favorables para los diferentes

cultivos como: el cacao, el café, el arroz y la caña de azúcar. Estas condiciones conjugadas con la amabilidad de su gente y la rehabilitación de la “Ruta de la Dulzura” de Ferrocarriles del Ecuador, lo convierte en un destino visitado principalmente en las fiestas de cantonización y las festividades de carnaval.

El aprovechamiento de la diversidad agrícola típica de una región con fines turísticos es por lo general sólo un componente parcial de los proyectos (Reinoso, 2016), de acuerdo al Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial PDOT de San Francisco de Milagro, el turismo en el cantón es considerado como una “actividad de bajo impacto” ya que está concentrada principalmente en los sectores conocidos como “Venecia Central” y “Las Cataratas” (GADMSF Milagro, 2014); donde se necesita de la implementación de mayores facilidades turísticas vinculadas con temas de seguridad; a esto se suma la ausencia de una oferta turística vinculada al mayor potencial del cantón como lo es la producción agrícola y pecuaria.

Surge una preocupación y problema generalizado por parte de la población del área de influencia, a esta preocupación se suma la de los organismos gubernamentales locales como Gobierno Autónomo descentralizado GAD Municipal y los Gobiernos Autónomos Descentralizados Parroquiales Rurales GADPR, que coinciden en qué pese a existir atractivos turísticos en la zona de San Francisco de Milagro, esta no puede aterrizar en utilizar sus recursos turísticos como medios de desarrollo productivo.

Desde la visión técnica académica a través de este estudio, se pretende investigar a ciencia cierta cual es el motivo que ha llevado a que la población del sector no genere productividad turística desde el aprovechamiento agropecuario, en vista de tener naturaleza y acción turística icónica como es la producción azucarera. Con conocimiento de causa se establecerá realizar una propuesta de solución a esta problemática, la misma que se socializará y se entregará a las autoridades del área de influencia, con el fin de que se tome en cuenta en el plan de desarrollo local, anual.

Todo lo expuesto anteriormente nos lleva a plantear el problema de investigación que se asienta en la formulación del problema.

1.2.1. Formulación del problema

- ¿Podrá el cantón Milagro dar solución al desarrollo productivo mediante la implementación de una propuesta agroturística que vincule el comportamiento de los turistas y la población residente?

1.2.2. Sistematización del problema

- ¿Cuál es el perfil sociodemográfico de los turistas que visitan el sector agroturístico del cantón San Francisco de Milagro?
- ¿Cuál es la percepción de la población residente en el cantón San Francisco de Milagro respecto al agroturismo?
- ¿Cuál ha sido el crecimiento de la actividad agroturística del cantón San Francisco de Milagro?

Tabla 1

Problema de la investigación

Agroturismo: Comportamiento del turista y percepción de la población residente del cantón San Francisco de Milagro.	
Formulación del problema	Objetivo general
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Podrá el cantón Milagro dar solución al desarrollo productivo mediante la implementación de una propuesta agroturística que vincule el comportamiento de los turistas y la población residente? 	<ul style="list-style-type: none"> • Generar una propuesta de fortalecimiento del agroturismo que relacione el comportamiento del turista y la percepción de la población residente del cantón San Francisco de Milagro
Planteamiento del problema	Objetivos específicos
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es el perfil sociodemográfico de los turistas que visitan el cantón San Francisco de Milagro? • ¿Cuál es la percepción de la población residente en el cantón San Francisco de Milagro respecto al agroturismo? • ¿Cuál ha sido el crecimiento de la actividad agroturística del cantón San Francisco de Milagro? 	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar el perfil sociodemográfico de los turistas que visitan el cantón San Francisco de Milagro • Analizar la percepción de la población residente del cantón San Francisco de Milagro, con respecto al desarrollo de la actividad agroturística. • Vincular las fincas agroturísticas de la zona rural del cantón Milagro a la oferta turística local, a través de un sistema (ruta) que fortalezca la dinamización de la economía.

Fuente. Elaboración propia

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo General

- Generar una propuesta agroturística de desarrollo productivo, bajo la observancia técnica del comportamiento del turista versus percepción residente del cantón Milagro

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar el perfil sociodemográfico de los turistas que visitan el cantón San Francisco de Milagro.
- Analizar la percepción de la población residente del cantón San Francisco de Milagro, con respecto al desarrollo de la actividad agroturística.
- Vincular las fincas agroturísticas de la zona rural del cantón Milagro a la oferta turística local, a través de un sistema (ruta) que fortalezca la dinamización de la economía local.

1.4. Justificación de la investigación

De acuerdo Fernández (2020), la justificación de una investigación es práctica “cuando su desarrollo ayuda a resolver un problema o al menos propone estrategias que al ponerse en marcha contribuirán a su solución” (pág. 70). Bajo este punto de vista, el presente trabajo de investigación aportó nuevas alternativas para la generación de ingresos económicos de los propietarios de las fincas ubicadas en los sectores rurales del cantón San Francisco de Milagro. Para lograrlo se propuso la modalidad del agroturismo como un conjunto de actividades que diversifican la oferta turística del cantón.

En el mismo orden de ideas, la investigación contribuyó de manera significativa en el estudio del comportamiento del turista que visita el cantón Milagro, al igual que el análisis de la percepción de la población residente referente al impacto que el turismo ha generado en relación a las actividades agrícolas, siendo estas variables un factor indispensable para la generación de un desarrollo local sostenible, motivo por el cual este trabajo investigativo pretende servir como línea base para profundizar en futuros estudios con respecto a las

variables en mención; al respecto lo que se busca es utilizar determinadas técnicas e instrumentos de investigación que pueden servir para futuras investigaciones relacionadas al objeto de estudio. (Ñaupas, Mejía, Novoa, & Villagómez, 2014).

Finalmente, el documento indica su justificación social, misma que de acuerdo con Álvarez (2020) “debe ser trascendente para la sociedad, indicando su importancia e incidencia sobre la misma” (pág. 03). En consecuencia y como se ha mencionado anteriormente, tomando la modalidad del agroturismo como el eje central que vincule los sectores productivos, se busca generar una identidad que valore las tradiciones y riquezas culturales así como generar un empoderamiento del ciudadano local sobre sus recursos naturales, de manera que incida positivamente sobre el tejido social del cantón San Francisco de Milagro a fin de generar una oferta de calidad, que promueva nuevas experiencias en el visitante o turista que visite el destino.

1.5. Marco de referencia de la investigación

1.5.1. Comportamiento del turista

Comportamiento

Posiblemente la definición más utilizada es aquella concebida por Watson (1924) en la que se indica que el comportamiento “Es lo que el organismo hace o dice, incluyendo bajo esta denominación tanto la actividad externa como la interna” (Raiteri , 2016); En el mismo orden de ideas, para autores como Martínez, Rojas y Scartascini (2020) el comportamiento esta sesgado por las decisiones que puede tomar un individuo en torno a las circunstancias que lo rodean. Esto se ha visto reflejado principalmente en los últimos acontecimientos vividos por las sociedades modernas en situaciones de pandemia provocada por el SARS-CoV-2/COVID-19. El interés por conocer el comportamiento de los seres humanos, el cómo actúan, sus influencias, gustos, necesidades, entre otros; ha generado debates en varios autores, Tal es el caso de caso de Páramo (2017) quien menciona que para comprender la complejidad del

comportamiento de los seres humanos se debe de considerar la estrecha relación que tiene con la cultura desde la perspectiva antropológica, relacionándolas como algo que debe de permanecer consigo; sin embargo para los autores Crespo y Soria (2019) el comportamiento de los consumidores como los turistas está estrechamente relacionado con factores “pull” o culturales, es decir como las personas se alejan de un lugar y son atraídas a nuevos sitios motivados por conocer la parte cultural, recursos naturales, hospitalidad, alojamiento, en resumen es la forma de realizar la elección de los destinos, vinculados a los atractivos que ofrecen al turista y/o visitante. Además, estos autores consideran también a los factores “push” como aquellos que están vinculados con el deseo de viajar a un determinado lugar, considerando la motivación y las preferencias de los turistas.

Turista

La conceptualización de la palabra turista está estrechamente ligada a la actividad del turismo como tal, en este sentido para Ibañez y Cabrera (2011) un turista “Es un individuo que se traslada a uno o más sitios diferentes de los de su residencia habitual por un periodo mayor a 24 horas y menor de 180 días” (pág. 32). Para a la Organización Mundial del Turismo (2021) un turista es aquella persona que viaja por lo mínimo 24 horas a un sitio y, no más de 1 año; los motivos pueden ser personales, profesionales o de negocios. Aunque el margen de tiempo varía de acuerdo a los autores; para el caso, se puede notar en base a los textos citados que la condicionante del factor “tiempo” es la que hace la diferencia entre una persona que es identificada como turista de otra que puede convertirse en un residente.

Una vez identificados los elementos conceptuales, se puede entender al comportamiento del turista como las actitudes que estos poseen en un destino determinado provocando en ellos diversas reacciones, en cuanto a sus gustos, necesidades, requerimientos, entre otras. Otro aspecto a considerar son los aspectos vinculados a la calidad de los servicios; puesto que como factores externos pueden incidir en el comportamiento de los turistas lo que a su vez puede

desencadenar en una réplica positiva que dinamice la actividad turística en los territorios donde los servicios sean percibidos como buenos.

1.5.2. Dimensiones del turismo

El rol del turismo es importante en el desarrollo de varias localidades, siendo sus dimensiones un elemento fundamental en estructuras sociales, económicas y ambientales.

Social

El autor Varisco (2015) nos menciona que esta dimensión se establece el nexo que existe entre los turistas y/o visitantes y la población residente del destino turístico considerando la empatía, o indiferencia que se puedan presentar en los lugares de visita, todo esto se da gracias a las necesidades e interés en doble línea.

Económica

La dimensión económica agrupa a todos los actores de la actividad turística, principalmente está integrada por los prestadores de servicios turísticos quienes buscan generar nuevas alternativas de comercio a través del turismo, para de esta manera posicionar los destinos de una forma productiva, minimizando la pobreza y buscando la sostenibilidad de la economía local. De acuerdo con las Naciones Unidas (2020) el turismo juega un rol importante en la economía mundial, ya que el desarrollo del turismo “promueve la inversión y la apertura al comercio de mercancías” (pág. 09); los impactos que esta ocasiona son diversos; sin embargo, no muestra un comportamiento similar, de acuerdo al territorio y el tipo de desarrollo turístico que presenta varía el enfoque en esta dimensión.

Ambiental

A diferencia de las otras dimensiones esta tiene una estrecha relación con los recursos naturales, teniendo en consideración la relación responsable y sostenible con el medio ambiente. Se atribuye el buen manejo de esta dimensión a la planificación que existe en los destinos turísticos. Por otra parte, se puede concluir mencionando que la conjugación de estas

tres dimensiones nos lleva al Desarrollo sostenible “El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (UNWTO, 2021).

1.5.3. Percepción de la población

Percepción

Autores como Fernández et al., (2010) citados por Sánchez (2019) manifiestan que la percepción se define como “la captura que realizan los organismos mediante los sentidos” (pág. 09); en base a esta referencia, la percepción de un individuo o grupo de personas, está determinada por varias características sociales implícitas dentro del conglomerado en el que se desenvuelven. Resulta bastante subjetivo plantear una definición concreta, sin embargo, sobre el mismo criterio, Matilla (2009) citado por Cornejo et al., (2018) indica que la percepción “es la capacidad propia de un individuo para provocar un proceso interno de comunicación en el que se crea un intercambio de comprensión” (pág. 04), en este sentido la percepción se convierte en un canal de comunicación que vincula a los sentidos con los aspectos externos de la sociedad.

En el mismo orden de ideas, se puede determinar que la percepción viene acompañada de ciertas creencias que las personas adquieren durante el transcurso de su existencia; por lo tanto, se puede considerar que la percepción de un individuo está condicionada por experiencias pasadas (Torres, 2020).

Percepción Turística

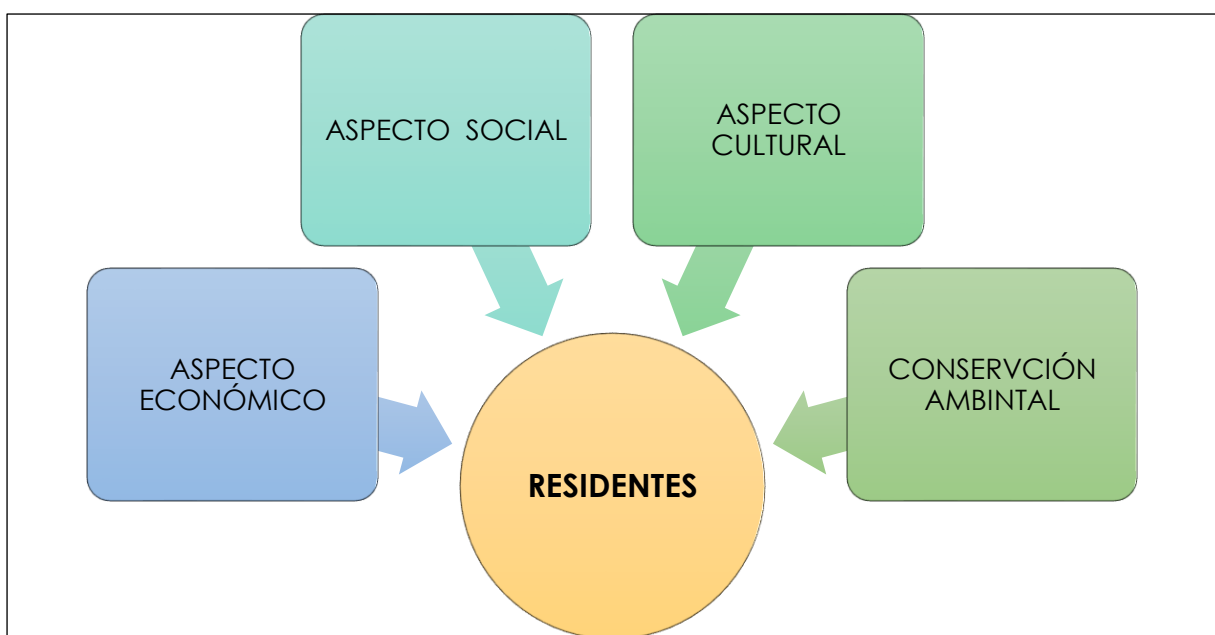
Dentro del accionar de la actividad turística también se han generado varios casos sobre el estudio de la percepción principalmente aquella que se genera desde los habitantes de una localidad hacia los impactos generados, ya sean de carácter positivo o negativo. En relación al tema, Loor et al., (2018) indican que la percepción de una población con respecto del turismo

puede generar una falsa expectativa de seguridad como fuente primaria de ingresos económicos, dejando de lado las actividades productivas tradicionales tales como la agricultura, la pesca y la ganadería. En este sentido lo que se debe tener en consideración es que las actividades vinculadas al turismo y sus diversas modalidades deben entenderse como complementarias más no un reemplazo de las mismas.

Otro aspecto a tener en consideración es que la percepción respecto de la actividad turística no solo debe basarse en el ámbito económico o social ya que en muchas ocasiones se superponen sobre aspectos de gran relevancia principalmente de aquellos afines con la conservación del ambiente y el respeto de la cultura. Al respecto Rojas (2020) indica que se debe fundamentar la percepción del habitante local de acuerdo a diferentes factores y situaciones en un momento dado, por lo que se debe considerar la participación integral de la población sobre los aspectos a evaluar dentro de la percepción local. Al respecto, en la figura 1 se expone el grado de vinculación que mantienen los individuos de una comunidad residente con respecto del turismo.

Imagen 1

Modelo Sistémico de Percepción de Impactos Turísticos



Fuente. Rojas (2020). Elaboración propia.

Población

De acuerdo con diversas investigaciones, el planeta franquea un momento de grandes cambios demográficos cuyos componentes claves como: El crecimiento poblacional, los cambios de la natalidad y mortalidad, así como en la composición etaria de la población han desarrollado nuevos paradigmas en el desenvolvimiento de las actividades cotidianas de la población. Al respecto Bloom (2020) indica que se debe asumir con un compromiso de responsabilidad los cambios identificados, ya que los mismo plantean nuevos retos para la sociedad puesto que se debe de considerar la necesidad de contar con servicios de alimentos, vestimenta, vivienda, educación e infraestructura suficientes a fin de satisfacer las necesidades insatisfechas de la población.

En relación al tema, el desarrollo de actividades vinculadas al turismo se ha convertido en una alternativa potencial que puede llegar a cubrir las necesidades expuestas por la población local, sobre todo de aquellos territorios que poseen una vocación turística, siendo este un instrumento para el desarrollo integral e inclusivo que promueve la generación de empleo y crea condiciones que garanticen la mejora en la calidad de vida de la población (MINTUR, 2018)

No obstante, al hablar de la población es indiscutible que se debe abordar desde un enfoque del desarrollo, puesto que el nivel desarrollo de una población indica el progreso de la misma en términos de servicios, bienestar humano y sostenibilidad (CEPAL, 2017). En este sentido el desarrollo de la población se convierte en uno de varios indicadores que permiten medir el avance de la población, los cuales se agrupan en los Objetivos del Desarrollo Sostenible ODS.

1.5.4. Dimensiones de la población

Social

En esta dimensión se agrupa la información que afecta a la sociedad en su conjunto, en especial aquellos aspectos que determinan y definen la calidad de vida de los habitantes en una

localidad (SINCHI, 2021). En otras palabras, lo que se busca es identificar los servicios y facilidades sociales que presta el estado, con el propósito de garantizar la homogénea distribución de las oportunidades en las que se pueda cimentar el bienestar del conglomerado social.

Cabe considerar por otra parte que, autores como Camargo (2020) indican que la dimensión social de una persona está compuesta por las diferentes etapas de la vida en que se ha desarrollado y estas determinarán su calidad de vida; para esto se debe considerar el desarrollo psicológico, biológico y social que garanticen la esperanza de vida. Por tanto, la dimensión social se presenta sobre aquellos aspectos que tienen una mayor repercusión o incidencia sobre la calidad de vida de las personas.

Infraestructura

Al hablar de la infraestructura se toma como referencia la condición física del entorno que rodea a la población como un fuerte diferenciador por sus rasgos sociales, su instalación, la calidad de su hábitat y su accesibilidad (Garriz & Schroeder, 2014). En el mismo orden de ideas al analizar esta dimensión se puede generar una idea de la organización e integración del sistema de manera que sea funcionalmente adecuado para la población local.

Sin embargo, aunque la palabra “infraestructura” tiene diferentes significados dependiendo del punto de vista y el área de estudio. De acuerdo con Cevallos et al., (2020) la infraestructura suele ser relacionada con estructuras como: puertos, terminales (terrestres, marítimas, aéreas), caminos, alcantarillado, entre otras; sin embargo es necesario considerar la importancia de dichas edificaciones no por el equipamiento que representan, sino más bien por la ayuda que prestan, y sobre el cual se debe realizar la valoración de los mismos; ya que se constituyen en servicios indispensables en las sociedades modernas, puesto que permiten que las personas desarrollen sus actividades productivas, preserven su salud y alcancen sus objetivos personales e institucionales.

En igual forma, para Serebrisky et al., (2020) la inversión en infraestructura “potencia el crecimiento económico de la población por múltiples canales” (pág. 20). Ya que aumenta los activos disponibles que tiene la economía para producir y, potencialmente, atraer la inversión privada complementaria, lo cual se traduce en beneficios tanto económicos como sociales para la población local.

CAPITULO II.

MARCO METODOLÓGICO

2.1. Tipo de estudio, alcance y enfoque de la investigación

De acuerdo con Ramos (2020) la investigación de carácter descriptivo busca desagregar las particularidades de una población, situación o área de interés el mismo que está estrechamente relacionado con la problemática existente. De acuerdo con este criterio, la presente investigación busca conocer el nivel de relación que existe entre las variables identificadas, permitiendo establecer posibles causas que han limitado el desarrollo de actividades relacionadas al agroturismo en el cantón San Francisco de Milagro.

2.1.1. Diseño de la investigación

Se tomó como referencia el diseño no experimental, que en palabras de Vásquez (2020), indica que “el investigador observa lo que ocurre de forma natural, sin intervenir de manera alguna” (pág. 26). En este sentido la recolección de datos se realizó directamente de los individuos sujetos a la investigación, sin manipular o controlar variable alguna; lo que implica realizar una investigación de campo, la cual se caracterizó por la recolección de la información *in situ*, es decir que los datos se obtuvieron en el lugar de los hechos.

2.1.2. Alcance de la investigación

Para poder lograr los objetivos planteados, se identificaron particularidades del evento en estudio, lo que implicó partir desde una visión descriptiva. Los estudios descriptivos “buscan enumerar las propiedades importantes de los sujetos, grupos, o comunidades que se encuentren bajo análisis” (Rojas M. , 2015)

El presente estudio se asentó en una investigación de corte proyectivo con nivel descriptivo, encaminado a la elaboración de una propuesta que permita plantear soluciones a problemáticas sociales, principalmente aquellas relacionadas con el desarrollo de la actividad turística en el

cantón San Francisco de Milagro. Por lo que se trabajó en conocer la percepción de la población residente y el comportamiento del turista a fin de vincular las fincas agroturísticas de la zona rural del cantón Milagro a la oferta turística local, a través de un sistema (ruta) que fortalezca la dinamización de la economía local.

2.1.3. Enfoque de la investigación

El estudio se orientó metodológicamente a través de un enfoque mixto; en este sentido para Otero (2018) “este método representa un proceso sistemático, empírico y crítico de la investigación, en donde la visión objetiva de la investigación cuantitativa y la visión subjetiva de la investigación cualitativa pueden fusionarse para dar respuesta a problemas humanos” (pág. 19). Consecuentemente, la presente investigación se apoyó, por un lado, en el enfoque cuantitativo, puesto que se realiza un conjunto de procesos enfocados a conocer el comportamiento de los turistas y además se orientó en el enfoque cualitativo debido a que toma en consideración los relatos emanados por otra parte del segmento de investigación como son los propietarios de las fincas agroturísticas como parte de la población residente.

2.2. Método de investigación

El presente trabajo de investigación utilizó tanto métodos teóricos como empíricos. Para autores como Chinche et al., (2020) el método teórico consiente en la adecuada interpretación de los conceptos generados, este método se aplicó al documento pues fue necesario interpretar varios criterios formulados por diversos autores. Junto con el método teórico, se empleó el uso de métodos empíricos mediante la implementación de la observación, la encuesta y el análisis documental. Las encuestas se aplicaron a los habitantes del cantón con la finalidad de conocer la percepción de la población y las entrevistas fueron desarrolladas con las personas involucradas principalmente con el tema turístico y productivo a través de las fincas agroturísticas presentes en el territorio local. En este sentido López (2018) indica que el método

Delphi “permite estructurar un proceso comunicativo de diversos expertos organizados en grupo-panel con vistas a aportar luz en torno a un problema de investigación” (pág.21)

2.3. Unidad de análisis población y muestra

2.3.1. Unidad de Análisis

Para Ñaupas et al., (2018) la unidad de análisis está representada por los sujetos “que van a ser medidos” (pág.36); en este sentido, para el presente estudio, se consideró como parte de la unidad de análisis a las personas que fungen turistas y pernoctan al menos una noche en el cantón principalmente en días de feriado y fines de semana. A demás, para efectos del estudio y de manera simultánea se consideró a los moradores del cantón que se encuentran vinculados a las fincas agroturísticas del territorio local, así como a los representantes del GAD Municipal vinculados al departamento de Planificación y Turismo

Se tomó en cuenta dicha unidad de análisis, puesto que en ella se vincula el material empírico asociado al problema identificado en el presente estudio. Para autores como Picón y Melian (2014) la unidad de análisis “es una estructura categórica a partir de la cual se puede responder a las preguntas formuladas a un problema práctico, así como a las preguntas de investigación” (pág.103).

2.3.2. Población

Autores como Arias et al., (2016) indican que “la población es el conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación” (pág. 203). Para efectos del estudio se consideró el número de turistas que pernoctan en la ciudad de milagro; en este sentido y de acuerdo a la herramienta GEOVIT implementada por el MINTUR (2021), la población de visitantes que pernoctan en la ciudad de milagro son 230.155 personas correspondientes al año 2018; y por otra parte para efectos de conocer la percepción de la población residente se toma el criterio de los propietarios de las fincas agroturísticas las cuales se encuentran debidamente registradas; estas son: Finca el

Chaparral, Rancho Vasija de Barro, Finca Cumandá y Quinta la Orilla . Para efectos del estudio y por tratarse de una población pequeña se toma en consideración el criterio de las 4 fincas.

2.3.3. Cálculo de la muestra

La muestra ayuda a la elección particular de los visitantes de una población, de las cuales se obtendrá la información oportuna para su respectivo análisis. Para determinar el tamaño de la muestra se usó la fórmula de muestreo proporcional que se utiliza cuando no se conoce la probabilidad de ocurrencia, el cual implica un 95% de confianza y el 5% del margen de error.

El tamaño de la muestra se obtendrá aplicando la siguiente formula:

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N - 1)E^2}{Z^2} + (pq)}$$

Donde:

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

$$n = \frac{230155 (0.5)(0.5)}{\frac{(230155 - 1)0.05^2}{1.96^2} + (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{57538,75}{\frac{(230154)0.0025}{3.8416} + (0.25)}$$

$$n = \frac{57538,75}{\frac{575,385}{3.8416} + (0.25)}$$

$$n = \frac{57538,75}{149,78 + (0.25)}$$

$$n = \frac{57538,75}{150,027}$$

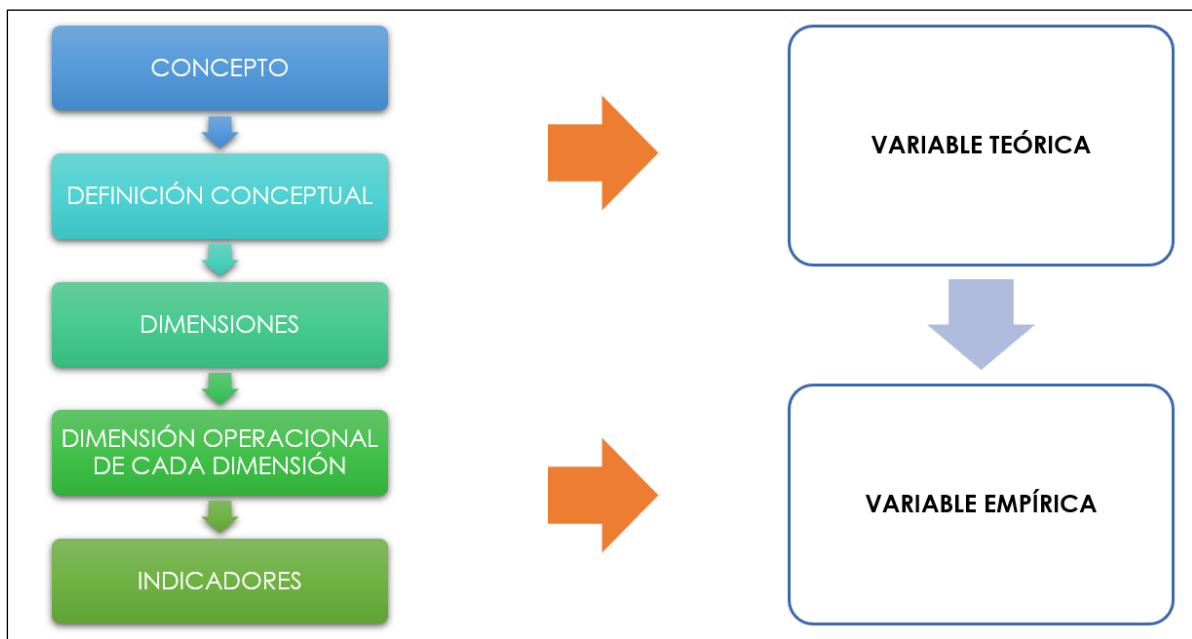
$$n = 384$$

2.4. Variables de la investigación, operacionalización

En cuanto a las variables de investigación, autores como Lirio et al., (2020) indican que la matriz de operacionalización “facilita la apreciación de cómo de una variable abstracta puede ser interpretada en forma muy diferente por distintas personas” (pág. 03). En este sentido se genera la matriz de operacionalización de acuerdo a los lineamientos indicados.

Imagen 2

Proceso de operacionalización de variables



Fuente. Canales et al., (1994). Elaboración propia

En la tabla 2 se enuncian las variables correspondientes al tema de investigación, las cuales se descomponen en sus correspondientes dimensiones que a su vez serán objeto de medición a través de sus respectivos indicadores.

Tabla 2

Matriz de operacionalización de variables

Objetivos específicos	Variables	Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Fuentes	Técnicas
<ul style="list-style-type: none"> Determinar el perfil sociodemográfico de los turistas que visitan el cantón San Francisco de Milagro Analizar la percepción de la población residente del cantón San Francisco de Milagro, con respecto al desarrollo de la actividad agroturística. 	Percepción de la población residente	Aquella que se genera desde los habitantes de una localidad hacia los impactos generados, ya sean de carácter positivo o negativo	Social	<ol style="list-style-type: none"> Número de atractivos vinculados al territorio local Capacidad de carga 	<ul style="list-style-type: none"> GAD Cantonal GAD Parroquiales Emprendedores turísticos y productivos que se encuentran en el territorio 	<ul style="list-style-type: none"> Observación directa Encuestas Entrevistas Revisión bibliográfica y de fuentes oficiales
			Infraestructura	<ol style="list-style-type: none"> Número de fincas agroturísticas Patrimonio cultural 		
<ul style="list-style-type: none"> Vincular las fincas agroturísticas de la zona rural del cantón Milagro a la oferta turística local, a través de un sistema (ruta) que fortalezca la dinamización de la economía. 	Comportamiento del turista	Se puede entender al comportamiento del turista como las actitudes que estos poseen en un destino determinado provocando en ellos diversas reacciones, en cuanto a sus gustos, necesidades, requerimientos, entre otras.	Económica	<ol style="list-style-type: none"> Tasa de ocupación turística Contribución del turismo a la economía local 	<ul style="list-style-type: none"> Autoridades Técnicos de Turismo de los GAD Cantonales Conagopare Tungurahua 	<ul style="list-style-type: none"> Entrevistas Encuestas Observación directa
			Institucional y gobernanza	<ol style="list-style-type: none"> Número de puntos de información turística Número de apps móviles de uso turístico 	<ul style="list-style-type: none"> Técnicos de Turismo de los GAD Cantonales Conagopare Tungurahua 	<ul style="list-style-type: none"> Entrevistas Encuestas Observación directa Revisión bibliográfica y de fuentes oficiales
			Socio cultural	<ol style="list-style-type: none"> Satisfacción de turistas Satisfacción de la población local 	<ul style="list-style-type: none"> INEC Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 	<ul style="list-style-type: none"> Revisión bibliográfica y de fuentes oficiales
			Ambiental	<ol style="list-style-type: none"> Gestión de desechos. Preservación de los RRNN 		

Fuente. Lirio, Dextre y García (2020). Elaboración propia.

2.5. Fuentes y técnicas para la recolección de información

2.5.1. Fuentes de información

Se identificó como fuente primaria toda aquella información proveniente de: jefe encargado del Departamento de ambiente, riesgos, minería y turismo del GAD San Francisco de Milagro, prestadores de servicios turísticos representados por propietarios de emprendimientos turísticos, fincas agroturísticas y pobladores de la ciudad de Milagro. En el mismo orden de ideas se identificó como fuente secundaria la información proveniente de: Artículos científicos publicados en revistas indexadas, tesis con interés científico, libros de especialidad en desarrollo turístico, información estadística proviene de otras investigaciones, e información oficial publicada por el ente rector del turismo a nivel nacional.

2.5.2. Técnicas para la recolección de datos

Al tratarse de una investigación que posee un carácter mixto, puesto que utiliza datos cuantitativos y cualitativos, por lo que se implementó una encuesta dirigida a los turistas que llegan al cantón Milagro y a continuación se procesó la información, en un segundo momento, se interpretó las opiniones vertidas sobre la entrevista aplicada a los propietarios de las fincas agroturísticas.

Bajo este criterio, se empleó la técnica de la observación, lo que consiente en conocer la realidad del fenómeno de estudio, lo que, en palabras de Arias et al., (2016) la observación “consiste en observar atentamente al fenómeno, evento, hecho o caso, tomar la información y registrarla para un análisis posterior” (pág. 45)

2.5.3. Instrumentos para la recolección de la información

Con respecto a los instrumentos utilizados para la parte cuantitativa se utilizó un cuestionario, la misma que se aplicará a los turistas que arriben a la ciudad de milagro con la finalidad de conocer

las características más relevantes sobre su perfil; así como determinar su comportamiento. En el mismo orden de ideas se realizó una entrevista a los propietarios de las fincas agroturísticas y funcionarios del GAD Milagro con el propósito de recabar la información cualitativa lo que a su vez permita identificar la percepción de la población residente

2.6. Tratamiento de la información

El tratamiento de la información cuantitativa se realizó mediante el uso del programa ofimático Microsoft Excel, así como el paquete estadístico Statistical Package for the Social Science (SPSS) versión 2.0 a continuación se realizó la triangulación de la información, lo que de acuerdo en palabras de Aguilar y Barroso (2015) permite obtener una mayor calidad y veracidad en el proceso de investigación, generando un mayor grado de confianza debido a los procesos realizados.

CAPITULO III.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

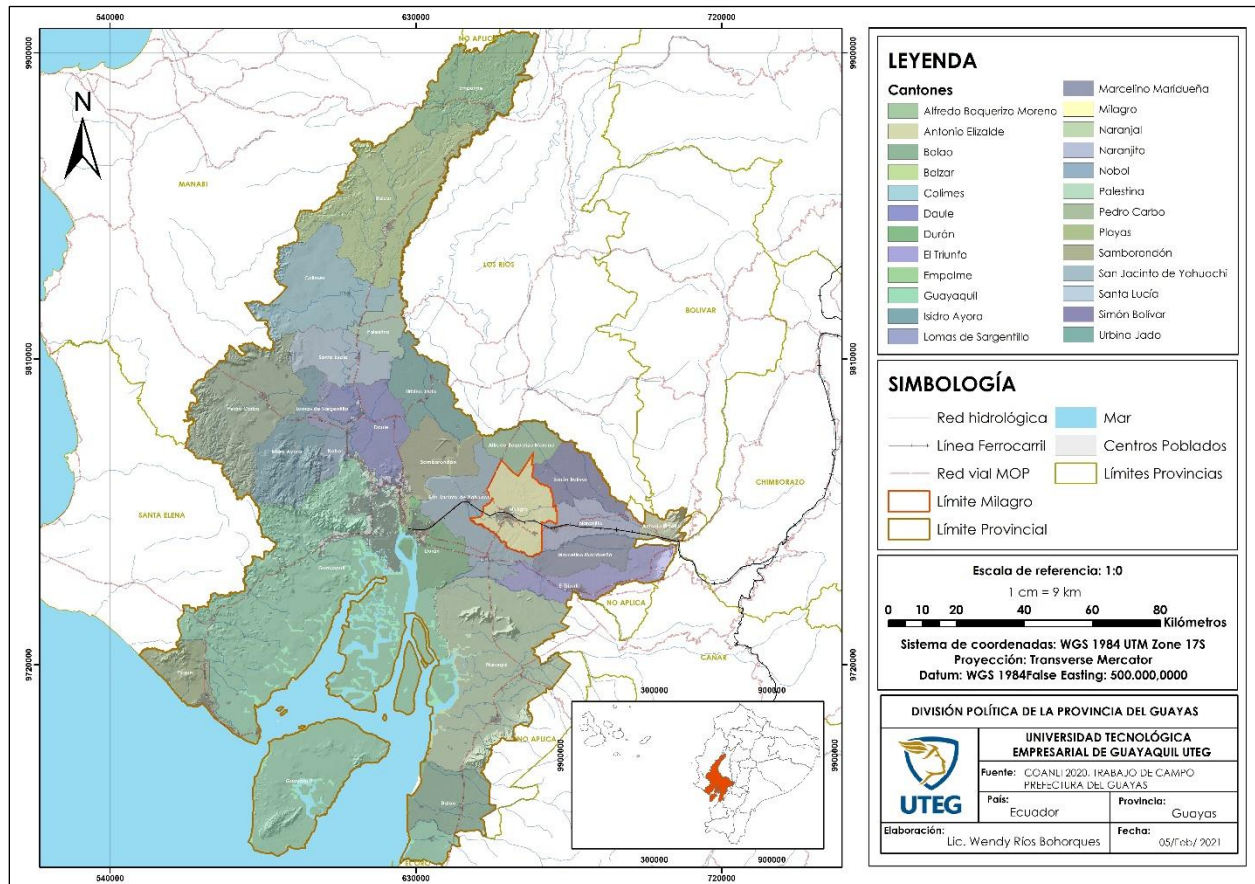
3.1. Contextualización del área de estudio

El cantón Milagro se encuentra ubicado en el sector centro – oeste de la provincia del Guayas, con una ubicación geográfica comprendida entre los puntos con coordenadas UTM:

- Norte: 664624; 9782382
- Sur: 664482; 9751713
- Este: 671524; 9765234
- Oeste: 646011; 9763042

Gráfico 1

Ubicación Geográfica del cantón Milagro



Fuente. Sistema Nacional de Información (SNI, 2014). Elaboración propia

3.1.1. Extensión y Límites

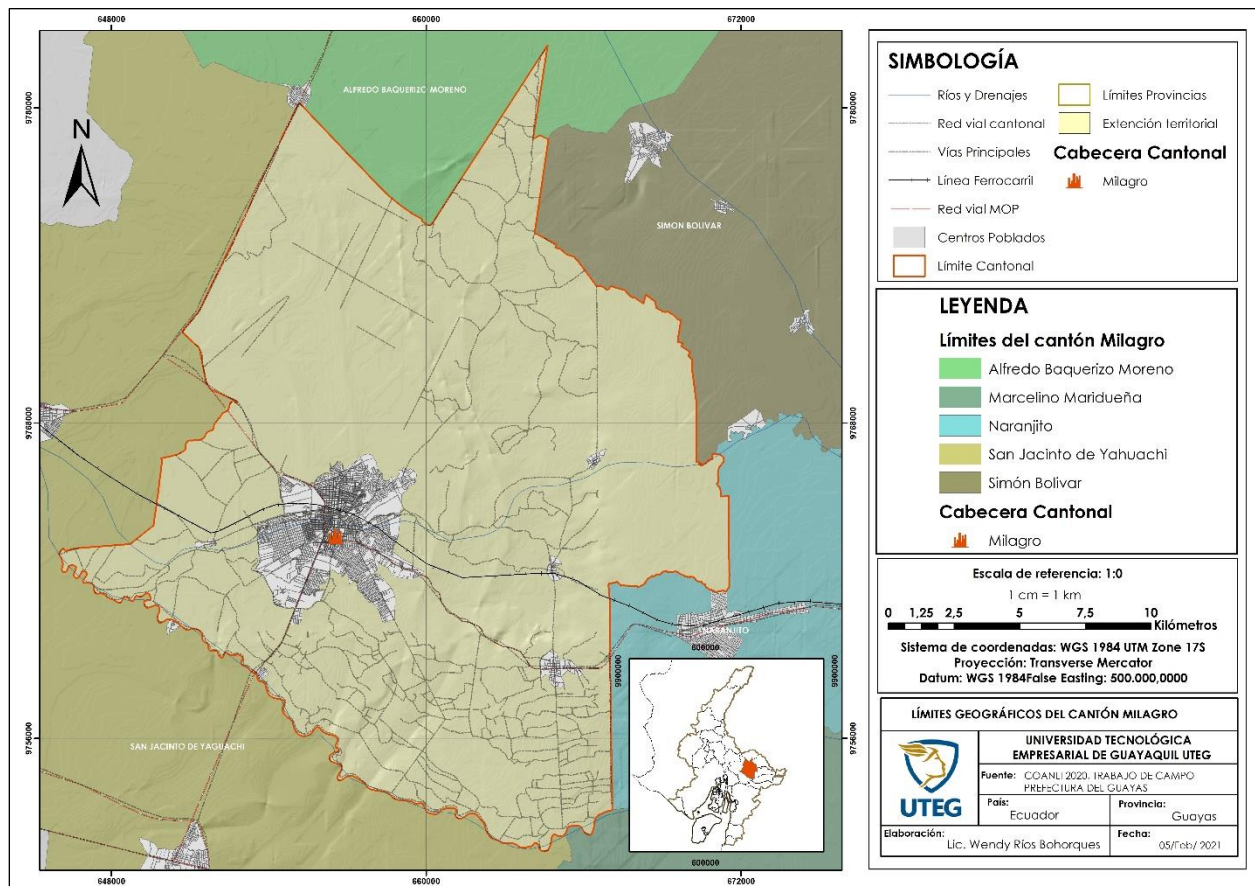
El cantón Milagro tiene una extensión de 405,63 km² de superficie. Sus límites son:

- Al norte con los cantones Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan) y Simón Bolívar;
- Al sur con los cantones Yaguachi y Marcelino Maridueña;
- Al este con los cantones Simón Bolívar y Naranjito; y
- Al oeste con el cantón Yaguachi.

Al sur tiene un límite natural que es el río Chimbo que lo separa de los cantones Yaguachi y Marcelino Maridueña.

Gráfico 2

Límites geográficos del cantón Milagro



Fuente. Sistema Nacional de Información (SNI, 2014). Elaboración propia

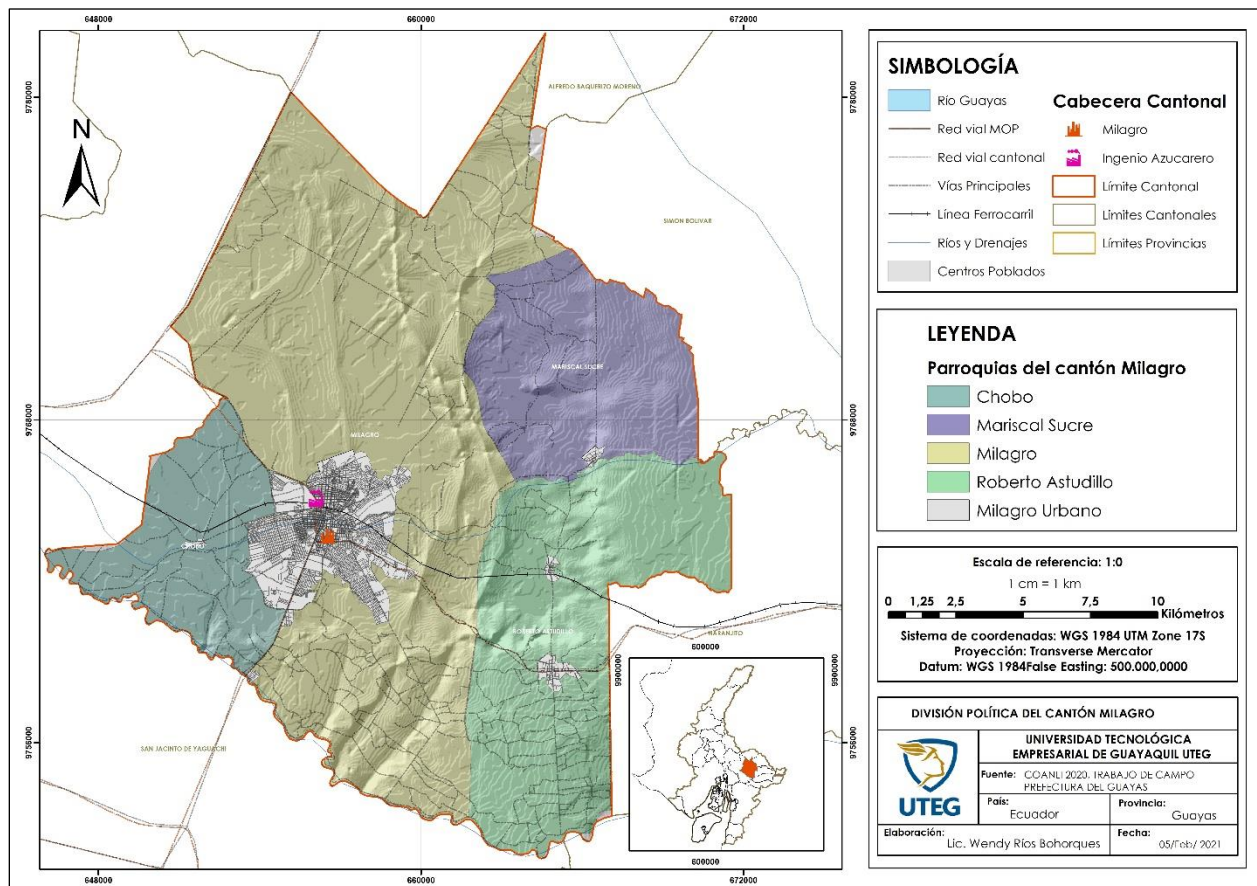
3.1.2. División Política del cantón Milagro

La ciudad se divide en cuatro parroquias rurales

- Parroquia Milagro.
- Parroquia Mariscal Sucre.
- Parroquia Roberto Astudillo.
- Parroquia Sta. Rosa de Chobo.

Gráfico 3

División política del cantón Milagro



Fuente. Sistema Nacional de Información (SNI, 2014). Elaboración propia.

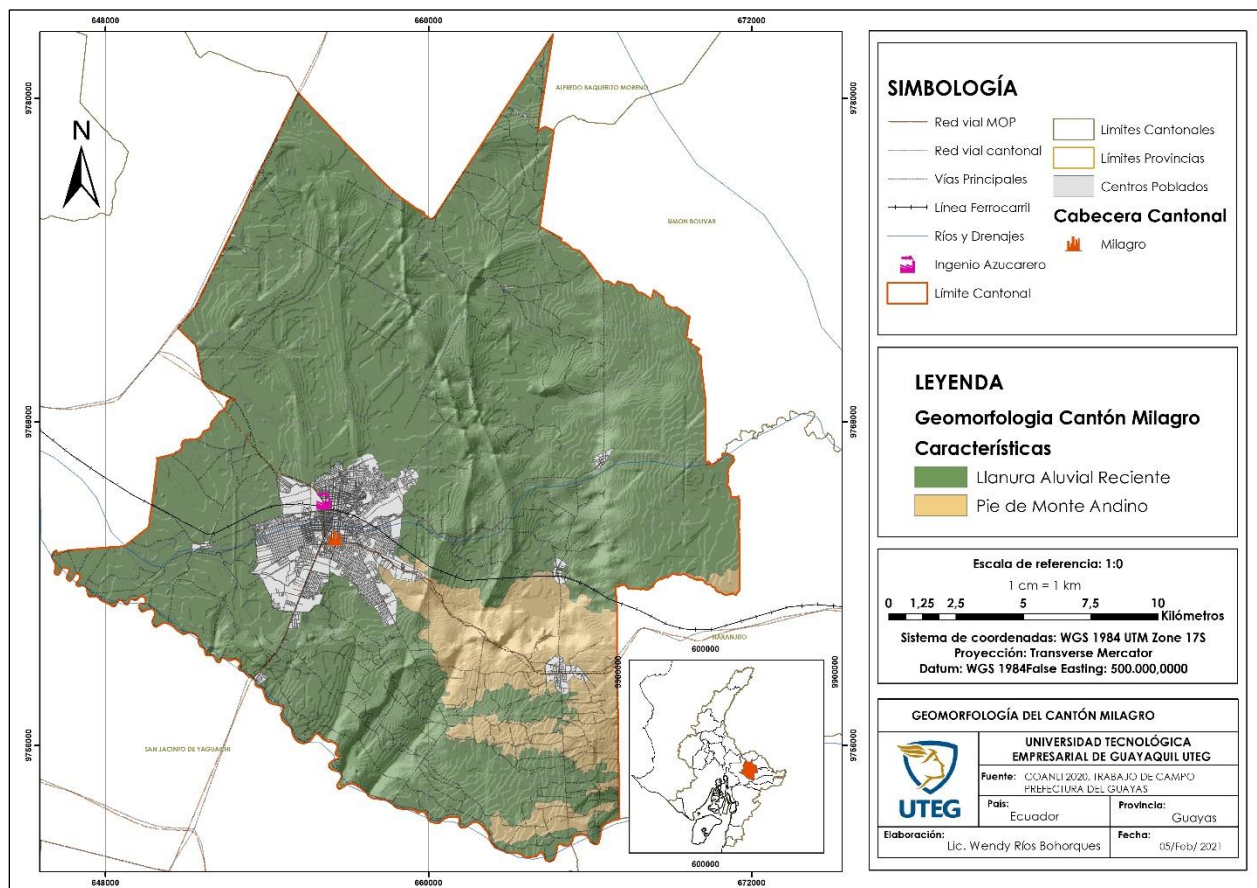
Además, el centro urbano de acuerdo a la planificación territorial del GAD Municipal ha dividido a la ciudad en 4 parroquias urbanas: Camilo Andrade Manrique, Chirijos, Coronel Enrique Valdez C. y Ernesto Seminario Hans

3.1.3. Geomorfología del Cantón

Existen dos unidades ambientales en el cantón: La Llanura Aluvial Reciente y el Piedemonte Andino. La primera es la predominante y ocupa un 85 %, estando solo un 11 % de la superficie del cantón en la segunda unidad ambiental. La Llanura Aluvial Reciente está ligada a un origen deposicional, mientras que el Piedemonte Andino se origina también en la deposición o transporte de sedimentos, pero se diferencia en que este es de tipo torrencial, con grandes eventos que suceden en momentos específicos.

Gráfico 4

Geomorfología del Cantón



Fuente. Sistema Nacional de Información (SNI, 2014). Elaboración propia.

La zona se distingue por su baja altura cuya cota máxima alcanza los 65 msnm, pero que se mantiene alrededor de los 0 a 5 m de desnivel relativo. Principalmente domina la forma del relieve “nivel ligeramente ondulado”, caracterizado por pendientes entre 2 y 5 %, cuyo suelo más productivo que otros predominantemente arcillosos, permite el cultivo semipermanente de banano, cacao y caña de azúcar. Al interior de esta forma del relieve existe abundancia de cauces que han sido abandonados y se observan como remanentes aislados.

3.1.4. Cobertura y Uso de Suelo

Los cultivos (anuales, semipermanentes y permanentes) con 37.874,47 ha., que representan el área predominante en el uso de la tierra del cantón, correspondiente al 93,99 %; infraestructura y misceláneos, con una extensión de 1.700,23 ha., representa el 4,22 %, el pasto cultivado con un área de 506,55 ha., que significa el 1,26 %, las categorías de uso restantes son: asociaciones, vegetación natural y cuerpos de agua, 216,98 ha., representan tan solo el 0,54 % del total de la superficie del cantón Milagro.

Tabla 3

Uso y Cobertura del Suelo

USO Y COBERTURA DE SUELO EN EL CANTÓN MILAGRO		
CATEGORIA	AREA (Ha)	%
Asociaciones	47,61	0,12
Cuerpos de Agua	141,35	0,35
Cultivos	37874,47	93,99
Infraestructura y Misceláneos	1700,23	4,22
Pasto Cultivado	506,55	1,26
Vegetación Natural	28,02	0,07
Fuente: CLIRSEN	40298,23	100

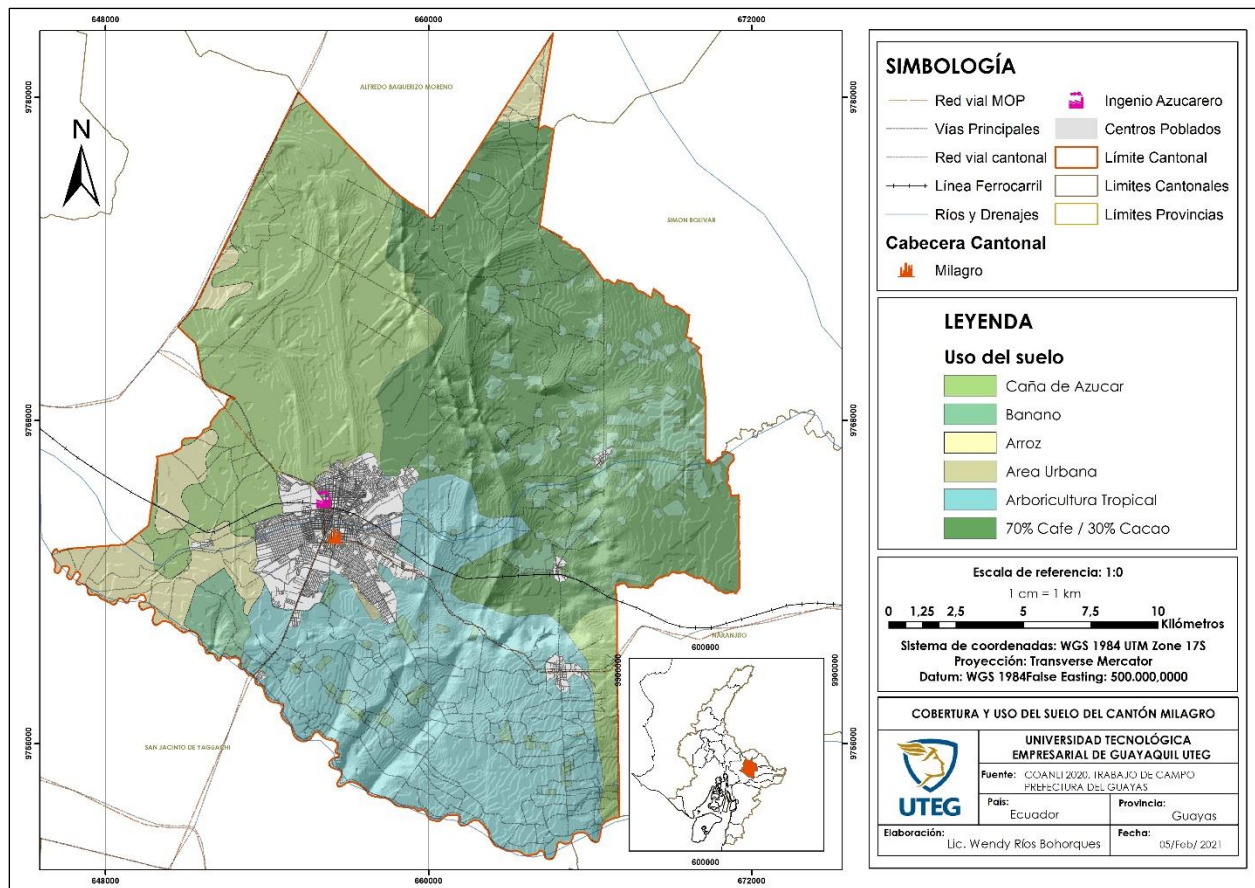
Fuente. GAD Municipal de Milagro PDOT (2014). Elaboración propia

Desde mediados del siglo XIX, la industria azucarera artesanal (el proceso era a través de trapiches movido por bueyes) y posteriormente la industrial, estaba comenzando a tener un gran auge en estos territorios, junto con las piladoras de arroz:

“Así tenemos que de 17 ingenios azucareros que existieron en el país, 8 estaban instalados en Milagro y un buen número de piladoras que con el correr de los años se incrementaron a 11, dominaban el comercio agrícola de la zona” (PDOT 2018, Gad Milagro).

Gráfico 5

Cobertura y Uso del Suelo de Milagro



Fuente. Sistema Nacional de Información (SNI, 2014). Elaboración propia.

Fue tan intensa la actividad agro – productiva en el cantón (entiéndase Milagro, Naranjito y Bucay), que desde principio del siglo XX se tenía previsto tecnificar el agro. Es así que, en el año 1918, la Asociación de Agricultores había creado la Escuela Agrícola Experimental en Chobo.

3.2. Características de las fincas agrícolas

Para determinar el potencial turístico de las fincas agrícolas ubicadas en el cantón Milagro se tomó en consideración la metodología proporcionada por el Centro Interamericano de Capacitación Turística CICATUR, que en palabras de Varisco et al., (2014) la importancia del relevamiento turístico radica en la “identificación de los elementos con que cuenta un territorio para hacer frente a la actividad turística.” (pág. 02). En base a ese criterio se presenta la siguiente información:

Tabla 4

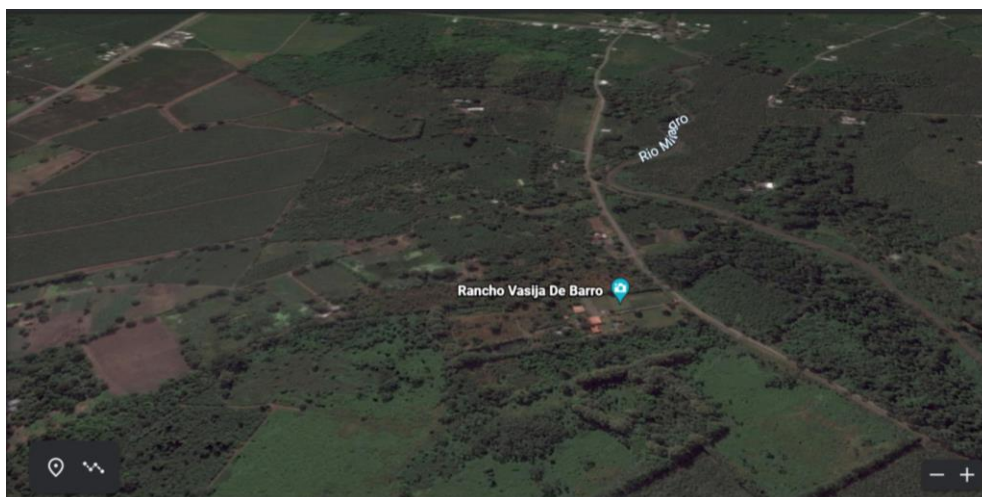
Rancho Vasija de Barro

FICHA DE REGISTRO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS		
DATOS GENERALES		
NOMBRE DEL ATRACTIVO: RANCHO VASIJA DE BARRO		
CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Centros agropecuarios y pesqueros
UBICACIÓN DEL ATRACTIVO		
PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
Guayas	Milagro	Mariscal Sucre (Huaques)
ACCESIBILIDAD		
RUTAS PRINCIPALES: Carretera de tercer orden		
TIPO: Lastrada		
ESTADO: Bueno		
OBSERVACIÓN: Por la vía Milagro - Mariscal Sucre, se avanzan 7,62 km y se ingresa por un camino de lastre por 1,96 km.		
DISTANCIA / TIEMPO (APROX) DESDE LOCALIDAD PRINCIPAL		
CANTÓN: Milagro urbano		DISTANCIA: 9,6 km
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO Y SERVICIOS TURISTICOS		
Es un finca agroturística que está Ubicada Km 1, Vía antigua a Milagro, ingresando por el sector de las Cataratas, Parroquia Mariscal Sucre, la misma que oferta a los turistas nacionales y extranjeros un tipo de turismo vivencial, siempre preocupados de cuidar el medio ambiente y el buen trato a quienes lo visitan brindando una experiencia inolvidable que es lo que todo turista busca, entre los servicios que ofertan se destaca avistamiento de aves, preparación de chocolate artesanal, pesca deportiva, etc.		
SERVICIOS BÁSICOS DISPONIBLES		OTROS SERVICIOS TURISTICOS
Luz	Agua	Pozo séptico
Internet	Serv. Móvil, escasa señal	Transporte: Previa reserva
IDENTIFICADOR: Wendy Ríos		

Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

Imagen 3

Ubicación espacial Rancho Vasija de Barro



Fuente. <https://earth.google.com/web/search/rancho+basija+de+barro+milagro/@-2.1239365,-79.53994599,17.76135478a,1001.2389166d,35y,46.23609642h,59.99957565t,360r/data=CigiJgokCeakhow>

Tabla 5

Finca Cumandá

FICHA DE REGISTRO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS		
DATOS GENERALES		
NOMBRE DEL ATRACTIVO: FINCA CUMANDA		
CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Centros agropecuarios y pesqueros
UBICACIÓN DEL ATRACTIVO		
PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA
Guayas	Milagro	Chobo
ACCESIBILIDAD		
RUTAS PRINCIPALES: Carretera de tercer orden		
TIPO: Lastrada		
ESTADO: Regular		
Observación: Ubicado en el Km 1 de la vía a Barcelona a 5 minutos del carretero principal y dirjase por la señalética de la finca		
DISTANCIA / TIEMPO (APROX) DESDE LOCALIDADES PRINCIPALES		
CANTÓN: Milagro urbano		DISTANCIA: 6.5 km
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO Y SERVICIOS TURISTICOS		
Este lugar brinda a los visitantes y turistas una exposición explicativa de los cultivos y producción agrícolas del sector, además cuentan con una piscina de tilapias en la que se realiza pesca deportiva, no hay que dejar atrás la demostración de la elaboración de los chocolates artesanales, licor de cacao, elaboración de jugo natural de Jamaica, entre otros productos, Finca Cumandá ofrece una gama de platos típicos los mismos que se preparan bajo reserva.		
SERVICIOS BÁSICOS DISPONIBLES		OTROS SERVICIOS TURISTICOS
Luz	Agua	Pozo séptico
Internet	Serv. Móvil	Transporte: Previa reserva
IDENTIFICADOR: Wendy Ríos		

Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

Imagen 4

Ubicación espacial de la Finca Cumandá



Fuente. <https://earth.google.com/web/search/finca+cumanda+milagro/@-2.16921509,-79.60220744,9.9276473a,1055.25143788d,35y,36.34666957h,59.99999654t,359.9999988r/data>.

Tabla 6

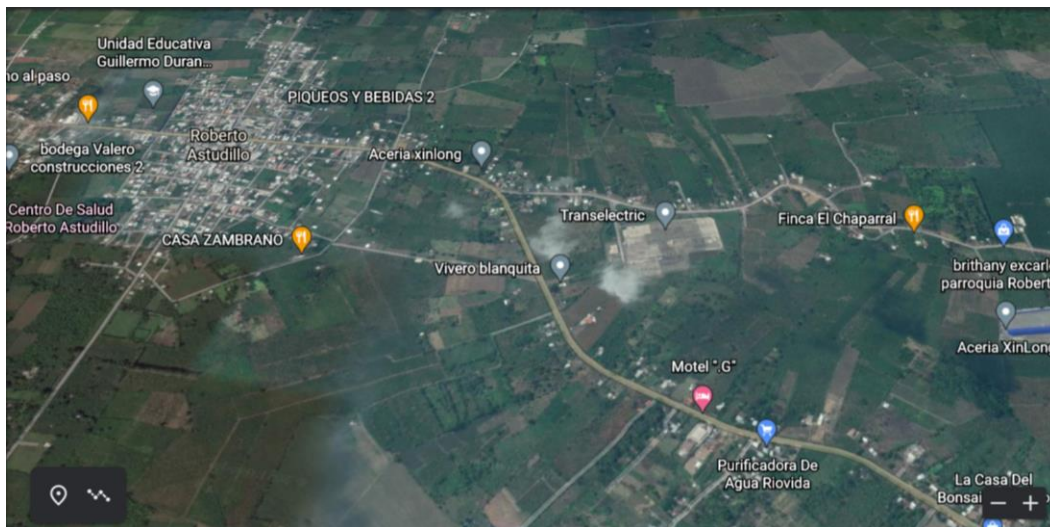
Finca El Chaparral

FICHA DE REGISTRO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
DATOS GENERALES			
NOMBRE DEL ATRACTIVO: FINCA CHAPARRAL			
CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	
Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Centros agropecuarios y pesqueros	
UBICACIÓN DEL ATRACTIVO			
PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	
Guayas	Milagro	Roberto Astudillo	
ACCESIBILIDAD			
RUTAS PRINCIPALES: Carretera de tercer orden			
TIPO: Lastrada			
ESTADO: Bueno			
Observación: Está situada en el recinto El Beldaco, del cantón Milagro a 1km de la vía a Roberto Astudillo.			
DISTANCIA / TIEMPO (APROX) DESDE LOCALIDADES PRINCIPALES			
CANTÓN: Milagro urbano		DISTANCIA: 10,3 km	
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO Y SERVICIOS TURISTICOS			
La finca El Chaparral y cuenta con hectárea y media entre plantaciones de cacao, flores y frutas. El recorrido tiene una duración de dos horas, en la cual se visita plantaciones de árboles frutales como mandarina, naranja, zapote, también se observa la elaboración de la pasta de cacao y al final se degusta de una deliciosa tortilla de verde acompañado con chocolate caliente.			
SERVICIOS BÁSICOS DISPONIBLES		OTROS SERVICIOS TURISTICOS	
Luz	Agua	Pozo séptico	Transporte: Previa reserva
Internet	Serv. Móvil		
IDENTIFICADOR: Wendy Ríos			

Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

Imagen 5

Ubicación espacial de la Finca El Chaparral



Fuente. <https://earth.google.com/web/search/finca+el+chaparral+milagro/@-2.18229,-79.5363758,20.01403816a,1055.68425954d,35y,0h,0t,0r/data=CigiJgokCRnuTLCsMgHAEWuUV7n5IPA>

Tabla 7

Quinta La Orilla

FICHA DE REGISTRO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
DATOS GENERALES			
NOMBRE DEL ATRACTIVO: QUINTA LA ORILLA			
CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	
Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Centros agropecuarios y pesqueros	
UBICACIÓN DEL ATRACTIVO			
PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	
Guayas	Milagro	Mariscal Sucre (Huaques)	
ACCESIBILIDAD			
RUTAS PRINCIPALES: Carretera de segundo orden			
TIPO: Lastrada			
ESTADO: Bueno			
Observación: Está estratégicamente ubicada en la vía principal.			
DISTANCIA / TIEMPO (APROX) DESDE LOCALIDADES PRINCIPALES			
CANTÓN: Milagro urbano		DISTANCIA: 11,9 km	
DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO Y SERVICIOS TURÍSTICOS			
El cóctel y/o jugo de piña tiene una presentación impecable, que cumple la función de refrescar al turista a su llegada, luego de este recibimiento se da la charla sobre el proceso de elaboración de melcocha, que es un producto que nace de la caña de azúcar, misma que tiene una gran industria en el cantón y representa ingresos económicos a Milagro y la generación de empleo. También se puede degustar platos típicos como fritada y ceviche de camarón.			
SERVICIOS BÁSICOS DISPONIBLES		OTROS SERVICIOS TURÍSTICOS	
Luz	Agua	Pozo séptico	Transporte: Previa reserva
Internet	Serv. Móvil		
IDENTIFICADOR: Wendy Ríos			

Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia

Imagen 6

Ubicación espacial Finca la Orilla



Fuente. <https://earth.google.com/web/search/finca+la+orilla+milagro/@-2.10427957,-79.50293801,28.24527121a,2357.93543044d,35y,48.51362777h,45.00827982t,-Or/data=CoImuBTwA>.

3.3. Análisis de resultados cuantitativos

3.3.1. Datos económico demográficos.

El turismo emisor ecuatoriano en los últimos tiempos ha determinado un crecimiento notable en el aporte económico al PIB. A nivel interno, la capacidad económica de los hogares para viajes internos por motivo de ocio aumentó un 4,1% en el período antes de pandemia según fuente del observatorio de turismo del Gobierno Provincial de Tungurahua HGPT, quien reporta en su último informe en el año 2020, en la miscelánea del perfil de sus turistas del año 2019.

De acuerdo con datos obtenidos del Centro de Fomento e Innovación Turística (2020), en los estudios realizados en las principales festividades de la provincia de Tungurahua como son las Fiestas de las Flores y las Frutas de Ambato, Diablada Pillareña, Sol de Noviembre, entre otras. Otro dato de importancia es la obtención de patrones generales de los ecuatorianos visitan estas festividades en la conformación socio demográfica, pues son hogares que en promedio están compuesta por cuatro miembros de familia y cuyos ingresos promedio anual esta por los 12.000 dólares son los más propensos a realizar turismo interno a distancias largas dentro del país.

Estos datos se utilizan para aproximarnos al perfil del visitante que realiza actividades de turismo interno en el Ecuador.

En el grafico 6, se presenta la distribución, del turista según ingreso que visitan la provincia de Tungurahua, a sus diferentes festividades, en las cuales se tiene que los principales turistas o visitantes son los turistas cuyos ingresos están por encima de los 12.000 dólares (39%), en segundo lugar están los turistas cuyos ingresos bordean un ingreso de 7 a 10 mil dólares (24%), y en tercer lugar la población en un rango de ingreso promedio de 10 a 12mil dólares (19%), (CFIT, 2020). Datos que nos sirven como una aproximación para conocer el perfil del visitante que llega a la ciudad de Milagro

Tabla 8

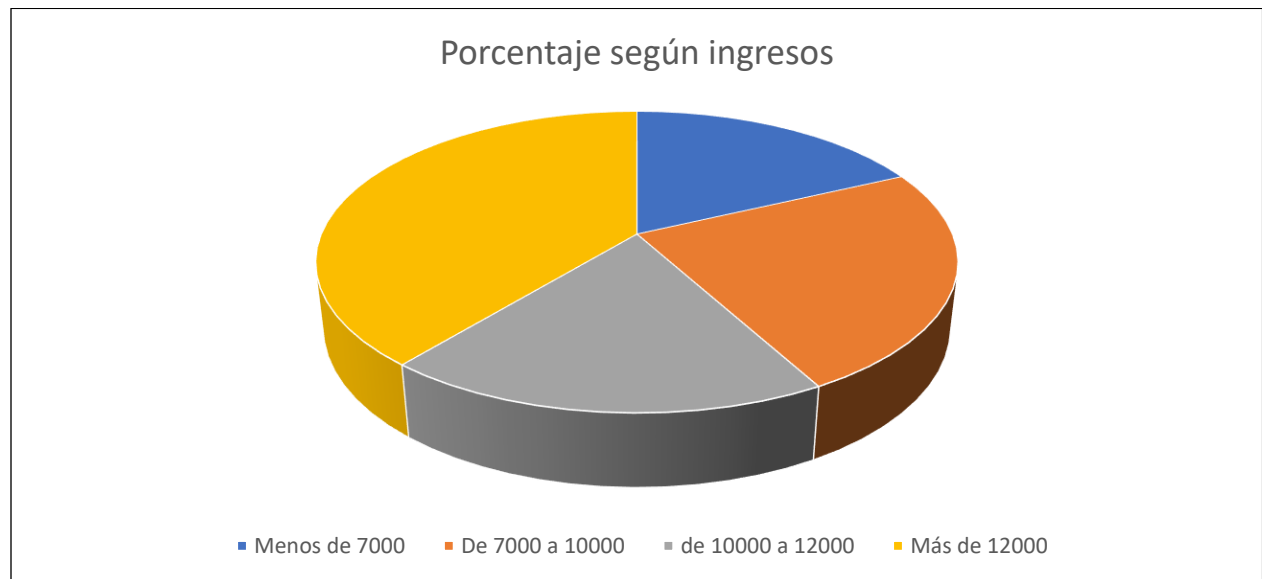
Población propensa a realizar actividades de turismo interno, según ingreso

Rangos	Porcentaje según ingresos
Menos de 7000	18%
De 7000 a 10000	24%
de 10000 a 12000	19%
Más de 12000	39%
TOTAL	100%

Fuente. Encuesta perfil del visitante del turista provincia Tungurahua, CFIT 2019. Elaboración propia.

Gráfico 6

Población propensa a realizar actividades de turismo interno, según ingreso



Fuente. CFIT 2020. Elaboración propia

En base al PIB, las diez ciudades del país con preferencia para realizar turismo interno y de preferencia para el turista ecuatoriano con mayor atractivo de larga distancia, se concentran principalmente en la zona centro del país, costa ecuatoriana y oriente amazónico. Las provincias con mayor cantidad de turistas de larga distancia son Salinas, Manta, Esmeraldas, en la costa; en la sierra Ambato, Cuenca; en el Oriente Puyo, Tena Lago Agrio y el Coca. (CFIT, 2020)

3.3.2. Perfil del turista que visita la ciudad de Milagro.

Para empezar a determinar el perfil del turista, se realiza el análisis a partir de los datos obtenidos en la encuesta levantada en los hoteles existentes en la ciudad, cabe señalar que en este proceso se desarrolló los fines de semana durante el mes de diciembre y enero considerando que es fin de año y existe gran movilidad de personas.

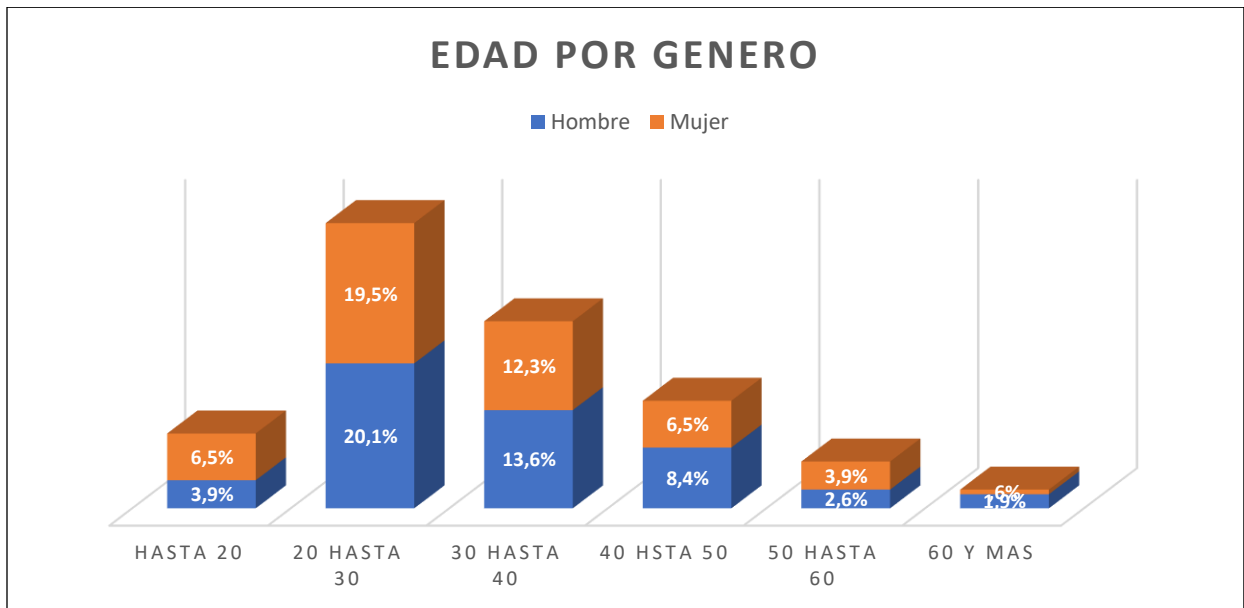
Tras estas consideraciones para la definición del perfil del turista empezamos a determinar la edad de las personas que llegan al catón Milagro ya sea por turismo o por visita teniendo los siguientes datos.

Edad y género

En tal sentido, se destaca que el rango entre 20 hasta 30 años es el más decisivo en llegar hacer turismo a la ciudad; sin embargo, los turistas de edades de 30 hasta 40 años también son representativos esto nos da a entender que la mayor parte de turismo que llega a la ciudad es gente joven. Este comportamiento puede estar dado por los tipos de actividades que se desarrollan durante las festividades, que pueden ser consideradas como de bajo, medio o alto interés, según la edad objeto de estudio o por los atractivos que la ciudad presenta.

Gráfico 7

Edad por género de los visitantes



Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

Lugar de procedencia del turista

En la tabla 9, se detalla la distribución de la población según provincia de procedencia, donde las principales provincias que llegan o aportan con turismo a la ciudad de milagro son las provincias de Pichincha con el 62.5% con mujeres y el 37.5 de hombres género, el caso de Chimborazo, con el 66.7% de Hombres y el 33.3 % de mujeres, la provincia de Bolívar hay una igualdad de un 50% tanto en hombres como en mujeres con el 50% respectivamente, lo más relevante en términos de lugar de procedencia es las ciudades del oriente en donde se visualiza un porcentaje del 100% de visita de Hombres.

Tabla 9

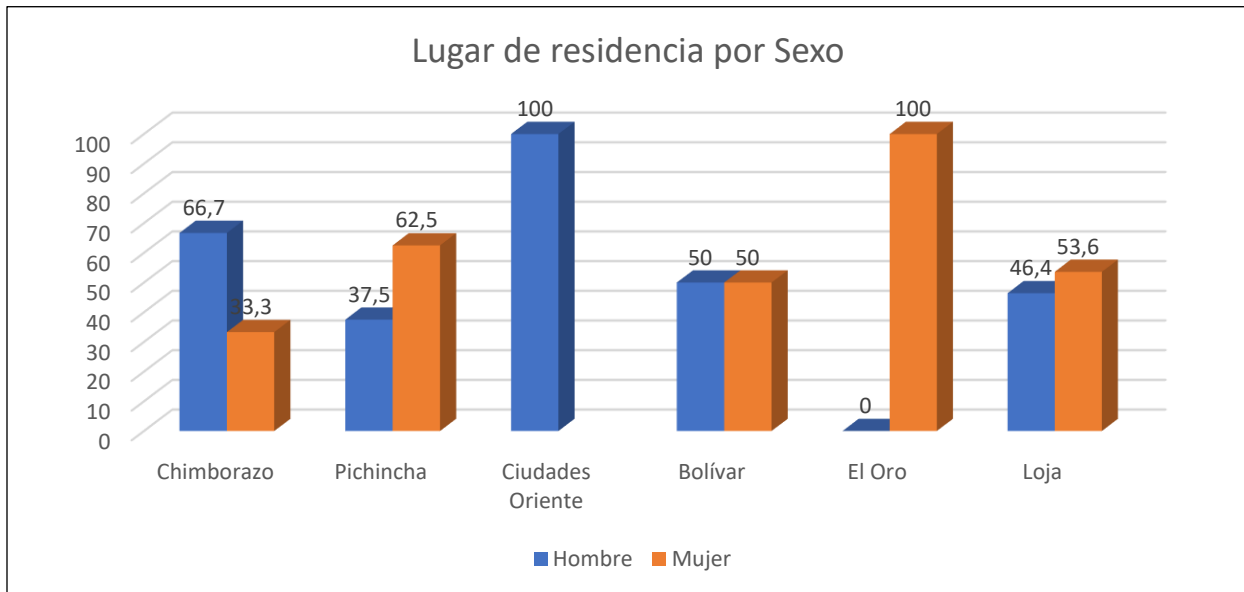
Distribución de turistas por género y provincia de residencia

		Sexo	
		Hombre	Mujer
Lugar de residencia		% de la fila	% de la fila
	Chimborazo	66,7%	33,3%
	Pichincha	37,5%	62,5%
	Ciudades Oriente	100,0%	0,0%
	Bolívar	50,0%	50,0%
	El Oro	0,0%	100,0%
	Loja	46,4%	53,6%

Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

Gráfico 8

Lugar de residencia por sexo



Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

Nivel de Instrucción del Turista

En otro escenario, en la tabla 10, se observa la distribución de turistas de acuerdo con su formación académica, donde la formación universitaria predominan en el turista ecuatoriano

(44.7%) y la formación Técnica completa (27.16%), como dato curioso se tiene que en los turistas de las ciudades orientales la distribución es equitativa en las formaciones, universitaria y carrera técnica con un 50%.

Tabla 10

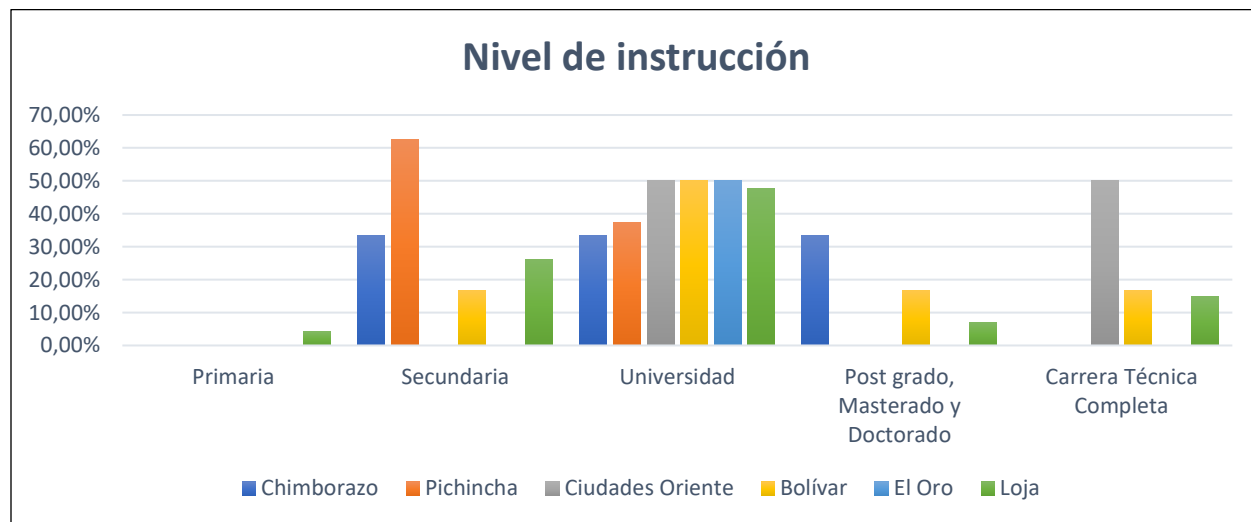
Distribución de turista por grado académico

Lugar de residencia	Nivel de instrucción				
	Primaria	Secundaria	Universidad	Post grado, Masterado y Doctorado	Carrera Técnica Completa
	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila	% de la fila
Chimborazo		33.3%	33.3%	33.3%	
Pichincha		62.5%	37.5%		
Ciudades Oriente			50.0%		50.0%
Bolívar		16.7%	50.0%	16.7%	16.7%
El Oro		25%	50.0%		25%
Loja	4.3%	26.1%	47.8%	7.0%	14.8%

Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

Gráfico 9

Nivel de instrucción



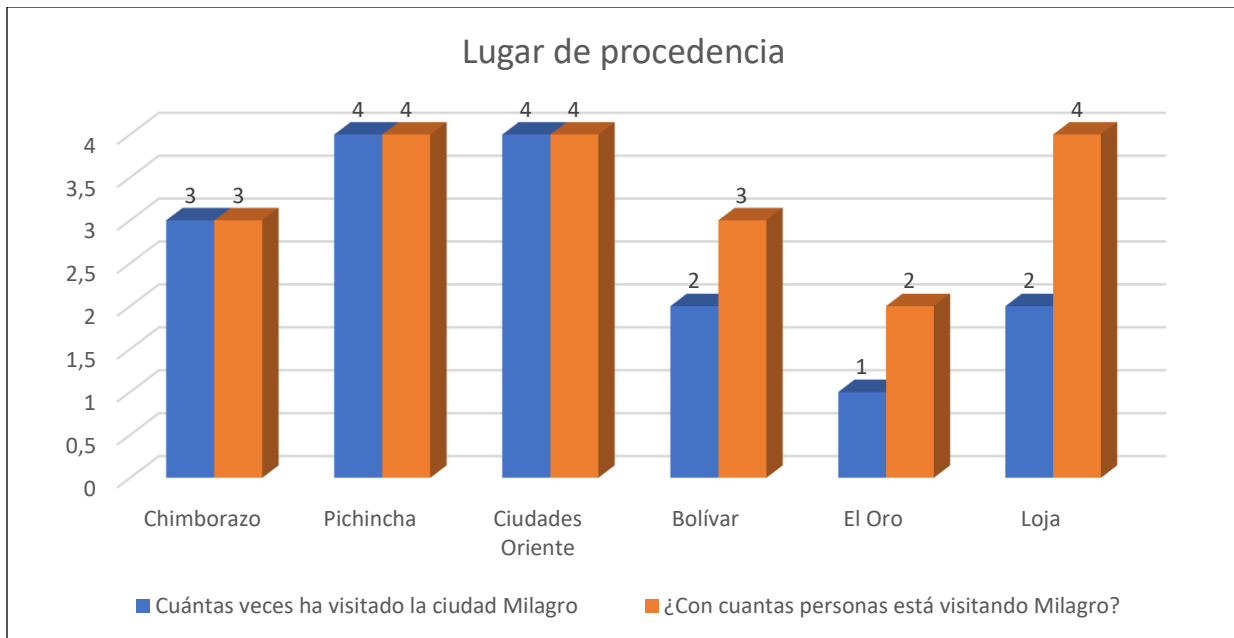
Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

Durante el año cuantas veces realiza turismo

En el gráfico 10, se detalla la distribución de frecuencias de la visita a la ciudad de Milagro, donde se observa una distribución asimétrica debido a que la mayoría de los turistas reportan una frecuencia de visita de pocos años. Teniendo así que las ciudades de Pichincha y Ciudades orientales reportan una media de visita de 4 veces, mientras que el resto de las ciudades un valor medio de visita de 2 veces. Al ver la distribución entorno a la conformación de grupo con la que realiza la visita se tiene un promedio de conformación de 4 personas y el de menor promedio de conformación son los de las ciudades de la provincia del Oro.

Gráfico 10

Distribución, número de visitas y número de conformación de grupo



Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

Tabla 11

Distribución ciudad de residencia, conformación de grupo y cuantas veces a visitado la ciudad de Milagro

Lugar de residencia	Cuántas veces ha visitado la ciudad Milagro	¿Con cuantas personas está visitando Milagro?
	Media	Media
Chimborazo	3	3
Pichincha	4	4
Ciudades Oriente	4	4
Bolívar	2	3
El Oro	1	2
Loja	2	4

Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

Acompañamiento en el viaje

En la determinación de conformación del grupo de visita se tiene que los turistas que visitan milagro en un 51.3% están compuestos por familia, el segundo grupo más importante son los que viajan n pareja en un 26.9%. la modalidad de preferencia para hospedarse es la búsqueda de hotel en total esta opción bordea un 53.1% y los que llegan a casa de amigos y familiares es del 23.6%.

Tabla 12

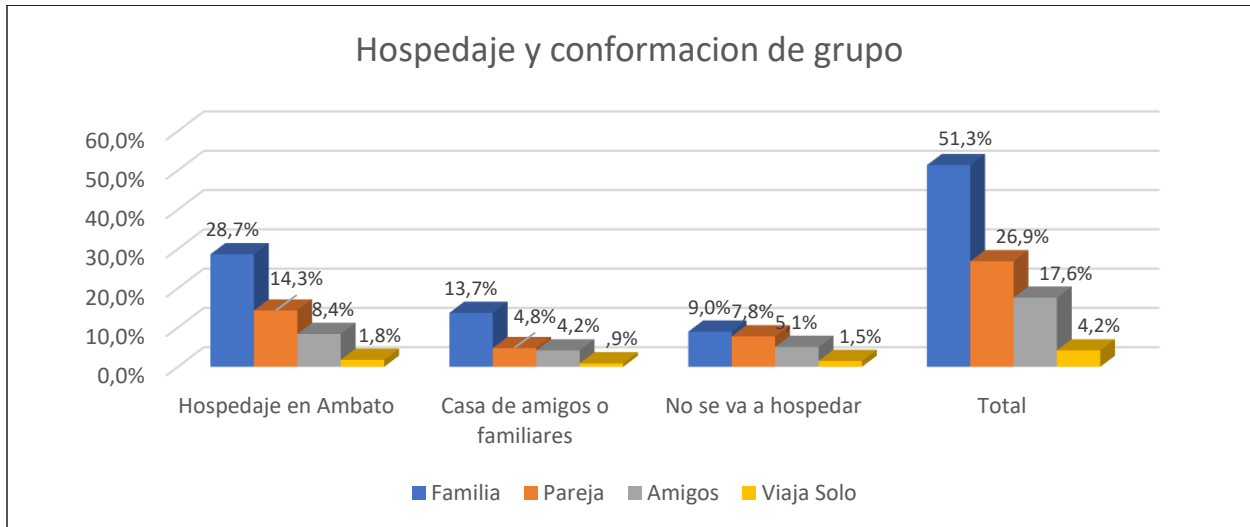
Distribución conformación grupo y preferencia de hospedaje.

		Hospedaje			Total
		Hospedaje en Milagro	Casa de amigos o familiares	No se va a hospedar	
		% del N de la tabla			
¿Cómo está conformado su grupo de visita?	Familia	28.7%	13.7%	9.0%	51.3%
	Pareja	14.3%	4.8%	7.8%	26.9%
	Amigos	8.4%	4.2%	5.1%	17.6%
	Viaja Solo	1.8%	.9%	1.5%	4.2%

Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

Gráfico 11

Hospedaje y conformación de grupo



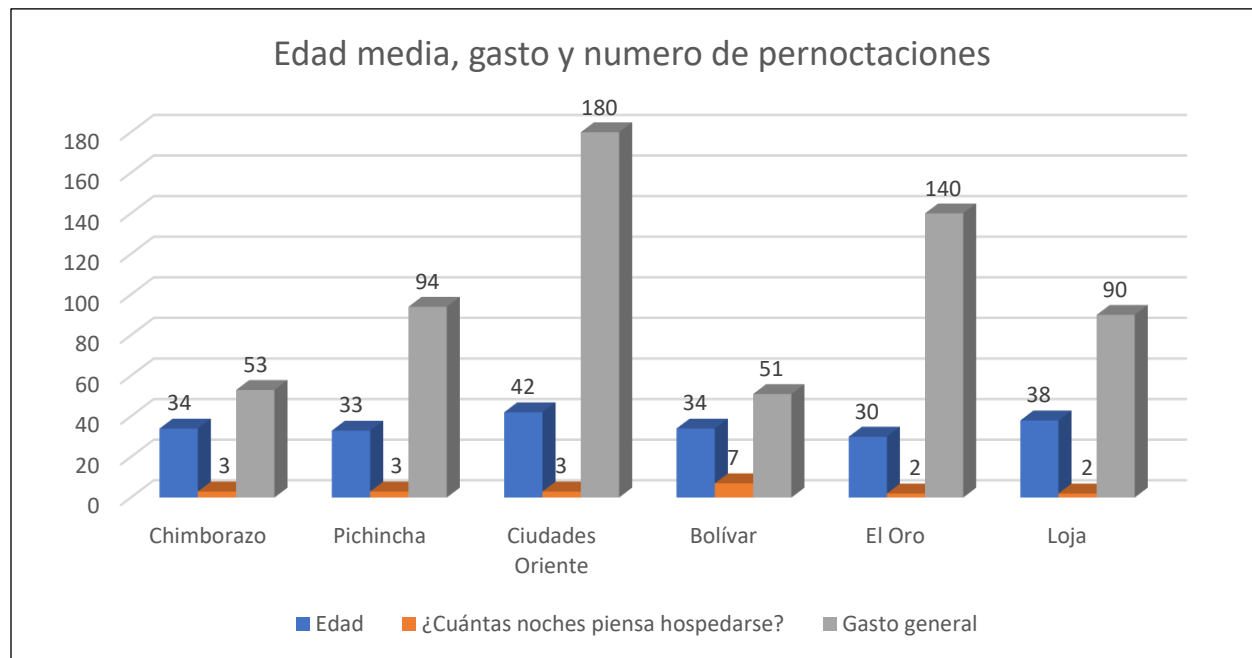
Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

Cuanto gasta en promedio en su viaje diariamente y cuantos días piensa quedarse en el destino actual

Por otra parte, el rango de gasto promedio predominante día persona es el de 107 dólares americanos para el turista ecuatoriano que visita Milagro, el cual tiene una edad promedio de 35 años, y un tiempo promedio de pernoctación es de 4 noches es decir el tiempo de permanencia promedio es de cinco días, ver Tabla 13.

Tabla 13*Distribución por tiempo de permanencia, gasto y edad promedio*

Lugar de residencia	Edad	¿Cuántas noches piensa hospedarse?	Gasto general
	Media	Media	Media
Chimborazo	34	3	53
Pichincha	33	3	94
Ciudades Oriente	42	3	180
Bolívar	34	7	51
El Oro	30	2	140
Loja	38	2	90

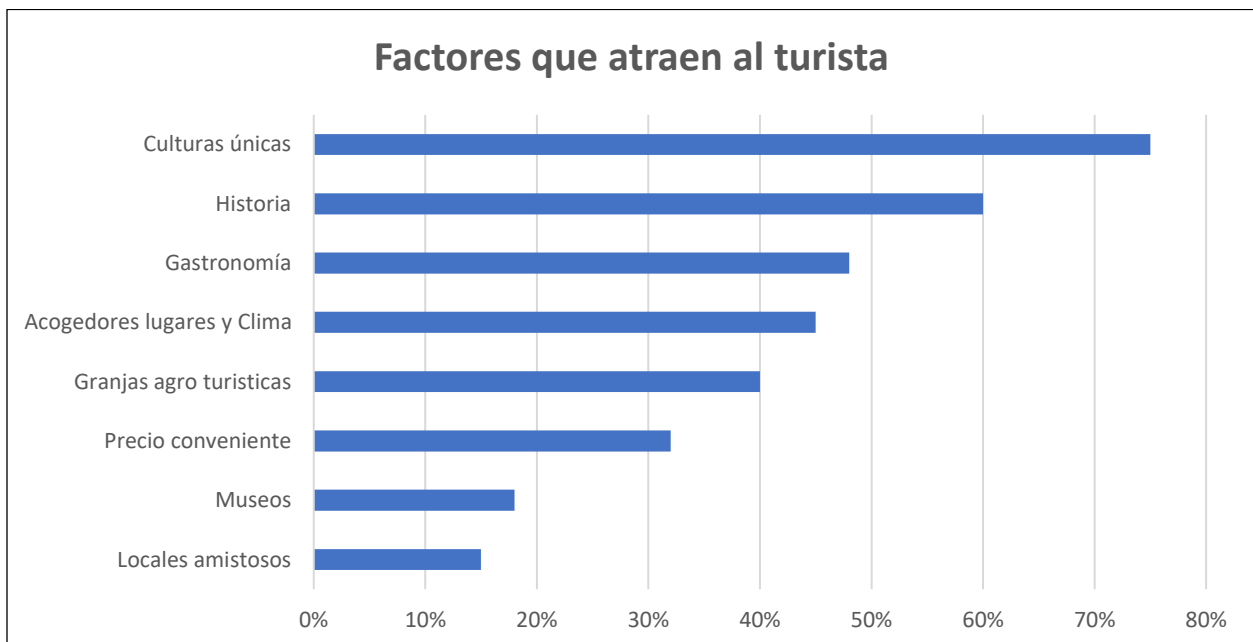
Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.**Gráfico 12***Edad media, gasto y número de pernoctaciones**Fuente.* Trabajo de campo. Elaboración propia.

Qué actividades le atraen al momento de decidir por un lugar turístico para ser destino de visita

Para determinar la experiencia de viaje a la ciudad de Milagro y medir la evolución que se debe plantear para ser más competitivos hacia las experiencias turísticas, presentando mejores atractivos turísticos de carácter histórico, cultural y agro turístico que es un potencial y base de esta investigación como base de nuevas rutas de turismo especial para los turistas internos destacan la cultura local (75%), la historia (60%) la gastronomía con el (48%) y las agro turismo con el 40%), teniendo así una gran oportunidad para impulsar la propuesta de crear o generar rutas articuladas de agro turismo vincule la cultura la gastronomía y la historia como potencia de desarrollo turístico ya que todo esto es un patrimonio de identidad de un pueblo.

Gráfico 13

Factores que atraen a los turistas



Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

3.4. Análisis de resultados cualitativos

Para entender el contexto de la población sobre el criterio del turismo y las causas o efectos que estos tendrían en la ciudad al implementar un plan de turismo agro productivo como industria de turismo que impulse al desarrollo, se realizó un taller conjunto con los dueños de las fincas agrícolas productivas así como con los técnicos de planificación del GAD Municipal de Milagro a finde realizar un análisis del entorno (macro ambiente), que considere el espacio político, económico, social y tecnológico, bajo el cual el tema de investigación planteado basa las estrategias para plantear un modelo de operación turística que se describe a continuación.

Se considera las estrategias plantadas dentro del PDYOT, cantonal 2019-2023, mismas que se validan bajo el criterio de las personas que son técnicos responsables de la planificación territorial del cantón Milagro, y son objetivos o ejes fundamentales para la implementación de política pública para la realización de proyectos de desarrollo e inversión pública. En este sentido se desarrollaron las siguientes preguntas a través de un formulario.

¿Beneficios y significado del Plan de ordenamiento territorial?

Los criterios son dispersos, lo que nos llevó integrarlo teniendo la visión que la práctica del ordenamiento del Territorio, ayuda a la definición organizada de las distintas actividades en espacios adecuados acorde a cada ámbito, evitando conflictos y facilitando relaciones personales y comerciales facilitando así la fluides económica social en movilidad y acceso a servicios de una manera eficaz, con todos los estamentos públicos y privados, concertando y respetando los intereses de cada uno en el logro de metas y objetivos comunes.

Así, el Ordenamiento Territorial orienta las acciones de los sectores público y privado en la consecución de acciones que, en tiempo y espacio, se ven cristalizadas en normativas y políticas

que norman la construcción de infraestructuras, vivienda, servicios sanitarios, salud, educación, entre otros.

¿Qué importancia tiene, el ordenamiento territorial del cantón en el aspecto político, económico, social, ambiental, tecnológico, al momento de emprender en un Proyecto de inversión turístico?

Con la finalidad de determinar la viabilidad política y las características sociales y económicas respecto a las normativas para emprender en proyectos de manera privada, el análisis del PDYOT, cantonal nos encontramos con las siguientes características de interés:

Político.

- Predisposición de la Policía y el GAD Municipal de coordinar, junto a la ciudadanía, acciones pertinentes para prevenir y sobre guardar la integridad física y material del cantón
- Plan de la Policía Nacional, contempla el acercamiento y trabajo con grupos organizados de la comunidad
- Concejo Cantonal dispuestos a revisar, analizar y aprobar propuesta de ordenanza para la Conservación y Gestión del Patrimonio Cultural del cantón
- El GAD Municipal prevé levantar inventario de bienes muebles e inmuebles para que ser considerados como bienes patrimoniales del cantón
- Propuesta para ampliar el servicio de transporte intercantonal Milagro – Guayaquil y viceversa

Económico

- Presencia del sistema de producción empresarial que representa el 50,92 % y se asocian a la presencia de la agroindustria azucarera y hacia los cultivos de banano, que constituye productos de exportación, para este último se encuentran suelos altamente mecanizados por el Ingenio Valdez

- Milagro cuenta con un sistema de red vial que soporta la actividad productiva del cantón. El ingenio azucarero cuenta con su propio sistema vial. El otro gran sistema vial, es generado por las plantaciones bananeras distribuidas en el territorio cantonal. Una característica de estos dos sistemas es que se encuentran ligados al sistema de canales de riego que tienen.
- Existen sectores de gran actividad de servicio y comercial y otros que se relacionan al tema industrial (complejo industrial ubicado al oeste del área urbana sobre el río Milagro)
- Existe sector florícola con variedades de plantas ornamentales que han sido comercializada en Guayaquil (Regeneración urbana y Parque Samanes)

Social.

- Se contempla con una zona específica para el desarrollo de las actividades industriales.
- El Plan de desarrollo y de ordenamiento territorial instrumento que define la dirección y cuantificación de la inversión pública del cantón
- Existen grupos emergentes de diferentes sectores (sociales, culturales, económicos, territoriales, etc.) que aspiran participar de una manera más determinante en las decisiones y acciones que hagan factible el desarrollo del cantón

Ambiental

- Remanentes de cobertura natural para ser declaradas bosque protector
- Clima favorable para agricultura y suficientes recursos de aguas subterráneas
- Yacimientos de arcilla, con potencial para ser explotados
- Aire puro en el sector rural

Tecnológico.

- El servicio eléctrico representa una potencialidad del cantón pues el 95 % disponen este servicio.

- Las dimensiones de vías de conectividad nacional y regional son de 14,10 y 25,47 km respectivamente y el 100 cuenta con asfalto o doble riego
- Existen una cobertura móvil de 79,11 % en el área urbana y del 69,97% en el área rural

Legal.

- Cuenta con un sistema de política fiscal cantonal descentralizado al igual que un sistema financiero pues cuenta con sucursales de los bancos nacionales como el Banco de Fomento, Banco del Pacífico y Pichincha.

Bajo estas consideraciones se puede manifestar que el cantón Milagro presenta un escenario con un amplio paraguas que permitiría la incursión y factibilidad en inversión en proyectos de inversión no solo turísticos, más bien de cualquier índole, pues cuenta con una amplia normativa de infraestructura comunicacional en términos de viabilidad y un sector económico posicionado con redes bancarias de principales cadenas y una sociedad abierta a incursionar con nuevas oportunidades laborales. Por otra parte, la oferta turística es variada, y poco explotada, también se muestra como una ciudad pacífica y poco aprovechada desde el sector turístico ya que su mayor potencial es la producción agrícola y la industria de la caña de azúcar. Esta diversidad propia de la ciudad de Milagro permite poder diseñar una oferta turística variada, a diferentes grupos acorde a grupos de edad y conformación de preferencia de viaje ya sea por familia o amigos, lo que podría llevar a incursionar en un plan turístico de manera segura.

¿Los componentes territoriales analizados le permiten al cantón ser competitivo al momento de incursionar en proyectos de inversión turística?

Competitividad

Para medir el grado de competitividad, al sector turístico se realiza un análisis de las 5 fuerzas de Porter que en palabras de Estolano y Mendoza (2013) este modelo investiga si es beneficioso crear una empresa para un determinado sector, en función de la organización del mercado.

3.4.1 Grado de rivalidad entre los competidores (Moderado a Alto)

- Alto número de operadores turísticos que ofertan paquetes a través de rutas y destinos turísticos alternativos bajo las nuevas tendencias de aislamiento social por pandemia COVID, que tienen que ver con la naturaleza y el medio ambiente, sin embargo, la gran mayoría de ellos (60%) se enfoca en turismo masivo y solo un 6% tiene como parte de su mercado objetivo al turismo interno
- Alto crecimiento del sector turístico, movilidad interna
- Bajos costos (transporte, guías, hospedaje, entre otros.), promociones pro reactivación económica por pandemia COVID -19

Poder de negociación de compradores (Alto)

- Alta competitividad en costos y poca en calidad (especialmente turismo)
- Baja lealtad con el destino turístico
- Los turistas son independientes, los viajes no se planifican
- Baja conectividad y promoción turística para llegar a destinos

Poder de negociación de proveedores (Bajo)

- Mediana integración, entre operadores turísticos al momento de vender sus productos o servicios turísticos
- Gran número de operadores turístico (hoteles, restaurantes, entre otros) que no son competitivos.
- Bajas restricciones de acceso a atracciones turísticas naturales (ejemplo, parques nacionales).

Amenaza de productos sustitutos (Medio)

- Turismo de familia y de paso (actividades recreacionales en casa, asociatividad comunitaria local, etc.)

- Turismo diferenciador (costumbrista, recursos naturales, experiencias propias, etc.)
- En resumen, la industria del turismo en la ciudad de Milagro, es un producto atractivo donde existe pocos operadores turísticos pequeños que se especializan en turismo de rutas establecidas acorde a la necesidad de la demanda y no de la oferta. Cabe señalar que el turista ecuatoriano posee un alto grado de negociación ya que es muy variable al momento de escoger su lugar de destino pues este depende de la facilidad de llegada y del costo que este le represente como efecto de su planificación por efecto de su descanso por turismo ya sea en familia o por salida con amigos.

¿Cuáles sugerencias daría para que se dé cumplimiento al plan de ordenamiento territorial, para facilitar la incursión de proyectos de inversión principalmente turísticos?

La primera sugerencia al analizar el plan de ordenamiento territorial es que se ponga en práctica lo escrito en el documento y que se socialice pues muchas personas desconocen de la existencia de la herramienta de planificación y consideran que las decisiones de los gobernantes no siguen un proceso basado a objetivos o políticas de desarrollo común aún más que sean sostenibles.

Dentro de los criterios técnicos vertidos se encuentran:

- Dar reconocimiento a procesos sociales, culturales, económicos y ambientales, como formas de ocupación y de generación de recursos económicos
- Manejar información estadística, e interpretar las tendencias de la oferta y demanda según espacios geográfico;
- Reconocer los impactos positivos y negativos, que tendrán la implementación de proyectos ante la cultura local y sistema territorial;
- Conocer los marcos administrativos y normativos vigentes que condicionan las actuaciones que tienen incidencia en la ordenación territorial

Estos condicionamientos permitirían, contar con herramientas y metodologías que ayudan a plantear ordenanzas y políticas adecuadas a la realidad territorial con la finalidad de impulsar un crecimiento equitativo en las zonas rurales o urbanas dando calidad de vida e inversión en proyectos que den empleo y desarrollo urbanístico.

3.5. Planteamiento general

El modelo de regresión múltiple se ha utilizado con la finalidad de determinar el comportamiento que posee el turista como el residente al momento de considerar si el agro turismo es una opción de desarrollo, teniendo así la variable dependiente agro turismo y las independientes como tipo de encuestado, percepción del turismo como desarrollo, nivel de gasto y la edad. Teniendo así los siguientes resultados

Tabla 14

Resumen del modelo

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,765 ^a	,728	,804	,493

a. Predictores: (Constante), tipo de encuestado, percepción turismo, edad y gasto.

Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

En la tabla 14 se observa que el modelo explica un 72.8%, corrigiendo el efecto de la muestra y de las variables independientes resulta ser 80.4%. Por otro lado, el error típico de la estimación (raíz cuadrada de la varianza no explicada) resulta ser de 0.43, dando a entender la existencia de una relación positiva buena en la descripción de la relación o influencia del turismo como opción de desarrollo.

Tabla 15*Anova*

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	60,085	5	16,072	37,079	,008 ^b
	Residuo	1,722	243	,243		
	Total	61,807	248			
a. Variable dependiente: tipo de encuestado						
b. Predictores: (Constante), Ingreso						

Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

El Anova indica la relación entre variables, la que de igual manera acepta la hipótesis alterna y nos indica que existe una relación ente variables. La prueba de análisis de la varianza, nos ayuda a determinar si la varianza explicada por la regresión es significativamente distinta (y superior) a la varianza no explicada, nos da los resultados de $F = 37.079$, cuya probabilidad según expectativa de hipótesis es 0.008, lo que nos lleva a rechazar la hipótesis nula y suponer que hay un efecto entre las variables agro turismo como solución de desarrollo que se ve influenciado por el comportamiento del turista versus percepción residente.

Tabla 16*Coefficientes*

Coefficientes ^a						
Modelo		Coefficientes no estandarizados		Coefficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	2,363	,719		3,285	,001
	gasto	,259	,120	,133	2,159	,032
	Edad	,074	,140	,033	,532	,0495
	Percepción	,275	,252	,018	,299	,765
a. Variable dependiente: Factores que atraen al turista						

Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

Con los valores indicados, se puede deducir que la ecuación de regresión es directa, para determinar la influencia del agroturismo como fuente de desarrollo considerando la percepción del turista y residente, según la edad y gasto. La ecuación obtenida es:

$$Y = 2.36 + 0.259 * \text{gasto} + 0.74 * \text{edad} + 0.275 * \text{percepción}$$

3.6. Discusión

El agroturismo busca generar actividades de esparcimiento en paisajes naturales y cultivos que son parte de la cotidianidad de una localidad, generando así un entorno de agricultura limpia, con un valor agregado. Además se considera el proceso cultural, a través de recorridos donde se muestre las innovaciones tecnológicas o procesos rudimentarios que aportan a los grandes logros productividad agrícola y pecuarios del cantón Milagro, motivando así que la comunidad busque mejorar e innovar la infraestructura turística y captando la oferta del turismo de aventura y naturaleza que por motivos de pandemia ocasionada por COVID 19 es la nueva tendencia de consumo del turismo nacional que está estimado en un 4.1% de la población que bordea un ingreso superior a los 12 mil dólares al año.

En el Ecuador las actividades vinculadas al agroturismo se ofertan principalmente en casas rurales donde se puede alquilar toda la vivienda con una serie de servicios, o bien una habitación o espacio de esta. Bajo este concepto y de acuerdo a la información recabada se tiene que tanto en la visión empresarial representada por los dueños de las fincas agrícolas, así como la gestión territorial planteada por las autoridades locales en el Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial PDyOT se plantean normativas y políticas que propician el impulso de inversiones o proyectos que van en función de emprender con el agroturismo puesto que la revalorización de las costumbres y tradiciones de un pueblo son las principales fuentes de demanda por parte de los turistas al momento de decidirse por un lugar como destino turístico, alcanzando un 75% en la

opinión según los encuestados en el perfil del turista que visita la ciudad de Milagro. También hay que recalcar que el principal mercado se encuentra en las edades comprendidas en un rango de 20 a 30 años en su mayor concentración en un 20% en promedio consideradas una población joven la misma que se moviliza más por turismo con amigos o parejas y en un porcentaje de 35% en promedio los personas en edades de 30 hasta 40 años cuya presencia de viaje ya es en familia, siendo esta la población objetivo para la oferta del proyecto agroturístico del cantón Milagro.

La oferta turística consiste en permitir al turista tener una experiencia vivencial, y formar parte del día a día en el proceso productivo del campo al turista, y ayudando a promocionarlo a base de experiencias propias, de esta manera vincular a más personas a conocer este tipo de entornos, por lo que, para poder brindar una mejor infraestructura se toma en consideración los beneficios que presenta este turismo. Tomando como fortaleza sus paisajes, el clima tropical acogedor que brinda una seguridad al turista y la predisposición de los habitantes y dueños de fincas por incursionar en este tipo de proyectos como alternativas paralelas para la generación de recursos y búsqueda de desarrollo territorial, lo que hace que la propuesta investigativa sea una propuesta rentable para mejorar la economía de los productores del cantón Milagro

Tabla 17

Perfil del turista que visita el cantón Milagro

Variables	Indicador
Gato promedio	4.1% de la población que bordea un ingreso superior a los.12.000,00 dólares al año
Actividades culturales	75% de los encuestados indican el gusto por el desarrollo de actividades
Edad	Personas de 20 a 30 años de edad comprenden el 20% de los visitantes considerados una población joven y un 35% de los encuestados comprenden edades de 30 hasta 40 años. Estos grupos prefieren de viajes en familia, amigos y pareja
Gasto Promedio	80 hasta 120 dólares diario.

Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

CAPITULO IV.

PROPUESTA

4.1. Generación del modelo de negocio

La propuesta del negocio consiste en la generación de fincas agro turísticas, para ofertar tours como operadores receptivos de turistas/visitantes, brindando productos turísticos en la ciudad de Milagro a medida para la población ecuatoriana que se moviliza y realiza turismo interno que es aproximadamente un 4.1% de la población de hogares que tienen un sueldo mayor a 12.000 dólares al año.

Considerando las variables tiempo, ubicación y distancia, sumando el costo de servicios para vivir la experiencia de nuevas ofertas turísticas; en este sentido, Milagro se vuelve atractivo para un turismo de tendencia a la nueva era de espacios abiertos al poseer una gran variedad de fincas con espacios libres de contaminación, convirtiéndose en sitios ideales para las familias por la nueva realidad presentada por pandemia COVID 19; esto siempre y cuando exista la disponibilidad por el turista de vivir la experiencia de formar parte de una oferta de múltiples destinos manejada por un tour operador emisor y/o mayorista a través de rutas agro turísticas.

El modelo de negocio plantea que se opere de la siguiente manera:

1. El demandante consultará por los servicios de turismo y agroturismo, principalmente a través de operadores, quien a su vez lo apoyará con los costos de la ruta y alojamiento si es necesario.
2. Las agencias recurrirán a la variedad de paquetes turísticos proporcionados por los tours sea estos para paquetes masivos o grupos pequeños, quienes a su vez tendrán incorporados como proveedores de servicios a tour operadores receptivos en destino que en este caso serán los dueños de las fincas participantes de este proyecto de turismo agro productivo.

4.2. Creación de valor

La estipulación del funcionamiento de la venta de los tours operador y la cadena de valor, se desarrolló un análisis de los agentes y actividades involucrados a partir del modelo Canvas.

4.3. Segmentos de mercado

El turismo en el Ecuador no solo está creciendo con el turista interno sino con el externo, volviéndole cada vez más sofisticado. Teniendo una variedad de turistas nacionales con tendencias definidas hacia viajeros independientes o en grupos ya sea en familia o grupo de amigos que buscan vivir experiencias enmarcadas a compartir experiencias de compartir en familia. Las consideraciones principales para viajar son los patrones siguientes.

Tabla 18

Características del turista que llega a la ciudad de Milagro

Segmento	% Mercado	Edad
Explorador de experiencias nuevas	25%	60 a 70 años
Viajes con familiares y amigos	25%	60 a 70 años
Buscadores de experiencias locales	17%	30 a 40 años
Buscadores de encuentros con la naturaleza y procesos productivo	12%	40 a 60 años
Viajeros simples	21%	hasta 30 años

Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

Los segmentos con mayor porcentaje son los que más atención poseen constantemente al igual que los viajeros o turistas que realizan turismo con familia y amigos, sin embargo, al segmento que hay que poner atención es a los que tienen potencial de crecimiento que en este caso son los turistas de búsqueda de experiencias locales. Estos nos dan a entender que son los nuevos mercados o tendencias del turismo donde la demanda del turismo va a transformar el turismo tratando de

convertirse en un residente temporal, en busca de una conexión emocional basada en la autenticidad de la experiencia. (Copenhagen, 2016)

4.4. Propuesta de valor.

Los visitantes que realizan turismo interno, son parte de una misma cultura en la que prevalece la creencia de la existencia de un alto índice de inseguridad en las ciudades pertenecientes a la región costa. Sin embargo, para quienes presentan un interés en visitar Milagro se presentan las zonas seguras de la ciudad; así como las facilidades necesarias para la comodidad y el confort de los visitantes, resaltando cualidades como poseer un clima cálido, gente alegre y una gastronomía rica y lugares con paisajes únicos.

De esta forma, la propuesta de valor del destino radica en el atributo potencial de la ciudad de Milagro que es el potencial gastronómico y paisajístico que presenta la producción agrícola y belleza paisajística que posee las fincas, mostrándose, así como una puerta de entrada y salida a la a la tendencia del turista creciente de turistas que buscan nuevas experiencias locales y de encuentros con la naturaleza que incluyen aspectos productivos.

Adicionalmente Milagro presenta un gran potencial de atractivos turístico de belleza escénica de carácter aventurero, patrimonio cultural e histórico y a nivel de la industria posee la planta procesadora de caña de azúcar.

4.4.1. Propuesta de valor por segmento

Buscadores de experiencia o propuestas nuevas

- Programas de visitas a destinos lejanos no convencionales, llenos de paisajes acogedores que provocan la conexión con la naturaleza y la cultura local.
- Contar con itinerarios, en destinos que ofrecen una diversidad de actividades vivenciales y experienciales de la vida cotidiana.

- Actividades turísticas vivenciales, especialmente seleccionadas para vivir una experiencia única y que se conviertan en recuerdos inolvidables.
- Red de alojamientos en cadenas destacas por la calidad del servicio e instalaciones.

Canales

Dado el perfil socio económico del turista, se genera los canales de promoción y venta, llevando planes de acción en los distintos mercados potenciales del mercado ecuatoriano, con el propósito de mantener la coherencia con estrategia del marketing provincia ciudad. Las acciones de promoción son las siguientes.

- Ferias de promoción nacionales
- Workshops y Roadshows
- Campañas trade
- Fam trip
- Press Trip

Con lo expuesto los proveedores de la industria, con el proyecto de turismo receptivo, agro turismo se coordinara por estos medios para definir las acciones en los mercados de interés, a través de la asociatividad se busca brindar una economía sostenible de escala y hacer los proyectos sostenibles , teniendo así que el proyecto agro turístico ciudad de Milagro de turismo receptivo sea considerado esencial utilizar los canales de promoción para la venta de sus productos turísticos y así posicionarle en el mercado.

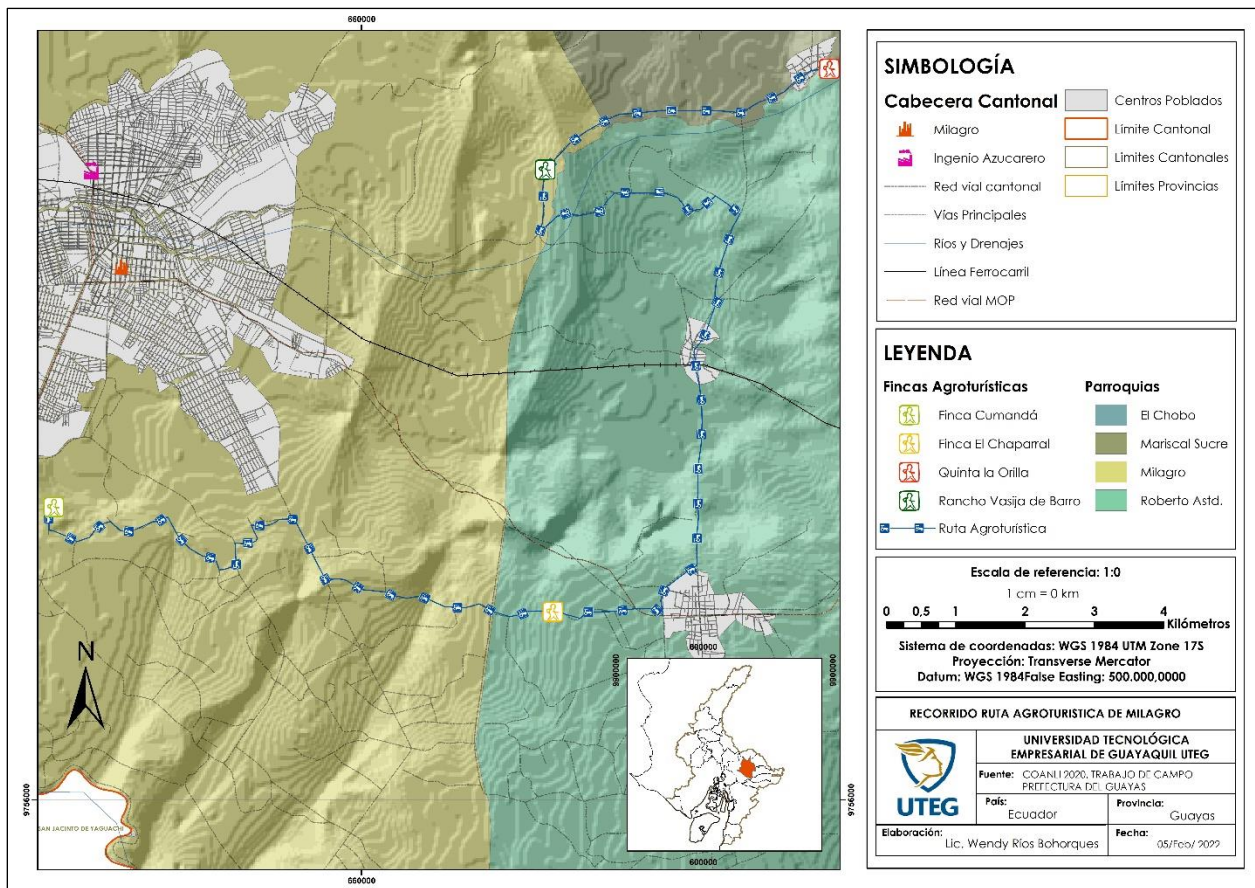
4.5. Definición del producto

La ventaja del cantón Milagro en cuanto al producto turístico, se basa en la belleza escénica de las fincas agrícolas que ofertaran el servicio turístico, su gastronomía su clima y calidez de la gente, así la experiencia de estadía en la prestación de servicios a los turistas internos del país.

El principal segmento son los buscadores de experiencias locales y vivencias con la naturaleza y actividades agro productivas, para quienes se plantea un programa de estadía acompañado durante su tiempo de estadía considerando actividades parciales hecho a la medida que la persona viva la experiencia del proceso productivo local, interacción con la cultura local. En el gráfico 20 se presenta el recorrido de la ruta agroturística del cantón; así como establecer las actividades que se pueden realizar en cada una de ellas

Gráfico 14

Georreferenciación de la ruta agroturística del cantón Milagro



Fuente. Sistema Nacional de Información (SNI, 2014). Elaboración propia.

4.5.1. Oferta de actividades en la Ruta

Finca el Chaparral.

Se encuentra ubicada en la vía Roberto Astudillo, Recinto Beldaco. Posee una belleza paisajística, con un entorno cálido gracias a la naturaleza donde se desarrolla dicho atractivo, se puede apreciar desde el ingreso al lugar variedad de especies de flora y fauna que hacen de este sitio un lugar de relax. El Chaparral es una finca que produce cacao CCN51, además de frutales como Mango, Zapote, Tamarindo, Arazá, Membrillo, Limón, Naranjas, Guayaba, Aguacate, Cereza, Cauje, Marañón, entre otras y Ornamentales como: Orquídea Espíritu Santo, Anturios, Hortensias, Madreperlas, etc, en cuanto a su fauna cuenta con especies de aves como: Hornero (*Furnarius cinnamomeus*), garrapatero (*Crotophaga*), pájaro carpintero, Paloma frejolera o santa cruz, gavilan, azulejos, entre otros,

Tabla 19

Actividades de la Finca El Chaparral

Actividad	Experiencia
• Cosecha de cacao	Vivir la experiencia del agro es maravilloso, es por este motivo que dentro de la oferta del Chaparral incluye la cosecha, explicación de los tipos de cacao que posee nuestro país
• Elaboración de derivados del cacao	Uno de los productos estrella es la elaboración y degustación de los derivados del cacao, en el recorrido se muestra desde la variedad de plantas de cacao hasta el proceso y elaboración del mismo
• Descanso	Se cuenta con un área destinada al ocio de los turistas, varias hileras de hamacas son las protagonistas de este espacio de relajación y conexión con la naturaleza, pues desde este punto se ve la flora y fauna del entorno viviendo unos minutos y horas de paz en el entorno
• Gastronomía	Pollo en salsa de chocolate, humitas, tortilla de verde, seco de gallina criolla son uno de los cuentos protagonistas de esta gama gastronómica
• Avistamiento de viveros	En todo el trayecto a la finca se puede apreciar la variedad de plantas con las que cuenta el cantón llevando en la actualidad el nombre de jardín tropical del Ecuador denominación brindado por los pobladores del sector. Dentro de la finca se cuenta con una pequeña exhibición de bonsái y demás plantas
• Visitas guiadas con reserva previa	Las visitas pueden ser guiadas bajo previa reserva o simplemente hacen uso de las instalaciones, generalmente esto ocurre en reuniones familiares o empresariales

Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

Imagen 7

Actividades de la Finca El Chaparral



Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

Rancho Vasija de Barro.

Es una finca agroturística que está Ubicada en el Km 1, vía antigua a Milagro, ingresando por el sector de las Cataratas, Parroquia Mariscal Sucre, la misma que oferta a los turistas nacionales y extranjeros un tipo de turismo vivencial, siempre preocupados de cuidar el medio ambiente y el buen trato a quienes lo visitan brindando una experiencia inolvidable que es lo que todo turista busca. Entre sus servicios detallamos los siguientes:

Tabla 20

Actividades de la Finca Vasija de Barro

Actividad	Experiencia
• Canchas deportivas y juegos de salón	Los visitantes pueden practicar Fútbol, Basquetbol, Voleibol; para quienes deseen disfrutar de juegos de salón se cuenta con mesa de futbolín, mesa de billa, Ping-Pong, dardos, entre otros
• Juegos Infantiles	Se cuenta con un área dedicada a su esparcimiento con piscina, juegos infantiles y tarabita
• Descanso y Meditación	Para los visitantes más relajados cuentan con un área de hamacas y lectura
• Ciclo ruta	Se organizan eventos conjuntamente con todos los clubes de ciclismo de la Provincia del Guayas para así fomentar el deporte, recorriendo la ruta desde Milagro hacia el rancho siguiendo el Rio Milagro
• Gastronomía	Se cuenta con una gama de delicias de la cocina ecuatoriana, fomentando la tradicional comida hecha en leña.
• Cultura y folclore	Cuentan con grupos de Danza y Folclore con llamativas comparsas y alegorías de todas las regiones de la geografía ecuatoriana, previa reserva
• Caminata Agropecuaria	Ofrecen a sus visitantes una caminata vivencial donde pueden observar y cosechar diferentes cultivos como cacao, verde, guineo, naranja, limones, maracuyá, mangos, coco, papaya y huerto de vegetales teniendo contacto directo con la naturaleza; adicional podrán observar una pequeña granja de animales domésticos para que los niños se divertirán dando de comer a los animalitos
• Avistamiento de Aves	Se podrá observar una variedad de aves, entre las cuales podremos ver Pájaros Carpinteros, Pericos, Colibríes y otros típicos del lugar
• Venta de Recuerdos y Souvenirs	Cuentan con un lugar donde los visitantes podrán adquirir hermosos recuerdos de su visita al Rancho Vasija de Barro

Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

Imagen 8

Actividades de la Finca Vasija de Barro



Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

Quinta la Orilla.

Es una quinta agroturística que ofrece a sus visitantes un ambiente tranquilo para estar en contacto con la naturaleza y disfrutar en familia. Cuenta con alternativas de entretenimiento y distracción. Entre sus servicios detallamos los siguientes:

Tabla 21

Actividades de la Quinta La Orilla

Actividad	Experiencia
• Visita guiada	Esta posee una belleza paisajística, con un entorno cálido gracias a la naturaleza donde se desarrolla dicho atractivo, cuenta con visitas guiadas por sus instalaciones en la que se detalla todas las bondades de la misma
• Tubbing	El nombre de esta Quinta surgió por la cercanía que esta tiene al río, en esta pueden realizar tubbing con o sin compañía
• Hamacas	Cuenta con un área de hamacas para descanso de los turistas y visitantes
• Elaboración de Melcochas y Miel de caña de azúcar	El proceso y elaboración de melcochas y miel de caña de azúcar son sin duda el principal atractivo del lugar
• Alquiler para reuniones familiares y empresariales	Gracias a que esta Quinta cuenta con espacios al aire libre y rodeados de vegetación es muy común el alquiler para reuniones de varia índole

Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

Imagen 9

Actividades de la Quinta La Orilla



Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

Finca Cumandá.

Finca Cumandá está ubicada en el Km 1 de la vía a Barcelona a 5 minutos del carretero principal y diríjase por la señalética de la finca, este lugar tiene una extensión de 10 hectáreas siendo una de ellas destinadas para actividades de índole turísticas. Entre sus servicios detallamos los siguientes:

Tabla 22

Actividades de la Finca Cumandá

Actividad	Experiencia
<ul style="list-style-type: none"> • Recorridos 	Este lugar brinda a los visitantes y turistas una exposición explicativa de los cultivos y producción agrícolas del sector, mostrando todas sus bondades a través de un recorrido por un sendero muy bien delimitado, en este se van recolectando frutas de temporada
<ul style="list-style-type: none"> • Pesca Deportiva 	Cuenta con una piscina de tilapias para que los turistas puedan pescar, aunque sean novatos en el tema todos tienen asegurado capturar un pez para que este pueda ser preparado en las instalaciones
<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración y degustación de productos 	A todos los visitantes se les realiza la demostración de la elaboración de chocolate y degustación del mismo, de igual forma del jugo de caña y Jamaica, entre otros productos
<ul style="list-style-type: none"> • Curso de Chocolate 	Para los amantes del chocolate se oferta un curso de chocolatería al que pueden acceder sin restricción de edad, siendo tres las ofertas: Curso para principiantes, intermedio o avanzado bajo previa reserva, los precios están entre \$15-\$25 por persona
<ul style="list-style-type: none"> • Avistamiento de aves 	Se podrá observar una variedad de aves, entre las cuales podremos ver Pájaros Carpintero, Colibríes y otros típicos del lugar
<ul style="list-style-type: none"> • Gastronomía 	La variedad gastronómica es muy común en el sector y esta finca no es la excepción, entre los platos más solicitados tenemos; Seco de gallina criolla, tilapia frita con patacones más salsa, seco de pato, entre otros, es importante recalcar que todo es bajo reserva

Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

Imagen 10

Actividades de la Quinta La Orilla



Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

4.6. Estrategias de marketing

Con la información recolectada en las salidas de campo y mediante reuniones con la comunidad se plantea una propuesta de plan de marketing turístico para la actividad agroturística de las fincas agroturísticas que componen el Cantón Milagro, desarrollándose como un destino de una oferta cultural y natural con invaluable riqueza. El alcance de esta estrategia es lograr un mayor impacto en los visitantes a través de los sentidos, tranquilidad, recreación y esparcimiento. Lo que puede ocasionar un efecto multiplicador con la finalidad de incrementar el número de visitantes y su nivel de gasto. La estrategia de marketing se implementará a través de campañas publicitarias en medios tradicionales (televisión, radio, prensa escrita) y también se considera los medios digitales (redes sociales, podcast, entre otros). A continuación, el concepto de servicio para el recinto es el siguiente:

“Descubre el encanto natural de la ciudad San Francisco de Milagro”

El servicio se basa en el desarrollo de las actividades vinculadas al:

- a) Agroturismo:
 - Participación en actividades cotidianas de las fincas
 - Preparación de comida tradicional.
 - Siembra y cosecha de productos de la zona
 - Actividades recreativas
 - Juegos Populares

El slogan propuesto para el siguiente plan piloto es:

“Descubre el encanto natural de la ciudad San Francisco de Milagro”

La propuesta de logotipo para el plan piloto es:

Gráfico 15

Logotipo propuesto para la ruta



Autor. Creación propia

Se propone una imagen que contiene los elementos referidos en la ruta como la naturaleza y las actividades a realizarse en las fincas, el mismo va acompañado del nombre para su recordación. La imagen turística para la ruta comprende la definición de su marca, a través del logotipo permitirá el reconocimiento y diferenciación del resto de los productos que se oferten.

4.6.1. Estrategias de Relaciones Públicas

El objetivo principal de esta estrategia será generar alianzas estratégicas con diferentes actores de la sociedad civil, tales como: escuelas, colegios organismos gubernamentales, ONGs y negocios de la zona, logrando promover los diferentes atractivos con los que cuenta el cantón, con la finalidad de despertar el interés de visitarlos, por medio de las siguientes acciones:

- a) Forjar acciones conjuntas entre las diferentes instituciones que motiven la visita al cantón.
- b) Estructurar una oferta turística vinculada al descanso y disfrute de los atractivos naturales y compartir con los habitantes de la zona.

c) Planificar y realizar de diferentes eventos sobre todo en fechas significativas tales como: carnaval (feriado nacional), cantonización, entre otros.

4.7. Simbología

Para la simbología propuesta, se toma como referencia los pictogramas normados por el Ministerio de Turismo MINTUR, los mismos que indican las actividades que se pueden realizar al visitar la ruta agroturística del cantón Milagro

Gráfico 16

Pictogramas propuestos para la ruta



Fuente. Manual de Señalización MINTUR 2020. Elaboración propia

Gráfico 17

Modelo de Flyers Publicitarios

**DESCUBRE EL ENCANTO
NATURAL DE LA CIUDAD
SAN FRANCISCO
DE MILAGRO**

**¡Ven a conocer y a disfrutar
de la ciudad más dulce del
Ecuador!**

*Agroturismo
Gastronomía
Camping
Cultura
Treking
Paisaje
Experiencias*

MILAGR
TURÍSTICO

Autor. Creación propia

Los flyers de publicidad se entregarán en lugares estratégicos sin embargo de acuerdo a las nuevas normas establecidas por el COE cantonal se priorizará la socialización a través de medios digitales y redes sociales.

4.8. Propuesta de empaquetamiento

Las fincas agroturísticas en Milagro tienen una oferta de productos y servicios ya definidos según el recurso que cada una poseen y que las distingue una de las otras, por eso es importante, potencializar este sector turístico y promocionarlo, para llamar la atención de los turistas, al ofrecerles un espacio en medio de la naturaleza y con el suficiente distanciamiento en tiempos de pandemia por el COVID 19. Por eso, se propone el siguiente itinerario a ser promocionado tanto por las fincas y por el GAD Municipal de la ciudad de Milagro, conformándose el siguiente paquete de 2 días 1 noche, en el que se podrá recorrer las 4 fincas que convergen en este paquete turístico.

Paquete de Agroturismo N°01 "DESCUBRE EL ENCANTO NATURAL DE LA CIUDAD SAN FRANCISCO DE MILAGRO"

A continuación, se determinan los datos estratégicos de identificación del paquete de turismo sostenible "DESCUBRE EL ENCANTO NATURAL DE LA CIUDAD SAN FRANCISCO DE MILAGRO"

Tabla 23

Codificación del paquete

VARIABLE	INFORMACION
CODIGO PACK N.1	001-R.A.M.
CENTRO DE OPERACIONES.	Milagro
DURACION	1 dia
GRUPO OBJETIVO	Jóvenes, Adultos nacionales y extranjeros

Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

4.8.1. Información general y recomendaciones del paquete 001-R.A.M.

En la siguiente matriz se consideran algunas recomendaciones para el producto turístico "DESCUBRE EL ENCANTO NATURAL DE LA CIUDAD SAN FRANCISCO DE MILAGRO":

Tabla 24*Recomendaciones generales para el paquete*

Tipo de recorrido	Full Day
Ubicación geográfica de referencia	País: Ecuador Provincia: Guayas Cantón: Milagro Georreferenciación: Longitud: 656447,12 Latitud: 9763472,48 239 m.s.n.m.
Vías de acceso	Asfaltado, lastrado, sendero, etc
Distancia de recorrido	195 km
Tiempo estimado	10 horas
Punto de partida	Iglesia San Francisco de Asis
Recomendaciones básicas	La indumentaria básica recomendable es la siguiente: zapatos de caminata, ropa liviana, impermeable, gorra, protector solar, tomatodo.
Época recomendada	Junio - julio – agosto
Nivel físico (dificultad)	Fácil
Atractivos principales	Finca El Chaparral, Rancho Vasija de barro, Quinta la orilla y Finca Cumandá.
Actividades principales:	Caminata, observación de Flora y Fauna, fotografía, compra de artesanías.

Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

4.8.2. Estructura del itinerario

En cuanto a la estructura del itinerario, el organismo regulador de la actividad turística Ministerio de Turismo en su Manual de Rutas e Itinerarios Turísticos (*MINTUR, 2019*) indica que las rutas turísticas como parte de la oferta turística de un destino “*Contribuyen con los objetivos de distribuir la demanda a lo largo de todo el año*” (pág. 04). En este sentido lo que se busca es distribuir la demanda turística por todo el territorio local y que los prestadores de servicios turísticos respondan a las necesidades de los nuevos mercados considerados emergentes, los cuales basan sus exigencias en la necesidad de los viajeros, que buscan un enriquecimiento de su experiencia. Por otra parte, además se tiene que considerar la percepción de la población local; la

misma que deberá tener la empatía necesaria con la finalidad de brindar la mejor experiencia, descubrimiento aprendizaje y contacto con los moradores del cantón.

Tabla 25

Estructura del itinerario

Hora	Actividades	Responsable
07h30-07h50	Bienvenida y encuentro con los visitantes, ingreso e información útil. Entrega de souvenir y salida a Finca El Chaparral	Guía local
08h20	Llegada a finca El Chaparral	Guía local/ Sra. Sara Miranda
08h30-09h15	Desayuno típico (Bolón, tortilla de verde con queso y bebidas jugo/chocolate caliente)	Guía local/ Sra. Sara Miranda
09h20 – 10h35	Inicio de Recorrido guiado en la Hacienda El Chaparral Recorrido por los sembríos de cacao explicación de variedad de cacao, proceso y elaboración del chocolate artesanal. Avistamiento de aves	Guía local/ Sra. Sara Miranda
10h40	Desplazamiento a Quinta La Orilla. Recibimiento con coctel de bienvenida	Guía local/ Sr. Carlos Alvarado
11h010	Inicia de visita guía por la finca para conocer la siembra y cosecha de la caña de azúcar,	Guía local/ Sr. Carlos Alvarado
11h35 -	Elaboración de melcocha y dulces derivados a la caña de azúcar	Guía local/ Sr. Carlos Alvarado
12h40	Salida a Rancho Vasija de Barro	Guía local
12h55	Llegada a Rancho Vasija de Barro	Guía local/ Ing. Lorena Villagran
13h15	Almuerzo	Guía local/ Ing. Lorena Villagran
14h10	Recorrido por la finca y elaboración empírica de una vasija de barro	Guía local/ Ing. Lorena Villagran
15h00	Juegos tradicionales	Guía local/ Ing. Lorena Villagran
15h25	Salida hacia Finca Cumandá	Guía local
15h45	Llegada a Finca Cumandá	Guía local/ Sr. Rody Espinoza
15h50	Recorrido por la Finca Cumandá en senderos delimitados por toda la finca. Prueba de jugo de caña Degustación de chocolate artesanal Uso de las instalaciones para recreación	Guía local/ Sr. Rody Espinoza
17h30	Fin de recorrido	Guía local
17h45	Salida a cada uno de los destinos de residencia de los visitantes	Guía local

Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

Tabla 26

Descripción fotográfica representativa del paquete

Archivo Fotográfico	Descripción
	<p>Cosecha del cacao</p> <p>Gracias a la producción agrícola que posee el cantón se puede ofertar la siembra y cosecha del cacao como parte de la actividad turística, los propietarios de las fincas muestran su diario vivir, para luego realizar productos derivados, siendo el CCN-51 y el cacao de fino aroma los protagonistas principales.</p>
	<p>Avistamiento de aves</p> <p>Al estar rodeados de naturaleza y contar con espacios calmados, las aves del sector visitan a Finca Cumandá y Rancho Vasija de Barro convirtiéndose en un gran potencial para las fincas mencionadas, puesto que varios turistas gustan de esta actividad para recrearse.</p>
	<p>Juegos tradicionales</p> <p>Los juegos tradicionales gustan a grandes y pequeños, siendo esto una actividad de unión familiar puesto que se ofertan varios juegos para todas las edades como son; tres en rayas, baile del trompo, juego con yoyo, etc.</p>
	<p>Elaboración de vasija de barro</p> <p>Rancho vasija de barro ubicado en la parroquia Mariscal Sucre tiene como actividad principal la elaboración de vasijas de barro, siendo los turistas quienes podrán realizar sus propias vasijas y luego decorarlas.</p>

	<p>Elaboración de melcocha y miel de caña.</p> <p>Cada Finca agroturística cuenta con un atractivo y actividad que los caracteriza en este caso la elaboración de melcocha y miel de caña se realiza en Quinta La Orilla, ubicado en la parroquia Mariscal Sucre. Los turistas pueden apreciar el proceso de esta elaboración y ser parte de aquello, para este proceso se toma como materia prima la caña de azúcar.</p>
	<p>Elaboración del chocolate artesanal.</p> <p>Se puede realizar la actividad del proceso y elaboración del chocolate en tres de las cuatro fincas que se ofertan en el cantón. Esta actividad es una de las más solicitadas por los turistas y visitantes, es importante mencionar que se da a conocer desde la variedad de especies de cacao que hay en nuestro país, para luego explicar el proceso de cosecha y finalmente transformarlo en pasta de chocolate y de esta manera realizar bombones o chocolate en bebida-</p>
	<p>Gastronomía</p> <p>El cantón San Francisco de Milagro cuenta con una amplia gama gastronómica; seco de gallina criollo, bollos, bolones, tortillas de verde, asados, cazuelas, arroz con menestra y carnes, etc., son los platos principales solicitados por turistas y locales.</p>

Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

4.9. Análisis de costos

De acuerdo con Jiménez (2017) el análisis de costos tiene como objetivo determinar la viabilidad financiera de la inversión realizada. En este sentido se realiza el análisis de costos de para la puesta en marcha del paquete turístico propuesto en base al concepto de las variables, así como determinar tanto los costos fijos como variables.

Tabla 27*Análisis de costos*

ANALISIS DE COSTO PAQUETE						
NOMBRE DEL PAQUETE	MILAGRO AGROTURISTICO					
CODIGO PACK	001-R.A.M.					
CENTRO DE OPERACIONES	MILAGRO					
DURACION	1 DIA					
CONCEPTOS VARIABLES	10	PAX	15	PAX	20	PAX
	COSTO TOTAL	PRECIO UNIT	COSTO TOTAL	PRECIO UNIT	COSTO TOTAL	PRECIO UNIT
COSTOS FIJOS	\$320,00	\$32,00	\$425,00	\$28,33	\$590,00	\$29,50
TRANSPORTE	\$90,00	\$9,00	\$110,00	\$7,33	\$130,00	\$6,50
GUIANZA	\$60,00	\$6,00	\$60,00	\$4,00	\$120,00	\$6,00
RANCHO VASIJA DE BARRO	\$60,00	\$6,00	\$90,00	\$6,00	\$120,00	\$6,00
FINCA EL CHAPARRAL	\$40,00	\$4,00	\$60,00	\$4,00	\$80,00	\$4,00
FINCA CUMANDÁ	\$10,00	\$1,00	\$15,00	\$1,00	\$20,00	\$1,00
QUINTA LA ORILLA	\$40,00	\$4,00	\$60,00	\$4,00	\$80,00	\$4,00
MICELANEOS	\$20,00	\$2,00	\$30,00	\$2,00	\$40,00	\$2,00
COSTOS VARIABLES	\$20,00	\$2,00	\$30,00	\$2,00	\$60,00	\$3,00
ARTESANIA	\$20,00	\$2,00	\$30,00	\$2,00	\$60,00	\$3,00
SUBTOTAL	\$340,00	\$34,00	\$455,00	\$30,33	\$650,00	\$32,50
UTILIDAD 20%	\$68,00	\$6,80	\$91,00	\$6,07	\$130,00	\$6,50
COSTOS TOTALES	\$408,00	\$40,80	\$546,00	\$36,40	\$780,00	\$39,00
IVA 12%	\$48,96	\$4,90	\$65,52	\$4,37	\$93,60	\$4,68
PRECIO DE VENTA P.V.P.	\$456,96	\$45,70	\$611,52	\$40,77	\$873,60	\$43,68

Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

En la tabla 23 se detalla el valor del paquete por 10, 15 y 20 pax respectivamente, con lo cual se maneja un margen moderado para una distribución adecuada de cada una de las fincas que serán parte de la ruta agroturística del cantón San Francisco de Milagro.

4.9.1. Punto de Equilibrio

Es importante entender que para toda organización con fines de lucro es importante el poder generar ingresos que permitan la sostenibilidad de la misma en el tiempo; en este sentido para

Fernández (2018) el punto de equilibrio indica que el ingreso total de la organización es igual a sus gastos totales; esto representa que en el punto de equilibrio no hay utilidad o esta es simplemente cero.

En el mismo orden de ideas, en la tabla 24 se detalla el punto de equilibrio para cada uno de los paquetes considerados. Por lo que para el primer paquete considerado de 10 pax, el punto de equilibrio será 7 personas. En el segundo caso si se considera un numero de 15 pax el punto de equilibrio será 11 clientes; y por último si el paquete consta de 20 pax el punto de equilibrio será 15 clientes. De esta manera se busca la sostenibilidad de la ruta al mantener un margen de utilidad óptimo para la

Tabla 28

Punto de equilibrio

COSTO FIJO	\$320,00	COSTO FIJO	\$425,00	COSTO FIJO	\$590,00
PRECIO UNITARIO	\$43,70	PRECIO UNITARIO	\$38,77	PRECIO UNITARIO	\$40,68
COSTO VARIABLE		COSTO VARIABLE		COSTO VARIABLE	
TOTAL	7	TOTAL	11	TOTAL	15

Fuente. Trabajo de campo. Elaboración propia.

CONCLUSIONES

Una vez que se obtuvo y se analizó la información referente a la problemática de estudio, se procede a presentar las conclusiones del trabajo:

- Sobre el diagnóstico del cantón Milagro, desde el punto de vista social y productivo, se evidencia debilidades en cuanto al funcionamiento colectivo, en este sentido se puede indicar que existe una desvinculación de los prestadores de servicios turísticos que para el presente estudio son las Fincas Agroturísticas con el organismo que se encarga de fortalecer la actividad turística como lo es el GAD del Cantón Milagro. Esto ocasiona un débil posicionamiento de la ciudad como un destino considerado turístico y que por el contrario se considere una ciudad de paso o que solo presente visitas en meses considerados como temporalidad estacionaria.
- En el contexto productivo se denota que la mayor fuente de ingresos provienen de las actividades agrícolas y pecuarias, ya que los cultivos anuales, semipermanentes y permanentes representan el 90% de la extensión de suelos considerados cultivables como se indica en la tabla 3, sin embargo también se puede evidenciar actividades de comercio relacionadas con la prestación de servicios, lo cual es beneficioso para la actividad turística puesto que se puede aprovechar el talento humano y los recursos del cantón para articular las actividades relacionadas con al Agroturismo.
- Acerca del perfil del visitante, nos indica que las personas que llegan a la ciudad de Milagro, se interesan por temas relacionados con actividades vinculadas al turismo rural y sobre todo al agroturismo; se estableció que la mayoría pertenece al mercado proveniente de las provincias de Pichincha, Chimborazo y las provincias pertenecientes a la Amazonía Ecuatoriana; en su mayoría se dedican a las actividades relacionadas con una formación técnica y pertenecen a un segmento de edad que posee una capacidad de gasto considerable, ya que se encuentran entre

los 20 a los 30 años de edad, por lo que los servicios ofertados deben orientarse a este segmento de mercado, a fin de satisfacer sus necesidades y generar nuevas experiencias en las personas que componen dicho segmento.

- En cuanto a la percepción de la población residente, los representantes de las fincas así como los miembros del GAD Municipal del cantón Milagro, indican que el agroturismo es una oportunidad para generar una propuesta de valor que presente nuevas oportunidades laborales para los habitantes del cantón; para lo cual se aprovecha la belleza paisajística, las experiencias cotidianas de producción, actividades de distracción y esparcimiento, generando un entorno de agricultura limpia, con un valor agregado, que se convierte en una nueva experiencia para el visitante y/o turista; con lo cual se puede posicionar a la ciudad de Milagro como un destino agroturístico de la zona tropical del país.
- Con respecto a la participación de los habitantes del cantón y de los propietarios de las fincas agroturísticas es evidente la intención de participar en actividades relacionadas con el agroturismo, esto se corrobora al realizar el análisis de regresión tomando en cuenta que para que el modelo sea significativo se toma el punto de referencia valores mayores al 50% lo que indica una influencia positiva y de acuerdo a los datos obtenidos se tiene un resultado del 72% dando a entender la existencia de una relación positiva buena en la descripción de la relación o influencia del turismo como opción de desarrollo, lo que a demás se evidencia en el plan de desarrollo cantonal PDOT pues considera al turismo como una actividad alterna o paralela en la generación de recursos para sus habitantes.

RECOMENDACIONES

Construido el cuerpo conclusivo de la investigación y reflexionando sobre los resultados obtenidos en la misma, se recomienda al GAD San Francisco de Milagro las siguientes observaciones:

- Generar procesos de fortalecimiento de la actividad turística entre los habitantes del cantón con el fin de dar a conocer sus potencialidades, así como determinar las funciones de cada uno de los organismos presente en el territorio; por lo que se propone al GAD del cantón Milagro que realice talleres de socialización con la comunidad para identificar las funciones y apoyos de cada uno de ellos.
- Trabajar sobre temas de inseguridad; ya que últimamente se percibe al destino como inseguro, para lo cual el GAD municipal de Milagro debe articular con los organismos de control a fin de establecer mecanismos que permitan mitigar la imagen de inseguridad y que por el contrario se posicione una imagen de un destino seguro tanto para el visitante como para los habitantes del cantón.
- Desarrollar talleres y cursos dirigidos a los prestadores de servicios turísticos por parte del GAD Municipal en conjunto con los GAD Parroquiales Rurales con la finalidad de fortalecer sus capacidades cognitivas; lo que su vez permita brindar un servicio de calidad y de esta manera posicionar a la ciudad de Milagro como un destino agroturístico.
- Se sugiere que el GAD Municipal de la ciudad de Milagro como organismo que tiene la competencia directa de la actividad turística acoja la presente investigación para una ejecución oportuna bajo los criterios de planificación, gestión y fortalecimiento del turismo con la finalidad de posicionar a la ciudad de Milagro como un destino agroturístico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, S., & Julio, B. (2015). La triangulación de los datos como estrategia de investigación educativa. *PixelBit*, 73-88.
- Alvarez, A. (2020). *Justificación de la Investigación*. Lima - Perú: Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas Carrera de Negocios Internacionales.
- Andrade, M. A., & Ullauri, N. (2015). Historia del Agroturismo en el cantón Cuenca Ecuador. *Pasos*, 1199-1212.
- Arias, J., Villasís, M., & Miranda, M. (2016). El Protocolo de la Investigación III: La Población de Estudio . *Alergia México* , 201-206.
- Bloom, D. (2020). Población 2020 La demografía puede incidir poderosamente en la velocidad y el proceso del desarrollo económico. *Finanzas y Desarrollo*, 5-9.
- Camargo, R. (2020). Derechos humanos y dimensión social de personas vulnerables durante la pandemia por el nuevo corona virus SARS-COV-2. *Acta Colombiana de Cuidado Intensivo*, 1-10.
- Casas, J., Repullo, J., & Donado, J. (2002). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. *Revista Investigación*, 143-162.
- Cavallo, E., Powell, A., & Serebrisky , T. (2020). *DE ESTRUCTURAS A SERVICIOS El camino a una mejor infraestructura en América Latina y el Caribe* . Bogotá - Colombia: Copyright © 2020 Banco Interamericano de Desarrollo .
- Cejas, M., & Albán , C. (2018). El agroturismo: Eje dinamizador en el desarrollo de Ecuador. *Agrollanía*, 50-57.

- CEPAL. (2017). *Los censos de la ronda 2020: desafíos ante la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, los Objetivos de Desarrollo Sostenible y el Consenso de Montevideo sobre Población y Desarrollo* (ISSN 1680-900 ed.). Santiago de Chile: Copyright © Naciones Unidas, octubre de 201.
- CFIT. (2020). *Informe Turístico Fiesta de las Flores y la Fruta*. Ambato: Gobierno Provincial de Tungurahua.
- Chinche, J., Ramón, J., & López, J. (2020). El Método Científico, Análisis de la Literatura. *ImaginarioSocial*, 52-63.
- Copenhagen, W. (2016). *The end of tourism as we know it*. Copenhagen. wonderful copenhagen.
- copenhagen, w. (2016). *The end of tourism as we know it*. Copenhagen.: wonderful copenhagen.
- Córdova, M., & Monsalve, C. (2006). *TIPOS DE INVESTIGACIÓN: Predictiva, proyectiva, interactiva, confirmatoria y evaluativa*. México: SYPAL.
- Cornejo, J. L., Espinoza, R., & Andrade, E. (2018). La percepción de turistas y población local sobre el turismo de naturaleza de la costa de Jalisco. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 1-16.
- Cornejo, J., Andrade, E., Chavez, R., & Espinoza, R. (2018). Percepción de la población local sobre los impactos del turismo en el Pueblo Mágico de Tapalpa, Jalisco, México. *PASOS*, 745-754.
- Crespo, J., & Soria, B. (2019). Factores que influyen en el comportamiento del turista: estado de la cuestión. *Kalpana*, 121-136.
- Estolano, D., Berumen, M., Castillo, I., & Mendoza, J. (2013). El escenario de competencia de la Industria Gastronómica de Cancún basado en las cinco fuerzas de Porter. *EL Periplo Sustentable*, 67 - 97.

- Fernández, V. (2020). Tipos de justificación en la investigación científica. *Espiritu emprendedor*, 65.75.
- Fernández, V. H. (2018). PUNTO DE EQUILIBRIO Y SU INCIDENCIA EN LAS DECISIONES FINANCIERAS DE EMPRESAS EDITORAS EN LIMA. *QUIPUKAMAYOC*, 95-101.
- Fuente, S. (24 de Enero de 2011). *Análisis Correspondencias Simples y Múltiples*. Obtenido de Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales Universidad Autónoma de Madrid: <http://www.fuenterrebollo.com/Economicas/ECONOMETRIA/REDUCIR-DIMENSION/CORRESPONDENCIAS/correspondencias.pdf>
- GAD Santiago de Píllaro. (2014). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Santiago de Píllaro PDyOT*. Píllaro: GADM Píllaro.
- GADMSF Milagro. (2014). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Milagro: Municipalidad San Franciasco de Milagro.
- Garriz, E., & Schroeder, R. (2014). Dimensiones del espacio público y su importancia en el ámbito urbano. *Revista Científica Guillermo de Ockham*, 25-30.
- González, R., Escamilla, P., López, S., & Núñez, J. (2020). Percepciones de los residentes sobre el turismo deportivo: impactos, calidad de vida y apoyo al sector. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 174-188.
- GoRaymi. (s.f.). Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/imbabura/otavalo/cascadas/cascada-peguche-aaec900aa>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Selección de la Muestra. En *Metodología de la Investigación* (págs. 172-191). México: McGraw-Hill.
- Ibañez, R., & Cabrera, C. (2011). *Teoría General del Turismo: un enfoque global y nacional*. Ciudad de México: COMITÉ EDITORIAL DE SERIE DIDÁCTICA.

- INEC. (2010). *VI Censo de Población y V de Vivienda*. Píllaro: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
- Jiménez, M. (2017). *NÁLISIS DE COSTOS PARA EL BALNEARIO TURÍSTICO LOS BAMBINOS, UBICADO EN LA PROVINCIA SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS. (Tesis de Pregrado)*. Universidad Central del Ecuador, Quito - Ecuador.
- Lirio, F., Dextre, W., & García, M. E. (2020). La operacionalización de variables y la matriz de consistencia en investigaciones PLS-SEM. *Researchgate*, 1-11.
- Loor, D., Forteza, J., & Sánchez, A. (2018). Análisis de la percepción de la población del cantón Paján (Ecuador) hacia la implementación de la actividad turística. *Espacios*, 1-16.
- López, E. (2018). El método Delphi en la investigación actual en educación: Una revisión teórica y metodológica. *Educación XXI*, 17-40.
- López, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. Barcelona - España: <http://ddd.uab.cat/record/129382> (1ª edición).
- Martínez , D., Rojas, A. M., & Scartascini , C. (2020). La Economía del Comportamiento puede ayudar a combatir el Coronavirus. *Resumen de Políticas del BID*, 1-49.
- Martínez, M. (2006). *Ciencia y arte de la metodología cualitativa*. México. Obtenido de [https://doi.org/10.1016/0022-3115\(94\)91046-4](https://doi.org/10.1016/0022-3115(94)91046-4)
- Marzo, M. (2017). Desarrollo del turismo rural integrado desde la perspectiva de los residentes: modelo propuesto. *PASOS*, 841-859.
- MINTUR. (2018). *Desarrollo de Destinos y Servicios Turísticos*. Quito - Ecuador: Ministerio de Turismo .
- MINTUR. (2019). *Manual de Generación de Rutas e Itinerarios Turísticos*. Quito - Ecuador: Minsiterio de Turismo (2ed th).

- MINTUR. (21 de noviembre de 2021). <https://servicios.turismo.gob.ec>. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador>:
<https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internos-geovit>
- Monje, C. (2011). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA Guía didáctica*. Neiva: Facultad de Ciencias Sociales y Humanas Programa de Comunicación Social y Periodismo.
- Monterrubio, C., & Osorio, M. (2017). Actitudes locales ante el turismo residencial: Un análisis basado en la matriz de actitudes y comportamiento. *El Periplo Sustentable*, 221 - 250.
- Naciones Unidas. (2020). *Informe de Políticas: La covid-19 y la transformación del turismo*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2014). *Metodología de la investigación*. Bogotá - Colombia: Ediciones de la U.
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la Investigación Cuantitativa . Cualitativa y Redacción de la Tesis*. Bogotá: Ediciones de U (5th ed).
- ONWTO. (2021). unwto.org. Obtenido de Glosario de terminos de turismo: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Otavalto travel*. (s.f.). Obtenido de <http://www.otavalto.travel/lago-san-pablo/>
- Otero, A. (2018). Enfoques de la Investigación. *ResearchGate*, 1-32.
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Int. J. Morphol*, 227-232.
- Páramo, D. (2017). Cultura y comportamiento humano. *REDALYC*, 07-11.
- Pérez, J. (2015). El Positivismo y la Investigación Científica. *Revista Empresarial*, 29-34.

Picón, D., & Melian, Y. (2014). La unidad de análisis en la problemática enseñanza aprendizaje Una mirada sistémica. *Dialnet*, 101 - 117.

Planet Andes. (s.f.). Obtenido de <https://www.planetandes.com/es/ecuador/andes/imbabura/laguna-cuicocha/>

Raiteri , M. (2016). El Comportamiento Actual del Consumidor. (*Tesis de Pregrado*). Universidad de Cuyo, Mendoza - Argentina. Obtenido de <https://www.significados.com/comportamiento/>

Ramírez, A. (2009). La teoría del conocimiento en investigación científica: una visión actual. *Anales de la Facultad de Medicina*, 217-224.

Ramos, C. (2020). Los Alcances de un Investigación. *CIENCIAMERICA*, 1-5.

Reinoso, M. I. (2016). El agroturismo como una alternativa micro empresarial en el cantón Puerto Quito, Recinto Talalá. (*Tesis de posgrado*). Universidad Andina Simón Bolívar, Quito.

Ricoy, C. (2006). Contribución sobre los paradigmas de investigación. *Educação. Revista do Centro de Educação*, 11-22.

Rojas , M. (2015). Tipos de Investigación científica: Una simplificación de la complicada incoherente nomenclatura y clasificación. *REDVET*, 1-14.

Rojas, V. (2020). Percepciones de la población residente sobre los impactos turísticos en el desarrollo local. Estudio de caso; departamento de Maldonado, Uruguay. (*Tesis de Maestría*). Universidad Nacional de Quilmes, Bernal - Argentina.

Sánchez, N. (2019). *Sensación y percepción: una revisión conceptual*. Bogotá - Colombia: Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia. doi:<https://doi.org/10.16925/gcnc.11>.

Segarra, C. (16 de febrero de 2018). *Carburando* . Obtenido de <https://www.carburando.ec/noticias/intercultural/san-pablo-engalana-balsa-totora.html>.

Serebrisky , T., Brichetti , J. P., Blackman , A., & Mesquita , M. (2020). *Infraestructura sostenible y digital para impulsar la recuperación económica post COVID-19 de América Latina y el Caribe: un camino hacia más empleo, integración y crecimiento* . Bogotá - Colombia:

Copyright © 2020 Banco Interamericano de Desarrollo .

significados.com. (2018). *Significado de comportamiento*. Obtenido de <https://www.significados.com/comportamiento/>

SINCHI. (10 de Agosto de 2021). *Dimensión Social*. Obtenido de Simposio Internacional Ciudades para la Vida: <https://sinchi.org.co/inirida/dimension-social>

SNI. (02 de Febrero de 2014). *Secretaría Nacional de Información*. Obtenido de Archivos de Información Geográfica: <https://sni.gob.ec/coberturas>

Torres, M. (2020). *La percepción del riesgo después de la pandemia*. Madrid - España: Instituto Español de Estudios Estadísticos.

UNWTO. (15 de Agosto de 2021). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de Desarrollo sostenible: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>

Varisco , C., Castellucci, D., Gonzales, M. G., Muñoz, M. J., Padilla , N., Campoliete, L., & Benseny, G. (2014). EL RELEVAMIENTO TURÍSTICO: DE CICATUR A LA PLANIFICACIÓN PARTICIPATIVA. *Núlan*, 1 - 17.

Varisco, C. (2015). *Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios*. Mar de Plata - Argentina: Universidad Nacional de Mar de Plata.

Vásquez, W. A. (2020). *Metodología de la Investigación*. Caracas - Venezuela: UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES.

ANEXOS.



ENCUESTA PARA CONOCER EL PERFIL DEL VISITANTE

Objetivo. La presente encuesta tiene como objetivo conocer los gustos, preferencias, nivel de gastos y datos sociodemográfico de las personas que visitan el cantón San Francisco de Milagro.

Perfil Socio Demográfico:	
---------------------------	--

Edad

Genero Masculino

Femenino

Lugar Procedencia _____

Ingreso Anual _____

Cuál es su ocupación

Alto funcionario	
Profesional ejecutivo	
profesional técnico	
Empleados en servicio	
Obrero, artesano, agricultor	
Estudiante	
Jubilado	
Otro	

Nivel de instrucción

Cuarto Nivel	
Tercer nivel	
Secundaria	
Primaria	
Otros	

DURANTE LA ESTANCIA

1.- Que tipo de alojamiento prefiere

1.- Hotel	
2.- Hosterías	
3.- casas de haciendas o fincas	
5.- Vivienda propia de amigos o familiares	
6. Otros	

2.- Cuantos días piensa quedarse en el destino actual

3.- Que actividades le atraen al momento de decidir por un lugar turístico para ser destino de visita

Lugares amistosos	
Museos	
Precios convenientes	
Granjas agro turísticas y paisajes naturales	
Acogedores lugares y clima	
Gastronomía	
Culturas Únicas	
Historia	
Visita a comunidades	
Actividades nocturnas (bares, discotecas)	
Campamento	

GASTO TURÍSTICO

4.- Cuanto gasta en promedio en su viaje diariamente: _____

Como financia su viaje:

	Efectivo	
	Tarjeta de crédito	
	Otros	_____

TIPO DE GRUPO

5.- Usted realiza su viaje acompañado por:

Su pareja	
Familia	
Grupo de amigos	
Compañero de trabajo	
Otros	

Con cuantas personas viaja: _____

REPETICIÓN

6.- Durante el año cuantas veces realiza turismo

Una vez	
Dos veces	
Tres veces	
Más de tres veces	

7.- Por orden de importancia enumere los motivos de su visita, siendo 9 el más importante y 1 el menos importante:

Descanso - placer	
Diversión	
Negocios	
Eventos programados	
Compras	
Cultura	
Religión	
Estudios	
Visita a familiares	
Otros	



**FORMULARIO TALLER FUNCIONARIOS GAD, Y REPRESENTANTES FINCAS,
PARA ANÁLISIS DEL PDYOT.**

Batería de preguntas entrevista y grupo focal.

Objetivo: Recoger información sobre, las potencialidades de incursionar en el agroturismo, a través del análisis territorial que presenta el cantón Milagro, en términos de las componentes que estructura su plan de desarrollo y ordenamiento territorial, como política pública.

Grupo meta: funcionarios de planificación del GAD Milagro, representantes de las fincas participantes en estos proyectos,

Tiempo estimado: Tiempo mínimo de 20 minutos.

Escenario: Lugar establecido con los participantes.

- 1) ¿Beneficio y significado del ordenamiento territorial?
- 2) ¿Qué importancia tiene, el ordenamiento territorial del cantón en el aspecto político, económico, social, ambiental, tecnológico, al momento de emprender en un Proyecto de inversión? turístico?
- 3) ¿Los componentes territoriales analizados le permiten al cantón ser competitivo al momento de incursionar en proyectos de inversión turístico?
- 4) ¿Cómo cree que es el nivel de comercialización o competitividad que presenta el cantón dentro del mercado turístico,
- 5) ¿Cuáles son las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que tiene el plan de ordenamiento territorial, para facilitar la incursión de proyectos de inversión principalmente turísticos?
- 6) ¿Cuáles son las debilidades que tiene el plan de ordenamiento territorial?

Imagen 11

Entrevista con la propietaria de la Finca El Chaparral



Fuente. A partir del trabajo de campo. Elaboración propia.

Imagen 12

Reunión con Propietario de Finca Cumandá



Fuente. A partir del trabajo de campo. Elaboración propia.

Imagen 13

Socialización con autoridades de la unidad de Turismo del GAD Milagro



Fuente. A partir del trabajo de campo. Elaboración propia.

Imagen 14

Recorrido piloto de la ruta propuesta



Fuente. A partir del trabajo de campo. Elaboración propia.