JUNIO 2018 - ISSN: 1988-7833

ELABORACIÓN DE UN PLAN PROMOCIONAL PARA DIFUNDIR LA CULTURA DE LOS HABITANTES DE LA CIUDAD DE MILAGRO MEDIANTE EL MARKETING SOCIAL

Phd. Felix Enrique Villegas Yagual Mae
Docente Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales
Universidad Estatal de Milagro
ing_enriquevillegas@hotmail.com
Nombres: Felix Enrique Villegas Yagual; Nacido En: Milagro-Guayas-Ecuador Estudios Realizados:1.- Universidad De Guayaquil -Ingeniero Comercial 85-86 -Licenciado En Educación Especialización Informática 1999; 2.- Universidad Agraria Del Ecuador-Maestría En Educación Superior 2002, 3.- Universidad Tecnologica Empresarial Gquil.-Magíster Administración Y Dirección De Empresas 2008. 4.- Universidad Nacional San Marcos De Lima-Doctorado En Ciencias Administrativas, Experiencia Docente: Catedratico De La Universidad Estatal De Milagro.

Econ. Carlos Roberto Ochoa Gonzales Mae
Docente Facultad De Ciencias Administrativas Y Comerciales
Universidad Estatal De Milagro
Croberto1101@Hotmail.Com
Nombres: Carlos Roberto Ochoa Gonazales; Nacido En: Milagro-Guayas-Ecuador Estudios Realizados:1.- Espol De Guayaquil -Economista 2.- Universidad Tecnologica Empresarial Gquil.-Magíster Administración Y Dirección De Empresas 2008. 3.- Diplomado En Curriculo Por Competencia En La Utb, Experiencia Docente: Catedratico De La Universidad Estatal De Milagro.

Mae Hugo Efrain Hidalgo Hidalgo Msc.
Docente Facultad De Ciencias Administrativas Y Comerciales
Universidad Estatal De Milagro
Hhidalgo21_@Hotmail.Com
Nombres: Hugo Efrain Hidalgo Hidalgo; Nacido En: Milagro-Guayas-Ecuador Estudios Realizados:1.- Universidad De Guayaquil -Licenciado En Educación Especialización Historia Y Geografía 1985; 2.- Universidad Tecnologica Empresarial Gquil.-Magíster Administración Y Dirección De Empresas 2008. 3.-Master - Diplomado En Diseño Curricular Universidad De Guayaquil 2012, Experiencia Docente: Catedratico De La Universidad Estatal De Milagro Y Docente U. E. Jose Maria Velasco Ibarra Desde 1987. Ex – Rector U.E. Jose Maria Velasco Ibarra 2012 - 2013

Evelyn Alexandra Contreras Pisco
Facultad De Ciencias Administrativas Y Comerciales Unemi
Contreras.Eva-13@Hotmail.Com
Estudios Realizados: 1.- Universidad Estatal De Milagro -Ingeniera En Marketing 5 Semestre 2017-2018

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Félix Enrique Villegas Yagual, Carlos Roberto Ochoa Gonzales, Hugo Efraín Hidalgo Hidalgo y Evelyn Alexandra Contreras Pisco (2018): “Elaboración de un plan promocional para difundir la cultura de los habitantes de la ciudad de Milagro mediante el marketing social”, Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales, (junio 2018). En línea:
https://www.eumed.net/rev/cccss/2018/06/plan-difundir-cultura.html

RESUMEN

La creación de este proyecto es tratar de que los ciudadanos conozcan más de este Cantón, sus creencias y todo lo relacionado a la cultura para así llegar a los diferentes cantones de la provincia del Guayas, para poder contar con un mayor turismo y así mejorar la economía de nuestra cantón, ya que en la actualidad hay falencias ante la publicidad del patrimonio cultural de Milagro. Mediante el marketing social se podría promocionar su cultura. Hoy en día se atraviesa una serie de cambios de tipo demográfico y social, que modifican las costumbres, intereses, ritmos y expectativas de vida. Una muestra clara de este cambio la dan las nuevas preferencias hacia modas ajenas a cada cultura, pero esto no quiere decir que su gente y sus visitantes tengan que olvidar sus tradiciones ancestrales que han sobrevivido años y que han pasado de generación en generación Si bien es cierto, en los últimos años nuestra ciudad ha sido beneficiada con la creación de lugares recreacionales y un centro comercial, quienes brindan la oportunidad de disfrutar momentos agradables junto con familiares y amigos, sin embargo, éstos no cuentan con un lugar donde se pueda apreciar y adquirir un recuerdo que identifique a la ciudad; provocando perdida de interés por difundir la propia cultura. Este trabajo de investigación, contribuirá a generar ingresos y empleo para la población local, prevalecerá las costumbres e identidad del Cantón, los visitantes podrán adquirir y llevar un recuerdo que muestre la originalidad milagreña, de esta manera se aportará a las demás generaciones la idea de mantener viva la tradición que regula y moldea la conducta humana de la ciudadanía

Palabras Claves: Marketing Social, Patrimonio, Identidad Cultural, Promocionar,

Abstract

The creation of this project is to try to get citizens to know more about this canton, their beliefs and everything related to culture in order to reach the different cantons of the province of Guayas, in order to have more tourism and improve the Economy of our canton, since at present there are shortcomings before the advertising of the cultural heritage of Milagro. Through social marketing you could promote your culture. Today it is a series of changes of demographic and social type, that modifies the customs, interests, rhythms and expectations of life. A clear sign of this shift from new preferences to non-culture fashions, but it is not to say that people and their children forget their ancestral traditions that have survived for years and have passed generation and generation While it is true, in recent years our city has been benefited by the creation of recreational places and a shopping center, who offer the opportunity to enjoy pleasant moments together with family and friends, however, do not have a place where you can To appreciate Acquire a memory that identifies the city; Causing loss of interest in disseminating one's culture. This research work, which contributes to generate income and employment for the local population, will prevail the customs

and identity of the Canton, visitors will acquire and carry a memory that shows the miraculous originality, in this way will contribute to the other generations the idea of Keeping alive the tradition that regulates and shapes the human behavior of citizens

Introducción

En el Cantón Milagro al igual que en el resto de ciudades donde existen diversos patrimonios culturales parece ser que ocurren dificultades que se pueden solucionar descubriéndolas, investigándolas y buscando una alternativa viable. Este trabajo de investigación permitirá diagnosticar por qué razón el Cantón Milagro cuenta con un bajo impacto del marketing social.

La creación de este proyecto tiene como fin mejorar la actividad que de intermedio tiene el marketing social gracias a dicho proyecto ya mencionado nuestro Cantón podrá contar con un mayor turismo y por ende mayores ingresos para beneficio de la economía de todos los Milagreños.

Se propone un plan promocional lo cual nos permitirá mejorar o terminar con las falencias que tiene en la actualidad esta actividad de publicidad del patrimonio y la identidad cultural que de no valorarse perjudicaría al Cantón y a sus habitantes, además nos permitirá descubrir el problema plantearlo y encontrar los conflictos que los provoca.

El Marketing Social nos ayudaría para promocionar el Cantón y poder plantear una propuesta con el fin de que la ciudadanía tenga una nueva visión de nuestro Cantón, ya que ha Milagro todavía lo catalogan como un pueblo, y no hay promoción de su cultura por parte de la ciudadanía y sus autoridades principales.

Es necesario promocionar el atractivo turístico cultural, porque posee una riqueza prehistórica. Para esto es necesario el tomar medidas en cuanto al fortalecimiento y difusión de la cultura, conociendo sobre el Cantón, relacionar la cultura con la consecución del Buen Vivir Milagreño, realizar un aporte social en cuanto a la publicidad y mantenimiento de su historia, costumbres y tradiciones.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Cantón Milagro, se encuentra incluido en un corredor importante de historias, posee una riqueza cultural dominante que es parte de un potencial turístico, estos recursos deben ser aprovechados en la actualidad y deben de servir en el desarrollo sustentable del cantón.

Milagro al igual que en el resto de ciudades de nuestro país, cuenta con identidad y cultural pero es lamentable observar como este va desapareciendo.

Una de las principales causas es que se ve el marketing tan solo comercial y no como debería realmente exponérselo como marketing social al que hace referente al estudio de nuestra propia cultura como creencias, necesidades e ideologías de la sociedad que al parecer existen varias dificultades que se pueden solucionar descubriendo, investigando y buscando una alternativa viable para la mejora de nuestra ciudad.

El Marketing Social es el uso de técnicas comerciales para poder analizar, ejecutar, evaluar y plantear programas o propuestas con el objetivo de mejorar el bienestar personal o el de la sociedad. En si su función es de crear un producto o servicio social que cubra una necesidad que no está siendo satisfecha.

La promoción del Cantón Milagro es escasa, convirtiéndose en la baja publicidad del patrimonio cultural que influye en un problema social para la ciudad, lo cual ha provocado que se presente una pérdida de economía.

Justificación.

La investigación de esta Problemática se realizara con dirección al Marketing Social del Cantón Milagro, en específico, a la promoción de dicho Cantón debido a su bajo índice de culturalización que se puede evidenciar a causa de los cambios que se han venido dando a través de los años y cada vez debido al frágil interés por los gobernantes de ofertar nuestra cultura y así mismo por los habitantes de ilustrarse acerca de ello con una tendencia que ponen en riesgo la permanencia de nuestro patrimonio.

Es importante realizarlo porque su patrimonio se está desapareciendo. Es necesario dar a conocer a nuestra bella ciudad su turismo, comida, tradiciones.

Podemos contar con información, imágenes, periódicos, libros y entrevistas y asesorías con respecto al tema y así dar a conocer este proyecto. Si es posible llevarlo a cabo porque no requiere mucho dinero y tiempo se requiere atención y concentración. Fomentar la cultura en los habitantes de la cuidad a través de las escuelas, colegios, universidades, municipio. Impulsar a que las personas se interesen a conocer los atributos que tiene la ciudad. Fomentar al ciudadano un pensamiento de pertenencia a su tierra. Atender lugares recreacionales abandonados. Controlar, vigilar que exista la seguridad en la cuidad de Milagro

El beneficiario directo es nuestro cantón Milagro porque a base de esto se puede dar a conocer nuestro patrimonio cultural, turismo entre otros y así mejorar como cantón para poder atraer a las personas de otros lugares para que conozcan mucho más de las costumbres y tradiciones. Mientras que los comerciantes serían unos de los beneficiarios ya que se pueden beneficiar por el

turismo que se puede llegar a tener, generando más recursos económicos pero también brindando más empleos.

Objetivo General de la investigación

Analizar el impacto del Marketing Social basada en la cultura de los habitantes de la cuidad de Milagro

Objetivos Específicos de la investigación

1. Determinar las Promociones existentes en el Cantón Milagro.

2. Establecer el impacto del Marketing Social mediante entrevista expertos.

3. Aportar con la Promoción del Cantón Milagro mediante el Marketing social.

Formulación del Problema

¿De qué manera impacta el **Marketing Social** en la promoción cultural del Cantón Milagro de la Provincia del Guayas en el 2017?

Preguntas de investigación.

1. ¿Cómo afecta no conocer la cultura del Cantón Milagro?

2. ¿De qué forma incide el Marketing Social en la promoción del Cantón Milagro?

3. ¿Por qué es importante conocer de qué manera impacta el Marketing?

Hipótesis.

¿De qué manera impacta el Marketing Social en la promoción del Cantón Milagro de la Provincia del Guayas en el 2017?

ANTECEDENTES

San Francisco de Milagro o simplemente Milagro, es una ciudad de la provincia del Guayas de la República del Ecuador. Está situada al sudoeste del país, a 35 kilómetros de Guayaquil, a la orilla derecha del rio Milagro, forma parte de la división política del Ecuador, desde el 17 de septiembre de 1913, cuando se convirtió en Cantón.

El Cantón Milagro está dividido en cuatro parroquias urbanas: Parroquia Camilo Andrade, con sus barrios centrales, La Granja y Banco de la Vivienda. Parroquia Chirijo, con sus barrios Seguro Social, Chirijos Paraíso y Apolo. Parroquia Enrique Valdez, con sus barrios Valdez, Rosa maría, San Francisco Dager, Bellavista y

Berlín Oeste. Parroquia Ernesto Seminario, con sus barrios Nuevo Milagro, San Miguel, El Porvenir, Berlín Este y Vía Panigón.

Paralelamente con el crecimiento poblacional y urbanístico de Milagro ya en escala ascendente y pasos acelerados el desarrollo del comercio, la industria y la agricultura en sus predios cercanos. Además es una de las más importantes del litoral ecuatoriana, se halla asentada en tres haciendas convergentes Valdez Milagro y San Miguel. En la cuidad de Milagro, es de admitir su crecimiento poblacional, y una serie de ciudadelas que adornan y completan el marco atractivo de urbe progresiva

A pesar de toda su riqueza y cultura en Milagro no se ha evidenciado un cambio en su potencia turística el cual se nota un desinterés total por el conocimiento

Los Milagreños se caracteriza como personas emprendedoras, trabajadoras, con gran carisma y amigables, tratamos de ser lo más hospitalarios posible para que las personas que nos visiten se sientan satisfechas de haber llegado a esta ciudad tan dulce y especial.

El ministerio de turismo impulsa a la ciudad, proporcionando el turismo como un eje estratégico para que la ciudad pueda desarrollarse, uno de los atractivos turísticos más visitados tenemos las cataratas la cual antes era tan solo una represa, hoy en día gracias al apoyo del ministerio de turismo tenemos una represa más atractiva para el visitante donde existen muchos lugares donde se puede disfrutar de la comida típica del cantón, hasta discotecas.

Monumento a la Piña: Se encuentra ubicado en la intercepción de las avenidas 17 de septiembre y Chirijos, es una composición metálica con 240 luces.

Centros Recreativos: Milagro Posee gran diversidad de atractivos Turísticos que ofrecen eco-turismo y gastronomía, los más conocidos son los Centros Recreativos que ofrecen a sus visitantes infinidad de alternativas para su diversión, entre los más destacados encontramos los siguientes:

Complejo El Bosque: Ubicado en el sector Banco de Arena, en el Km. 2,5 vía a Naranjito.

Complejo Turístico Visaltur: Ubicado en la ciudadela San Francisco calles Tarqui y Paraguay.

Complejo Turístico "las Cataratas": El balneario Las Cataratas, ubicado en el km 3,5 de la vía Milagro-Mariscal Sucre. Cada semana, centenares de personas acuden a este lugar que ofrece además del río y las cascadas artificiales, gran variedad de comidas típicas, cabañas, pistas de baile, billar, canchas deportivas.

(K. REINA, 2011)

Antecedentes referenciales

- **En Milagro se realizó un gran festival cultural en el Parque Central**

El romance cantado, lo nacional bailado, la leyenda montubia actuada y el ritmo urbano en escena fueron matices de una noche de brillo del talento artístico milagreño durante el desarrollo del segundo Jueves Cultural y el primero de 2016, organizado por el Municipio a través de la Jefatura de Cultura. Desde la glorieta del Parque Central como escenario, María José Domínguez cantó temas pasionales y puso a delirar a todo un público que llenó el lugar y que disfrutó de la voz de la joven intérprete. Luego llegó el folclor nacional, que fue lo que más gustó a los milagreños. Los habitantes de la urbe se mostraron satisfechos. (TELÉGRAFO, 2016)

- **Actividades culturales por festividades septembrinas**

La Expo Feria Educativa-Cultural-Arqueológica y Antropológica MILAGRO-MEMORIA que ofreció el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Milagro a la comunidad, lleno las expectativas de los asistentes que colmaron las instalaciones del salón de la ciudad.

Obras de teatro, danza folclórica, poesía, exposición de muestras arqueológicas y un homenaje al Insigne Maestro JORGE BORJA FULLER fueron los matices de un programa que se encargó de elogiar a la tierra más dulce del Ecuador. En el prólogo del acto se proyectó un Video de la biografía del maestro Jorge Borja Fuller seguidamente la Alcaldesa del cantón, Econ. Denisse Robles Andrade entregó a un familiar del educador una placa de reconocimiento.

La lirica tuvo su espacio con la Poesía A Milagro interpretada por una representante de la escuela Victoria Macías de Acuña. Los maestros que participaron de las jornadas pedagógicas que ofreció el GADM de Milagro deleitaron a los presentes con las coreografías: Danza de las Alfarerias, San Francisco de Milagro, Por algo me ha de recordar, Tradiciones de mi Pueblo “MI ECUADOR” al igual que el Grupo de Danza Caranqui con la obra El Zafrero. Finalmente un elenco de actores locales ofreció la obra teatral: EL ORIGEN DEL NOMBRE DE LA CIUDAD SAN FRANCISCO DE MILAGRO y la comedia La coqueta Alegría. El evento fue calificado como un éxito por los presentes y quedó el compromiso de la Alcaldesa de seguir apoyando eventos de esta naturaleza, tal y como lo viene haciendo su gobierno desde la Dirección de Acción Social. Hay que destacar que algunas instituciones y organizaciones se han hecho eco de las actividades culturales en nuestra ciudad, para ello también tenemos hoy en la noche se efectuará la elección Reina de Zafreros 2014 en el coliseo Edmundo Valdez a partir de las 21H00. (MILAGRO, 2014)

- **Diseño de una empresa promotora de eventos culturales para promover el desarrollo turismo e intercultural de los pobladores de las parroquias urbanas del cantón Milagro**

Un punto altamente preocupante es el tema del desconocimiento de la interculturalidad o diversidad de cultural de la que está compuesta la cuidad de Milagro. Otro punto álgido que no puede soslayarse es el de aculturación y lo que está provocando en la patria grande (Ecuador), en el macro universo; y la Patria chica (Milagro) en el micro; porque al no conocer bien un su propia cultura o culturas hay un tácito rompiendo con la identidad, ya que no se la entiende, no se la defiende, y al final ya casi su significado, hasta el grado de parecer un tema sin importar. Sin duda alguna después de la investigación, los puntos antes mencionados vienen a ser, los elementos que componen las respuestas fundamentales a las preguntas que se hacen respecto del escaso desarrollo del Turismo en el cantón Milagro y sus zonas de influencia. Pero no termina allí lo grave, esta ciudad tiene poco atractivos turísticos que no han sido apropiadamente manejados de modo inmediato y, los que podrían existir, solo están a nivel de ideas sin ser descritas en un proyecto real. Cabe decir desconocimiento de la diversidad de cultural más ocultaron es igual a pedida de la identidad cultural que es igual al escaso desarrollo del turismo. Por lo tanto, el propósito de esta investigación es, aportar con la creación de una empresa promotora d eventos, que permita, a través de actividades artísticos- culturales mostrar la diversidad de las culturales que conforman el cantón Milagro; y, al mismo trabajar con asesorías, para poder hablar todos un mismo lenguaje en beneficio, del turismo hacia la ciudad que está esperando desarrollo en forma adecuada. (CARLOS OCHOA, 2013)

- **Milagro acogió con algarabía el lanzamiento de libro Antologías de las leyendas de mi cantón**

Autoridades, estudiantes y padres de familia asistieron a este evento cultural promovido por la Prefectura. En el Salón de la Ciudad del Municipio de Milagro, este lunes, se realizó el lanzamiento del libro ‘Antologías de las leyendas tradicionales de mi cantón’ como parte de las actividades culturales que realiza la Prefectura del Guayas. A este evento asistió la vice-prefecta del Guayas, Luzmila Nicolaide; el alcalde, Francisco Asán; autoridades locales, pares de familia y estudiantes. Este libro recopila 21 relatos y leyendas tradicionales o populares de los cantones: Balzar, Balao, Daule, Durán, El Triunfo, El Empalme, Guayaquil, Lomas de Sargentillo, Milagro, Naranjal, Naranjito, Nobol, Palestina, Playas, Pedro Carbo, Salitre, Samborondón, Santa Lucía, Simón Bolívar y Yaguachi y de la Parroquia Rural Puná, que participaron en el V Concurso de Oratoria “Leyendas Tradicionales de mi cantón” realizado de agosto a octubre del 2010.

El auditorio del Salón de la Ciudad, con capacidad para más de 500 personas, lució repleto. La algarabía de los estudiantes se hizo presente cuando uno de los ganadores del concurso de oratorio salió a escena a narrar una de las historias. Fue Evelyn Naranjo Cárdenas la encargada de aperturar los relatos con “El shamán y las Tolas”, del cantón Milagro. Luego se hizo la presentación del grupo de danza “REMEMBRANZAS” del Municipio de Milagro. El grupo estuvo integrado por niños y niñas de escuelas de la ciudad, dirigido por Jorge Prieto y Carolina Garzón.

Inmediatamente, se escuchó la leyenda “Los entierros” del cantón Yaguachi; por Kevin Mendoza, ganador del segundo Premio del V Concurso de Oratoria Leyendas Tradicionales de mi cantón. Posteriormente, se hizo la presentación de grupo de danza “Los Chonos” del Municipio de Milagro y de la leyenda “El milagro de la Virgen” del cantón Naranjito; por Diana Carolina Vargas, ganadora del 1er. Premio del V Concurso de Oratoria Leyendas de mi cantón.

“El patrimonio es nuestro legado del pasado, nuestro equipaje en el presente y la herencia que les dejaremos a las futuras generaciones para que ellas puedan aprender, maravillarse y disfrutar de él. El patrimonio es nuestra herencia ancestral que nos cuenta de dónde venimos, quiénes somos, es una prueba que tenemos una historia que contar y nos da la confianza y la seguridad para enfrentar el futuro”, dijo Nicolaide durante su discurso.

Y agregó: “Esta publicación constituye un aporte al estudio de la tradición oral guayasense, que forma parte del patrimonio cultural intangible, llamado también “patrimonio vivo”, que es parte invisible que reside en espíritu mismo de las sociedades y producto de la memoria colectiva transmitida por vía generacional”.

Cabe mencionar como antecedente que este concurso provincial se organizó a nivel intercolegial e intercantonal con la finalidad de rescatar, difundir y fortalecer el patrimonio oral guayasense, así como la memoria histórica colectiva a través de una integración generacional, en la que jóvenes estudiantes emprendieron una investigación de campo respecto a una leyenda o relato tradicional dentro de su cantón, y adultos mayores, quienes fueron su fuente de información. (LA PREFECTURA GUAYAS, 2012)

- **GAD de Milagro organizó fiesta cultural por día de la Interculturalidad**

Con la premisa "Diversos pero no Desiguales y Unidos por el Buen Vivir" , el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Milagro organizó el pasado fin de semana en la ciudadela La Florida un programa especial por el Día de la Interculturalidad. La maratónica jornada cultural empezó a las 2 de la tarde con la realización de encuentros de indor-futbol femenino y juegos autóctonos tradicionales como palo encebado, ollas encantadas, carrera de ensacados, concurso de mamones y comelonas.

Gran cantidad de público apreció la participación de grupos de danza y la presentación de artistas locales como Julio César Andrade “El Príncipe” y Ruddy, como también la exposición de de amorfinos por pate de las candidatas a Señorita y Señora Interculturalidad. El jurado calificador tuvo la difícil misión de elegir a la Señora. y Señorita Interculturalidad recayendo tales dignidades en Kelly Ylena Acosta Gálvez y Angeline Freire Ronquillo respetivamente.

La Econ. Denisse Robles, Alcaldesa del GADM de Milagro subió al escenario para ofrecer sus palabras a los asistentes indicando que “esta actividad sirve para promover el diálogo y la armonía intercultural, agradezco de corazón a todos por la integración que se ha puesto de manifiesto en este lugar, lo cual es un paso agigantado que estamos dando para la transformación de nuestra querida ciudad”. La tarde y noche de fiesta y algarabía popular llegó a su final a las 11 de la noche con el sorteo de una moderna motocicleta que favoreció a un adolescente morador del sector. (LA RADIO LA VOZ DE MILAGRO, 2014)

FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Constitución de la República del Ecuador, Derechos, Cultura y Ciencia

Art. 21.- Las Personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decir 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 y diversas.

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

Art. 22.- Las personas tienen derecha desarrollar sus capacidades creativas, 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 corresponde por las producciones científicas literarias o artísticas de su autoría.

Art. 23.- Las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales.

Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y a al esparcimiento, a la práctica del deporte y el tiempo libre.

Art. 25.- Las personas tienen derecho a gozar de los beneficios y aplicaciones del progreso científico y de los saberes ancestrales. (CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008, 2008)

Sección décima: Población y movilidad humana.

Art. 392.- El estado velara por los derechos de las personas en movilidad humana y ejercerá la rectoría de la política migratoria a través del órgano competente en coordinación con los distintos niveles de gobierno. El Estado diseñará, adoptará, ejecutará y evaluará políticas, planes, programas y proyectos, y coordinara las acciones de sus organismos con la de otros Estados y organizaciones de la sociedad civil que trabajen en movilidad humana a nivel nacional e internacional.

Art. 55.- Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas, nadie estará obligado a asociarse. (CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008, 2008)

VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

Plan Promocional

Comenzar a promocionar un Cantón mediante el marketing social requiere motivación, deseo y talento pero también requiere de investigación y planificación para aumentar la posibilidad de éxito. Antes de iniciar la promoción del Cantón mediante el marketing social es necesario dedicar tiempo de antemano a investigar y evaluar las metas de la Economía Milagreña y metas personales debido a que esta información ayudara a desarrollar un indispensable plan Promocional.

El plan promocional es una herramienta y documento de análisis, realizado por la persona o comunidad, el cual permitirá llevar a cabo un proceso de planeación para escoger las rutas adecuadas a seguir que acercaran a la Ciudad al logro de sus metas y objetivos, mediante la documentación de información más importante relacionada al marketing social, negocio y su mercado.

El plan promocional tiene entre sus particularidades ser un documento demostrativo de las áreas de posibilidades, en el que se demuestra la rentabilidad y factibilidad de la idea del marketing social. También puede usarse como una herramienta para superar las dificultades y establecer los mecanismos para medir el progreso de una Ciudad en cuanto a su turismo y cultura.

De tal manera se podría definir al plan promocional como un medio que prepara a la comunidad milagreña y al Cantón para afrontar todos los cambios que se manifiestan en los diferentes mercados.

Marketing Social.

El Marketing Social es una herramienta para lograr un cambio beneficioso para las personas y así poder satisfacer las necesidades y deseos de una sociedad, de esta manera pueden elegir nuestro Cantón Milagro como atractivo turístico, ya que la función principal del Marketing Social es cubrir un necesidad que no ésta siendo satisfecha, para así poder incorporar las responsabilidad social en los diferentes aspectos de la promoción cultural.

Nos sirve para aplicar técnicas y principios para poder crear, comunicar y entregar un valor con el objetivo de cubrir las necesidades, deseos e intereses dela sociedad para incrementar las causas sociales, ideas o conductas del individuo como de la empresas a través de las diversas herramientas que existe para el efecto de las estrategias especialmente destinadas para la aceptación de las ideas sociales puede encargarse del diseño de los programas que satisfacen más allá de las necesidades consumistas es decir que busca estudiar las interacciones sociales.

Es por esto que debemos implementar más frecuente el Marketing Social ya sea para crear o dar a conocer un producto, una imagen, un Cantón, una ciudad para que sea más conocida.

El Marketing Social, como conclusión podemos decir que sirve para dar a conocer la cultura de un cantón ante la sociedad para que pueda ser más visitada por personas de varias partes del País y así mejorar la economía de una ciudad como en este caso sería la del Cantón San Francisco de Milagro.

Promoción del Cantón Milagro

En el cantón Milagro se puede considerar turismo cultural su principal motivo para que pueda ser visitado. Y podemos conocer su patrimonio turismo cultural en: tramo urbano, calles, plazas, palacios, iglesias, museos y atractivos turísticos entre otros.

Se da a conocer mediante la publicidad y de esta forma extraer un recurso para el cantón para que así pueda mejorar la imagen. El marketing es una guía esencial que permite transformar creatividad en eficiencia y ayudar al cantón impulsar los diferentes patrimonios culturales.

MARCO CONCEPTUAL

Campañas Estratégicas: Pasos a seguir, las metodologías y tiempo para alcanzar unos objetivos determinados

Conceptualización: Se refiere a la idea de formar el entendimiento. Se trata de un pensamiento que es expresado mediante palabras.

Culturalización: Lo que quiere decir que al culturizar la humanidad expande los conjuntos de saberes, creencias y pautas de conductas

Impacto: Es el choque o la colisión de dos objetos o seres.

Marketing Comercial: Realiza estudios de mercado (necesidades, deseos, demandas segmentación etc. Y también del producto.

Marketing de Mercado: Está formado por todos los consumidores o compradores actuales y potenciales de un determinado producto

Marketing Social: Se establece las necesidades deseos e intereses de los mercados meta para que de este modo pueda promocionar un valor superior a sus clientes.

Promoción: Es una herramienta táctica controlable de la mezcla o mix de la mercadotecnia que combinada con las otras tres herramientas (Producto, plaza y precio)

Reingeniería: Se plantea repensar y rehacer los productos de una organización.

Viable: Es una palabra que representa a aquello que varía o que está sujeto a algún tipo de cambio.

MARCO METODOLÓGICO

Instrumentos de la investigación

Los instrumentos empleados en el proyecto de investigación serán:

- **Cuestionario de preguntas:** este se aplicará con la técnica de la encuesta, la cual está elaborada con una serie de preguntas claras, sencillas y con alternativas para seleccionar; dirigida a los Milagreños que laboran en el centro de la ciudad con el objetivo de demostrar que existe la problemática en las cuales arrojaran datos, que permitirán analizar los resultados obtenidos y de esta forma plantear una solución al problema.

Elaboración de Instrumentos

Se realizó un cuestionario de 10 preguntas a manera de encuesta dirigidas a la ciudadanía Milagreña con el objetivo de obtener información necesaria para la realización de nuestra propuesta.

Análisis e interpretación de resultados

El análisis e interpretación de los resultados se llevara a cabo empleando una encuesta la misma que contiene 10 preguntas dirigida a ciudadanos que laboran en el centro de la cuidad . Toda la información obtenida de las personas encuestadas ha sido clasificada, tabulada, analizada y expuesta con sus respectivos resultados mediante tablas y gráficos elaborados en Excel, datos que más tarde facilitaran manifestar las conclusiones recomendaciones de este proyecto.

LA POBLACIÓNY LA MUESTRA: Características de la población.

La población a la que se orienta el estudio corresponde a los habitantes del cantón Milagro, en la cual consta con 166.634 habitantes consultado en el INEC del censo del 2010 , se va analizar la deficiente implementación de estrategias de marketing por la cual las personas desconocen de los sectores turísticos del cantón Milagro.

Delimitación de la población

El cantón Milagro se encuentra ubicado a 45 km. de la ciudad de Guayaquil. La población de esta investigación es finita, debido a que se conoce la información necesaria y precisa para llevar a cabo el nivel de estudio.

Tipo de muestra

Para este proyecto investigativo, se ha seleccionado la muestra probabilística, donde todos los individuos u objeto tienen la misma posibilidad de ser elegidos.

Tamaño de la muestra

La población objeto de estudio es finita, y consta con 166.634 habitantes consultado en el INEC resultado del censo 2010 de la cual sacaremos el tamaño de la muestra mediante la aplicación de la siguiente fórmula

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

Dónde:
n: tamaño de la muestra
N: tamaño de la población
p: posibilidad de que ocurra un evento, p= 0,5
q: posibilidad de no ocurrencia de un evento, q= 0,5
E: error, se considera el 5%; E= 0,05
Z: nivel de confianza, que para el 95%, Z= 1,96

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

$$n = \frac{166{,}634\ (0.5)(0.5)}{\frac{(166.34-1)0.05^2}{1.96^2} + (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{41658.50}{\frac{(166.634)0.0025}{3.8416} + 0.25}$$

$$n = \frac{41658.50}{\frac{416.5825}{3.8416} + 0.25}$$

$$n = \frac{41658.50}{108.4398 + 0.25}$$

$$n = \frac{41658.50}{108.6898428}$$

$$n = 383$$

Pregunta 1: ¿Cuál de los siguientes lugares usted ha visitado en él Cantón Milagro?

Tabla N.-1

N.-	PREGUNTA	RESPUESTAS	CANTIDAD
1	**¿Cuál de los siguientes lugares usted ha visitado en él Cantón Milagro?**	Parque Central	110
		Parque los Pinos	20
		Las Cataratas	60
		Parque Norte	80
		Iglesia Central	113
SUMA			**383**

Fuente: Ciudadanos de Milagro
Elaborado: Evelyn Contreras Pisco

Grafico N.-1

ANÁLISIS: El 29% de los encuestados consideran el Parque Central, pero también el 29% considera la Iglesia Central, un 21% Parque Norte y el 16% las Cataratas y el más desconocido para los habitantes es el Parque de los Pinos con un 5%.

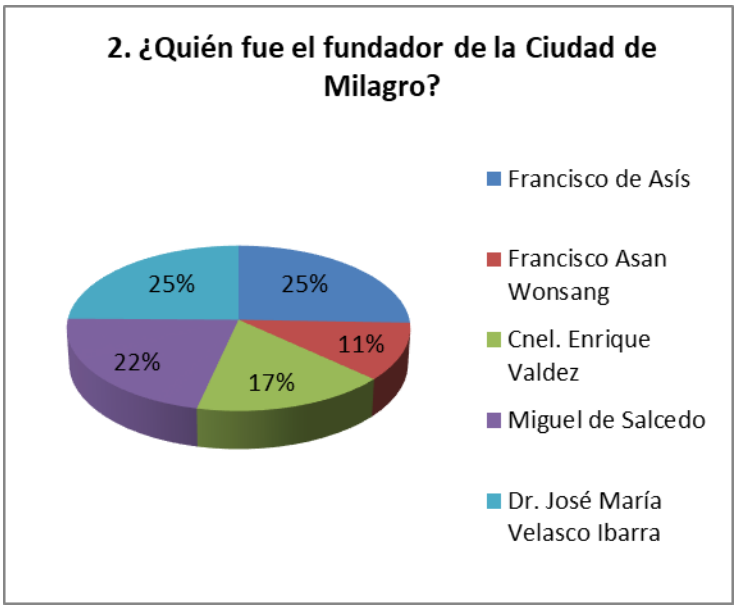
INTERPRETACIÓN: Como podemos observar las cantidades más altas de las encuestas realizadas se dan en los lugares más céntricos ya que es donde se concentra la mayoría de los comercios y los lugares alejados a pesar de ser buenos atractivos como lo son Las Cataratas y el Parque los Pinos tiene un índice bajo de visitas debido a que la mayoría de las personas desconocen de su ubicación o simplemente no lo toman como un atractivo de la ciudad.

Pregunta 2: ¿Quién fue el fundador de la Ciudad de Milagro?

Tabla N.-2

N.-	PREGUNTA	RESPUESTA	CANT.
2	**¿Quién fue el fundador de la Ciudad de Milagro?**	Francisco de Asís	98
		Francisco Asan Wonsang	43
		Cnel. Enrique Valdez	64
		Miguel de Salcedo	83
		Dr. José María Velasco Ibarra	95
SUMA			**383**

Grafico N.-2



Fuente: Ciudadanos de Milagro
Elaborado: Evelyn Contreras Pisco

ANÁLISIS: El 25% de los encuestados consideran a Francisco de Asís, pero también un 25% escogió al Dr. José María Velasco Ibarra, mientras que el 22% a Miguel de Salcedo, un 17% al Cnel. Enrique Valdez, y con 11% eligieron Francisco Asan Wonsang.

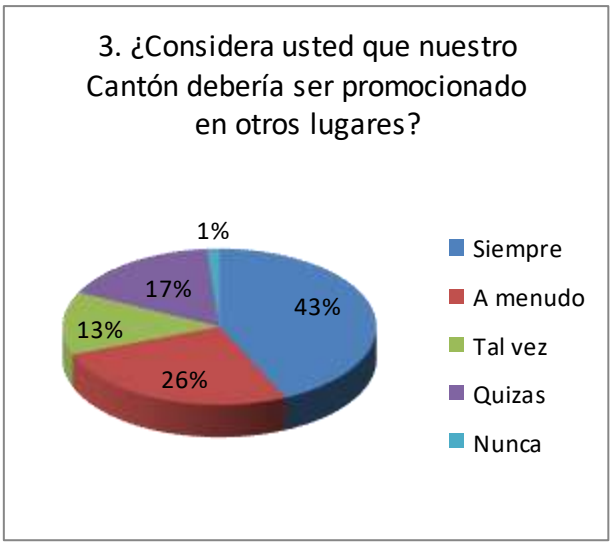
INTERPRETACIÓN: Como se puede observar son pocas las personas que conocen quien fue el fundador de San Francisco de Milagro, esto nos da a conocer que siendo ciudadanos del Cantón no conocen de la historia y mucho menos de quien la fundo, cuando nosotros deberíamos de conocer todo de nuestra ciudad pero el desinterés de las personas y la poca promoción hace que no haya conocimiento sobre nuestra cultura.

Pregunta 3: ¿Considera usted que nuestro Cantón debería ser promocionado en otros lugares?

Tabla N.-3

Grafico N.-3

N.-	PREGUNTA	RESPUESTA	CANT.



3	**¿Considera usted que nuestro Cantón debería ser promocionado en otros lugares?**	Siempre	165
		A menudo	100
		Tal vez	50
		Quizás	63
		Nunca	5
SUMA			**383**

Fuente: Ciudadanos de Milagro
Elaborado: Evelyn Contreras Pisco

ANÁLISIS:
El 43% de las personas encuestadas consideran que siempre se debe promocionar el cantón milagro, el 26% considera que a menudo, el17% ha dicho que quizás, el 13% dice que tal vez, y el 1% nunca.

INTERPRETACIÓN:
En las encuestas hechos a los ciudadanos milagreños obtenemos que el 43% los cuales consideran que su cantón sea promocionado en diferentes cantones o ciudades y si es posible fuera del país, mientras que un el 1% consideran que nunca se debería promocionar ya que no tiene recursos para cambiar la imagen.

Pregunta 4: ¿Los conocimientos que tiene usted acerca de la cultura Milagreña donde 1 desconozco, 2 poco, 3 algo, 4 bueno al 5 excelente, siendo el 5 el de mayor valor.

Tabla N.-4
Grafico N.-4

N.-	PREGUNTA	RESPUESTA	CANT.
4	¿Los conocimientos que tiene usted acerca de la cultura Milagreña donde:	1 desconozco	203
		2poco	77
		3 algo	69
		4 bueno	14

		5 excelente	20
SUMA			**383**

Fuente: Ciudadanos de Milagro
Elaborado: Evelyn Contreras Pisco

ANÁLISIS: El 53% de los encuestados consideran que su calificación es 1 desconocen, el 20% da un calificación de 2 poco, el 18% considera 3 algo, un 5% da la calificación de 5 excelente y el 4 % da una calificación de 4 bueno

INTERPRETACIÓN: De los resultados obtenidos de la presente tabulación hemos podido evidenciar que la escala de mayor valor es 5 con el porcentaje de 5% entonces nos podemos dar cuenta que los encuestados no tiene un conocimiento pleno acerca de la Cultura Milagreña.

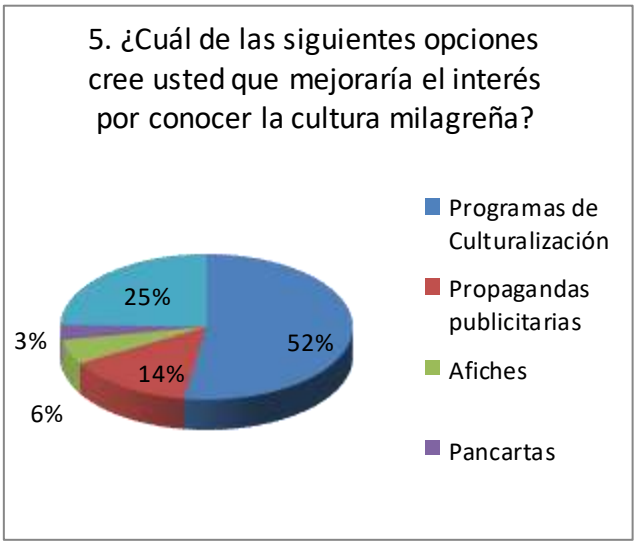
Pregunta 5: ¿Cuál de las siguientes opciones cree usted que mejoraría el interés por conocer la cultura milagreña?

Tabla N.-5

N.-	PREGUNTA	RESPUESTA	CANT.
5	**¿Cuál de las siguientes opciones cree usted que mejoraría el interés por conocer la cultura milagreña?**	Programas de Culturalización	201
		Propagandas publicitarias	54
		Afiches	21
		Pancartas	13
		Eventos	94
SUMA			**383**

Fuente: Ciudadanos de Milagro
Elaborado: Evelyn Contreras Pisco

Gráfico N.-5



ANÁLISIS.- El 52% consideran programas de culturalización, el 25% consideran que se puede promocionar con eventos, un 14% programas publicitarias, un 6% dicen con afiches, mientras que un 3% con pancartas

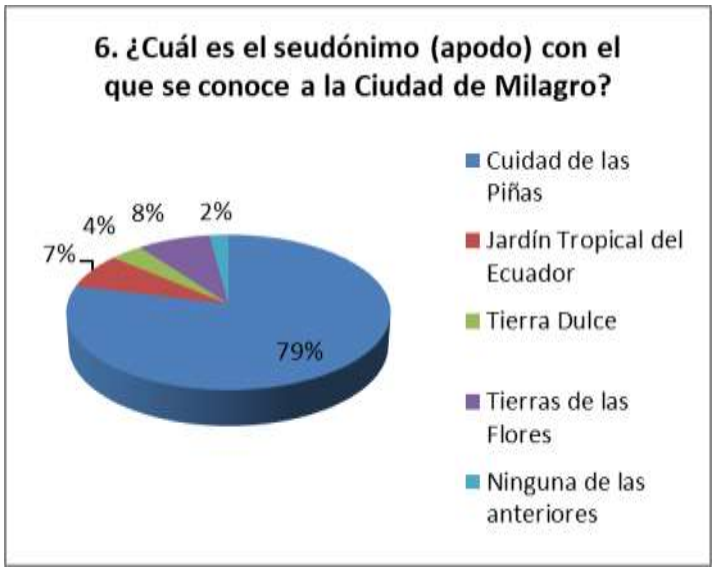
INTERPRETACIÓN.- De estos resultados de la encuesta que hemos obtenido a los milagreños consideran que el 52% desean que se realicen programas culturales ya que llama la atención a todas las personas, porque se pueden distraer, y quizás las otras opciones no tuvieron un porcentaje alto pero quizás sea una alternativa.

Pregunta 6: ¿Cuál es el seudónimo (apodo) con el que se conoce a la Ciudad de Milagro

Tabla N.-6

N.-	PREGUNTA	RESPUESTA	CANT.
6	¿Cuál es el seudónimo (apodo) con el que se conoce a la Ciudad de Milagro?	Cuidad de las Piñas	302
		Jardín Tropical del Ecuador	28
		Tierra Dulce	14
		Tierras de las Flores	31
		Ninguna de las anteriores	8
SUMA			383

Grafico N.-6



Fuente: Ciudadanos de Milagro
Elaborado: Evelyn Contreras Pisco

ANÁLISIS: El 60% de los encuestados consideran que a la Ciudad de Milagro se la conoce como la Ciudad de las Piñas, un 8% Jardín Tropical del Ecuador, el 12% Tierra Dulce, mientras un 10% consideran que es Tierra de las Flores y el 10% ninguna de las anteriores.

INTERPRETACIÓN: De los resultados obtenidos de la presente tabulación se ha podido evidenciar que a la Ciudad de Milagro se la conoce como Ciudad de las piñas, lo que la mayoría de las personas residentes en este Cantón si conoce.

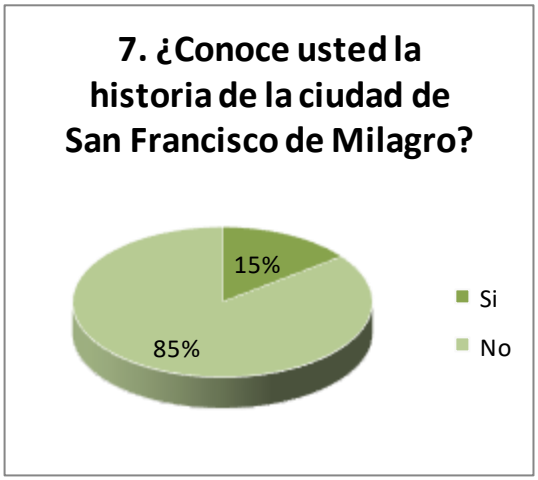
Pregunta 7: ¿Conoce usted la historia de la ciudad de San Francisco de Milagro?

Tabla N.-7

N.-	PREGUNTA	RESPUESTA	CANT.
7	¿Conoce usted la historia de la ciudad de San Francisco de Milagro?	Si	56
		No	327
SUMA			**383**

Fuente: Ciudadanos de Milagro **Elaborado: Evelyn Contreras Pisco**

Gráfico N.-7



ANÁLISIS: El 85% de los encuestados nos dice que No conocen de la historia de la ciudad de milagro y un 20% dice que sí tiene algún conocimiento de la historia.

INTERPRETACIÓN: Como podemos ver son pocas las personas que han oído hablar de la historia de San Francisco de Milagro, esto nos dice que por la poca promoción del cantón y el poco interés de los habitantes hace que no haya el suficiente conocimiento, porque a pesar de que viven aquí no conocen sobre la historia de Milagro

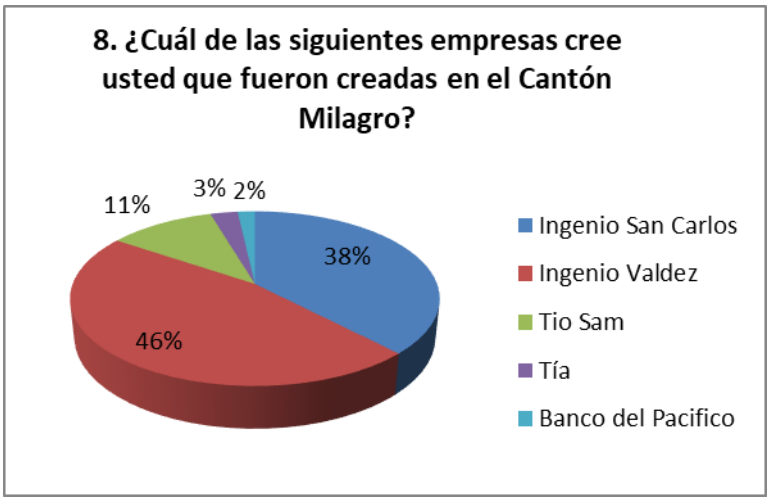
Pregunta 8: ¿Cuál de las siguientes empresas cree usted que fueron creadas en el Cantón Milagro?

Tabla N.-8

Gráfico N.-8

N.-	Pregunta	Respuesta	Cant.
	¿Cuál de las	Ingenio San Carlos	107

8	**siguientes empresas cree usted que fueron creadas en el Cantón Milagro?**	Ingenio Valdez	132
		Tío Sam	31
		Tía	8
		Banco del Pacifico	5
SUMA			**383**



Fuente: Ciudadanos de Milagro
Elaborado: Evelyn Contreras Pisco

ANÁLISIS: El 46% de los encuestados tomaron como opción el Ingenio Valdez, 38% de los encuestados escogieron Ingenio San Carlos, el 11% el Tío Sam, 3% Tía y por ultimo 2% eligieron Banco del Pacifico.

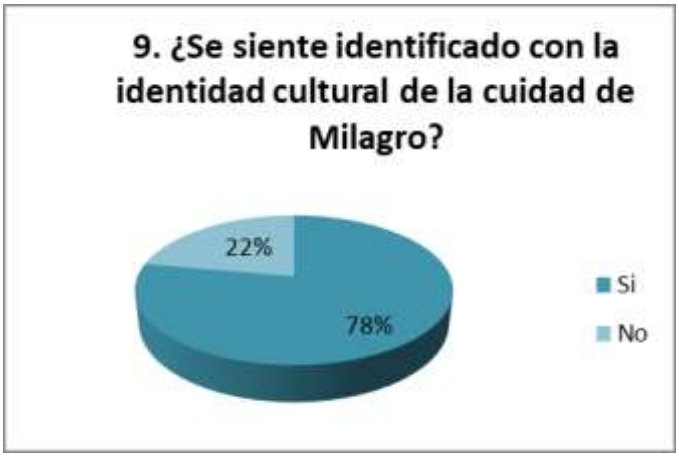
INTERPRETACIÓN: Como podemos dar cuenta no en su totalidad conocen acerca de la economía del Cantón y cuáles fueron las industrias que nacieron aquí.

Pregunta 9: ¿Se siente identificado con la identidad cultural de la cuidad de Milagro?

Tabla N.-9

Gráfico N.-9

N.-	PREGUNTA	RESPUESTA	CANT.
9	**¿Se siente identificado con la identidad cultural de la cuidad de Milagro?**	Si	298
		No	85
SUMA			**383**



Fuente: Ciudadanos de Milagro
Elaborado: Evelyn Contreras Pisco

ANÁLISIS: El 78% de los encuestados nos dice que si se siente identificado con la cultura de Milagro mientras que el 22% considera que no se siente identificado.

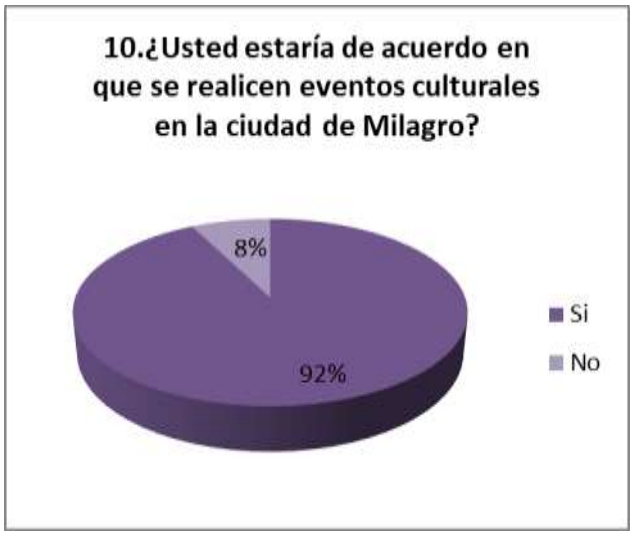
INTERPRETACIÓN: Como podemos ver son muchas las personas que se identifican con la cultura de Milagro ya que han vivido por largos años aquí, pero no conocen del Cantón.

Pregunta 10: ¿Usted estaría de acuerdo en que se realicen eventos culturales en la ciudad de Milagro?

Tabla N.-10

N.-	PREGUNTA	RESPUESTA	CANT.
10	¿Usted estaría de acuerdo en que se realicen eventos culturales en la ciudad de Milagro?	Si	354
		No	29
SUMA			**383**

Gráfico N.-10



Fuente: Ciudadanos de Milagro
Elaborado: Evelyn Contreras Pisco

ANÁLISIS: El 92% de los encuestados nos dice que sí está de acuerdo en que se realicen eventos culturales mientras que el 8% considera que no.

INTERPRETACIÓN: Como se puede ver el 84% de las personas encuestadas consideran que si se debe hacer eventos culturales ya que esto los entretiene y salen de su rutina diaria, tanto para los adultos y los niños les llama la atención.

CONCLUSIÓN

A pesar de toda su riqueza y cultura en Milagro no se ha evidenciado un cambio en su potencia turística el cual se nota un desinterés total por el conocimiento por lo cual para determinar el desarrollo social y cultural de la cuidad de milagro es que hoy en día se atraviesa una serie de cambios de tipo demográfico y social, que modifican las costumbres, intereses, ritmos y expectativas de vida. Una muestra clara de este cambio la dan las nuevas preferencias hacia modas ajenas a cada cultura, pero esto no quiere decir que su gente y sus visitantes tengan que

olvidar sus tradiciones ancestrales que han sobrevivido años y que han pasado de generación en generación Si bien es cierto, en los últimos años nuestra ciudad ha sido beneficiada con la creación de lugares recreacionales y un centro comercial, quienes brindan la oportunidad de disfrutar momentos agradables junto con familiares y amigos, sin embargo, éstos no cuentan con un lugar donde se pueda apreciar y adquirir un recuerdo que identifique a la ciudad; provocando perdida de interés por difundir la propia cultura. Se debe promocionarla para tener mayor turismo y así tener mayores ingresos.

RECOMENDACIONES

- Fomentar la cultura en los habitantes de la cuidad a través de las escuelas, colegios, universidades, municipio. Y asi llegar poco a poco a los hogares.
- Impulsar a que las personas se interesen a conocer los atributos que tiene la ciudad.
- Fomentar al ciudadano un pensamiento de pertenencia a su tierra.
- Atender lugares recreacionales abandonados. Para mejorar la imagen del Cantón.
- Controlar y vigilar que exista la seguridad correspondiente en la cuidad de Milagro.

Bibliografía

(15 de Marzo de 2015). Obtenido de Ciudad Milagro: http://www.milagro.gob.ec

Anderson, A. (1999). *Diccionario de Economia y Negocios.*

CARLOS OCHOA, Y. V. (9 de SEPTIEMBRE de 2013). *Repositorio de la Universidad Estatal de Milagro*. Recuperado el 14 de JULIO de 2017, de Repositorio de la Universidad Estatal de Milagro: http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/288

Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional.* México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V.

CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008. (20 de OCTUBRE de 2008). *CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008.* Recuperado el 14 de JULIO de 2017, de CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008: http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

K. REINA, X. C. (15 de SEPTIEMBRE de 2011). *SLIDESHARE*. Recuperado el 27 de JULIO de 2017, de SLIDESHARE: https://es.slideshare.net/elmilagreno/desarrollo-social-y-cultural-en-milagro-ensayo

LA PREFECTURA GUAYAS. (18 de ENERO de 2012). *LA PREFECTURA GUAYAS*. Recuperado el 14 de JULIO de 2017, de Milagro acogió con algarabía el lanzamiento de libro Antologías de las leyendas de mi cantón: http://www.guayas.gob.ec/noticias/milagro-acogio-con-algarabia-el-lanzamiento-de-libro-antologias-de-las-leyendas-de-mi-canton

LA RADIO LA VOZ DE MILAGRO. (15 de OCTUBRE de 2014). *LA VOZ DE MILAGRO*. Recuperado el 14 de JULIO de 2017, de GAD de Milagro organizó fiesta cultural por día de

la Interculturalidad: http://vozdemilagro.blogspot.com/2014/10/gad-de-milagro-organizo-fiesta-cultural.html

Louis Jacques Filion, L. F.-M. (2011). *administracion de las PYMES.* mexico: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

MILAGRO, V. D. (9 de SEPTIEMBRE de 2014). *LA RADIO LA VOZ DE MILAGRO.* Recuperado el 14 de JULIO de 2017, de Actividades culturales por festividades septembrinas: http://vozdemilagro.blogspot.com/2014/09/actividades-culturales-por-festividades.html

Smith, A. (s.f.).

Smith, A. (1776). *Indagacion caerca de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones .* Londres.

Soto, R. (s.f.). *Mi empresa.*

TELÉGRAFO, E. (17 de ENERO de 2016). *EL TELÉGRAFO*. Recuperado el 2017, de En Milagro se realizó un gran festival cultural en el Parque Central.

Zanzzi, F. (2008). *Milagro socioeconómico en cifras .* Milagro: UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO.