



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**TÍTULO**

**“PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO  
CULTURAL PARA PROMOVER EL TURISMO FOMENTANDO EL ARTE  
Y LA CULTURA EN EL CANTÓN MILAGRO”**

**AUTORES:**

**TORRES CÁRDENAS CARMEN DAMARIS**

**PALADINES SANTACRUZ BRYAN JOSÉ**

**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**TUTORA:**

**Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**2015**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **TORRES CÁRDENAS CARMEN DAMARIS Y PALADINES SANTACRUZ BRYAN JOSÉ**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

**TUTORA**

---

**Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs.**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**

**Guayaquil, a los 13 días del mes de marzo del año 2015**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**YO, Carmen Damaris Torres Cárdenas**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación **Propuesta para la Implementación de un Centro Cultural para Promover el Turismo Fomentando el Arte y la Cultura en el Cantón Milagro** previa a la obtención del Título **de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 13 días del mes de marzo del año 2015**

**AUTORA**

---

**Torres Cárdenas Carmen Damaris**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**YO, Bryan José Paladines Santacruz**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación **Propuesta para la Implementación de un Centro Cultural para Promover el Turismo Fomentando el Arte y la Cultura en el Cantón Milagro** previa a la obtención del Título **de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 13 días del mes de marzo del año 2015**

**AUTOR**

---

**Paladines Santacruz Bryan José**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Carmen Damaris Torres Cárdenas**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Propuesta para la Implementación de un Centro Cultural para Promover el Turismo Fomentando el Arte y la Cultura en el Cantón Milagro**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 13 días del mes de marzo del año 2015**

**AUTORA:**

---

**Torres Cárdenas Carmen Damaris**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Paladines Santacruz Bryan José**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Propuesta para la Implementación de un Centro Cultural para Promover el Turismo Fomentando el Arte y la Cultura en el Cantón Milagro**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 13 días del mes de marzo del año 2015**

**AUTOR**

---

**Paladines Santacruz Bryan José**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por ser mi luz y guía, para poder emprender con éxito este proyecto.

A mi mamita querida Sra. Francisca Jácome que desde niña con su amor y cariño, me enseñó que con esfuerzo y dedicación lograría alcanzar las metas que me proponga, venciendo cualquier adversidad que encuentre en mi camino; y se ha convertido en mi ángel guardián, siempre te recordaré.

A mis padres Tec. Elizabeth Cárdenas de Torres y SUBP. Rodolfo Torres por ser mi pilar fundamental y brindarme su apoyo incondicional y que con su sabiduría y comprensión inculcaron el amor, respeto y confianza en mí.

Lcda. Marlene Cárdenas por ser una segunda mamá incondicional y por estar conmigo apoyándome siempre motivándome a seguir adelante; a mis hermanitas Elizabeth y Ambar Torres por ser quienes me han acompañado e incentivado cada momento.

Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs gracias por la paciencia y por haberme guiado durante la realización del proyecto; a todos y cada uno mis maestros quienes han impartido conocimientos durante toda mi carrera y han sido parte clave para mi crecimiento profesional.

A mi amigo y compañero de proyecto Bryan Paladines por la paciencia, y por brindar su apoyo durante la realización del mismo.

Y A todos mis demás familiares y amigos que de alguna u otra manera me han apoyado y me han acompañado durante esta etapa de mi vida.

*Carmen Torres Cárdenas*

## AGRADECIMIENTO

En primer lugar quisiera agradecer a Dios, ya que sin él este logro académico no hubiese sido posible. En estos tiempos la juventud está olvidando la importancia de acercarse a Dios para que todo propósito o logro sea posible, y por ende no se dan cuenta que es el mejor aliado para guiarnos al éxito y llevarnos por el camino del bien.

Quisiera agradecer a mis padres William Paladines y Angelita Santacruz por ser mi ejemplo de superación, perseverancia y alegría, gracias a ellos he aprendido que los logros obtenidos con más dificultad son los que más se valoran en esta vida y que rendirse no es una opción.

Además quiero agradecer a mis abuelos Grace Proaño y José Paladines por darme a su manera la fortaleza que necesité para despertarme día a día y asistir a las clases que fueron fundamentales durante este proceso de formación profesional.

A mis hermanos que siempre han estado a mi lado apoyándome y dándome su ejemplo de superación. Ellos muchas veces me han mostrado la alegría de los logros que se obtienen a lo largo de la vida, y que las cosas simples o comunes pueden ser las más necesarias durante los momentos difíciles; un abrazo o una conversación con ellos ha sido suficiente para mantenerme incentivado y cambiar mi estado de ánimo.

A mi amiga y compañera de tesis Carmen Torres y a su familia por apoyarme incondicionalmente en la realización de este proyecto.

No podía faltar el agradecimiento a todos los profesores que a lo largo de mi carrera universitaria han creído en mí, haciendo lo posible por implantarme sus conocimientos, al mismo tiempo que influyeron mucho en el esfuerzo puesto para aprobar todas las materias e incrementaron el valor y el amor que le tengo a esta profesión.

Adicionalmente quiero agradecer a los amigos y familiares que estuvieron siempre apoyándome, dándome palabras de aliento que me hicieron dar cuenta del orgullo que ocasionan mis logros en sus vidas.

Bryan Paladines



## **DEDICATORIA**

Este proyecto de titulación ha sido producto de arduo esfuerzo, dedicación con el fin de alcanzar un logro más en mi vida, motivo por el cual dedico a mis Padres Elizabeth y Rodolfo; a mi segunda mamá Lcda. Marlene Cárdenas, a mis hermanitas Andrea y Ambar, ya que han sido mi apoyo incondicional, y quienes me han incentivado para lograr este sueño.

También quiero dedicarle a mi Mamita querida Francisca Jácome porque sé que era tu sueño verme cumplir con esta meta, aunque no estás conmigo físicamente, sé que desde el cielo estarás orgullosa de mí.

*Carmen Torres Cárdenas*

## DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a mis padres que con mucho esfuerzo me han apoyado para seguir adelante en todos mis proyectos de vida, dejando su tiempo, trabajo y muchas veces dinero que han necesitado de lado para verme feliz y orgulloso de mis logros. El amor y la paciencia que ellos han tenido a lo largo de mi vida han sido suficientes para formarme como un hombre lleno de valores.

Quisiera dedicarles con mucho amor este logro académico a mis hermanos y a mi sobrinito William, que aunque es muy pequeño para darse cuenta de lo importante que es en mi vida, algún momento será lo suficientemente grande para leer esto y sentirse orgulloso de su tío.

En fin quisiera también dedicarles este logro a toda mi familia, amigos y conocidos que de seguro están tan orgullosos y alegres de que haya concluido con esta etapa de estudiante para ser un profesional.

Bryan Paladings



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**CALIFICACIÓN**

<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b>
<b>TORRES CÁRDENAS CARMEN DAMARIS</b>	
<b>PALADINES SANTACRYZ BRYAN JOSÉ</b>	

---

**Lcda. Aline Gutiérrez Northía, Mgs.**

**PROFESOR GUÍA O TUTOR**

# INDICE GENERAL

## Contenido

CAPÍTULO I .....	2
1. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN .....	3
1.1 ANTECEDENTES .....	3
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	4
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
1.4 JUSTIFICACIÓN .....	5
1.5 OBJETIVO GENERAL.....	6
1.6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	6
CAPÍTULO II .....	7
2. MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN .....	8
2.1. TEORÍA GENERAL DE LOS SISTEMAS .....	8
2.2 TEORÍA DE DESARROLLO .....	8
2.3 MARCO CONCEPTUAL .....	9
2.4. MARCO REFERENCIAL .....	10
2.4.1. CENTRO DE ARTE CONTEMPORÁNEO DE QUITO .....	10
2.4.2. CENTRO CULTURAL DE LA PUCE.....	10
2.4.3. TEATRO SÁNCHEZ AGUILAR .....	11
2.5 MARCO LEGAL .....	12
2.5.1. CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR.....	12
2.5.2. AGENDA NACIONAL PARA LA IGUALDAD DE NACIONALIDADES Y PUEBLOS	
2013 (ANINP, 2013-2017) .....	12
CAPÍTULO III .....	14
3. METODOLOGÍA.....	15
3.1. SISTEMA TURÍSTICO .....	15
3.2. MÉTODO INDUCTIVO .....	16

3.3 MÈTODO DEDUCTIVO .....	17
3.4. MÈTODO INDUCTIVO Y DEDUCTIVO: EXPLICACIÓN.....	18
CAPÍTULO IV .....	19
4. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO .....	20
4.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA .....	20
4.2 CLIMA .....	20
4.3 POBLACIÓN.....	20
4.4 DIVISIÓN POLÍTICA CANTONAL .....	21
4.5 ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN MILAGRO.....	21
4.5.1 MONUMENTO DE LA PIÑA LUMINOSA .....	23
4.5.2 PARQUE CENTRAL “RAFAEL VALDEZ CERVANTE” .....	23
4.5.3 BALNEARIO LAS CATARATAS .....	23
4.6 OFERTA DE SERVICIOS.....	24
4.7 INFRAESTRUCTURA .....	28
4.7.1 AGUA POTABLE .....	28
4.7.2 SISTEMA DE CAPTACIÓN Y ALMACENAMIENTO Y DISTRIBUCIÓN DE AGUA SEGURA .....	28
4.7.3 CONECTIVIDAD ELÉCTRICA Y TELECOMUNICACIONES.....	29
4.7.4 ALCANTARILLADO PLUVIAL .....	29
4.7.5 VÍAS DE ACCESO .....	30
4.7.6 TRANSPORTE .....	30
4.8 SALUD.....	32
4.9 GOBERNANZA.....	33
4.10 COMUNIDAD RECEPTORA.....	33
4.11 ANÁLISIS FODA.....	34
CAPÍTULO V .....	37
5. INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	38
5.2. SELECCIÓN DE LA MUESTRA.....	38

5.3. DESARROLLO DEL TRABAJO DE CAMPO .....	40
5.4. ANÁLISIS DE LA MUESTRA .....	40
5.5 ENTREVISTA.....	46
CAPÍTULO VI .....	47
6. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN .....	48
6.1 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA .....	48
6.2 LOGO .....	50
6.3 DESCRIPCIÓN DEL LOGO .....	51
6.4 MISIÓN Y VISIÓN DEL CENTRO CULTURAL.....	51
6.4.1 MISIÓN .....	51
6.4.2 VISIÓN .....	51
6.5 ORGANIGRAMA.....	52
6.6 LOCALIZACIÓN.....	54
6.6.1 MACRO LOCALIZACIÓN .....	54
6.6.2 MICRO LOCALIZACIÓN.....	55
6.7 DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL ESPACIO .....	56
6.8 HORARIOS DE ATENCIÓN .....	59
6.9 SERVICIOS A OFRECER.....	59
6.10 FACILIDADES TURÍSTICAS .....	61
6.10.1 SEÑALÉTICA TURÍSTICA .....	61
6.10.2 PUNTOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.....	61
6.11 PROMOCIÓN TURÍSTICA.....	62
6.12 PÁGINA WEB .....	62
6.13 REDES SOCIALES.....	63
6.14 FOLLETERÍA Y VALLAS PUBLICITARIAS.....	63
6.15 PRENSA.....	64
6.16 MODELO ADMINISTRATIVO .....	64
6.17 CONVENIOS.....	65

6.18 PRESUPUESTO .....	65
CONCLUSIONES .....	78
RECOMENDACIONES .....	79
BIBLIOGRAFÍA.....	80
ANEXOS .....	83
ANEXO 1 .....	83
ANEXO 2 .....	84

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Atractivos Turísticos que constan en el Ministerio de Turismo .....	21
Tabla 2. Atractivos Turísticos Adicionales al Inventario .....	22
Tabla 3 Establecimientos de Alojamientos del Cantón Milagro .....	24
Tabla 4 Establecimientos de Alimentación cantón Milagro.....	25
Tabla 5 Establecimientos de Esparcimiento en cantón Milagro .....	27
Tabla 6 Establecimientos Comerciales .....	27
Tabla 7 Gobernanzas.....	33
Tabla 8. Cálculo del tamaño de una muestra según el porcentaje del error.....	39
Tabla 9. Resultado de encuesta- pregunta 1.....	40
Tabla 10. Resultado de encuesta- pregunta 4.....	42
Tabla 11. Resultado de encuesta- pregunta 7.....	44
Tabla 12. Resultado de encuesta- pregunta 8.....	45
Tabla 13. Inversión Inicial.....	66
Tabla 14. Depreciación Bienes Tangibles.....	67
Tabla 15. . Depreciación Bienes Intangibles.....	68
Tabla 16 Rol de pago Año 1.....	69
Tabla 17. Rol de pago Año 2.....	70
Tabla 18. Proyección Anual de Rol de pago .....	71
Tabla 19. Ingresos .....	72
Tabla 20. Proyección Anual de Ventas .....	73
Tabla 21. Proyección Anual de Cantidades .....	74
Tabla 22. Proyección Anual.....	75
Tabla 23. Gastos.....	76
Tabla 24 Proyección de Gastos Anual .....	76
Tabla 25. Flujo de Caja .....	77



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Ilustración 1. Centro de Arte Contemporáneo de Quito.....	10
Ilustración 2. Centro Cultural de la Puce.....	10
Ilustración 3. Teatro Sánchez Aguilar .....	11
Ilustración 4. Teatro Asu Gammage.....	11
Ilustración 5. Sistema Turístico .....	16
Ilustración 6. Funcionamiento del método inductivo .....	17
Ilustración 7. Funcionamiento del método deductivo.....	18
Ilustración 8. FODA.....	35
Ilustración 9 Resultado de encuesta- pregunta 2 .....	41
Ilustración 10 Resultado de encuesta- pregunta 3 .....	42
Ilustración 11 Resultado de encuesta- pregunta 5 .....	43
Ilustración 12 Resultado de encuesta- pregunta 6 .....	44
Ilustración 13 logo.....	50
Ilustración 14 . Microlocalización.....	56
Ilustración 15 .Diseño Externo del Centro Cultural.....	57
Ilustración 16 Diseño interior del Centro Cultural 1 .....	58
Ilustración 17 Diseño interno del Centro Cultural 2 .....	59
Ilustración 18 folleto .....	63

## **RESUMEN**

La presente investigación tiene como finalidad la implementación de un centro cultural ubicado en el cantón Milagro, provincia del Guayas para influenciar notablemente en la conservación de tradiciones folclóricas que posee el mismo.

Es importante mencionar que incluso se incluirá la participación de artistas de otras ciudades del país e internacionales; el propósito es incrementar así el conocimiento cultural del público presente mediante espectáculos de: danza, poesía, teatro, eventos musicales y culturales, exhibiciones de pinturas, entre otros.

La fuente de sustentación económica de este centro cultural será obtenida mediante la venta de las entradas para los espectáculos y de la venta de diferentes productos en el bar. Cabe recalcar que este centro cultural ofrecerá eventos enfocados en captar la atención de todo público.

**Palabras claves:** Milagro, centro cultural, tradiciones folclóricas, conservación de tradiciones, conocimiento cultural.

## **ABSTRACT**

This research details the generation of a cultural center located in the city of Milagro, in Guayas Province. The cultural center will strive to help preserve the folk traditions of Milagro.

Artists and performers from both Ecuadorian and international cities will have the opportunity to showcase their cultural traditions in the center. The objective is to increase the cultural knowledge of the audience through a variety of events such as dance, poetry, theatre, music, painting exhibits and cultural events.

The cost to maintain the cultural center will be funded through ticket sales and snack bar purchases. The cultural center provides enjoyment for people of all ages.

**Keywords:** Milagro, cultural, folkloric traditions, preservation of traditions, cultural knowledge.

## **INTRODUCCIÓN**

Ecuador es un país pluricultural y pluriétnico que a causa de los avances tecnológicos y al fenómeno de la globalización ha ido perdiendo su patrimonio intangible lo cual ha provocado la aculturación de sus pueblos.

En el cantón milagro provincia del guayas se han manifestado cambios a través de los años los cuales de alguna u otra manera han afectado a la conservación cultural del mismo, es por eso que como solución a esta problemática se ha propuesto la implementación del “Centro Cultural San Francisco de Milagro” cuya finalidad es ofrecer espacios de entretenimiento enfocados en demostrar las diferentes expresiones folclóricas del cantón.

Este proyecto también buscará incrementar el conocimiento cultural de la población participando y contribuyendo en eventos que tengan como objetivo dar a conocer las diferentes formas de expresión cultural. Cabe recalcar que este centro cultural generará fuentes de empleo para así mejorar el nivel socioeconómico del cantón Milagro.

En la actualidad se está dando mucha importancia a las propuestas de rescate cultural a nivel nacional, lo cual fue un gran incentivo para los autores durante la realización del presente proyecto.

**CAPÍTULO I**  
**ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN**

# 1. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

## 1.1 ANTECEDENTES

Milagro conocida como “Tierra Dulce” por su deliciosa piña milagreña que es la fruta que identifica a éste cantón de la provincia del Guayas, está situado a 45 km de Guayaquil, y con el pasar de los años se ha convertido en uno de los cantones de mayor progreso en la provincia, debido a su actividad comercial y agro productiva. Sin duda alguna la caña de azúcar es otro de sus símbolos agrícolas cuya producción ha contribuido al desarrollo comercial de este cantón.

Su nombre San Francisco de Milagro parte esencial de su identidad se atribuye a que en el año 1784, Don Miguel de Salcedo quien dirigía estas tierras, las cuales había obtenido por remate público, radicaba con su esposa Doña María de Salcedo quien después de un tiempo sufrió las consecuencias del ambiente y enfermó muy gravemente de fiebre que no lograba curar, pero entre los trabajadores un indio la curó con raíces de Zaragoza. Don Miguel llamo a esto un “milagro” y en agradecimiento en 1986 pidió al señor Gobernador de Guayaquil de ese entonces llamar a esta hermosa tierra SAN FRANCISCO de MILAGRO. (Gamboa, 1969)

Actualmente Milagro denominada “Jardín Tropical del Ecuador”, debido a que posee viveros que cuentan con diversidad de plantas ornamentales, sus atractivos turísticos como sus parques, complejos turísticos, estación del tren, monumentos, museo, Biblioteca Municipal, Ingenio Valdez captan la atención de sus visitantes. Su gente es luchadora y hospitalaria, y dispuesta siempre a impulsar el desarrollo del cantón.

Su cultura es un factor muy importante en este cantón y es parte primordial de su identidad, es por eso que tratan de fomentarla y difundirla para futuras generaciones, el folclore y algarabía le dan vida a sus festividades que son el 15,16 y 17 de Septiembre.

Sin embargo hoy en día Milagro no cuenta con un establecimiento propicio para el desenvolvimiento de dichas actividades, lo cual es una desventaja para el desarrollo cultural del cantón, es por eso que este proyecto se basa en rescatar la identidad y de fomentar el turismo de Milagro, implementando un centro cultural donde los artistas puedan plasmar sus presentaciones en un escenario propicio, y a su vez donde la comunidad milagreña y porque no decirlo los turistas extranjeros puedan disfrutar de éstas presentaciones de una manera segura, confortable, satisfaciendo sus necesidades, y dando a conocer el talento artístico de sus habitantes.

## **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Promover el arte y la cultura es primordial para los habitantes de un pueblo, es así que perder esta tradición sería una problemática para su entorno, ya que la cultura es parte de nuestra identidad, por eso debemos fomentarla y difundirla a futuras generaciones.

El cantón Milagro también conocido como “Jardín Tropical del Ecuador” por su diversidad de viveros de plantas ornamentales, su producción de azúcar y su piña dulce ha sido un gran representante de nuestro país, sin embargo también es rico a nivel artístico por lo que los autores de este proyecto consideran que es una necesidad realzar este aspecto que los identifica ya que contribuye al enriquecimiento cultural de nuestro país.

Según los datos del INEC, la cantidad de turistas extranjeros que ingresan al Ecuador anualmente es de 1'061.516 (INEC, 2013), tomando como referencia las últimas cifras obtenidas en el 2013; lo cual nos da a entender que los extranjeros están interesados en conocer nuestra cultura, sin embargo en el cantón Milagro no hay un ingreso significativo a la vista de turistas nacionales y peor extranjeros por que no hay espacios de entretenimiento que atraigan el interés de estos por conocer y visitar dicho cantón, y al mismo tiempo conocer sus raíces, su cultura y todo su folclore en general.

Entonces se puede decir que actualmente se ha vuelto una problemática para este cantón la falta de espacios e instalaciones donde se puedan ofrecer característicos espectáculos como son: las obras teatrales, danza, música, entre otros y que ofrezcan la seguridad y comodidad que los pobladores y turistas buscan de un sitio de entretenimiento artístico de tal magnitud; cabe recalcar que dichas instalaciones deben tener la capacidad para abarcar a la cantidad de gente que sea necesaria.

### **1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿De qué manera la implementación de un centro cultural que fomente el arte y la cultura del cantón Milagro ayudará al crecimiento de la actividad turística dentro del mismo?

### **1.4 JUSTIFICACIÓN**

Nuestro país es pluricultural, es por esto que dar a conocer el arte y la cultura es parte fundamental de nuestra identidad, potenciar la diversidad cultural, recrearla y difundirla es una manera de contribuir a nuestro desarrollo.

El cantón Milagro actualmente se encuentra en constantes cambios en los diferentes ámbitos social, económico, cultural y ambiental, es por eso que los autores de este proyecto consideran que la creación de un centro cultural sería propicio para su crecimiento turístico, considerando que milagro es el cuarto cantón más poblado de la provincia del Guayas y que gracias a la producción agrícola de la caña, azúcar, piña y viveros de plantas ornamentales es denominada “Jardín Tropical del Ecuador”.

Por experiencia personal los autores de este proyecto han considerado que Milagro no cuenta con una instalación propicia para el desarrollo de las diferentes actividades artísticas y culturales que se realizan continuamente, es así que ésta idea plasmada en la “Propuesta para la Implementación de un Centro Cultural” sería



importante para los habitantes de éste lugar, así como también para captar la atención de turistas nacionales y extranjeros que visitan éste cantón.

Con la construcción de este centro cultural los integrantes de los diferentes núcleos de artistas tendrán la oportunidad de demostrar su talento y plasmar sus presentaciones en escenario fomentando el interés a los espectadores, en un ambiente cómodo, seguro y confortable.

## **1.5 OBJETIVO GENERAL**

Realizar la propuesta de un centro cultural para el fomento de la difusión del arte y la cultura del cantón Milagro, como propuesta de fortalecimiento de la oferta turística del cantón.

## **1.6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Elaborar el diagnóstico turístico del cantón Milagro
- Realizar un estudio de mercado para analizar la necesidad de los pobladores del cantón Milagro de tener un centro cultural.
- Desarrollar la propuesta de implementación del centro cultural en el cantón Milagro.

**CAPÍTULO II**  
**MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN**

## **2. MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.1. TEORÍA GENERAL DE LOS SISTEMAS**

Ludwig Von Bertalanffy definió un sistema como: “un conjunto de elementos que son relacionados entre ellos y con el entorno” (Bertalanffy, 1976), esta teoría es aplicable al sector turístico ya que es importante que todos los elementos que forman parte de un lugar se interrelacionen como piezas fundamentales para alcanzar los objetivos en común.

### **2.2 TEORÍA DE DESARROLLO**

Existen varios autores que aseguran que el desarrollo solo se puede lograr mediante el crecimiento económico de un país ya que solo mediante éste se puede asegurar el bienestar de todos sus habitantes, sin embargo también se puede decir que el desarrollo, es la capacidad que tiene un país para ofrecer empleo a todos sus habitantes cubriendo como mínimo sus necesidades básicas.

Para comprender más lo que es el desarrollo, es importante conocer los orígenes de esta palabra, ya que según José Arocena (2002) este concepto surgió a partir del término de la segunda guerra mundial, desde que se recompuso el orden mundial; cuando se acabó el conflicto bélico, las naciones que intervinieron en esta guerra quedaron divididas en dos grupos: oriental y occidental; los cuales empezaron una etapa de reconstrucción después de haber quedado devastados por la guerra. Los demás países quedaron como “países en vía de desarrollo” “países de tercer mundo” ya que ellos deberían empezar un ciclo evolutivo teniendo como meta convertirse en sociedades industrializadas.

Celso Furtado (Furtado, 1965) asegura que el desarrollo es un proceso de cambio social por el cual un número creciente de necesidades humanas, preexistentes o creadas por el mismo cambio, se satisfacen a través de una diferenciación en el sistema productivo generado por la introducción de innovaciones tecnológicas.

## 2.3 MARCO CONCEPTUAL

**2.3.1. Atractivos:** se los considera como el origen del sistema turístico, ya que territorialmente el sistema se genera alrededor de estos, pueden ser naturales o culturales y pueden ser jerarquizados de acuerdo a su capacidad de generar una demanda o de acuerdo a su potencialidad de desarrollo. (Ricaurte, 2009)

**2.3.2. Infraestructura:** elemento del sistema turístico, apoya la oferta de servicio, se incluyen servicios básicos como agua potable y alcantarillado, pero también servicios de salud y gasolineras, aquí se identifican además los servicios de transporte, vías, terminales que permiten la llegada de la demanda. (Ricaurte, 2009)

**2.3.3. Demanda:** está compuesto de visitantes, dependiendo de su origen pueden ser internacionales o internos, hace uso de los espacios, servicios y atracciones turísticas a la vez que inyecta divisas en el destino y mantiene la dinámica del sistema. (Ricaurte, 2009)

**2.3.4. Gobernanza:** Subsistema regulador que dirige la actividad turística y sus componentes son organizaciones públicas, privadas y no gubernamentales que toman decisiones o que de alguna manera inciden en el desarrollo turístico. (Ricaurte, 2009)

**2.3.6. Oferta de Servicios:** incluye servicios turísticos como alimentación, alojamiento, esparcimiento y otros, facilita y trata de extender la estadía del visitante, también se incluye la oferta de las actividades turísticas que tiene un destino. (Ricaurte, 2009)

## 2.4. MARCO REFERENCIAL

### 2.4.1. CENTRO DE ARTE CONTEMPORÁNEO DE QUITO

Este antiguo edificio que tuvo múltiples usos desde su construcción, pero en el 2008 fue remodelado e inaugurado como “El Bicentenario” el cual posee numerosos pabellones, salas de exhibiciones, librería, nuevas tecnologías museísticas, un café, auditorio entre otros, su entrada es gratuita. (Sistema Metropolitano de Museos y Centros Culturales, 2014)



Ilustración 1. Centro de Arte Contemporáneo de Quito

Consideramos como referencia a este centro de arte ya tiene como finalidad rescatar la identidad cultural y es parte esencial para el desarrollo turístico del sector donde se encuentra.

**Fuente:** Sistema metropolitano de museos y centros culturales

### 2.4.2. CENTRO CULTURAL DE LA PUCE

Este centro cultural entró en funcionamiento desde 1997 y que a partir de 1998 ha obtenido grandes reconocimientos cada año debido a su labor cultural logrando ser uno de los más importantes del Ecuador, aquí se realizan varias actividades y gestiones culturales que están abiertas hacia todo tipo de propuestas, iniciativas y acciones culturales variadas a nivel nacional e internacional. Cabe recalcar que su entrada es gratuita. (Sistema Metropolitano de Museos y Centros Culturales, 2014).



Ilustración 2. Centro Cultural de la Puce

**Fuente:** Sistema Metropolitano De Museos Y Centro Culturales

### 2.4.3. TEATRO SÁNCHEZ AGUILAR

Ubicado en Samborondón tiene como objetivo promover la cultura y el talento nacional en todas las formas o expresiones artísticas como sea posible y así llegar al público en general promoviendo y desarrollando la creación e intercambio cultural a nivel cantonal, provincial, nacional e internacional. (Fundación Sánchez Aguilar, 2014)



Ilustración 3. Teatro Sánchez Aguilar

Fuente: Teatro Sánchez Aguilar

### 24.4. TEATRO ASU GAMMAGE

Este teatro ubicado en el estado de Arizona (USA) funciona como un anexo a la Universidad estatal de Arizona (Arizona State University), no recibe financiamiento de dicha Universidad o del Estado, sino que trabaja con un modelo de negocio auto sostenible, pero con el corazón de una organización no lucrativa, es decir que se solventa y mantiene con la venta de tickets para los diversos espectáculos que ofrece, como: shows al estilo Broadway, eventos de participación cultural, programas educativos, entre otros que tienen como objetivo fortalecer el espíritu de los grandes artistas de hoy. (Jennings-Roggensack, 2014)



Ilustración 4. Teatro Asu Gammage

Fuente: [www.asugammage.com](http://www.asugammage.com)

## **2.5 MARCO LEGAL**

Al incursionar con un proyecto de gran magnitud como es un centro cultural en el cantón Milagro es muy importante conocer las leyes que amparan el emprendimiento de dicho proyecto, el cuál incrementará y realizará las actividades de turismo cultural haciéndose conocido a nivel nacional.

### **2.5.1. CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR**

**Sección Cuarta – Cultura y Ciencia** (ASAMBLEA CONSTITUYENTE, 2008)

**Art. 21.-** Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.

**Art. 22.-** Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría.

### **2.5.2. AGENDA NACIONAL PARA LA IGUALDAD DE NACIONALIDADES Y PUEBLOS 2013 (ANINP, 2013-2017)**

#### **2.5.2.1. Identidad cultural y no discriminación**

El “Plan Plurinacional para Eliminar la Discriminación Racial y la Exclusión Étnica y Cultural 2009-2012” , se ha implementado a través del Ministerio

Coordinador de Patrimonio y la Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana, como un instrumento operativo para dar cumplimiento a normas y principios establecidos en la Constitución, cuyo objetivo es eliminar las distintas formas y prácticas sistemáticas de discriminación racial y exclusión étnico-cultural, para promover una ciudadanía plural e intercultural.

Una forma visible de racismo por parte del Estado, es el no reconocimiento ni valoración de la presencia de otras culturas e identidades. En el caso de nacionalidades y pueblos indígenas, debido a la discriminación por situación étnico-cultural, muchos han optado por la aculturación a la cultura mestiza, lo que implica la pérdida del idioma, vestido y demás expresiones culturales.

#### **2.5.2.2. Políticas y Lineamientos Estratégicos**

- Promover el respeto y reconocimiento de las culturas e identidades diversas, en las instituciones públicas del Estado Central y los GAD, para disminuir estereotipos negativos sobre las nacionalidades y pueblos.
- Impulsar programas artísticos- culturales e interculturales en los espacios públicos y privados, en coordinación con los GAD, para promover y fortalecer la producción literaria, danza, teatro y arte de las nacionalidades y pueblos.



**CAPÍTULO III**  
**METODOLOGÍA**

### **3. METODOLOGÍA**

Los métodos que se han aplicado durante la realización de este proyecto han sido en función de la tabla de los elementos que conforman el sistema turístico, por la razón que tienen como parte fundamental el desarrollo de las actividades turísticas dentro del sector y de diferentes tipos de metodologías aplicables en las bases de creación del mismo, siendo considerados como una guía para levantamiento de información.

#### **3.1. SISTEMA TURÍSTICO**

El autor Sergio Molina (2000) considera que este sistema turístico es un sistema abierto que está inserto en un entorno social, ambiental, político y económico, lo que proporciona a este proyecto una base teórica que servirá como práctica para el desarrollo de un turismo sostenible, responsable y dinámica con la comunidad.

Si se habla de enfoques del sistema turístico es importante considerar al autor Roberto Boullón (Boullón, 2006), el cual ha trabajado desde el año 1978 en un modelo de planificación físico-territorial, donde el sistema turístico “se inicia en el encuentro de la oferta con la demanda a través de un proceso de venta del producto turístico, que junto con la infraestructura forman la estructura de producción del sector” es decir que para empezar con la realización de los elementos del sistema turístico dentro de este proyecto se comenzó por conocer la demanda que tendría y la oferta que se produciría, para que junto con la correcta infraestructura del sector haga de este proyecto un medio de producción turística para el cantón Milagro.

Por otra parte Sergio Molina (2000) con una fundamentación teórica más estructurada denomina al turismo como un sistema abierto relacionado con el medio ambiente con el que establece intercambios que consisten en la importación de insumos por parte del sistema las cuales al ser procesados emergen al entorno como productos.

A continuación se expone la tabla del sistema turístico de Sergio Molina que está compuesto por 6 subsistemas que interactúan entre sí, con el fin de alcanzar un objetivo en común.

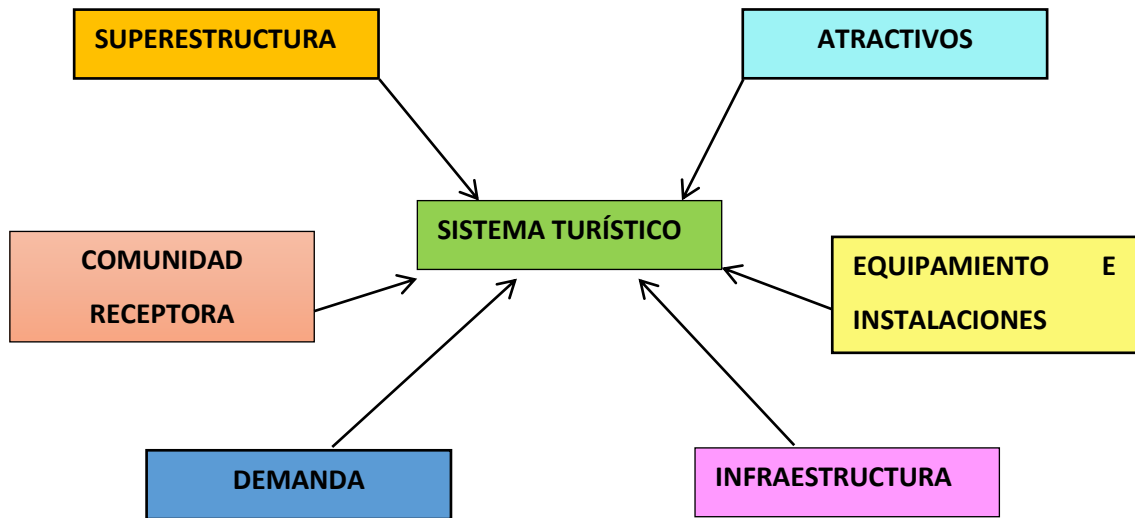


Ilustración 5. Sistema Turístico

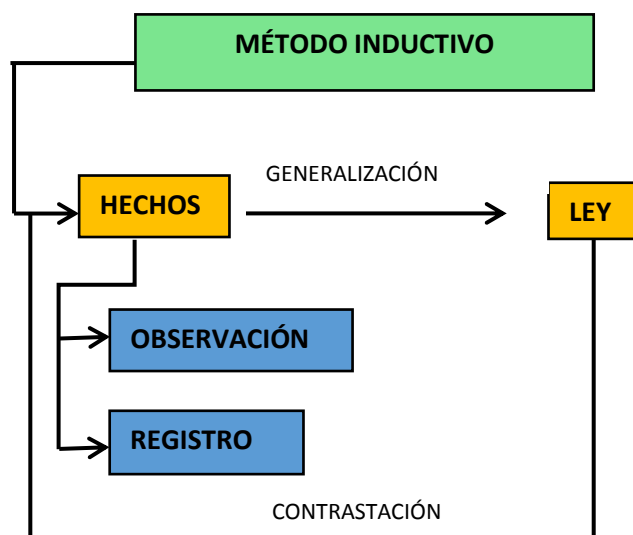
Fuente: (Molina, 2000)

### 3.2. MÉTODO INDUCTIVO

Este método creado por el filósofo inglés Francis Bacon (1561-1626) busca conseguir conclusiones de aspecto general empezando por la observación de situaciones particulares.

El método inductivo se da mediante 3 pasos:

1. Se realizará una observación y registro de los hechos.
2. Se procederá al análisis y a la clasificación de los hechos.
3. Para concluir se hará una derivación de aspecto inductivo acerca de una generalización partiendo de los hechos. (Bacon, 2011 )



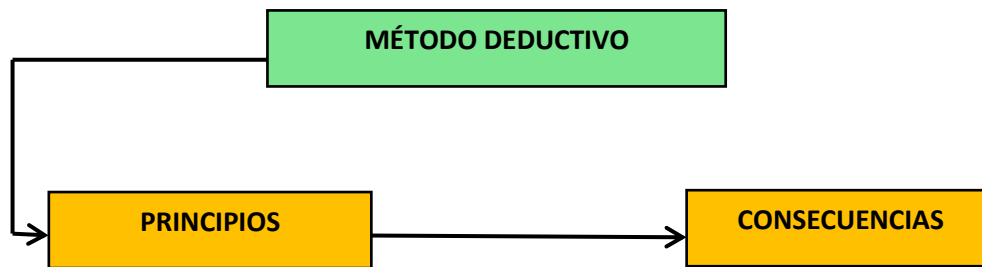
**Ilustración 6. Funcionamiento del método inductivo**

**Fuente:** (Bacon, 2011 )

La aplicación del método inductivo a este proyecto se da mediante la observación de la necesidad de los centros culturales de este tipo alrededor del mundo y posteriormente del análisis de los beneficios que han traído para los mismos. Entonces si se realiza un contraste de resultados acerca de las ventajas que estos espacios ofrecen para el turismo de ámbito cultural, se llegaría a la conclusión de que los niveles de conocimientos de arte, cultura y danza han incrementado, adjuntamente es propicio decir que la formación cultural de los residentes y turistas que visitan estos lugares también ha aumentado.

### **3.3 MÉTODO DEDUCTIVO**

Este método basado en la lógica aristotélica y utilizada por Euclides (325-265 A.C.) se fundamenta simplemente en la obtención de principios o datos generales para luego por medio de inferencias crear una teoría, es decir si los principios que se tienen son verdaderos, entonces por ende las conclusiones lo serán. (Bacon, 2011 )



**Ilustración 7. Funcionamiento del método deductivo.**

**Fuente:** (Bacon, 2011 )

A partir de estos conocimientos se puede decir que los espacios culturales son fuente de entretenimiento y rescate de identidad de los pobladores del lugar donde se encuentran ubicados, entonces cabe recalcar que el cantón Milagro es un lugar que posee mucha diversidad cultural que necesita un lugar propicio donde poder exhibir este aspecto que aunque no es muy conocido alrededor del Ecuador es muy importante para los pobladores de este lugar.

Como consecuencia un centro cultural dentro del cantón Milagro fortalecerá y expandirá las raíces culturales que este posee.

### **3.4. MÉTODO INDUCTIVO Y DEDUCTIVO: EXPLICACIÓN**

Los autores de este proyecto consideran importante el uso de ambos métodos porque se toman elementos muy particulares como son: la cultura e identidad del cantón Milagro, para generar un espacio donde la personas puedan divertirse adquiriendo conocimientos de carácter cultural, lo cual ya se ha dado en diferentes lugares alrededor del mundo, y también ya existen premisas que generan como conclusión la importancia de la creación de estos espacios.

**CAPÍTULO IV**  
**DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DEL CANTÓN MILAGRO**

## **4. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO**

### **SAN FRANCISCO DE MILAGRO**

Milagro es un lugar encantador, sin duda alguna un “Jardín Tropical del Ecuador” por sus viveros forestales, su gente cálida y hospitalaria hacen que la visita de éste cantón sea placentera e inolvidable, su deliciosa piña deleita el paladar de cada Milagreño.

La música, danza, algarabía que se vive en sus festividades las cuales se celebran el 15, 16, 17 de Septiembre, dan realce a la cultura del cantón y porque no decirlo a su identidad cultural, sus atractivos turístico son parte de su historia y hacen que esta “Tierra de las Piñas” se convierta en uno de los cantones más desarrolladas de la provincia de Guayas.

#### **4.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA**

El cantón Milagro se encuentra situado en la región centro oeste de la provincia del Guayas, su extensión es de 405,63 km<sup>2</sup> de superficie, limita al norte con Alfredo Baquerizo Moreno (Jujan) y Simón Bolívar, al sur con Yaguachi y Marcelino Maridueña, al este Simón Bolívar y Naranjito y al oeste con Yaguachi; todos los mencionados son cantones de la provincia del Guayas, al sur tiene límite natural con el Rio Chimbo. (Milagro, 2012-2027)

#### **4.2 CLIMA**

Su clima es tropical mega térmico húmedo, con temperaturas medias diarias de 25 a 27°C y precipitaciones medias anuales de 1100 a 1800 mm. (Milagro, 2012-2027)

#### **4.3 POBLACIÓN**

Total De Población: 166.634

Hombres: 83.241 equivale a un porcentaje de 49,95%

Mujeres: 83.393 equivale a un porcentaje DE 50,05% (INEC, 2010)

## 4.4 DIVISIÓN POLÍTICA CANTONAL

Se divide administrativamente por 4 parroquias cantonales

- Milagro/ creada 15 de octubre de 1842 y cabecera cantonal el 17 de septiembre de 1913
- Chobo /creada el 25 de abril de 1892
- Mariscal sucre /creada el 2 de abril de 1934
- Roberto Astudillo /creada el 21 de agosto de 1973 (Milagro, 2012-2027)

El área urbana de la ciudad en 4 parroquias:

- Chirijos
- Camilo Andrade
- Ernesto Seminario
- Enrique Valdez (Milagro, 2012-2027)

## 4.5 ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN MILAGRO

El cantón de Milagro según la clasificación de inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo tiene los siguientes:

Atractivos	Categorías	Tipos	Subtipos	Jerarquía
Museo “Julio Viteri Gamboa	Manifestaciones Culturales	Históricas	Museos	2
Fiesta de Cantonización de Milagro	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos Programados	Fiestas	3
Plaza Central de Milagro	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas artísticas y científicas.	Obras técnicas	2
Biblioteca Municipal	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas y científicas	Obras Técnicas	2
Centro Recreacional El Bosque	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas, científicas	Obras técnicas	2
Las Cataratas	Sitios Naturales	Ríos	Saltos	2
Río Milagro	Sitios Naturales	Ríos	Riachuelos, arroyo	2
Venecia Central	Sitios Naturales	Ríos	Remanso	2

Tabla 1. Atractivos Turísticos que constan en el Ministerio de Turismo

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2006)



Los autores de este proyecto consideran que el cantón Milagro tiene más atractivos los cuales captan la atención del turista y forman parte de la identidad del cantón, a continuación se mencionan en la siguiente tabla con su categoría, tipo, subtipo y jerarquía en la siguiente tabla:

Atractivos	Categorías	Tipos	Subtipos	Jerarquía
Monumento de la “Cañicultor”	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas	Escultura	2
Monumento al “Piña Luminosa”	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas	Escultura	2
Estación del Tren	Manifestaciones Culturales	Históricas	Históricos	2
Iglesia Central	Manifestaciones Culturales	Históricas	Religiosa	2
Ingenio Valdez	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas	Explotaciones agropecuarias industriales	2
Viveros	Manifestaciones Culturales	Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas	Viveros-Orquidearios	2
Zona Rosa	Manifestaciones Culturales	Acontecimientos programados	Vida nocturna	2

**Tabla 2. Atractivos Turísticos Adicionales al Inventario**

**Fuente: Autores del proyecto**

A continuación se detalla una breve descripción de atractivos más representativos del cantón:

#### **4.5.1 MONUMENTO DE LA PIÑA LUMINOSA**

La piña es la fruta icono de este cantón, su dulce sabor hace que sea un deleite en el paladar de todos los que la consumen, además es muy codiciada en otros países, por esta razón en honor a la piña milagreña se hizo un monumento que se encuentra situado en intersección de segunda avenida principales del cantón 17 de septiembre y chirijos.

Este monumento fue construido con tubos de acero inoxidable iluminados de 8 metros de largo y 4 de ancho, y 240 luces multicolores el monumento tiene estructura tridimensional. (Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial del Guayas, 2012)

#### **4.5.2 PARQUE CENTRAL “RAFAEL VALDEZ CERVANTE”**

Se encuentra ubicado en el centro de Milagro, su estructura es retro modernista, mantiene un estilo particular que conserva la identidad agrícola del cantón, para su construcción se utilizó mármol, piedras, hierro fundido, y una variedad de plantas exóticas tropicales cultivadas en los viveros de este cantón

Las áreas verdes predominan en este parque, posee una cascada artificial, 2 glorietas, 2 piletas con luces multicolores, en una de ellas se levanta un monumento a la piña milagreña. (Pinos, 2007)

#### **4.5.3 BALNEARIO LAS CATARATAS**

Se levanta en el sector “Las Maravillas” del km 3 ½ de la vía Milagro – Mariscal Sucre. Está basado, principalmente, en la infraestructura que represa las aguas provenientes del río Milagro, consta de una atractiva caída donde se aprecian la vegetación circundante y las extensas plantaciones del área, que utilizan el agua de la represa para su irrigación. (Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial del Guayas, 2012).

## 4.6 OFERTA DE SERVICIOS

Milagro ofrece servicios que hacen que la estadía del visitante sea agradable y placentera, entre estos establecimientos de alojamiento los cuales se muestran en la siguiente tabla:

NOMBRE	CATEGORÍA	TIPO
Carso Inn	Alojamiento	
Suites Don Juan		Hotel
El Nacional		
Berlín Internacional		
El Edén		
Casa Blanca		
Gold Palace		Hostal
Los Chirijos		
Kerubín		
Hostal Cristina		
Cupido Inn		
La gran Manzana		Motel
Las Galaxias		
Paris		
Eclipse		

**Tabla 3 Establecimientos de Alojamientos del Cantón Milagro**  
Fuente : Autores del Proyecto

Cabe recalcar que las instalaciones de estos lugares de alojamientos están en óptimas condiciones los precios son muy cómodos y accesibles para el turista varían entre 7 a 40 dólares por noche.

En cuanto a establecimientos de alimentación, este cantón posee una variedad de locales los cuales ofrecen gastronomía desde la tradicional hasta la comida rápida.

A continuación se detalla en la siguiente tabla:

NOMBRE	CATEGORÍA	TIPO
Ñurquita	Alimentación	Restaurante
Bonsai		
Comidas de Víctor		
Pancho León		
Junior		
la Brasa		
5 Hermanos		
Toro Asado 1		
Mi Picantería		
El Arbolito		
2 Hermanos		
Isla Oriente		
Shun Jing		
Búffallo		
Don Chava		
La Lamparilla		
la Lamparilla 2		
Colombia		
Don Milton		
El Cangrejal		
Don Jorge		
Cangrejo Chino		
Ricky deli		Establecimiento de comida rápida
KFC		
Subway		
Tom y Jerry		
La Rústika		
La Rústika 2		
D Ronald		Fuente de soda
Greend Frost		
Dulce Latte		
El Americano		
Pingüino		
Frutilandia		
Naturísimo		
El Bombón		
Don Lupa		

Tabla 4 Establecimientos de Alimentación cantón Milagro  
Fuente : Autores del Proyecto

Un lugar donde los milagreños y visitantes acuden es el **Paseo Shopping Milagro** es un centro comercial ubicado en la avenida 17 de septiembre cuenta con

36 locales comerciales, 14 islas concesionadas, 2 cajeros automáticos, patio de comida y estacionamientos. Se ha convertido en un lugar muy concurrido, de vez en cuando se realizan programas donde los visitantes puedan disfrutar y pasar un momento divertido. (EL UNIVERSO, 2004)

**Centro Comercial Milagro:** este centro comercial está situado en pleno centro de Milagro, aquí se puede adquirir todo tipo de artículos tales como: ropa, calzado, víveres etc.

Otros lugares que son muy visitados para el esparcimiento familiar son:

**Centro Recreacional el Bosque:** es un lugar donde acuden muchas familias a disfrutar de un momento de total relación posee piscinas, bar, canchas para realizar deportes como futbol, básquet, indor, etc. Es uno de los centro recreacionales más visitado del cantón.

**Centro Recreacional Oasis:** Es otro lugar muy visitado donde las familias disfrutan de un ambiente muy acogedor, posee piscina, canchas lo cual hace que sea otro de los preferidos.

También Milagro cuenta con bancos tales como:

**Banco del Pichincha, Banco del Pacífico, Banco de Machala, Banco de Guayaquil** los cuales facilitan a los milagreños en sus diligencias financieras.

Si de vida nocturna se trata el cantón Milagro tiene gran variedad de discotecas y bares que conforman su zona rosa entre los más visitado se encuentran los siguientes:

<b>NOMBRE</b>	<b>TIPO</b>
Sodia	Discoteca
Aniceto	Discoteca
El Sahara	Discoteca
karma	Discoteca
Nitro	Bar
Brazil	Karaoke

**Tabla 5 Establecimientos de Esparcimiento en cantón Milagro**

**Fuente :**

**Autores del Proyecto**

En cuanto a agencias de viajes este cantón posee varias, pero las que mas acuden los visitantes y los milagreños son: Castro Tour y Vimilsa S.A.

Otros servicios con los que cuenta el cantón tenemos los siguientes :

<b>NOMBRE</b>	<b>TIPO</b>
Créditos Económicos	Locales Comerciales
Comandato	Locales Comerciales
Tío Sam	Locales Comerciales
Pycca	Locales Comerciales
La Ganga	Locales Comerciales
Guimsa	Locales Comerciales
Artefacta	Locales Comerciales
Mi Comisariato	Híper Mercados
Ferrisariato	Híper Mercados
Akí	Súper Despensas
Devies	Súper Despensas
Cohervi	Súper Despensas
Tía	Súper Despensas
Central	Mercado
Colón	Mercado
La dolorosa	Mercado

**Tabla 6 Establecimientos Comerciales**

**Fuente : Autores del Proyecto**

## **4.7 INFRAESTRUCTURA**

### **4.7.1 AGUA POTABLE**

Según el censo de población y vivienda 2010 realizado por el INEC, el 76,50% de las viviendas se encuentran conectadas al servicio de red pública el mismo que es suministrado por el Gobierno Municipal a través de la subdirección de agua potable. De acuerdo a esta misma fuente el 21,80% de las viviendas se abastecen de agua a través de pozos.

En el área rural el 13% de las viviendas se encuentran conectadas al sistema de red pública y en el 85, 25% se provee de pozos propios, a diferencia del área urbana cuyos pozos de abastecimiento son profundos (Milagro, 2012-2027)

### **4.7.2 SISTEMA DE CAPTACIÓN Y ALMACENAMIENTO Y DISTRIBUCIÓN DE AGUA SEGURA**

Milagro se abastece actualmente de 8 pozos de capacidad media de 6.480 m<sup>3</sup> de agua por día que dan una producción total diaria de 51.839 m<sup>3</sup>, también existen 7 mini pozos de capacidad media de 309 m<sup>3</sup> por día, con una producción total de 2.160 m<sup>3</sup>.

De acuerdo a los parámetros de consumo de agua por habitante es de 150 litros, la producción actual per cápita diaria es de 404 litros, lo cual indica que la actual producción podría abastecer a una población de 360.000 habitantes, es decir 2.7 veces la producción actual. La red de distribución domiciliaria del sistema de agua segura tiene una cobertura geográfica de 72,39% del área urbana construida. (Milagro, 2012-2027)

### **4.7.3 CONECTIVIDAD ELÉCTRICA Y TELECOMUNICACIONES**

En cuanto a abastecimiento de energía eléctrica el 95.52% de las viviendas en la ciudad de Milagro cuentan con este servicio. En el caso del área rural, la cobertura es un poco menor llegando al 90.18% de viviendas con servicio.

La cobertura del servicio de telefonía fija o convencional. En la ciudad de Milagro llega al 23.09% de las viviendas, mientras que en el área rural apenas llega al 4.54% de cobertura.

Caso contrario ocurre con la telefonía móvil o celular que en la ciudad de Milagro presenta una cobertura del 79.11% de hogares en que por lo menos uno de sus miembros tiene este servicio.

En el área rural la cobertura de este servicio es del 69.97%. Sin duda alguna, en el lapso de una década, la telefonía celular desplazó a la telefonía convencional.

Otro aspecto que hay que señalar es el acceso de hogares al uso de internet. En este sentido, de acuerdo al Censo de población y vivienda 2010, los hogares con internet en la ciudad de Milagro es del 10.71%, mientras que en el área rural es del 2.70%. (Milagro, 2012-2027)

### **4.7.4 ALCANTARILLADO PLUVIAL**

Este sistema actualmente instalado tiene una cobertura geográfica de 33,87 del área construida de la ciudad, favoreciendo el 48,63% de la población urbana.



La administración municipal ha dado prioridad a este sistema ya que el cantón sufría inundaciones periódicas generando grandes pérdidas y daños tanto en las familias como infraestructura vial y de servicios urbanos. (Milagro, 2012-2027).

#### **4.7.5 VÍAS DE ACCESO**

Milagro cuenta con una red vial que soporta las actividades productivas y de movilización, en este sentido dispone de 242,73 kilómetros de vía, sin contar la red vial del ingenio Valdez y otras vías menores que sirve conectividad local, regional, nacional.

En este sentido se han categorizado las vías como:

De conexión interprovincial (nacional)

De conexión cantonal (regional)

De conexión parroquial (locales)

De conexión intra - parroquial (al interior de cada parroquia)

En Milagro el sistema de red vial tiene una extensión de 375,12 kilómetros de los cuales el 25,42 % tienen capa asfáltica, el 3,60 % son adoquinadas y el 0,57 % son de hormigón. Esto da una cobertura geográfica del 29,59 %. (Milagro, 2012-2027)

#### **4.7.6 TRANSPORTE**

Existen 17 cooperativas de transportes que dan servicio dentro como fuera del cantón y son las siguientes:

**Expreso Milagro/ Ruta Milagreña/ Ejecutivo Express:** Inician su recorrido en la parroquia Roberto Astudillo, pasando por la ciudad de Milagro y posteriormente se dirigen a Yaguachi, Durán y Guayaquil. Estas unidades son muy

confortables y ofrecen un servicio de primera, posee wi-fi, aire acondicionado. (Milagro, 2012-2027)

**Citím:** inicia su recorrido en Naranjito pasando por la parroquia Roberto Astudillo, ciudad de Milagro, Yaguachi, Durán y Guayaquil. En su retorno realiza el recorrido inverso. (Milagro, 2012-2027)

**Santa Elisa:** Inicia su recorrido en la ciudad de Milagro, pasando por Baquerizo Moreno y llega a Babahoyo. En su retorno realiza el mismo recorrido. (Milagro, 2012-2027)

**Yaguachi:** Inicia su recorrido en Milagro pasando por Yaguachi y llegando hasta Durán. En su retorno realiza el mismo recorrido. (Milagro, 2012-2027)

**Sucre Express:** inicia su recorrido en la ciudad de Cuenca, pasa por Milagro dirigiéndose a Quito. A su retorno, no pasa por Milagro. (Milagro, 2012-2027)

**Panamericana:** Inicia su recorrido en Machala, pasa por Milagro dirigiéndose a Quito. En su retorno, realiza el mismo recorrido. (Milagro, 2012-2027)

**Mariscal Sucre:** tienen tres recorridos iniciando todos ellos en la parroquia Mariscal Sucre. En el primer recorrido pasa por la ciudad de Milagro, parroquia Virgen de Fátima (Kilómetro 26), Durán y Guayaquil. Su retorno lo realiza por los mismos sitios. El segundo recorrido es hacia la cabecera cantonal de Simón Bolívar, pasando por Mata de Plátano, al regreso realiza el recorrido inverso. El tercer recorrido es desde y hacia la parroquia Lorenzo de Garaicoa. (Milagro, 2012-2027)

**Colta:** realiza el recorrido Milagro – Riobamba y viceversa. (Milagro, 2012-2027)

**Pelileo y Cevallos:** realizan el recorrido Milagro – Ambato y viceversa. (Milagro, 2012-2027)

**Marcelino Maridueña:** realiza el recorrido Milagro – Marcelino Maridueña y Viceversa. (Milagro, 2012-2027)

**Tum:** realiza el recorrido Milagro – El Triunfo y viceversa. (Milagro, 2012-2027)

**Km 26:** realiza el recorrido Milagro – Virgen de Fátima y viceversa. (Milagro, 2012-2027)

**Carrizal:** realiza el recorrido Milagro – Carrizal. Desde Carrizal realiza dos recorridos. El uno hacia Simón Bolívar y el otro, hacia los recintos la Victoria y la Aurora. (Milagro, 2012-2027)

**Barcelona:** realiza el recorrido Milagro – Barcelona, pasando por los recintos 10 de Agosto y el Nueve. (Milagro, 2012-2027)

En el área urbana existe una sola cooperativa de transporte que es “Ciudad de Milagro”. Que tiene 10 recorridos y pasan cada minuto. (Milagro, 2012-2027)

## **4.8 SALUD**

La salud es parte primordial para los habitantes del cantón Milagro cuenta con 9 unidades de salud de atención primaria: cinco en Milagro y cuatro en el área rural que la conforman Roberto Astudillo, Mariscal Sucre, Los Monos y Carrizal y en el área urbana Los Vergeles, Los Pinos, Las Piñas, 22 de Noviembre y Nuevo Milagro.

Además cuenta con un centro hospitalario en el cantón de Milagro. A más de este centro existe el hospital del Seguro Social. (Milagro, 2012-2027)

## 4.9 GOBERNANZA

La máxima autoridad administrativa del cantón es el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón San Francisco de Milagro, representado por su Alcalde. También son parte de esta gestión las entidades desconcentradas del Gobierno Central y otras instituciones y empresas del sector público. (Milagro, 2012-2027)

Así mismo tiene instituciones que rigen el turismo en el cantón tales como:

NOMBRE DE INSTITUCIÓN	TIPO	COMPETENCIAS
Ministerio de Turismo	Pública	Ejecuta programas de promoción para el desarrollo turístico del cantón Milagro.
Prefectura del Guayas	Pública	Está aportando al desarrollo turístico del cantón, dándolo a conocer con la “Ruta del Azúcar” la cual forma parte Milagro y de ésta manera ayuda a su promoción.
Cámara de Turismo del Guayas	Pública	Impulsa el desarrollo turístico del cantón Milagro.
Ministerio de Cultura y Patrimonio	Pública	Ayuda a promover y protege la diversidad de las expresiones culturales

**Tabla 7 Gobernanzas**  
**Fuente : Autores del Proyecto**

## 4.10 COMUNIDAD RECEPTORA

El cantón Milagro hoy en día se encuentra en constante desarrollo, lo cual favorece al sector turístico del mismo, por ende su comunidad está involucrada en la actividad turista, tales como restaurantes, lugares de esparcimiento, hoteles entre otros que brindan servicio a los visitantes.

La agricultura en las parroquias aledañas al cantón es un factor importante para las familias que lo ejercen, sembríos de cacao, piñas entre otros se han convertido para ellos fuente de trabajo. Son personas muy amables, aunque no

poseen capacitaciones, sin embargo son personas cuya educación es muy buena al momento de brindar un servicio.

Es considerable analizar que la población de este cantón es relativamente joven, lo cual representa el 48.67% ,la población menor de 25 años, los menores de 5 años el 9,93%, adolescentes 11,91% y adultos mayores 6.60% . (Milagro, 2012-2027)

La comunidad de este cantón es muy cultural, hoy en día existen agrupaciones los cuales se han formado con la finalidad de rescatar la identidad cultural tales como grupos de teatro, grupos folclóricos entre otros, los cuales brindan homenaje al cantón en sus fiestas el 17 de Septiembre, y en la mayoría de los eventos que se realizan durante todo el año, incentivando de esta manera a la ciudadanía milagreña el amor al arte, sin dejar de un lado los pintores que con sus cuadros muestra el talento artístico de los milagreños.

El deporte se ha convertido en un factor importante para milagreños ya que en sus tiempos libres el fútbol, indor, ciclismo son las disciplinas más practicadas en el cantón por los jóvenes y adultos; si de ejercicios fuertes se trata el crossfit es otra de las alternativas que usan los milagreños para sus tiempos libres, mientras que los adultos mayores prefieren otra disciplina como bailoterapia.

#### **4.11 ANÁLISIS FODA**

Esta herramienta ayuda a conocer el estado actual en que se encuentra la institución, para así obtener un diagnóstico que nos permita tomar decisiones con respecto a los cuatro elementos que lo conforman.

El análisis FODA identifica y analiza las fuerzas, oportunidades, debilidades y amenazas que posee la institución, así desarrollar un plan estratégico que ayude a maximizar el potencial de las ventajas que posee y minimizar las desventajas encontradas mediante este análisis. (Secretaría de salud, 2015)

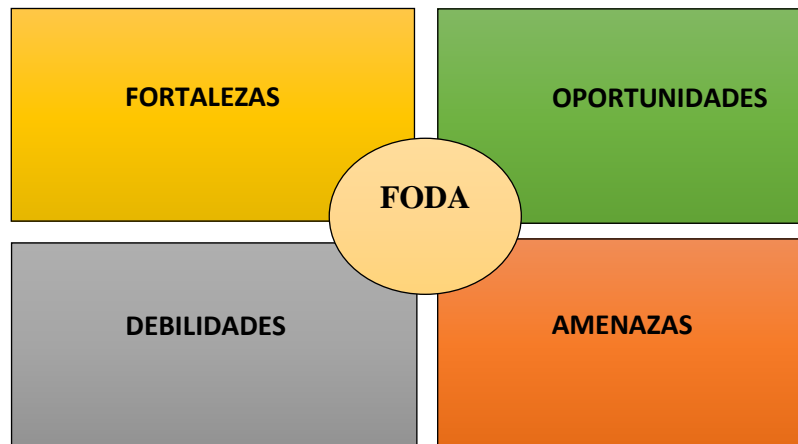


Ilustración 8. FODA

Fuente: autores del proyecto

### **FORTALEZAS**

- Las principales vías de acceso se encuentran en óptimas condiciones.
- Está posicionado en el Ecuador como la “Tierra de las Piñas”.
- Se han encontrado vestigios de la Cultura Milagro- Quevedo
- Se pueden realizar actividades de agroturismo, turismo cultural, turismo deportivo, entre otros.
- Posee industrias conocidas a nivel nacional y una a nivel internacional.
- Es un cantón productivo y fértil en cuanto a la agricultura.

### **OPORTUNIDADES**

- El Ministerio de Turismo está trabajando en campañas de promoción turística a nivel nacional e internacional.
- Existe una demanda de actividad comercial y turística
- Promociones turísticas del cantón a través de la Subsecretaría de Turismo.
- La cercanía del cantón con varias poblaciones: Marcelino Maridueña, Simón Bolívar, Yaguachi, Naranjito, entre otros. Estas poblaciones no cuentan con facilidades turísticas, ni con lugares que ofrezcan la realización de actividades de ocio y recreación.
- Que la empresa de Ferrocarriles del Ecuador promocioe al cantón Milagro como parte de la Ruta “Tren de la dulzura”.

## DEBILIDADES

- Los prestadores de servicios turísticos no han desarrollado las competencias necesarias para brindar experiencias de calidad.
- Inexistencia de inventario y de catastro turístico actualizado.
- La gran mayoría de establecimientos turísticos no se encuentran registrados, , ni existen controles periódicos de parte de los organismos pertinentes.

## AMENAZAS

- Existe un alto incremento delincriminal dentro de los buses urbanos e intercantonales.
- La población objetiva del cantón Milagro se encuentra atraída por las ofertas turísticas de otras ciudades del Ecuador.
- Las principales fuentes de promoción turística ( agencias de viajes, prensa, etc) no demuestran interés por los productos turísticos del cantón.

**CAPÍTULO V**  
**INVESTIGACIÓN DE MERCADO**



## **5. INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

Para realizar el presente proyecto de manera efectiva ha sido un estudio de mercado para conocer la necesidad en cuanto a la implementación de un “espacio cultural” que incite y promueva el desarrollo del arte en general. Para elaborar dicho estudio se tomó en consideración el uso de diferentes conocimientos y técnicas de investigación que ayudarán a la elaboración de un correcto análisis para la obtención de resultados.

### **5.2. SELECCIÓN DE LA MUESTRA**

La investigación de mercados se utiliza frecuentemente por los organismos que gestionan los destinos turísticos para identificar los tipos de clientes que pueden atraerse (demanda potencial) así como los motivos por los que otros consumidores no desean visitarlos. (Bigné, Font, & Andreu, 2000)

También afirman que “dirigirse al segmento de mercado adecuado y proveerles la combinación más adecuada de productos y servicios turísticos locales es el secreto de los destinos con éxito” (Bigné, Font, & Andreu, 2000).

A continuación se ha tomado el tipo de muestreo conocido como “muestreo probabilístico aleatorio simple”, el cual indica que cada elemento de la población tiene la probabilidad de selección conocida y equitativa. (Malhotra, 2004)

Teniendo en cuenta que un universo infinito consta con más de 100.000 unidades y aplicando un porcentaje de error del 6% se ha concluido con la decisión de realizar 100 muestras, según los datos que muestra la tabla presentada a continuación.

Tamaño de la población	Tamaño de la muestra para los márgenes de error indicados					
	- 1% +	2% +-	3% + -	4% +-	5% +-	6% +-
500	-	-	-	-	222	83
1.000	-	-	-	385	286	91
1.500	-	-	638	441	316	94
2.000	-	-	714	441	316	95
2.500	-	1.250	769	500	345	96
3.000	-	1.364	811	517	353	97
3.500	-	1.458	843	530	359	97
4.000	-	1.538	870	541	364	98
4.500	-	1.607	891	549	367	98
5.000	-	1.667	909	556	370	98
6.000	-	1.765	938	566	375	98
7.000	-	1.842	959	574	378	99
8.000	-	1.905	975	580	381	99
9.000	-	1.957	989	584	383	99
10.000	5.000	2.000	1.000	588	385	99
15.000	6.000	2.143	1.034	600	390	99
20.000	6.667	2.222	1.053	606	392	100
25.000	7.143	2.273	1.064	610	394	100
50.000	8.333	2.381	1.087	617	397	100
100.000	9.091	2.439	1.099	621	398	100
∞	10.000	25.000	1.111	625	400	100

Tabla 8. Cálculo del tamaño de una muestra según el porcentaje del error

Fuente: (Bigné, Font, & Andreu, 2000)

### 5.3. DESARROLLO DEL TRABAJO DE CAMPO

El siguiente análisis fue desarrollado dentro de la provincia del Guayas, tomando en cuenta la cantidad de encuestas que se obtuvo mediante la tabla expuesta anteriormente; dichas encuestas fueron llenadas en su totalidad por personas de diferentes géneros, nacionalidades y edades según el rango estimado para este proyecto.

Dentro de los principales encuestados se decidió elegir a los residentes de la ciudad de Guayaquil ya que es la ciudad que consta con la mayor cantidad de población dentro de la provincia del Guayas, y al cantón Milagro porque es el lugar de realización de este proyecto, el cual se beneficiará de los resultados del mismo, en cuanto al impacto que este proyecto le brindará a dicha población; incentivando así a los turistas para ejercer otro tipo de actividad enfocada a promover el turismo cultural del sector.

### 5.4. ANÁLISIS DE LA MUESTRA

A continuación se procederá a analizar el resultado de cada una de las preguntas que se tomaron en las muestras, para de esta manera conocer si existe una necesidad y al mismo tiempo visualizar la cantidad de demanda obtenida acerca de este proyecto.

Nacionalidad	Encuestados	Porcentaje
Ecuatorianos	92	92%
Norteamericanos	6	6%
Chinos	2	2%
Total	100	100%

**Tabla 9. Resultado de encuesta- pregunta 1.**

**Fuente: Autores del proyecto**

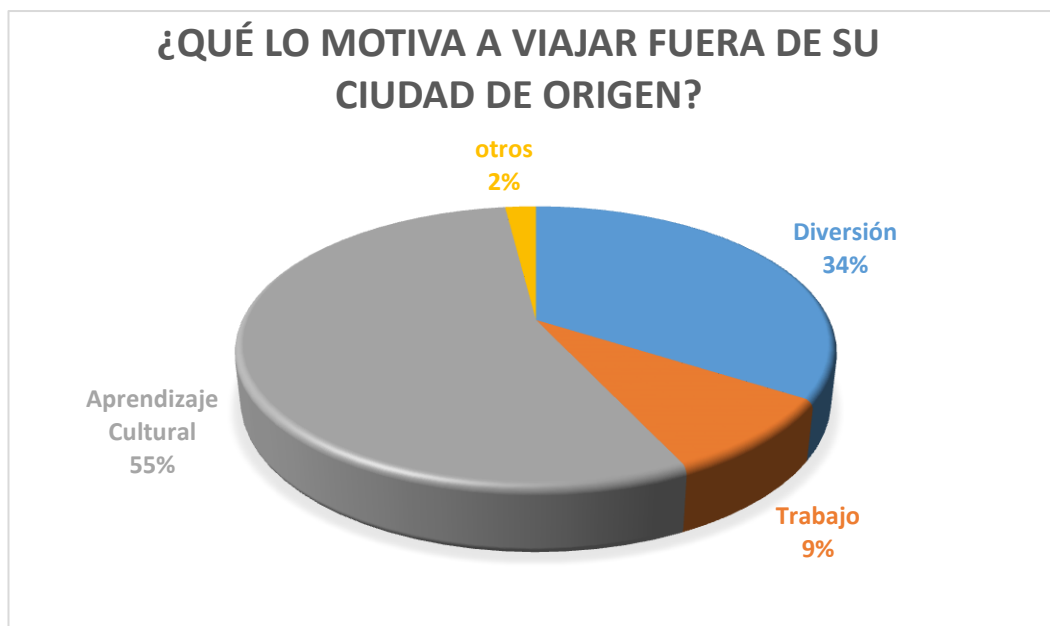
Según los resultados obtenidos el 92% de las personas encuestadas fueron ecuatorianos, el 6% fueron norteamericanos y el 2% chinos por lo que se puede apreciar la mayoría de personas interesadas en aportar sus opiniones acerca del actual proyecto son nacionales, entonces de aquí provendrá nuestra mayor demanda.



**Ilustración 9** Resultado de encuesta- pregunta 2

**Fuente:** Encuestas realizadas en la provincia del Guayas. (Enero, 2015)

En cuanto a esta pregunta podemos observar que el 51% de encuestados respondió que realizan sus viajes en familia, el 25% en grupo de amigos, el 16% con su pareja, mientras que el 8 % prefieren viajar solos, por ende se ha llegado a la conclusión que la mayor cantidad de visitantes que tendrá este proyecto serán familias que quieren enriquecer sus conocimientos culturales.



**Ilustración 10** Resultado de encuesta- pregunta 3

**Fuente:** Encuestas realizadas en la provincia del Guayas. (Enero, 2015)

En esta pregunta se puede apreciar que la mayor cantidad de personas encuestadas viaja fuera de su ciudad de origen por motivo de aprendizaje cultural, lo que es un plus positivo para este proyecto, sin embargo en segundo lugar la diversión lo cual para muchas personas significa también asistir a un espectáculo de arte, cultura, pintura entre otros que este centro cultural va a ofrecer.

Han Visitado el Cantón Milagro	Encuestados	Porcentaje
Si	57	57%
No	43	43%
Total	100	100%

**Tabla 10.** Resultado de encuesta- pregunta 4

**Fuente:** Autores del proyecto

Esta pregunta corresponde a la cantidad de personas encuestadas que alguna vez han visitado el cantón Milagro, lo que es una satisfacción poder apreciar que la mayoría de personas conocen este cantón de la provincia del Guayas, lo cual nos muestra que dicha cifra expuesta en la tabla anterior se podría incrementar de acuerdo a la publicidad que se efectúe.



**Ilustración 11 Resultado de encuesta- pregunta 5**

**Fuente:** Encuestas realizadas en la provincia del Guayas. (Enero, 2015)

De acuerdo a los resultados de la pregunta anterior se procedió a profundizar un poco más acerca de la cantidad de veces que estas personas visitan el cantón Milagro. Un 45% de personas radican en dicho cantón, el 7 % y el 5% vienen fines de semana y una vez al mes, mientras que otras personas vienen cuando la ocasión se presenta.



**Ilustración 12** Resultado de encuesta- pregunta 6

Fuente: Encuestas realizadas en la provincia del Guayas. (Enero, 2015)

De acuerdo a resultados expuestos en esta pregunta se ha llegado a la conclusión de que a la mayoría de las personas están más interesados en asistir a eventos musicales, danza y festivales, mientras que una menor cantidad les gustaría pintura, teatro, por lo que este proyecto deberá enfocarse más en satisfacer los gustos de la mayoría, sin dejar a un lado las opciones que representaron un menor porcentaje dentro de esta pregunta.

Cada que tiempo	Encuestados	Porcentaje
Fines de semana	43	43%
Mensual	19	19%
Quincenal	36	36%
Total	100	100%

**Tabla 11.** Resultado de encuesta- pregunta 7

Fuente: Autores del proyecto

En esta pregunta se puede observar con agrado la elección de la mayoría de personas encuestadas por tener a este proyecto como motivo de diversión de fin de semana, teniendo en cuenta que los fines de semana es cuando más se mueve el turismo dentro de todo el país.

Como un segundo plano está la elección de los encuestados por tener la opción de asistir quincenalmente a los eventos que este centro cultural realizará, lo que es igualmente satisfactorio conociendo que quincenalmente es cuando se generan los pagos de todas las empresas a sus colaboradores a nivel nacional.

<b>Cantidad a cancelar por entrada</b>	<b>Encuestados</b>	<b>Porcentaje</b>
5 dólares	34	34%
10 dólares	37	37%
20 dólares	16	16%
Otros	13	13%

**Tabla 12. Resultado de encuesta- pregunta 8**

**Fuente: Autores del proyecto**

Acorde a esta pregunta la mayoría de encuestados estaría dispuesto a pagar entre 5 a 10 dólares, una cifra aceptable de acuerdo a la cantidad de visitantes que se espera atraer con este proyecto.



## **5.5 CONCLUSIÓN DEL ANÁLISIS DE LAS MUESTRAS**

De acorde al resultado de las encuestas se ha concluido que la mayoría de los visitantes que este centro cultural tendrá serian familias ecuatorianas interesadas en compartir un momento divertido de aprendizaje cultural; muchas de estas familias serán residentes del cantón Milagro y otros desde diferentes ciudades de la provincia del Guayas.

Los visitantes potenciales de este proyecto desean ver espectáculos de danza, arte y festivales para lo cual se estarán presentando carteleras de actividades enfocadas a satisfacer a este tipo de público sin excluir a los que preferirían apreciar espectáculos de pintura y teatro; dichas actividades se realizarán fines de semanas, ya que es cuando se mueve la actividad del turismo alrededor del país, y quincenalmente porque es el día de pago de muchas empresas a sus colaboradores, lo que favorece la realización de este tipo de espectáculos.

Es muy importante las opiniones de las personas de acuerdo a la cantidad de dinero que estarían dispuestos a pagar por presenciar eventos de esta magnitud por lo cual se ha llegado a la conclusión de que el costo será de 5 a 10 dólares regularmente, sin embargo esta cifra podría cambiar de acuerdo a el espectáculo que se ofrecerá.

## **5.5 ENTREVISTA**

Para respaldar la realización del proyecto de implementación del centro cultural del cantón milagro, los autores de este proyecto realizaron una entrevista al Lcdo. Olmedo Segarra director del departamento de cultura del cantón milagro, el cual manifestó el entusiasmo y el gran apoyo que se tiene por conservar y dar a conocer la identidad cultural del cantón. El mismo recalcó la absoluta cooperación que tiene este departamento para buscar medios de autogestión.

**CAPÍTULO VI**  
**PROPUESTA DE INTERVENCIÓN**

## **6. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN**

### **6.1 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA**

En la actualidad la cultura juega un rol importante en el desarrollo social y turístico de los pueblos. Por tal motivo se decidió crear un “espacio cultural” que ofrezca eventos de folclore, teatro, exposiciones de pintura, danzas, música, entre otros, los cuales ayudarán a realzar el espíritu artístico de las personas que asistan a estos.

La idea comenzó por la demanda de un lugar donde los artistas del cantón Milagro tengan las facilidades necesarias para presentar sus eventos dentro de un espacio grande y cerrado, así darle un aspecto más atractivo y profesional a la vista de los espectadores, los cuáles también tendrán las comodidades necesarias para poder apreciar de dichos eventos. Dentro de este concepto de presentaciones artísticas y culturales también se incluye la participación de representantes de nivel nacional e internacional de estas ramas.

Debido a la falta de centros culturales los artistas presentan sus eventos en las calles, parques y diferentes espacios públicos creando cierta incomodidad para los transeúntes y conductores. Es importante recalcar que incluso los eventos que se realizan por el municipio del cantón Milagro se dan lugar en los espacios anteriormente nombrados y que además incluyen una poca cantidad de sillas de plástico poco seguras, las cuáles no abarcan a la cantidad de espectadores que están presentes en estos eventos, por lo cual la mayoría están parados siendo una molestia visual para los que se encuentran detrás de ellos.

Una vez explicadas las ventajas que la creación de este centro cultural ofrecerá para los artistas nacionales e internacionales, se procederá a describir las instalaciones con las que consta:

Para la comodidad de los artistas que presentarán eventos, este centro cultural tiene un amplio escenario, lo suficientemente grande para realizar presentaciones de gran magnitud lo cual incluso se creó para ser punto de inspiración para los artistas, es decir que pueden presentar eventos grandes para ocupar todo el espacio del escenario haciendo de estos shows algo mucho más significativo y emocionante para los espectadores. Hay que mencionar que el escenario tendrá su propio juego de luces y un amplio backstage en la parte posterior para el uso de los artistas.

Pensando en los visitantes se creó un área de lobby espaciosa a la entrada de este centro cultural; área que incluso puede ser bien aprovechada por los expositores de pinturas. Es decir este centro cultural no se limita a un cierto número de ramas artísticas, sino a todo tipo de eventos y exposiciones que pretendan rescatar lo que son las bases culturales y artísticas que muchas personas no conocen por lo cual se entiende que han sido poco valoradas o simplemente se han ido perdiendo con los cambios sociales y tecnológicos que se presentan en la actualidad. Dentro de esta área se añadieron los baños para caballeros y damas indispensables en cualquier edificio que ofrezca servicios de entretenimiento al público.

Luego entrando por la parte escénica de este centro cultural se aprecia un camino extenso el cuál sirve de guía para los espectadores al momento de encontrar sus asientos. Cabe recalcar que este espacio cuenta con la iluminación necesaria para que el público pueda elegir de entre los quinientos asientos que están habilitados y divididos en dos plantas, e incluso posee todas las facilidades para el ingreso de personas con discapacidades que limitan el uso normal de sus extremidades.

Este centro cultural cuenta con un área de sistemas alejado del escenario, desde el cual se puede controlar el manejo de luces, música e incluso dar anuncios breves acorde a la situación o evento.

En cuanto al origen del sustento económico de este centro cultural se ha planeado la venta de tickets para los eventos a realizar, los precios de estos varían de entre cinco a diez dólares, sin embargo el precio podría aumentar o disminuir de

acuerdo al tipo de espectáculo a presentar; además el dinero recaudado servirá para el pago del mantenimiento del lugar, el pago del personal que trabaja para darle el mejor servicio a los clientes desde el momento que entran por la puerta y también para el pago de los artistas, ya que los autores de este proyecto valoran mucho el esfuerzo que se pone al momento de crear este tipo de espectáculos que tendrán un enfoque basado en el rescate cultural y en hacer conocer por parte de los artistas la cultura de los pueblos, ciudades e incluso de otros países, lo cual debe ser recompensado económicamente, así incentivar a más personas a demostrar sus cualidades artísticas y sentirse orgullosos de esto. Entonces este centro cultural trabaja en forma de modelo de negocio auto sostenible, pero seguirá manteniendo la visión de ser una institución no lucrativa.

Los autores de este proyecto han considerado nombrar a esta edificación **“Centro Cultural San Francisco de Milagro”** en honor al nombre del cantón y su patrono San Francisco de Asís.

Este nombre le da realce a la identidad cultural de los milagreños, haciendo que se sientan identificados con el mismo.

## 6.2 LOGO



Ilustración 13 logo

Fuente: Autores del proyecto

## **6.3 DESCRIPCIÓN DEL LOGO**

Este logo es un diseño abstracto inspirado con los elementos más representativos del cantón Milagro, tales como la piña, la cual se ha tomado como base, seguida con un fondo blanco, y sobre éste estrellas y contorno verde representan los colores característicos de la bandera de este cantón., los bailarines representan las diferentes expresiones artísticas que se mostraran en este centro cultural.

## **6.4 MISIÓN Y VISIÓN DEL CENTRO CULTURAL**

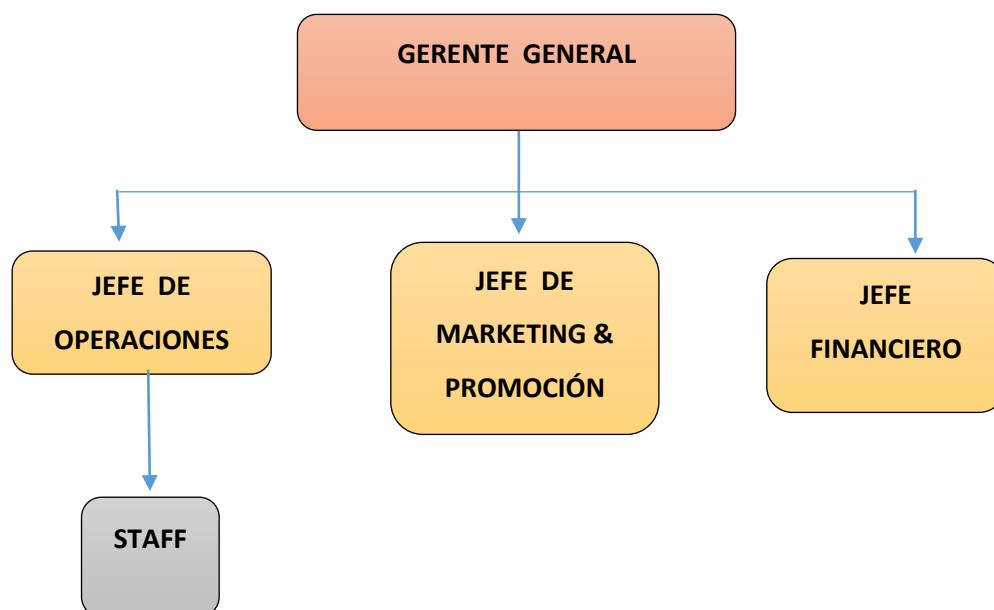
### **6.4.1 MISIÓN**

- Ofrecer un espacio de recreación donde el público puedan apreciar cómodamente del talento de artistas nacionales e internacionales dispuestos a dar a conocer sus raíces artísticas y culturales mediante eventos.
- Rescatar las bases artísticas y culturales que dan a conocer el folclore del cantón Milagro, las cuales con el pasar de las generaciones y los avances tecnológicos se han ido perdiendo.

### **6.4.2 VISIÓN**

- El centro cultural ha incentivado a las generaciones actuales al desarrollo de sus talentos, y a amar la parte artística representativa de sus pueblos mientras adquieren más conocimientos culturales mediante la misma.

## 6.5 ORGANIGRAMA



**Fuente:** Autores del proyecto

**Gerente General:** Es el encargado de controlar, organizar, planear y dirigir el funcionamiento de los procesos productivos de la institución. Al ser la máxima autoridad tiene como obligación representar al centro cultural en todos los negocios o contratos con instituciones ya sean públicas o privadas que tengan relación con los objetivos de este centro.

Es el representante legal de la institución, además convoca y preside las reuniones con la junta directiva mensualmente para conocer los logros que se han alcanzado, o aportar con las decisiones de cambio para alcanzar los objetivos propuestos.

Adicionalmente es el encargado de firmar los cheques referentes a la institución.

**Jefe de operaciones:** Es el que comparte las funciones administrativas de la institución, pero de una manera más reducida, teniendo como función: administrar y organizar las funciones diarias dentro del centro cultural, reportarle al Gerente General y a los demás miembros de la junta acerca del desempeño de la institución y tomar las decisiones finales acerca de los problemas que se dan a diario, así como de los problemas ocasionados por el desempeño del personal.

El Jefe de Operaciones tiene a su cargo la supervisión del Staff.

**Staff:** Es el área encargada de brindarle el mejor servicio al cliente desde el momento que entra por la puerta del centro cultural. La importancia del personal que trabaja en esta área es que son la cara de la institución, los cuales tienen en su mayoría comunicación directa con el espectador en todo momento comenzando por el personal encargado del recibimiento de los clientes, la boletería, la host que es la encargada de recibir a los clientes e indicarles sus asientos y el personal de limpieza.

Además en esta área se incluye al personal de sistemas los cuales son los principales responsables de que se maneje el funcionamiento de las luces y sonido de una manera adecuada.

**Jefe de marketing & promoción:** Es el encargado de promocionar e impulsar los servicios que este centro cultural ofrece hacia la sociedad. Este jefe debe tener una excelente comunicación, aparte de ciertas habilidades analíticas para así poder formular y dirigir las actividades de marketing para llegar al interés del público.

Además de ser la mente tras el marketing de la empresa, tiene como función atraer el interés de participación de instituciones, clubes y grupos teatrales nacionales



e internacionales, así poder obtener una gran variedad de espectáculos que incrementen los valores culturales, artísticos e históricos de los espectadores.

Hay que destacar que este Jefe de marketing & promoción es una persona con características especiales que sabe mucho acerca de toma de decisiones en momentos de adversidades, convirtiéndolas así en ventajas para la institución.

**Jefe Financiero:** Es el que suministra periódicamente la información contable de la institución al Gerente General, además de dar observaciones y sugerencias acerca de los resultados contables obtenidos.

Se encarga de dirigir las reuniones con el Jefe de Marketing & Promoción, al igual que con el Staff de Decoración para optimizar los recursos que serán utilizados por la institución durante los procesos que sean necesarios. Este Jefe también debe ingresar la información de los ingresos y egresos del centro cultural en una computadora, así tener un seguimiento del rendimiento de las operaciones.

## **6.6 LOCALIZACIÓN**

### **6.6.1 MACRO LOCALIZACIÓN**

El centro cultural se encuentra dentro del cantón San Francisco de Milagro provincia del Guayas, en la parte sudoeste de la República del Ecuador.

La ubicación ha sido seleccionada porque el cantón Milagro es un lugar habitado por personas alegres que disfrutan de los festivales, eventos artísticos y culturales. El mejor ejemplo de aquello se puede visualizar cada 17 de Septiembre que se celebran durante un mes las fiestas de cantonización, donde se realizan actos como: la elección de la reina de Milagro, concursos de poesía y pintura, desfiles

cívicos y militares, bailes folclóricos, entre otros que son parte de la participación voluntaria de los habitantes para conmemorar este día.

Este cantón se encuentra actualmente en proceso de crecimiento extendiéndose cada vez más hacia la parte sur, por tal motivo los autores de este proyecto conocen la influencia positiva que este proyecto dará a los pobladores de dicho cantón y también la acogida que tendrá al ser una edificación pionera en ofrecer entretenimiento artístico, cultural y sobretodo inspirador para la juventud.

Hay que tomar en cuenta que este cantón se encuentra a una hora de la ciudad de Guayaquil tomando cualquiera de estas dos vías: Durán-Yaguachi o sino Durán-Boliche, el motivo de nombrar la ventaja que tiene al estar cerca de Guayaquil es que en esta ciudad se da la mayor cantidad de actividad comercial del país, aquí se encuentra el Puerto Marítimo Simón Bolívar que es el punto más importante de entrada y salida de carga que moviliza al Ecuador y representa más del 70 % del comercio exterior ecuatoriano. (PRO ECUADOR, 2014)

El cantón Milagro también se encuentra a la pasada de dos de las mayores urbes del país como son Quito y Cuenca, siendo la ciudad de Guayaquil anteriormente nombrada la tercera de ellas. Es muy importante dar a conocer que la ciudad de Quito es sede del Gobierno central y de gran cantidad de instituciones públicas y privadas, además es uno de los sitios de mayor movimiento de turistas del país; y Cuenca es la tercera ciudad más poblada del país, además de que atrae mucho a los turistas por su riqueza cultural y colonial. (PRO ECUADOR, 2014)

## **6.6.2 MICRO LOCALIZACIÓN**

Un factor importante es el terreno en el cual se llevará a cabo este proyecto y será de 2500 m<sup>2</sup> cuya zona a edificar es de 900 m<sup>2</sup> (revisar anexo 2) y el resto para parqueos estará ubicado vía Milagro Km26, y a unos pocos km del nuevo centro

comercial terminal terrestre de Milagro, el cual favorece al sector turístico del cantón y porque no decirlo al centro cultural. otro factor a considerar son las vías de acceso, las cuales se encuentran en óptimas condiciones, el transporte público facilita la llegada al centro cultural, ya que las personas que no tengan vehículo propio podrán movilizarse por este medio ya que hace su recorrido por esta zona y es económico.

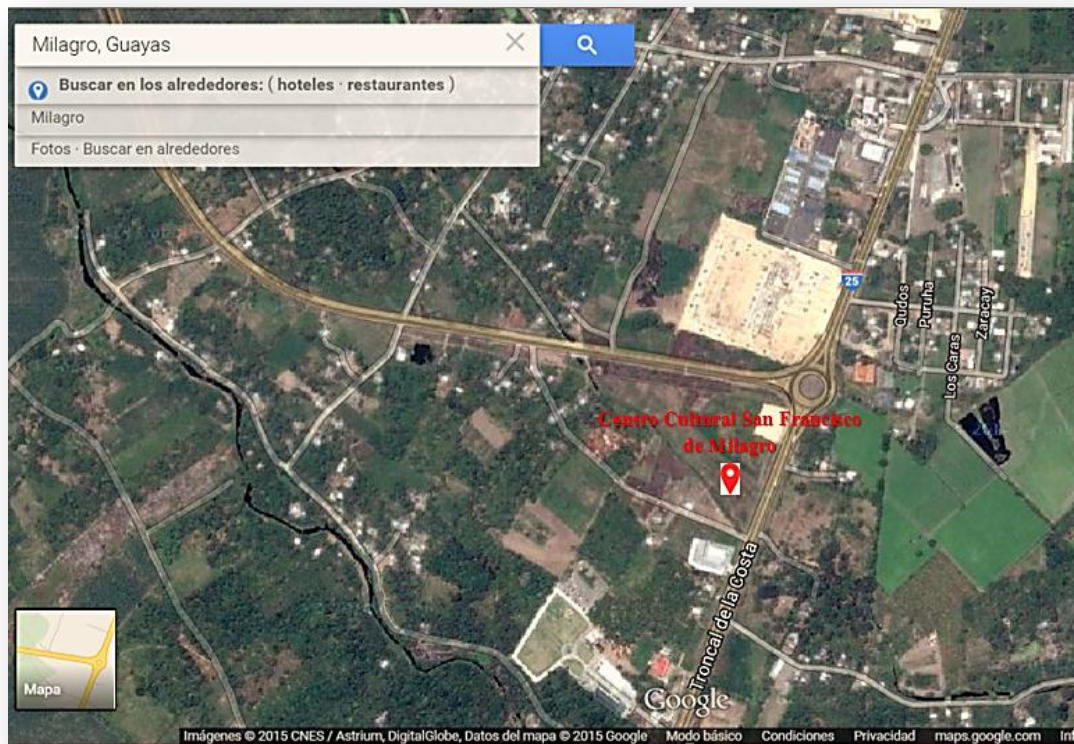


Ilustración 14 . Microlocalización

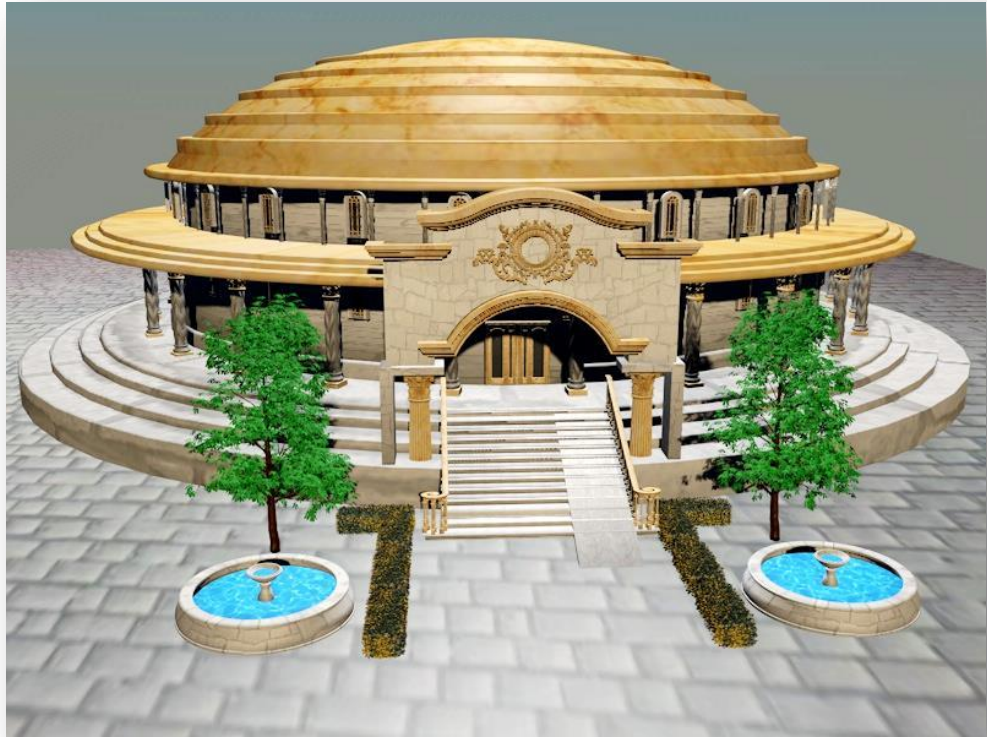
Fuente: Google Maps

## 6.7 DISTRIBUCIÓN FÍSICA DEL ESPACIO

En la figura 15, se puede apreciar la parte externa del Centro Cultural San Francisco de Milagro. Este centro cultural tiene un estilo clásico combinado con detalles inspirados en los acabados de la arquitectura greco-romana.

Como se puede apreciar las instalaciones han sido adaptadas para el fácil ingreso de personas con discapacidades, aparte de contar con áreas verdes y un par

de piletas externas a la entrada dándole un toque de elegancia y autenticidad a esta obra de arte arquitectónica.



**Ilustración 15 .Diseño Externo del Centro Cultural**

**Fuente : Autores del Proyecto**

El lobby es la carta de bienvenida para los clientes de este centro cultural, es por eso que se ha puesto gran importancia en los detalles que forman parte del mismo, desde los más simples, hasta los más extravagantes, asegurando así brindarles una experiencia diferente a los espectadores.

Como se puede apreciar en la Figura 16, se ha creado una sala de estar que cuenta con un pequeño bar que ofrece snacks y diferentes bebidas no alcohólicas, cubriendo así una de las necesidades de los espectadores, sin dejar a un lado los baños y un pequeño ascensor en medio del salón para los minusválidos.



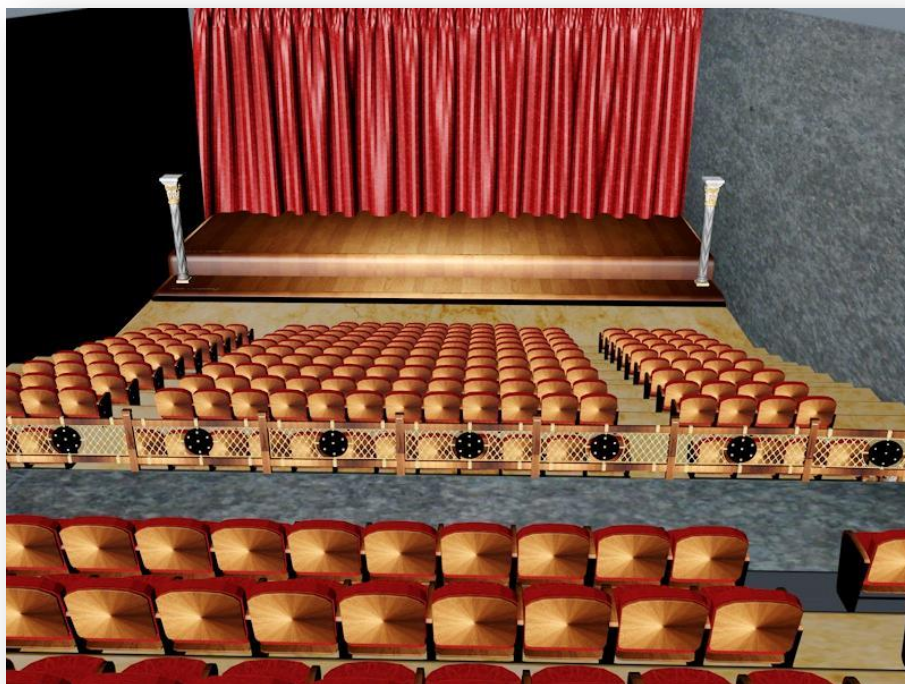
**Ilustración 16 Diseño interior del Centro Cultural 1**

**Fuente : Autores del Proyecto**

En cuanto a la parte escénica se ha creado un lugar adaptado para resistir una capacidad de carga de quinientas personas, además de contar con un escenario amplio donde se podrán presentar ambiciosas propuestas de entretenimiento cultural y artístico.

Si hablamos de los espectadores minusválidos, este centro cultural les dará la prioridad de sentarse en las sillas de arriba, las cuales están situadas alado de la puerta de entrada, evitándoles molestias al conseguir un puesto en la parte de abajo.

Detrás del telón se ha decidido crear un backstage amplio y adecuado para la comodidad de los artistas, asegurando así la perfección de los eventos.



**Ilustración 17 Diseño interno del Centro Cultural 2**

**Fuente : Autores del Proyecto**

## **6.8 HORARIOS DE ATENCIÓN**

El centro cultural San Francisco de Milagro estará a disposición del público los días martes, miércoles, jueves, viernes, sábados y domingos desde las 10 am hasta las 11pm. Los días martes y miércoles funcionarán como días de ventas de tickets, ensayos, charlas de identidad cultural que incentiven a las nuevas generaciones y eventos bajo contratación previa de instituciones que se maneje con la misma línea de servicio.

## **6.9 SERVICIOS A OFRECER**

Este centro cultural ofrecerá un servicio de primera, en el cual las personas del cantón y porque no decirlo turistas se sientan cómodos y seguros, contará con un personal bien capacitado y listo para atender todos los requerimientos del cliente, cabe recalcar que el rescate de la identidad cultural del cantón Milagro es parte

fundamental de esta propuesta de implementación, por ende se realizarán actividades culturales en los que se muestre la historia del cantón.

Así mismo se realizarán eventos jueves, viernes, sábado, y domingos, mientras que una vez al mes se realizarán charlas culturales a los estudiantes para incentivar el amor por la cultura.

Otro de los servicios que se ofrecerá será una galería de pintura la cual se encontrará en el lobby de este centro cultural, dando así la oportunidad a los artistas milagreños para expongan sus pinturas de una manera segura y en las mejores condiciones.

Al iniciar cada evento se pasará un video corto, sobre los atractivos turísticos del cantón, aportando así al desarrollo turístico del mismo e incentivando a visitar dichos lugares.

Es importante que toda la ciudadanía milagreña pueda vivir esta experiencia de presenciar eventos culturales en el cantón, es por eso que una vez al mes se realizará eventos gratuitos para que de esta manera la ciudadanía milagreña disfrute de un momento cultural familiar donde se muestre el talento local.

Milagro celebra sus fiestas en el mes de Septiembre, es por eso que para este mes se realizará un cronograma especial de actividades, tales como presentaciones de danzas, teatro, festivales de pasillos entre otros, para este se trabajará junto con el departamento de marketing para la respectiva promoción, y a su vez con el departamento de cultura del cantón.

Este centro cultural contara con parqueo y seguridad las 24 horas del día.

## **6.10 FACILIDADES TURÍSTICAS**

Es importante para la implementación de este centro cultural facilidades turísticas, que ayuden de alguna u otra manera para su promoción, incentivando así el turismo en el cantón, es por eso que mediante señaléticas turísticas y puntos de información se facilitará y proporcionará la respectiva información del mismo.

### **6.10.1 SEÑALÉTICA TURÍSTICA**

Una forma específica de la comunicación funcional, cuyo campo de acción es un dinamismo, gracias a un lenguaje que permite que la información llegue sin errores e inmediatamente al receptor, es sin duda señalética turística. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2006)

Es por eso que los autores de este proyecto consideran que es parte fundamental la señalización que permita y facilite a los turistas la ubicación de este centro cultural, estos se solicitarán al ministerio de turismo para que junto con el INEN Instituto Ecuatoriano Normativa tome en consideración y realice la respectiva aprobación del pictograma, y así poder ser ubicados en lugares estratégicos, es decir de fácil visibilidad para los conductores.

### **6.10.2 PUNTOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA**

Son muy importantes los puntos de información turística, ya que de esta manera se dará a conocer la respectiva información sobre los diferentes eventos culturales que se realizarán en este centro, cuya única finalidad es recatar y conservar la identidad cultural del cantón Milagro, y atraer el turismo en dicho cantón.

Es por eso que es necesario explicar que cada punto de información contará con sus respectivos afiches: como folletería, volantes entre otros en los que se muestre futuros eventos con sus respectivas fechas, para así, lograr con éxito su promoción y poder captar el interés de los turistas y de los mismo milagreños, también tendrá un personal capacitado para brindar el debido servicio y atender todos



requerimientos de la ciudadanía, cabe recalcar que uno de estos será ubicado en el paseo shopping milagro ya que es un lugar muy visitado por los ciudadanos del cantón, y en el nuevo centro comercial terminal terrestre del cantón ya que será un punto clave de promoción y otro estará ubicado en la ciudad de Guayaquil

## **6.11 PROMOCIÓN TURÍSTICA**

Para realizar este proyecto de la implementación de un centro cultural en el cantón milagro con éxito, es muy importante el uso de la promoción turística del mismo, es por eso se ha planeado una estrategia de marketing que sirva para llegar a todo público según lo estipulado con los rangos de edades a los que este proyecto busca atraer.

El Director de Marketing será el encargado de realizar las estrategias necesarias para atraer a los que serán el público espectador de los eventos a realizar, para esto se procederá con la creación de su propia página web, Facebook, e-mail , periódicos y folletos que serán repartidos en ciertos puntos de tránsito masivo de gente, como en los centros comerciales; además se buscará transmitir comerciales en ciertos canales de televisión nacional de acuerdo al grado de importancia del evento para la sociedad.

## **6.12 PÁGINA WEB**

Hoy en día el internet es una herramienta importante para la promoción turística, es por eso que este centro cultural tendrá su propia página web, en la que se mostrarán información básica como quienes somos, sus objetivos, instalaciones, promociones y todos los futuros eventos culturales a ofrecer, también se harán las respectivas ventas de boletos mediante este medio.

Esta página web será otra de las herramientas básicas que se usará para la promoción de este centro cultural.

## 6.13 REDES SOCIALES

Para darle más impulso al marketing de este centro cultural, se decidió crear la página de Facebook oficial del mismo, Instagram, twitter en las cuales se publicará información importante acerca de los eventos a realizarse, promociones, fotos, videos, logros, entre otros con el fin de dar conocimiento de las actividades que se efectúan a todos los seguidores de este sitio web, esperando llamar la atención de todo tipo de público y al mismo tiempo invitarlos a que vivan esta experiencia.

## 6.14 FOLLETERÍA Y VALLAS PUBLICITARIAS

Se ha considerado colocar en el cantón Milagro y Guayaquil vallas publicitarias para ayudar al turista con la ubicación del centro cultural y a su vez a la promoción del mismo, estará ubicado en sitios estratégicos como avenidas principales ya que son las más transitadas de esta manera captará la atención del turista.



Estos estarán a disposición en los puntos de información turística, ya que es otra herramienta importante para la difusión de los diferentes eventos a ofrecer.

Ilustración 18 folleto

Fuente: Autores del proyecto

## **6.15 PRENSA**

La prensa es otra herramienta importante para la promoción, es por eso que se buscará a difundir mediante medios de comunicación los diferentes eventos a realizarse de esta manera se llegará a captar la atención de la ciudadanía y porque no decirlo del turista.

## **6.16 MODELO ADMINISTRATIVO**

El centro cultural San Francisco de Milagro es una institución manejada por el GAD de dicho cantón, el cual se mantendrá bajo un modelo auto sostenible y sin fines de lucro que busca fomentar la recreación cultural, artística del público espectador, y fomentar el turismo.

Posee una estructura organizacional completa, la cual mantiene en curso toda la administración del lugar, lo que hace factible esta idea de auto sostenibilidad, ya que en cuanto al aspecto monetario se cuenta con un Gerente Financiero que tendrá como función principal sacar las ganancias recibidas durante cierto periodo de tiempo y repartirlo entre sus colaboradores, desde el Gerente General hasta el Staff de servicio al cliente de acuerdo a lo estipulado en el contrato previo.

Como se conoce en el país los pagos son mensual por lo que los mismos serán efectuados a tiempo, a excepción de que los días caigan un fin de semana, para lo cual los pagos se efectuarán el lunes de la siguiente semana.

## **6.17 CONVENIOS**

Para este centro cultural cuya única finalidad es rescatar y conservar la identidad cultural del cantón y fomentar el turismo en el mismo es esencial realizar convenios que favorezcan el funcionamiento del mismo y de la ciudadanía, es por eso que los autores de este proyecto han considerado realizar convenios con la universidad estatal del cantón milagro dándole la oportunidad a los estudiantes de turismo para que puedan realizar pasantías y de esta manera estamos aportando a su desarrollo profesional e involucrando a los milagreños en este proyecto.

También se buscará realizar convenios con el departamento de difusión cultural de la UNEMI, y porque no decirlo con cada uno de los grupos folclóricos, teatro entre otros para que muestren su talento en este centro cultural como verdaderos artistas en un escenario y con las mejores condiciones.

Se realizará convenios con operadoras turísticas, agencias de viajes entre otras y porque no decirlo Ministerio de Turismo, Prefectura de Guayas para que esta manera aporten en la promoción turística de este centro cultural.

El GAD Gobierno Autónomo Descentralizado de Milagro y el departamento de cultura del cantón, dará uso a las instalaciones del centro cultural realizando cursos vacacionales, reinados, eventos culturales entre otros.

## **6.18 PRESUPUESTO**

Para la realización de este proyecto de implementación de un centro cultural en el cantón Milagro se ha considerado una inversión inicial de **\$695,337.75** detallada a continuación en la tabla:

## INVERSIÓN INICIAL

<b>Terrenos</b>	<b>TOTAL</b>
2500 m2	\$200,000.00
	\$200,000.00
<b>Edificios</b>	
Costo de Construcción 900 m2	\$450,000.00
	\$450,000.00
<b>Suministros de Oficina</b>	
2 Esferos	\$0.50
Order book	\$2.25
Rollo de papel	\$5.00
	\$7.75
Teléfono	\$10.00
1 Calculadora Electrónica	\$35.00
	\$45.00
<b>Muebles y Enseres</b>	
Mesón de boletería	\$150.00
2 Mesa de vidrio redonda	\$400.00
2 sillones	\$250.00
500 Butacas	\$20,000.00
Luces	\$1,150.00
Alfombra 500m2	\$3,150.00
2 aire acondicionado con tuberías	\$9,500.00
2 Espejos para baños	\$80.00
4 Lavamanos y 4 sanitarios	\$300.00
Sistema de Audio	\$1,100.00
Refrigeradora	\$250.00
Microondas	\$225.00
Elevador para discapacitado	\$2,900.00
Cortinas para escenario	\$250.00
	\$39,705.00
<b>Equipos de Computación</b>	
2 computadoras	\$400.00
1 impresora copiadora	\$80.00
	\$480.00
<b>Gastos de Constitución</b>	
Planos	\$2,700.00
Tasa y permisos	\$1,500.00
Publicidad	\$900.00
	\$5,100.00
<b>Total de Inversión</b>	<b>\$695,337.75</b>

Tabla 13. Inversión Inicial

Fuente: Autores del proyecto

Esta inversión será distribuida en dos partes:

La primera mediante la contribución del GAD (Gobierno Autónomo Descentralizado) del cantón Milagro que podrá cubrir con el precio del terreno, el cual forma parte del 30 % del total de la inversión aproximadamente.

La segunda parte, es decir el 70% restante será cubierto mediante entidades públicas y privadas interesadas en aportar con el crecimiento y desarrollo turístico del cantón.

Cabe recalcar que los equipo, mueble, enseres entre otros, tienen un tiempo de vida útil, es por eso que se ha tomado en consideración detallar los valores de depreciación ya que se debe realizar cambios para que las instalaciones de este centro cultural permanezcan en óptimas condiciones.

A continuación se muestra la tabla de depreciación de bienes tangibles:

<b>TANGIBLE</b>	<b>Años de vida útil</b>	<b>Valor del bien</b>	<b>Depreciación anual</b>	<b>Depreciación mensual</b>
Edificios	20	450,000.00	22,500.00	1,875.00
Equipos de Oficina	10	45.00	4.50	0.38
Muebles y Enseres	10	39,705.00	3,970.50	330.88
Equipos de Computación	3	480.00	160.00	13.33
			<b>26,635.00</b>	<b>2,219.58</b>

**Tabla 14. Depreciación Bienes Tangibles**

**Fuente: Autores del proyecto**

En la siguiente tabla se muestra la depreciación de bienes intangibles tales como publicidad \$ 900 permisos, tasas \$ 1500, plano \$ 2700 de los cuales la suma total nos da el valor de gastos de constitución de 5100.00

## INTANGIBLE

	<b>Años de vida útil</b>	<b>Valor del bien</b>	<b>Depreciación anual</b>	<b>Depreciación mensual</b>
Gastos de Constitución	1	5,100.00	5,100.00	425.00
			5,100.00	425.00

**Tabla 15. . Depreciación Bienes Intangibles**

**Fuente: Autores del proyecto**

Parte importante de este centro cultural es el personal, es por eso que se ha asignado la respectiva remuneración de acorde al cargo a desempeñar, funciones y beneficios de ley, en el cual se ha realizado el rol de pago detallando los valores a recibir.

A continuación en la siguiente tabla 16 se muestra el rol de pago del primer año y en la tabla 17 el rol de pago del segundo año.

Cargo	Cant.	Sueldo mensual	Sueldo básico anual	Décimo tercero	Vacaciones	Fondo de reserva	Aporte patronal 12.15%	Costo total anual	Costo total mensual
Gerente General	1	\$1,100.00	\$13,200.00	\$1,100.00	\$6,600.00	\$0.00	\$1,603.80	\$22,503.80	\$1,875.32
Jefe de Operaciones	1	\$780.00	\$9,360.00	\$780.00	\$4,680.00	\$0.00	\$1,137.24	\$15,957.24	\$1,329.77
Jefe de Marketing & Promoción	1	\$780.00	\$9,360.00	\$780.00	\$4,680.00	\$0.00	\$1,137.24	\$15,957.24	\$1,329.77
Jefe Financiero	1	\$780.00	\$9,360.00	\$780.00	\$4,680.00	\$0.00	\$1,137.24	\$15,957.24	\$1,329.77
Staff	6	\$530.00	\$6,360.00	\$530.00	\$3,180.00	\$0.00	\$772.74	\$10,842.74	\$903.56
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>\$3,970.00</b>	<b>\$47,640.00</b>	<b>\$3,970.00</b>	<b>\$23,820.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$5,788.26</b>	<b>\$81,218.26</b>	<b>\$6,768.19</b>

Fuente: Autores del proyecto

Tabla 16 Rol de pago Año 1



Cargo	Cant.	Sueldo mensual	Sueldo básico anual	Décimo tercero	Vacaciones	Fondo de reserva	Aporte patronal 12.15%	Costo total anual	Costo total mensual
Gerente General	1	\$1,100.00	\$13,200.00	\$1,100.00	\$6,600.00	\$1,100.00	\$1,603.80	\$23,603.80	\$1,966.98
Jefe de Operaciones	1	\$780.00	\$9,360.00	\$780.00	\$4,680.00	\$780.00	\$1,137.24	\$16,737.24	\$1,394.77
Jefe de Marketing & Promoción	1	\$780.00	\$9,360.00	\$780.00	\$4,680.00	\$780.00	\$1,137.24	\$16,737.24	\$1,394.77
Jefe Financiero	1	\$780.00	\$9,360.00	\$780.00	\$4,680.00	\$780.00	\$1,137.24	\$16,737.24	\$1,394.77
Staff	6	\$530.00	\$6,360.00	\$530.00	\$3,180.00	\$530.00	\$772.74	\$11,372.74	\$947.73
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>\$3,970.00</b>	<b>\$47,640.00</b>	<b>\$3,970.00</b>	<b>\$23,820.00</b>	<b>\$3,970.00</b>	<b>\$5,788.26</b>	<b>\$85,188.26</b>	<b>\$7,099.02</b>

Fuente: Autores del proyecto

Tabla 17. Rol de pago Año 2

**VARIACIÓN 3.70%**

Cargo	Cant.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente general	1	\$22,503.80	\$23,603.80	\$24,477.14	\$25,382.79	\$26,321.96
Jefe de operaciones	1	\$15,957.24	\$16,737.24	\$17,356.52	\$17,998.71	\$18,664.66
Jefe de marketing & promoción	1	\$15,957.24	\$16,737.24	\$17,356.52	\$17,998.71	\$18,664.66
Jefe financiero	1	\$15,957.24	\$16,737.24	\$17,356.52	\$17,998.71	\$18,664.66
Staff	6	\$10,842.74	\$11,372.74	\$11,793.53	\$12,229.89	\$12,682.40
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>\$81,218.26</b>	<b>\$85,188.26</b>	<b>\$88,340.23</b>	<b>\$91,608.81</b>	<b>\$94,998.34</b>

**Tabla 18. Proyección Anual de Rol de pago**

**Fuente:** Autores del proyecto

En la tabla 18 se muestra una proyección anual en la cual se ha tomado una inflación del 3.70% a partir del año 3, cabe recalcar que será una empresa sin fines de lucro pero autores de este proyecto han considerado mediante este análisis financiero un crecimiento de la empresa a partir de este año.

A continuación en las siguientes tablas 19, 20, 21, 22 se detalla una proyección estimada de los ingresos mensuales del primer año, y también anuales en el cual se ha tomado un porcentaje de inflación de 3.70% y un incremento porcentual de cantidades a partir del segundo año, y en las tablas 23, 24 se detalla la proyección gastos mensuales y anuales, finalmente en la tabla 25 el flujo de caja.

## INGRESO POR VENTAS

PRODUCTO	PRECIO UNITARIO	CANTIDADES SEMANAL	TOTAL SEMANAL	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
<b>BOLETERÍA</b>															
Tickets	\$5.00	1100	\$5,500	\$22,000	\$22,000	\$22,000	\$22,000	\$22,000	\$22,000	\$22,000	\$22,000	\$22,000	\$22,000	\$22,000	\$22,000
<b>BAR</b>															
Snacks	\$0.75	100	\$75	\$300	\$300	\$300	\$300	\$300	\$300	\$300	\$300	\$300	\$300	\$300	\$300
Bocaditos	\$1.00	80	\$80	\$320	\$320	\$320	\$320	\$320	\$320	\$320	\$320	\$320	\$320	\$320	\$320
Bebidas frias	\$1.00	150	\$150	\$600	\$600	\$600	\$600	\$600	\$600	\$600	\$600	\$600	\$600	\$600	\$600
Bebidas calientes	\$1.25	70	\$88	\$350	\$350	\$350	\$350	\$350	\$350	\$350	\$350	\$350	\$350	\$350	\$350
Hot-dogs	\$2.00	500.00	\$1,000	\$4,000	\$4,000	\$4,000	\$4,000	\$4,000	\$4,000	\$4,000	\$4,000	\$4,000	\$4,000	\$4,000	\$4,000
<b>TOTAL</b>				<b>\$27,570</b>	<b>\$27,570</b>	<b>\$27,570</b>	<b>\$27,570</b>	<b>\$27,570</b>	<b>\$27,570</b>	<b>\$27,570</b>	<b>\$27,570</b>	<b>\$27,570</b>	<b>\$27,570</b>	<b>\$27,570</b>	<b>\$27,570</b>

Fuente: Autores del proyecto

Tabla 19. Ingresos

**INFLACIÓN  
PRECIO** 3.70%

**INCREMENTO  
PORCENTUAL  
CANTIDADES** 3.70%

<b>PRECIO</b>										
<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
<b>BOLETERÍA</b>										
Tickets	\$5.00	\$5.19	\$5.38	\$5.58	\$5.78	\$6.00	\$6.22	\$6.45	\$6.69	\$6.93
<b>BAR</b>										
Snacks	\$0.75	\$0.78	\$0.81	\$0.84	\$0.87	\$0.90	\$0.93	\$0.97	\$1.00	\$1.04
Bocaditos	\$1.00	\$1.04	\$1.08	\$1.12	\$1.16	\$1.20	\$1.24	\$1.29	\$1.34	\$1.39
Bebidas frías	\$1.00	\$1.04	\$1.08	\$1.12	\$1.16	\$1.20	\$1.24	\$1.29	\$1.34	\$1.39
Bebidas calientes	\$1.25	\$1.30	\$1.34	\$1.39	\$1.45	\$1.50	\$1.55	\$1.61	\$1.67	\$1.73
Hot-dogs	\$2.00	\$2.07	\$2.15	\$2.23	\$2.31	\$2.40	\$2.49	\$2.58	\$2.67	\$2.77
	\$11.00	\$11.41	\$11.83	\$12.27	\$12.72	\$13.19	\$13.68	\$14.19	\$14.71	\$15.25

Fuente: Autores del proyecto

Tabla 20. Proyección Anual de Ventas

<b>CANTIDAD</b>												
<b>Producto</b>	<b>Cantidades semanal</b>	<b>Cantidades mensual</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>	<b>Año 9</b>	<b>Año 10</b>
<b>BOLETERÍA</b>												
Tickets	1100	4400	52800	54754	56779	58880	61059	63318	65661	68090	70610	73222
<b>BAR</b>												
Snacks	100	400	4800	4978	5162	5353	5551	5756	5969	6190	6419	6657
Bocaditos	80	320	3840	3982	4129	4282	4441	4605	4775	4952	5135	5325
Bebidas frías	150	600	7200	7466	7743	8029	8326	8634	8954	9285	9629	9985
Bebidas calientes	70	280	3360	3484	3613	3747	3886	4029	4178	4333	4493	4660
Hot-dogs	500	2000	24000	24888	25809	26764	27754	28781	29846	30950	32095	33283

Fuente: Autores del proyecto

Tabla 21. Proyección Anual de Cantidades

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>BOLETERÍA</b>										
Tickets	\$ 264,000	\$ 283,897	\$ 305,294	\$ 328,304	\$ 353,048	\$379,657	\$408,271	\$439,042	\$472,133	\$507,717
<b>BAR</b>										
Snacks	\$ 3,600	\$ 3,871	\$ 4,163	\$ 4,477	\$ 4,814	\$5,177	\$5,567	\$5,987	\$6,438	\$6,923
Bocaditos	\$ 3,840	\$ 4,129	\$ 4,441	\$ 4,775	\$ 5,135	\$5,522	\$5,938	\$6,386	\$6,867	\$7,385
Bebidas frías	\$ 7,200	\$ 7,743	\$ 8,326	\$ 8,954	\$ 9,629	\$10,354	\$11,135	\$11,974	\$12,876	\$13,847
Bebidas calientes	\$ 4,200	\$ 4,517	\$ 4,857	\$ 5,223	\$ 5,617	\$6,040	\$6,495	\$6,985	\$7,511	\$8,077
Hot-dogs	\$ 48,000	\$ 51,618	\$ 55,508	\$ 59,692	\$ 64,191	\$69,029	\$74,231	\$79,826	\$85,842	\$92,312
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 330,840</b>	<b>\$ 355,775</b>	<b>\$ 382,589</b>	<b>\$ 411,425</b>	<b>\$ 442,434</b>	<b>\$475,779</b>	<b>\$511,638</b>	<b>\$550,200</b>	<b>\$591,668</b>	<b>\$636,261</b>

Fuente: Autores del proyecto

Tabla 22. Proyección Anual

**PRESUPUESTO DE GASTOS GENERALES**

DESCRIPCIÓN	CAN.	COSTO UNITARIO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
<b>Gastos de Administración</b>		<b>\$ 4,794.33</b>	<b>\$ 10,627.33</b>	<b>\$ 10,557.33</b>	<b>\$ 10,557.33</b>	<b>\$ 10,627.33</b>	<b>\$ 10,557.33</b>	<b>\$ 10,557.33</b>	<b>\$ 10,627.33</b>	<b>\$ 10,557.33</b>	<b>\$ 10,557.33</b>	<b>\$ 10,627.33</b>	<b>\$ 10,557.33</b>	<b>\$ 10,557.33</b>	<b>\$ 125,318.00</b>
Sueldo Gerente General	1	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 13,200.00
Servicios Básicos	1	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00
Sueldo Jefes	5	\$ 780.00	\$ 3,900.00	\$ 3,900.00	\$ 3,900.00	\$ 3,900.00	\$ 3,900.00	\$ 3,900.00	\$ 3,900.00	\$ 3,900.00	\$ 3,900.00	\$ 3,900.00	\$ 3,900.00	\$ 3,900.00	\$ 46,800.00
Sueldo Staff	6	\$ 530.00	\$ 3,180.00	\$ 3,180.00	\$ 3,180.00	\$ 3,180.00	\$ 3,180.00	\$ 3,180.00	\$ 3,180.00	\$ 3,180.00	\$ 3,180.00	\$ 3,180.00	\$ 3,180.00	\$ 3,180.00	\$ 38,160.00
Uniformes	10	\$ 7.00	\$ 70.00	-	-	\$ 70.00	-	-	\$ 70.00	-	-	\$ 70.00	-	-	\$ 280.00
Suministros de Oficina	1	\$ 7.75	\$ 7.75	\$ 7.75	\$ 7.75	\$ 7.75	\$ 7.75	\$ 7.75	\$ 7.75	\$ 7.75	\$ 7.75	\$ 7.75	\$ 7.75	\$ 7.75	\$ 93.00
Depreciación de Edificios	1	\$ 1,875.00	\$ 1,875.00	\$ 1,875.00	\$ 1,875.00	\$ 1,875.00	\$ 1,875.00	\$ 1,875.00	\$ 1,875.00	\$ 1,875.00	\$ 1,875.00	\$ 1,875.00	\$ 1,875.00	\$ 1,875.00	\$ 22,500.00
Depreciación de Equipos de Oficina	1	\$ 0.38	\$ 0.38	\$ 0.38	\$ 0.38	\$ 0.38	\$ 0.38	\$ 0.38	\$ 0.38	\$ 0.38	\$ 0.38	\$ 0.38	\$ 0.38	\$ 0.38	\$ 4.50
Depreciación de Muebles y Enseres	1	\$ 330.88	\$ 330.88	\$ 330.88	\$ 330.88	\$ 330.88	\$ 330.88	\$ 330.88	\$ 330.88	\$ 330.88	\$ 330.88	\$ 330.88	\$ 330.88	\$ 330.88	\$ 3,970.50
Depreciación de Equipos de Computad	1	\$ 13.33	\$ 13.33	\$ 13.33	\$ 13.33	\$ 13.33	\$ 13.33	\$ 13.33	\$ 13.33	\$ 13.33	\$ 13.33	\$ 13.33	\$ 13.33	\$ 13.33	\$ 160.00
<b>Gastos de Ventas</b>		<b>\$ 900.00</b>	<b>\$ 900.00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 900.00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 900.00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 900.00</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 3,600.00</b>
Publicidad	1	\$ 900.00	\$ 900.00			\$ 900.00			\$ 900.00			\$ 900.00			\$ 3,600.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 11,527.33</b>	<b>\$ 10,557.33</b>	<b>\$ 10,557.33</b>	<b>\$ 11,527.33</b>	<b>\$ 10,557.33</b>	<b>\$ 10,557.33</b>	<b>\$ 11,527.33</b>	<b>\$ 10,557.33</b>	<b>\$ 10,557.33</b>	<b>\$ 11,527.33</b>	<b>\$ 10,557.33</b>	<b>\$ 10,557.33</b>	<b>\$ 128,918.00</b>

Fuente: Autores del proyecto

Tabla 23. Gastos

Inflación 3.70%

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>\$128,918</b>	\$ 133,688	\$ 138,634	\$ 143,764	\$ 149,083	\$ 154,599	\$ 160,319	\$ 166,251	\$ 172,403	\$ 178,781

Tabla 24 Proyección de Gastos Anual

Fuente: Autores del proyecto

<b>Rubros</b>	<b>Actual</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>	<b>Año 9</b>	<b>Año 10</b>
Total de ingresos		\$330,840	\$355,775.08	\$382,589.49	\$411,424.88	\$442,433.56	\$475,779.34	\$511,638.35	\$550,200.02	\$591,668.04	\$636,261.47
Total Egresos		-\$128,918.00	-\$133,687.97	-\$138,634.42	-\$143,763.89	-\$149,083.16	-\$154,599.24	-\$160,319.41	-\$166,251.23	-\$172,402.52	-\$178,781.41
<b>= Flujo de Caja</b>	<b>-\$695,337.75</b>	<b>201,922</b>	<b>\$222,087.11</b>	<b>\$243,955.07</b>	<b>\$267,660.99</b>	<b>\$293,350.40</b>	<b>\$321,180.10</b>	<b>\$351,318.94</b>	<b>\$383,948.79</b>	<b>\$419,265.52</b>	<b>\$457,480.06</b>

**Tabla 25. Flujo de Caja**

Fuente: Autores del proyecto

**Inversión inicial**

**Tasa**

\$695,337.75

12%

**VAN**

**TIR**

\$947,394

35%



## CONCLUSIONES

La presente investigación mostró algunos aspectos culturales, sociales y económicos que se reflejan en las siguientes conclusiones:

Según el estudio de mercado realizado se pudo conocer la necesidad de implementar estructuras destinadas a realizar eventos culturales y artísticos, para así conservar las diferentes expresiones folclóricas que caracterizan a este cantón proveniente de la cultura Milagro – Quevedo.

Con la implementación de este centro cultural se generara fuentes de empleo empleados como para los artistas para los moradores del cantón Milagro, además de ser un aporte al conocimiento y desarrollo cultural del público en general.

Este proyecto tiene como finalidad primordial el rescate de la identidad cultural, tratando de que los ciudadanos se incentiven por el arte mediante eventos culturales los cuales se desarrollarán con las diferentes agrupaciones que existen en el cantón y porque no decirlo con artistas internacionales los cuales mostrarán su talento plasmado en escenario.

El centro cultural estará ubicado en la vía Milagro km 26, cerca del nuevo centro comercial terminal terrestre, comisión de tránsito entre otros, lo cual hace favorable el crecimiento de esta zona y por ende de este cantón.

Cabe recalcar que este centro cultural es sin fines de lucro, sin embargo los autores de este proyecto han considerado un análisis financiero en el cual la inversión inicial será de **\$695,337.75**, aunque este valor es alto, es conveniente decir que este

proyecto traerá consigo grandes cambios, no solo en el ámbito cultural sino también turístico. En conclusión este no solo será un espacio donde familias puedan disfrutar de eventos culturales, sino que también se convertirá en un sitio que atraerá a turistas beneficiando el crecimiento y desarrollo turístico del cantón.

## **RECOMENDACIONES**

- Se recomienda acudir a las instituciones gubernamentales y al GAD para que puedan ayudar mediante campañas publicitarias a que la población valore la idea de rescatar y fomentar el conocimiento folclórico del cantón, ya que mediante el paso de las generaciones se ha ido perdiendo. Es importante recalcar que las manifestaciones culturales forman parte del patrimonio intangible de los pueblos.
- Se recomienda priorizar la participación de los pobladores del cantón Milagro, para que formen parte del personal operativo del centro cultural.
- Ofrecer cada cierto tiempo espectáculos de ingreso gratuito para incentivar al público a que conozca las diferentes propuestas de entretenimiento artístico y cultural que este lugar ofrece, con el fin de que ellos adopten un nuevo estilo de vida que enriquezca sus conocimientos e incentive el amor y respeto por las tradiciones folclóricas que poseen.
- En la actualidad los avances tecnológicos son un gran apoyo publicitario, por lo que se recomienda hacer una fuerte campaña por medio de estas formas de comunicación gratuita que tienen gran alcance.

## BIBLIOGRAFÍA

- ANINP. (2013-2017). Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/09/Agenda-Nacional-para-la-igualdad-de-Nacionalidades-y-Pueblo.pdf>
- Arocena, J. (2002). *El desarrollo local un desafío contemporáneo*. Uruguay : Taurus-Universidad Católica.
- ASAMBLEA CONSTITUYENTE. (2008, 10 20). Obtenido de [http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion\\_de\\_bolsillo.pdf](http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf)
- Bacon, F. (2011 , Enero 22). *La Gran Restauración (Novum Organum)*. Madrid: Tecnos. Obtenido de [http://educativa.catedu.es/44700165/aula/archivos/repositorio/1000/1248/html/41\\_el\\_mtodo\\_inductivo\\_y\\_el\\_mtodo\\_deductivo.html](http://educativa.catedu.es/44700165/aula/archivos/repositorio/1000/1248/html/41_el_mtodo_inductivo_y_el_mtodo_deductivo.html)
- Bertalanffy, L. V. (1976). *Teoría general de los sistemas*. México: Fondo de cultura económica.
- Bigné, E., Font, X., & Andreu, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid: Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing ( ESIC).
- Boletín Turístico*. (s.f.). Obtenido de <http://boletin-turistico.com/diccionarioturismo/Diccionario-1/I/INFRAESTRUCTURA-TUR%3%8DSTICA-817/>
- Boullón, R. (2006). *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas.
- Cardosa, A. U. (2010, Septiembre 1). *Conservación y Patrimonio*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/ernestocheguevara/identidad-cultural-pdf1>
- Definición de Centro Cultural*. (2014). Obtenido de <http://definicion.de/centro-cultural/>
- Definición.de*. (s.f.). Obtenido de <http://definicion.de/pluricultural/>
- Definición.de*. (s.f.). Obtenido de <http://definicion.de/folklore/>
- EL UNIVERSO. (2004, Diciembre 12).
- Fundación Sánchez Aguilar. (2014). *Teatro Sánchez Aguilar*. Obtenido de <http://www.teatrosanchezaguilars.org/index.php/institucion/somos>
- Furtado, C. (1965). *Dialéctica del desarrollo*. México: Fondo de cultura económica.
- Gamboa, J. V. (1969). *El Niño Milagroso*. Milagro.

- Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial del Guayas. (2012, Mayo). *Guía Turística del Guayas*. Obtenido de <http://www.guayas.gob.ec/turismo/guiasturisticas/es.html>
- INEC. (2010). Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>
- INEC. (2010). *INEC-INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>
- INEC. (2013). *INEC*. Obtenido de INEC: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/?s=turistas>
- Jennings-Roggensack, C. (2014). *ASU Gammage*. Obtenido de <http://www.asugammage.com/about>
- Malhotra, N. k. (2004). *Investigacion de Mercado Un enfoque aplicado cuarta edición*. Mexico: Cámara Nacional de la industria Mexicana.
- Miguel, S., Bigné, E., J., P. L., Cuenca, A., & Miguel, M. (1997). *Investigacion de Mecados primera edición*. MC Graw Hill.
- Milagro, G. A. (2012-2027). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial GAD Canton Milagro*. Obtenido de <http://www.sni.gob.ec/planes-de-desarrollo-y-ordenamiento-territorial>
- Ministerio de Turismo. (2006). *Fichas de Inventario Turístico del Cantón Milagro*.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2006). *Manual de Señalización Turística*. Guayaquil.
- Molina, S. (2000). *Conceptualización del Turismo: Teoría general de sistemas*. México: Limusa.
- Pinos, D. V. (2007). Obtenido de <http://historiacantonmilagro.wordpress.com/el-parque-central-rafael-valdez-cervantes/>
- PRO ECUADOR. (2014). *Ministerio de Comercio Exterior*. Obtenido de Guía comercial de la República del Ecuador: [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/05/PROEC\\_GC2014\\_ECUADOR.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/05/PROEC_GC2014_ECUADOR.pdf)
- Real Academia Española* . (2001). Obtenido de <http://lema.rae.es/drae/?val=cultura>
- Real Academia Española*. (2001). Obtenido de <http://lema.rae.es/drae/srv/search?key=escenario>
- Real Academia Española*. (2001). Obtenido de <http://lema.rae.es/drae/?val=identidad>
- Ricarte, C. (2009). *Manual para Diagnóstico Turístico Local*.

*Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo.* (2014). Obtenido de <http://sni.gob.ec/planes-de-desarrollo-y-ordenamiento-territorial>

Simpson, D. (s.f.). *Internet Encyclopedia of Philosophy.* Obtenido de <http://www.iep.utm.edu/bacon/>

Sistema Metropolitano de Museos y Centros Culturales. (2014, Mayo 27). *Sistema Metropolitano de Museos y Centro Culturales.* Obtenido de <http://www.museosquito.gob.ec/index.php/component/k2/item/20-puce>

Sistema Metropolitano de Museos y Centros Culturales. (2014, Junio 03). *Sistema metropolitano de museos y centros culturales.* Obtenido de <http://www.museosquito.gob.ec/index.php/component/k2/item/28-centro-de-arte-contemporaneo>

## ANEXOS

### ANEXO 1

#### FICHA DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN PARA ANÁLISIS DE DEMANDA.

1. ¿CUÁL ES SU NACIONALIDAD?

.....

2. AL MOMENTO DE SALIR DE VIAJE QUE PREFERE :

VIAJAR SOLO  FAMILIARES

GRUPO DE AMIGOS  CON SU PAREJA

3. ¿QUÉ LO MOTIVA A VIAJAR FUERA DE SU CIUDAD DE ORIGEN?

DIVERSIÓN  TRABAJO

APRENDIZAJE CULTURAL  OTROS.....

4. ¿ALGUNA VEZ HA VISITADO EL CANTÓN MILAGRO?

Sí  No

5. SI SU RESPUESTA EN LA PREGUNTA ANTERIOR FUE SI ¿CADA QUE TIEMPO VISITA ESTE CANTÓN? CASO CONTRARIO PASAR A LA SIGUIENTE PREGUNTA.

.....

6. ¿SI SE IMPLEMENTARA UN CENTRO CULTURAL EN EL CANTÓN MILAGRO QUE TIPOS DE ESPECTÁCULOS LE GUSTARÍA OBSERVAR?

DANZA  FESTIVALES

MÚSICA  EXPOSICIONES DE PINTURA

TEATRO

OTRAS ACTIVIDADES, MENCIONÉLAS.....

7. ¿CADA QUE TIEMPO LE GUSTARÍA QUE SE REALICEN?

FINES DE SEMANA

MENSUAL

QUINCENAL

8. ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR LA ENTRADA?

5 DÓLARES

20 DÓLARES

10 DÓLARES

OTROS

## ANEXO 2

### FOTO DEL TERRENO DONDE SE UBICARÁ EL CENTRO CULTURAL



Fuente: Autores del proyecto