

Artículo: Revisión

Organization and promotion of the 2026 cantonization festivities of Milagro as a potential attraction for domestic tourism: A documentary analysis**Organización y promoción de las fiestas de cantonización de Milagro 2026 como potencial atractivo del turismo interno: Un análisis documental**

¹Freddy Leonardo Garaicoa Fuentes  , ²Ingrid Maricela Muñoz Vergara  , ³Yarina Maribel Chimbo Grefa  , ⁴Odalys Ivette Menéndez Bailon  , ⁵Carlos Alfredo Camacho Vargas  .

¹Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Ecuador

²Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Ecuador

³Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Ecuador

⁴Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Ecuador

⁵Universidad Estatal de Milagro, Milagro, Ecuador

***Autor de correspondencia:** Freddy Leonardo Garaicoa Fuentes 

Enviado: 09-08-2026 **Revisado:** 26-08-2026 **Aceptado:** 17-09-2026 **Publicado:** 16-10-2026

Como citar:

Garaicoa Fuentes, F. L., Muñoz Vergara, I. M., Chimbo Grefa, Y. M., Menéndez Bailon, O. I., & Camacho Vargas, C. A. (2026). Organización y promoción de las fiestas de cantonización de Milagro 2026 como potencial atractivo del turismo interno: Un análisis documental. *Sapiens Studies Journal*, 3(2), 1-16. <https://doi.org/10.71068/SSJ00147>

ABSTRACT

This study analyzes the organization and promotion of the 2026 cantonization festivities of Milagro, in Guayas Province, as a potential attraction for domestic tourism. A qualitative approach was adopted, with a descriptive scope and a non-experimental, cross-sectional, documentary design focused on the organizational, cultural, and promotional components of the celebration. Eight institutional and press documents published between August 28 and September 17, 2026 were analyzed through document review, qualitative content analysis, and a documentary analysis matrix; the scientific literature was used to interpret the findings. The results showed a diversified program that integrates civic, cultural, religious, sports, recreational, gastronomic, and commercial activities, with the participation of institutions and local actors, and the use of institutional and digital channels for promotion. The findings were contrasted with the components of Ecuador Festivo 365, with which a partial correspondence was identified. The available documentation did not allow the number of visitors, their origin, length of stay, spending, or economic impact to be systematically determined. The festivities present elements compatible with an attraction for domestic tourism, although they require greater tourism articulation and evaluation mechanisms to measure their results.

Keywords: domestic tourism; event tourism; local festivals; tourism promotion; territorial identity

RESUMEN

El presente estudio analiza la organización y promoción de las fiestas de cantonización de Milagro 2026, en la provincia del Guayas, como potencial atractivo del turismo interno. Se aplicó un enfoque cualitativo, de alcance descriptivo y diseño no experimental, transversal y documental, centrado en los componentes organizativos, culturales y promocionales de la celebración. Se analizaron 8 documentos institucionales y periodísticos publicados entre el 28 de agosto y el 17 de septiembre de 2026, mediante revisión documental, análisis

cualitativo de contenido y una matriz de análisis documental; la literatura científica se empleó para interpretar los hallazgos. Los resultados evidenciaron una programación diversificada que integra actividades cívicas, culturales, religiosas, deportivas, recreativas, gastronómicas y comerciales, con participación de instituciones y actores locales, y el uso de canales institucionales y digitales para su promoción. Los hallazgos se contrastaron con los componentes de Ecuador Festivo 365 y se identificó una correspondencia parcial. La documentación no permitió determinar de manera sistemática el número de visitantes, su procedencia, permanencia, gasto o impacto económico. Se concluye que las festividades presentan elementos compatibles con un atractivo para el turismo interno, aunque requieren mayor articulación turística y mecanismos de evaluación para medir sus resultados.

Palabras clave: turismo interno; turismo de eventos; festividades locales; promoción turística; identidad territorial

INTRODUCCIÓN

Las festividades culturales constituyen acontecimientos programados que integran expresiones de identidad, patrimonio, entretenimiento y participación social, y que pueden adquirir relevancia turística cuando se articulan con una oferta organizada y con estrategias capaces de generar interés y desplazamiento hacia los territorios donde se desarrollan. En el campo del turismo de eventos, estos acontecimientos han sido estudiados como elementos capaces de complementar la oferta de los destinos, fortalecer su imagen y generar experiencias vinculadas con las características culturales y sociales de las comunidades receptoras. Desde una perspectiva fundacional, Getz (2008) planteó el turismo de eventos como un ámbito relacionado con la planificación y gestión de acontecimientos capaces de atraer visitantes, mientras que Getz y Page (2016) señalaron la consolidación de este campo de investigación y la necesidad de analizar las relaciones entre eventos, destinos, visitantes y comunidades.

La literatura científica evidencia que la organización de los festivales constituye un componente relevante para la construcción de experiencias turísticas. Molina-Gómez et al. (2021), mediante el estudio de 440 asistentes al Weekend Beach Festival en España, analizaron atributos vinculados con la experiencia festivalera y encontraron relaciones entre estos componentes, la satisfacción y la lealtad de los asistentes. Asimismo, Portugal et al. (2022) analizaron factores relacionados con la participación en festivales musicales y mostraron la relevancia de las características del evento en la decisión de asistir. Estos antecedentes permiten reconocer que la organización de un festival no se limita a establecer una agenda de actividades, sino que comprende diferentes elementos que contribuyen a configurar el evento como experiencia turística.

En esta misma línea, la literatura sobre turismo de festivales destaca la importancia de integrar la experiencia, la autenticidad y los atributos del acontecimiento. Supriono et al. (2023) analizaron la relación entre autenticidad, experiencia turística e intención de revisita. Estos antecedentes permiten considerar que la programación, los contenidos culturales y la gestión del evento constituyen dimensiones relevantes para analizar el potencial turístico de una festividad.

Además de la organización, la dimensión cultural constituye uno de los principales elementos que pueden diferenciar una festividad local frente a otros productos de entretenimiento. Lee y Jan (2022), mediante 1.315 respuestas correspondientes a festividades indígenas de Taiwán, analizaron las

relaciones entre imagen turística, autenticidad percibida e identidad del festival. Sus resultados evidencian la importancia de los elementos culturales en la construcción de la experiencia y de la identidad atribuida al acontecimiento. Zhang y Deng (2022), por su parte, analizaron cómo la innovación y la autenticidad se relacionan con el bienestar subjetivo de los turistas en experiencias de turismo de festivales y señalaron la relevancia de mantener una relación entre innovación y autenticidad cultural del evento. En conjunto, estos estudios muestran que una festividad puede fortalecer su atractivo cuando la programación incorpora elementos reconocibles del territorio y mantiene una relación coherente entre cultura, experiencia y presentación del evento.

La promoción constituye otra dimensión fundamental. La posibilidad de acceder previamente a información sobre fechas, horarios, lugares, actividades y características de una celebración facilita la difusión del acontecimiento y puede ampliar su alcance hacia públicos que se encuentran fuera del territorio anfitrión. Las tecnologías digitales han transformado además las formas de comunicación de los eventos, permitiendo combinar información institucional, contenidos audiovisuales y participación de los usuarios. Yin et al. (2023), al analizar contenidos relacionados con el Guangzhou International Light Festival publicados en TikTok, identificaron diferentes dimensiones de experiencia expresadas en los contenidos digitales, mostrando que estas plataformas pueden funcionar simultáneamente como espacios de comunicación y de representación de la experiencia festivalera.

Desde la perspectiva de la imagen y la comunicación del destino, los resultados de Lee y Jan (2022) permiten comprender que los elementos culturales y la forma en que se presenta una celebración pueden contribuir a construir significados asociados al destino. En el caso de las festividades, esto implica que la promoción no debería analizarse únicamente por la cantidad de publicaciones realizadas, sino también por el contenido que se comunica, los canales utilizados y la forma en que se presenta la celebración y el territorio anfitrión.

En Ecuador, esta perspectiva se relaciona directamente con la planificación turística nacional. La Estrategia Nacional de Turismo incorpora Ecuador Festivo 365 como un macroproducto cultural orientado al mercado doméstico y basado en un calendario anual de festividades, celebraciones tradicionales y eventos locales. El planteamiento busca utilizar estas manifestaciones como elementos capaces de impulsar el turismo interno y contempla acciones relacionadas con la elaboración de un calendario nacional de festividades con potencial turístico, el fomento de nuevas festividades y eventos, el desarrollo de estándares de hospitalidad, la promoción digital y la articulación de la agenda festiva con otros productos turísticos (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2026).

En ese marco, la Estrategia propone mapear las festividades, clasificarlas por los mercados a los que se dirigen y fomentar eventos capaces de generar desplazamientos entre municipios, provincias y regiones. De este modo, la agenda festiva se concibe como un atractivo permanente a lo largo del año y no como una suma de celebraciones aisladas. Desde esta perspectiva, la organización, la hospitalidad de los destinos anfitriones y la comunicación de fechas y actividades forman parte de un mismo sistema que debe analizarse en cada territorio concreto. En consecuencia, los estudios que parten de la estrategia deben trasladarla a eventos y territorios específicos, donde puedan observarse

tanto la programación como los mecanismos de organización y promoción efectivamente utilizados (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2026).

En el ámbito académico ecuatoriano también se observa interés por estudiar las festividades desde sus dimensiones turísticas, sociales y económicas. Lara Haro et al. (2025) analizaron la producción científica relacionada con el impacto económico, social y turístico de las festividades locales en la Zona 3 del Ecuador. Sus resultados evidencian diferentes líneas de investigación relacionadas con las celebraciones y su incidencia territorial, así como la necesidad de continuar generando conocimiento específico sobre acontecimientos locales. Esta situación resulta relevante porque las características de una festividad pueden variar según su territorio, historia, tradiciones, capacidad organizativa y mecanismos de promoción.

En este contexto se ubican las fiestas de cantonización de Milagro, en la provincia del Guayas. La celebración se relaciona directamente con la historia e identidad del cantón y constituye un acontecimiento que integra actividades de carácter cívico, cultural, artístico y recreativo. Durante 2026, Milagro conmemoró 113 años de cantonización y desarrolló diferentes actividades vinculadas con esta celebración. La Universidad Estatal de Milagro (UNEMI) documentó su participación en el Pregón de la Alegría, desarrollado en el marco de los 113 años de cantonización de Milagro, con la presencia de estudiantes, docentes, servidores y autoridades universitarias. La jornada integró música, danza, tradición e identidad, y también permitió que estudiantes provenientes de otras ciudades conocieran y experimentaran expresiones culturales de Milagro durante la celebración (Universidad Estatal de Milagro [UNEMI], 2026a).

La agenda de 2026 se difundió con el lema “Viva Milagro” y se extendió del 29 de agosto al 25 de septiembre, con actividades como la serenata, el Pregón de la Alegría, desfiles cívicos y la sesión solemne por la cantonización (EcuRaíces, 2026). Se trata, por tanto, de una celebración de varias semanas, en la que participan instituciones públicas, educativas y de emergencia, además de ciudadanos, y que combina actos cívicos con expresiones culturales y propuestas recreativas y comerciales. Esta combinación es la que permite plantear la pregunta sobre su relación con el turismo interno: no se trata solo de conmemorar la fundación del cantón, sino de determinar qué componentes de la celebración podrían interesar a públicos de otros territorios y cómo se organiza y comunica esa oferta.

La programación documentada convierte a las fiestas de cantonización en un objeto pertinente para el análisis turístico, pero no permite afirmar por sí misma que la celebración haya producido un determinado nivel de turismo interno. Para establecer esa relación resulta necesario examinar sistemáticamente las características documentadas del evento y contrastarlas con los criterios planteados por la literatura científica y por la planificación turística nacional. Esta distinción resulta fundamental para evitar atribuir impactos turísticos que no hayan sido demostrados mediante evidencia.

La revisión de estos componentes resulta especialmente importante porque la evidencia disponible sobre las fiestas de cantonización de Milagro se encuentra distribuida entre diferentes tipos de documentos. Las publicaciones institucionales permiten conocer actividades y mensajes oficiales; los

registros de organismos participantes aportan información sobre la ejecución de determinadas acciones; los medios de comunicación pueden complementar la descripción del acontecimiento; y la literatura científica proporciona criterios para interpretar su posible relación con el turismo de eventos, la identidad cultural y la promoción turística. La integración de estas fuentes permite construir una visión más sistemática de la celebración. Esta diversidad de fuentes exige indicar con claridad el origen de cada dato y distinguir entre lo documentado y lo interpretado.

A partir de la revisión realizada, se identifica una limitada sistematización documental y científica específica sobre la manera en que las fiestas de cantonización de Milagro 2026 articulan organización, programación cultural y promoción con su potencial como atractivo del turismo interno. Si bien existen antecedentes generales sobre festividades y turismo en Ecuador y una producción científica internacional amplia sobre eventos culturales, estos conocimientos no sustituyen el análisis particular de una celebración determinada. Las características de organización y promoción de cada evento dependen de su contexto territorial, de los actores participantes y de los recursos disponibles, por lo que requieren ser examinadas mediante evidencia específica.

Este vacío justifica el desarrollo de una investigación documental centrada en las fiestas de cantonización de Milagro 2026. A diferencia de un estudio basado exclusivamente en la percepción individual de los asistentes, el análisis documental permite reconstruir las características del acontecimiento a partir de evidencias producidas durante su planificación, promoción y desarrollo. De esta manera, es posible identificar componentes, formas de comunicación y elementos culturales presentes en la celebración sin atribuir a los visitantes opiniones que no hayan sido recogidas mediante instrumentos específicos.

La pertinencia del estudio también se relaciona con la línea de investigación “Festividades culturales como dinamizadoras del turismo interno: Ecuador Festivo 365”. Analizar una festividad de cantonización desde sus componentes organizativos, culturales y promocionales permite observar cómo una celebración local puede relacionarse con los objetivos de diversificación de la oferta y activación del turismo interno planteados en la planificación nacional. Asimismo, proporciona una base documental para identificar fortalezas, vacíos de información y aspectos que podrían ser considerados en futuras estrategias de promoción y gestión turística.

Desde la organización profesional de eventos, el caso es relevante porque permite examinar cómo se relacionan la planificación de una agenda extensa, la coordinación entre actores y la comunicación pública de las actividades. Un evento de esta duración exige definir responsables, calendarizar actividades y comunicar fechas y lugares, y estas decisiones influyen en que un público externo conozca la celebración y pueda decidir asistir. Documentar cómo se resolvieron estos aspectos en 2026 ofrece una referencia para quienes organicen futuras ediciones y para quienes diseñen estrategias de turismo cultural en cantones con celebraciones similares, sin que ello implique afirmar efectos que la evidencia no permite demostrar. Por ello, el estudio se plantea como un primer diagnóstico documental que puede servir de base para investigaciones con trabajo de campo.

En consecuencia, el objetivo general de esta investigación es analizar la organización y promoción de las fiestas de cantonización de Milagro 2026 como potencial atractivo del turismo interno, a partir de

evidencia documental y científica. Como objetivos específicos se plantean: 1) Caracterizar la programación y los principales componentes organizativos de las festividades a partir de la documentación disponible. 2) Identificar los canales y estrategias utilizados para su promoción. 3) Analizar su potencial como atractivo del turismo interno considerando la programación, la identidad cultural y la promoción territorial.

MÉTODO

El estudio se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, con alcance descriptivo y un diseño no experimental, transversal y documental. La investigación se orientó al análisis de la organización y promoción de las fiestas de cantonización de Milagro 2026 como potencial atractivo del turismo interno, utilizando como fuente principal documentos institucionales y periodísticos relacionados directamente con la festividad. La literatura científica especializada se empleó como sustento teórico para interpretar los hallazgos y contrastarlos con los aportes existentes sobre turismo de eventos, festividades locales, identidad territorial y promoción turística.

La unidad de análisis estuvo constituida por documentos directamente relacionados con las fiestas de cantonización de Milagro 2026, entre ellos publicaciones institucionales, agendas, notas informativas y contenidos de difusión digital vinculados con la programación, organización, identidad cultural, promoción o relación con el turismo interno. Se aplicó un muestreo intencional y el corpus final estuvo conformado por ocho documentos, codificados como D1 a D8 (Anexo 1), publicados entre el 28 de agosto y el 17 de septiembre de 2026 en sitios web institucionales y medios de comunicación. Para la localización de las fuentes se utilizaron términos de búsqueda como “fiestas de cantonización de Milagro 2026”, “113 años de cantonización de Milagro”, “agenda fiestas Milagro 2026”, “Pregón de la Alegría Milagro”, “desfile cívico Milagro 2026” y “turismo Milagro 2026”. El registro D5 corresponde a una publicación institucional de EPAMIL-EP sobre la misa que dio inicio a las celebraciones (EPAMIL-EP, 2026). La agenda consultada contempla actividades hasta el 25 de septiembre; por ello, las actividades posteriores al cierre del corpus se presentan como programadas, salvo cuando una fuente documental confirme su ejecución.

El corpus estuvo integrado por dos documentos provenientes de medios de comunicación (D1 y D7), tres de instituciones educativas (D2, D3 y D6), uno de un organismo de emergencia (D4) y dos de entidades públicas (D5 y D8). Esta diversidad permitió contrastar información procedente de diferentes tipos de fuentes y reducir la dependencia de una sola perspectiva institucional (Bowen, 2009).

Como criterios de inclusión se consideraron documentos publicados durante la organización, promoción o desarrollo de las festividades de 2026, provenientes de instituciones, medios u organizaciones identificables, cuyo contenido estuviera directamente relacionado con la celebración y permitiera contrastar información sobre su programación, organización, promoción, identidad cultural o vinculación con el turismo interno. Se excluyeron documentos duplicados, contenidos sin relación directa con el objeto de estudio y publicaciones cuyo origen no pudiera ser verificado. Las categorías de análisis se establecieron en correspondencia con los objetivos específicos de la investigación. La organización y programación se vinculó con el primer objetivo; la promoción y

comunicación, con el segundo; y la identidad cultural, la participación institucional y la articulación con el turismo interno, con el tercero.

Para la obtención y análisis de la información se emplearon la revisión documental y el análisis cualitativo de contenido. La revisión documental permitió localizar, seleccionar y organizar las fuentes, mientras que el análisis cualitativo de contenido permitió examinar la información y establecer categorías de análisis (Hsieh & Shannon, 2005). Como instrumento se utilizó una matriz de análisis documental (Anexo 2), conformada por los siguientes campos: fecha de publicación, institución o medio, tipo de documento, actividad registrada, componentes organizativos, elementos culturales, estrategias de promoción, participación de actores y relación con el turismo interno. Esta matriz permitió registrar de manera homogénea la información contenida en cada documento y facilitar su comparación.

El procedimiento se desarrolló en cuatro etapas. Primero, se realizó la búsqueda y selección de documentos de acuerdo con los criterios de inclusión establecidos. Segundo, se revisó la pertinencia de las fuentes y se eliminaron los documentos duplicados o que no guardaban relación directa con el objeto de estudio. Tercero, la información relevante fue registrada en la matriz de análisis documental mediante la codificación D1 a D8. Finalmente, se efectuó una lectura analítica e interpretativa de los documentos para identificar coincidencias, evidencias puntuales y vacíos de información.

El análisis se desarrolló de manera temática, tomando como referencia las categorías definidas a partir de los objetivos de investigación: organización y programación, identidad cultural, promoción y comunicación, participación institucional y articulación con el turismo interno (Braun & Clarke, 2006). En la comparación de los documentos se diferenciaron tres niveles de evidencia: "Identificado", cuando el componente analizado se encontraba registrado en uno o más documentos; "Evidencia puntual", cuando la información aparecía de manera específica o limitada en el corpus; y "No identificado en el corpus", cuando no se encontró evidencia documental suficiente sobre el componente analizado. Estos criterios permitieron evitar inferencias que no estuvieran respaldadas por las fuentes revisadas.

En particular, las categorías empleadas en la Tabla 3 se relacionaron con los componentes de Ecuador Festivo 365 considerados en la Estrategia Nacional de Turismo. La correspondencia se estableció a partir de la evidencia documental encontrada en el corpus, sin asumir que la presencia de una actividad o elemento equivaliera a una implementación integral de dicha estrategia. De esta manera, la literatura científica sobre turismo de eventos y festividades se utilizó únicamente para interpretar y contextualizar los hallazgos, mientras que las afirmaciones sobre las festividades de Milagro se sustentaron en los documentos D1 a D8.

Cada documento fue identificado mediante un código y se registraron sus datos de procedencia, fecha de publicación y enlace correspondiente. Los resultados fueron organizados en tablas y complementados con una descripción interpretativa que permitió diferenciar entre la información directamente documentada, la interpretación de los investigadores y los planteamientos provenientes de la literatura científica. Asimismo, se evitó atribuir a los visitantes percepciones, opiniones o comportamientos que no estuvieran registrados en las fuentes analizadas. Del mismo

modo, no se realizaron estimaciones propias sobre número de visitantes, procedencia, permanencia, gasto o impacto económico y turístico. En cuanto a las consideraciones éticas, se utilizaron únicamente fuentes de acceso público, respetando su autoría y procedencia. La información fue registrada procurando conservar el sentido original de las publicaciones y se citó conforme a las normas APA 7. Se estableció una diferenciación entre los datos documentados en las fuentes, la interpretación realizada por los investigadores y los aportes de la literatura científica. No se incorporaron datos estimados ni información que no pudiera ser sustentada documentalmente.

Finalmente, el estudio presenta algunas limitaciones. El análisis depende de la disponibilidad y permanencia de los documentos publicados, por lo que determinadas actividades pudieron no quedar registradas o haber sido difundidas únicamente mediante canales informales. Asimismo, el corpus no permite establecer el impacto económico o turístico de las festividades ni determinar el comportamiento, procedencia, permanencia o gasto de los visitantes. Otra limitación corresponde a la presencia de comunicación institucional dentro del corpus, debido a que este tipo de publicaciones puede priorizar los aspectos positivos de la celebración y no constituye por sí misma una evaluación independiente. Además, dos de los ocho documentos proceden de la Universidad Estatal de Milagro, institución de afiliación de los autores, aspecto que fue considerado al interpretar los resultados y formular las conclusiones.

RESULTADOS

El análisis documental permitió identificar una programación amplia y diversificada, con actividades cívicas, culturales, religiosas, artísticas, deportivas, recreativas, gastronómicas y de emprendimiento. Los hallazgos se organizaron en cuatro dimensiones: organización y programación; identidad cultural y participación institucional; promoción y comunicación; y potencial como atractivo del turismo interno. La evidencia muestra componentes que pueden servir de base para el aprovechamiento turístico, pero no hay datos documentales suficientes para demostrar comportamiento de visitantes, gasto o impacto económico. La programación documentada no se concentró únicamente en la fecha de cantonización. La agenda difundida para 2026 se extendió desde finales de agosto hasta septiembre (EcuRaíces, 2026), y EPAMIL-EP (2026) documenta la misa “El Milagro de la Gracia” como inicio de las celebraciones. Las actividades documentadas se agrupan por dimensiones en la Tabla 1.

La distribución por dimensiones muestra que la dimensión cívica, que da origen a la celebración, convive con propuestas culturales, religiosas, deportivas, recreativas y comerciales; esta variedad es la que permite plantear el vínculo con públicos distintos de los residentes, aunque la documentación no muestra a quiénes estuvo dirigida cada actividad. Las actividades anunciadas con posterioridad al 17 de septiembre se presentan como programadas, pues el corpus no contiene fuentes que confirmen su ejecución.

Tabla 1.

Componentes documentados de la programación de las fiestas de cantonización de Milagro 2026

Dimensión	Evidencia documental identificada	Interpretación
Cívica	Desfile cívico estudiantil, desfile cívico y Sesión Solemne	Integra actividades vinculadas con la conmemoración histórica e institucional del cantón.
Cultural	Pregón, serenata, música, danza y presentaciones artísticas	Incorpora expresiones culturales y artísticas dentro de la celebración.
Religiosa	Misa “El Milagro de la Gracia”, con la que se dio inicio a las celebraciones	Incluye prácticas religiosas vinculadas con las tradiciones de la población.
Recreativa	Ecoferia familiar con shows artísticos y actividades musicales	Amplía la diversidad de actividades disponibles durante la celebración.
Deportiva	Run Milagro, Pet Run y juegos tradicionales	Incorpora actividades de ocio y participación ciudadana.
Comercial y gastronómica	Feria de emprendimientos, feria artesanal y Feria Emprande	Vincula la celebración con emprendimientos, productos y actividades comerciales locales.

Nota. La tabla compendia la evidencia documental revisada y no representa mediciones de asistencia, gasto o impacto económico. Documentos de respaldo: Cívica (D1, D3, D6, D7); Cultural (D1, D2); Religiosa (D5); Recreativa y Deportiva (D1); Comercial y gastronómica (D1, D8) (Anexo 1).

La Universidad Estatal de Milagro documentó su presencia en el Pregón de la Alegría con música, danza, estudiantes, docentes, servidores y autoridades, y señaló que estudiantes de otras ciudades participaron y tuvieron contacto con las tradiciones de Milagro (Universidad Estatal de Milagro [UNEMI], 2026a); también participó en el desfile cívico del 17 de septiembre (UNEMI, 2026b). La Universidad Agraria del Ecuador registró la participación de su comunidad en el Desfile Cívico Militar (Universidad Agraria del Ecuador [UAE], 2026) y el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Milagro, en el Minuto Cívico que abrió la agenda festiva (Benemérito Cuerpo de Bomberos de Milagro [BCBM], 2026). Esta diversidad de actores no implica por sí misma una medición del impacto turístico.

La cobertura periodística del Desfile Cívico señala la participación de la Policía Nacional, el Cuerpo de Bomberos, la Comisión de Tránsito, la Autoridad de Control de Tránsito, la Cruz Roja y otras entidades públicas, privadas y educativas (Click Televisión, 2026). Los documentos no describen las funciones específicas de cada entidad, por lo que su participación se interpreta como presencia institucional y no como evidencia de un plan operativo.

Las publicaciones institucionales relacionaron la celebración con la historia, la identidad y el sentido de pertenencia de Milagro (BCBM, 2026; UNEMI, 2026a), y las coberturas de los desfiles registran música, danza, bandas, bastoneras y participación de instituciones educativas y ciudadanos. Un registro periodístico del 17 de septiembre de 2026 señaló que el Desfile Cívico Estudiantil convocó a visitantes procedentes de otros cantones (Click Televisión, 2026). Este último hallazgo constituye

evidencia puntual de movilidad externa hacia Milagro durante la festividad; sin embargo, no permite determinar el número total de visitantes, sus lugares de procedencia, el tiempo de permanencia ni el gasto realizado. Por esta razón, la presencia de visitantes debe interpretarse como una evidencia documental de desplazamiento y no como una medición del impacto del turismo interno.

Las festividades se difundieron mediante publicaciones institucionales y cobertura de medios digitales, que comunicaron el Pregón de la Alegría, los desfiles, las presentaciones musicales y las ferias (UNEMI, 2026a; Click Televisión, 2026). En el componente comercial, el Ministerio de Trabajo y Desarrollo Humano registró la Feria Emprende en el marco de los 113 años de cantonización: cerca de 25 emprendedoras participaron y alrededor de 500 personas visitaron los stands (Ministerio de Trabajo y Desarrollo Humano [MTDH], 2026). Esta cifra corresponde solo a esa actividad y no puede extrapolarse al conjunto de las fiestas ni usarse como estimación de visitantes turísticos.

Las fuentes aportan evidencia de naturaleza distinta. La agenda de EcuRaíces y la publicación de EPAMIL-EP sobre la misa inicial permiten reconstruir la programación (D1 y D5); las notas de UNEMI, la Universidad Agraria y el Cuerpo de Bomberos documentan la participación institucional y los mensajes de identidad (D2, D3, D4 y D6); la cobertura periodística aporta la única referencia a visitantes de otros cantones y a los organismos de apoyo (D7); y el Ministerio de Trabajo y Desarrollo Humano ofrece la única cifra de asistentes, limitada a una feria comercial (D8). Esta distribución explica por qué hay más evidencia sobre organización que sobre efectos turísticos.

Tabla 2.

Evidencia documental de promoción y comunicación de las festividades

Aspecto	Evidencia identificada	Interpretación
Comunicación institucional	Publicaciones de entidades públicas y universidades	Difusión de actividades y participación institucional
Comunicación digital	Publicaciones en páginas y plataformas digitales	Facilita el acceso a información de fechas y actividades
Cobertura mediática	Noticias y publicaciones de medios locales	Amplía la visibilidad de la celebración
Información operativa	Horarios, recorridos y cambios de programación	Facilita la asistencia y organización de los participantes
Contenido cultural	Música, danza, desfiles, tradición e identidad	Contribuye a construir una imagen festiva del territorio

Nota. La tabla se limita a canales y contenidos identificados documentalmente; no mide alcance, interacción ni conversión de la promoción en visitas turísticas. Documentos de respaldo: D1, D2, D4 y D7 (Anexo 1).

La evidencia permite afirmar que existió actividad promocional, pero no que haya producido un flujo turístico determinado. Yin et al. (2023) mostraron que las publicaciones de asistentes en TikTok pueden informar sobre las experiencias en un festival, lo que es útil para comprender el valor de los medios digitales, pero no permite medir el efecto promocional de las publicaciones de Milagro 2026.

Para valorar la correspondencia con Ecuador Festivo 365, los elementos documentados se organizaron en cinco dimensiones analíticas en la Tabla 3. La comparación muestra una correspondencia parcial: dos dimensiones presentan evidencia identificada, dos cuentan con evidencia puntual y una no se identificó en el corpus. Las principales brechas se relacionan con la ausencia de mediciones sistemáticas de resultados turísticos y con la falta de evidencia documental sobre una estructuración de la festividad como producto turístico.

Tabla 3.

Correspondencia documental entre las fiestas de Milagro 2026 y los componentes de Ecuador Festivo 365

Componente	Evidencia documental	Nivel de evidencia	Interpretación
Promoción turística	Publicaciones y difusión de actividades	Identificado	Existe difusión del evento, aunque no permite medir su alcance turístico
Identidad cultural	Actividades cívicas, culturales, tradicionales.	Identificado	La festividad incorpora elementos vinculados con la identidad local
Gastronomía/comercio	Feria de emprendimientos y Feria Emprende (D1, D8)	Evidencia puntual	Se identifican actividades con potencial de atracción de visitantes
Turismo interno	Referencias a visitantes de otros cantones (D7) y a estudiantes de otras ciudades (D2)	Evidencia puntual	Existe potencial, pero no evidencia de comportamiento turístico
Impacto turístico	No existen datos sistemáticos sobre visitantes, gasto o permanencia	No identificado en el corpus	No puede determinarse impacto económico o turístico

Nota. La tabla representa una comparación cualitativa entre la evidencia documental disponible y los componentes generales del producto Ecuador Festivo 365. Documentos de respaldo: D1 a D8; la evidencia sobre visitantes externos procede de D2 y D7 (Anexo 1).

A partir del corpus no se dispone de información sobre el número total de visitantes, su procedencia completa, la duración de la estancia, el gasto, el alojamiento o la motivación del desplazamiento. Hay más información sobre actividades, participación institucional y programación que sobre indicadores turísticos. La ausencia de estos indicadores debe interpretarse como una limitación de la evidencia y no como ausencia del fenómeno.

Por tanto, la agenda amplia, la participación institucional y la difusión pública muestran capacidad organizativa y presencia territorial, pero no constituyen por sí mismas evidencia de impacto turístico

o económico. La documentación revisada describe lo que se organizó y comunicó, no lo que ocurrió con los visitantes.

DISCUSIÓN

Los resultados muestran que las fiestas de cantonización de Milagro 2026 superan la concepción de una conmemoración exclusivamente cívica. La combinación de actividades culturales, religiosas, deportivas, recreativas, gastronómicas y comerciales configura una programación diversificada. Esta característica coincide con la literatura que reconoce a los eventos como componentes de la oferta de los destinos cuando se articulan con atributos territoriales y experiencias diferenciadas (Getz, 2008; Getz & Page, 2016).

La diversidad de actividades constituye un hallazgo relevante, pero no debe confundirse con impacto turístico demostrado. La documentación permite identificar posibilidades de participación y consumo cultural, mientras que la literatura muestra que la asistencia a festivales responde también a motivaciones y características del evento (Portugal et al., 2022; Molina-Gómez et al., 2021). En Milagro no se cuenta con información suficiente para establecer cuántas personas se desplazaron específicamente por la festividad ni qué actividades realizaron durante su permanencia. La dimensión cultural aparece incorporada en la programación mediante música, danza, tradiciones, símbolos cívicos y participación comunitaria. Esta evidencia es coherente con estudios que relacionan autenticidad, identidad e imagen del festival (Lee & Jan, 2022; Zhang & Deng, 2022). Supriono et al. (2023) también muestran que la autenticidad puede relacionarse con la experiencia y la intención de revisita. No obstante, en el presente estudio la identidad se analiza desde los documentos y contenidos de comunicación, no desde la percepción de los visitantes.

La promoción presenta igualmente una diferencia entre visibilidad y efectividad turística. Se identificó el uso de medios institucionales, digitales y mediáticos para comunicar actividades, fechas, recorridos y convocatorias. Yin et al. (2023) muestran que los contenidos digitales pueden contribuir a representar y comunicar la experiencia festivalera; sin embargo, en Milagro no se encontraron indicadores suficientes para determinar el alcance efectivo de las publicaciones ni su relación con decisiones de viaje. La correspondencia con Ecuador Festivo 365 se observa en una celebración calendarizada, programación diversa, identidad local, participación institucional y comunicación. Estos elementos son compatibles con una estrategia que incorpora las festividades a la oferta cultural y al mercado doméstico (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2026). Sin embargo, la presencia de dichos componentes no equivale a una implementación integral de la estrategia ni demuestra por sí misma resultados turísticos.

La literatura también permite señalar que la atraktividad de una festividad depende de la articulación entre actividades culturales, organización y otros componentes de la experiencia (Li & Yu, 2023). Asimismo, Le et al. (2024) destacan la importancia de la relación entre eventos, comunidades y gestión del destino. En Milagro se identificaron ferias, emprendimientos, gastronomía, actividades culturales y deportivas, pero no evidencia suficiente de una oferta turística estructurada que integre alojamiento, movilidad, comercialización de paquetes u otros servicios.

La presencia de ferias de emprendimiento, artesanía y gastronomía muestra una relación entre la celebración y actividades económicas locales. Lara Haro et al. (2025) señalan la relevancia de continuar generando evidencia sobre las dimensiones económicas y sociales de las festividades en Ecuador. En el caso analizado, la documentación no permite cuantificar ventas, gasto de visitantes, ocupación o beneficios económicos atribuibles específicamente a las fiestas.

En conjunto, el estudio diferencia entre la existencia de componentes con potencial turístico y la demostración de resultados turísticos. La evidencia revisada permite sostener que Milagro cuenta con una programación diversa, elementos identitarios, participación territorial y mecanismos de promoción compatibles con un atractivo de turismo interno. No obstante, la consolidación de ese potencial requiere promoción dirigida a públicos externos, mayor articulación con servicios turísticos y sistemas de medición de procedencia, permanencia, gasto y satisfacción. Esta distinción constituye el principal aporte del análisis documental.

CONCLUSIONES

Respecto del objetivo general, se concluye que las fiestas de cantonización de Milagro 2026 presentan elementos organizativos, culturales y comunicacionales compatibles con un posible atractivo para el turismo interno, pero que la evidencia documental no permite afirmar efectos turísticos o económicos. Se sostiene, por tanto, que el valor turístico de la celebración es potencial y debe verificarse con datos de visitantes antes de presentarlo como resultado.

En relación con los objetivos específicos, se concluye que la amplitud de la programación y la diversidad de actores constituyen una base organizativa sólida, y que la promoción se sostiene en canales institucionales y mediáticos que dan visibilidad a la celebración. Sin embargo, esa visibilidad no equivale a efectividad turística, pues no existen indicadores que permitan evaluar el alcance de las acciones.

La correspondencia con Ecuador Festivo 365 es parcial: se identifican la calendarización, la identidad local, la participación de actores y la comunicación, pero no un producto turístico estructurado ni mediciones de visitantes, permanencia, gasto o impacto económico. La evidencia de visitantes de otros cantones es puntual y no permite generalizar.

El aporte del estudio consiste en sistematizar, a partir de fuentes públicas, los componentes organizativos, culturales y comunicacionales de las fiestas y en evidenciar la brecha de información turística existente. Para la organización de eventos, esto orienta a registrar de forma sistemática datos de asistencia, procedencia y satisfacción desde la planificación; para el turismo, a articular la festividad con los servicios y la promoción territorial.

Futuras investigaciones podrían complementar el análisis documental con encuestas a visitantes y residentes, entrevistas a organizadores y observación en los principales eventos, e incorporar indicadores de procedencia, asistencia, permanencia, gasto y ocupación de establecimientos que permitan comparar distintas ediciones de las fiestas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Benemérito Cuerpo de Bomberos de Milagro. (2026, 13 de septiembre). 113 años de historia, identidad y orgullo milagreño. <https://bcbomberosmilagro.gob.ec/113-anos-de-historia-identidad-y-orgullo-milagreno/>
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27–40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Click Televisión. (2026, 17 de septiembre). Milagro celebró sus 113 años con desfiles, música y postales que quedan para el recuerdo. <https://clicktelevision.net/2026/09/17/milagro-celebro-sus-113-anos-con-desfiles-musica-y-postales-que-quedan-para-el-recuerdo/>
- EcuRaíces. (2026, 28 de agosto). Milagro celebra 113 años de cantonización con un mes de cultura, tradición y festividades. <https://www.ecuraices.com/cultura/fiestas-ecuador/milagro-celebra-113-anos-de-cantonizacion-con-cultura-tradicion-y-festividades/>
- EPAMIL-EP. (2026, 10 de septiembre). Con fe y esperanza, participamos en la misa “El Milagro de la Gracia”. <https://www.epamil.gob.ec/2026/09/10/4540/>
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403–428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
- Getz, D., & Page, S. J. (2016). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management*, 52, 593–631. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>
- Hsieh, H.-F., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277–1288. <https://doi.org/10.1177/1049732305276687>
- Lara Haro, D. M., Paredes León, J. F., Santamaría Quishpe, G. P., & Veloz Jaramillo, M. A. (2025). Turismo, economía y sociedad: Un enfoque bibliométrico del impacto de las festividades locales en la Zona 3 del Ecuador. *Annals Scientific Evolution*, 4(2), 1149–1160. <https://doi.org/10.70577/ASCE/1149-1160/2025>
- Le, T. H., Abreu Novais, M., Arcodia, C., Berchtenbreiter, R., Humpe, A., & Nguyen, N. (2024). How authenticity in events fosters social sustainability: Towards an authenticity ecosystem and implications for destination management. *Tourism Management Perspectives*, 51, 101222. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2024.101222>
- Lee, T. H., & Jan, F. H. (2022). How does tourism image affect visitor perceptions of a festival's identity? Influence analysis of three aboriginal festivals in Taiwan. *Journal of Destination Marketing & Management*, 24, 100704. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2022.100704>
- Li, J., & Yu, G. (2023). Constructing the festival tourist attraction from the perspective of Peircean semiotics: The case of Guangzhou, China. *PLOS ONE*, 18(2), e0282102. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0282102>
- Ministerio de Trabajo y Desarrollo Humano. (2026, 17 de septiembre). En Milagro, 25 emprendedoras promocionaron y comercializaron sus productos durante la Feria Empeñe. <https://www.desarrollohumano.gob.ec/en-milagro-25-emprendedoras-promocionaron-y-comercializaron-sus-productos-durante-la-feria-empeñe/>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2026). Estrategia Nacional de Turismo 2030. <https://drive.google.com/file/d/1StH-M53uhD0aCsN994jCRTxpWYA9VFZV/view?usp=sharing>
- Molina-Gómez, J., Mercadé-Melé, P., Almeida-García, F., & Ruiz-Berrón, R. (2021). New perspectives on satisfaction and loyalty in festival tourism: The function of tangible and intangible attributes. *PLOS ONE*, 16(2), e0246562. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0246562>

- Portugal, J. P. V., Correia, A., & Águas, P. (2022). Decisions on participation in music festivals: An exploratory research in Portugal. *International Journal of Event and Festival Management*, 13(2), 164–181. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-07-2021-0059>
- Supriono, M., Iqbal, M., Kusumawati, A., & Fahmi, M. R. A. (2023). The role of authenticity on revisit intention: Tourist experience as a mediation at the Reyog Ponorogo National Festival. *International Journal of Event and Festival Management*, 14(3), 344–362. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-09-2022-0069>
- Universidad Agraria del Ecuador. (2026, 17 de septiembre). Universidad Agraria del Ecuador participó en el Desfile Cívico Militar por los 113 años de cantonización de Milagro. <https://www.uagraria.edu.ec/ampliar-noticias.php?id=386>
- Universidad Estatal de Milagro. (2026a, 1 de septiembre). UNEMI celebró a Milagro con talento, alegría y orgullo universitario en su Pregon. <https://www.unemi.edu.ec/index.php/2026/09/01/unemi-celebro-a-milagro-con-talento-alegria-y-orgullo-universitario-en-su-pregon/>
- Universidad Estatal de Milagro. (2026b, 17 de septiembre). UNEMI marcha con Milagro y celebra en sus calles 113 años de cantonización. <https://www.unemi.edu.ec/index.php/2026/09/17/unemi-marcha-con-milagro-y-celebra-en-sus-calles-113-anos-de-cantonizacion/>
- Yin, S., Fu, C., & Dai, G. (2023). Exploring the festival attendees' experiences on social media: A study on the Guangzhou International Light Festival. *SAGE Open*, 13(1). <https://doi.org/10.1177/21582440221145154>
- Zhang, S.-N., & Deng, F. (2022). Innovation and authenticity: Constructing tourists' subjective well-being in festival tourism. *Frontiers in Psychology*, 13, 950024. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.950024>

CONSIDERACIONES ÉTICAS

El estudio se desarrolló mediante una revisión de literatura basada exclusivamente en fuentes documentales previamente publicadas. No involucró la participación directa de seres humanos o animales, la realización de intervenciones, el uso de muestras biológicas ni el acceso a datos personales identificables. En consecuencia, no requirió aprobación de un comité de ética ni la obtención de consentimiento informado. Durante el proceso investigativo se observaron los principios de integridad científica, atribución adecuada de la autoría, citación rigurosa y uso responsable de las fuentes consultadas.

DECLARACIÓN DE USO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IA)

Los autores afirman que la herramienta de inteligencia artificial se utilizó exclusivamente para apoyar la organización del artículo y la traducción del texto. Su uso no determinó el contenido científico, el diseño del estudio, la selección de fuentes, el análisis de datos, la interpretación de resultados ni las conclusiones. La responsabilidad total del contenido sigue siendo de los autores.

FINANCIACIÓN

Los autores declaran que este estudio no recibió ningún tipo de financiación externa por parte de agencias públicas, privadas, ni de organizaciones sin ánimo de lucro. Todas las actividades de investigación, análisis y desarrollo fueron realizadas con recursos propios.

CONFLICTO DE INTERESES

<https://doi.org/10.71068/SSJ00147>

Los autores declaran que no tienen conflictos de intereses relacionados con este estudio y que todos los procedimientos seguidos cumplen con los estándares éticos establecidos por la revista. Asimismo, confirman que este trabajo es inédito y no ha sido publicado, ni parcial ni totalmente, en ninguna otra publicación.

CONTRIBUCIÓN DEL AUTOR

Nombres e iniciales de los autores: Freddy Leonardo Garaicoa Fuentes (FLGF), Ingrid Maricela Muñoz Vergara (IMMV), Yarina Maribel Chimbo Grefa (YMCG), Odalys Ivette Menéndez Bailon (OIMB), Carlos Alfredo Camacho Vargas (CACV)

- 1. Conceptualización:** FLGF, IMMV, YMCG, OIMB, CACV
- 2. Curación de datos:** FLGF, IMMV, YMCG, OIMB, CACV
- 3. Análisis formal:** FLGF, IMMV, YMCG, OIMB, CACV
- 4. Adquisición de financiación:** no aplicable
- 5. Investigación:** FLGF, IMMV, YMCG, OIMB, CACV
- 6. Metodología:** FLGF, IMMV, YMCG, OIMB, CACV
- 7. Administración de proyectos:** FLGF, IMMV, YMCG, OIMB, CACV
- 8. Recursos:** no aplicable
- 9. Software:** no aplicable
- 10. Supervisión:** FLGF, IMMV, YMCG, OIMB, CACV
- 11. Validación:** FLGF, IMMV, YMCG, OIMB, CACV
- 12. Vista:** FLGF, IMMV, YMCG, OIMB, CACV
- 13. Borrador original:** FLGF, IMMV, YMCG, OIMB, CACV
- 14. Redacción, revisión y edición:** FLGF, IMMV, YMCG, OIMB, CACV