



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE TURISMO

**EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA
MOROMORO, CANTÓN PIÑAS. ANÁLISIS Y PROPUESTAS PARA EL
DESARROLLO LOCAL.**

**AMORES VALDIVIEZO DAVINIA DELENE
LICENCIADA EN TURISMO**

**MOLINA JARAMILLO MARCOS RENATO
LICENCIADO EN TURISMO**

**MACHALA
2025**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE TURISMO

**EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA
PARROQUIA MOROMORO, CANTÓN PIÑAS. ANÁLISIS Y
PROPUESTAS PARA EL DESARROLLO LOCAL.**

**AMORES VALDIVIEZO DAVINIA DELENE
LICENCIADA EN TURISMO**

**MOLINA JARAMILLO MARCOS RENATO
LICENCIADO EN TURISMO**

**MACHALA
2025**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE TURISMO

PROYECTOS INTEGRADORES

**EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA
PARROQUIA MOROMORO, CANTÓN PIÑAS. ANÁLISIS Y
PROPUESTAS PARA EL DESARROLLO LOCAL.**

**AMORES VALDIVIEZO DAVINIA DELENE
LICENCIADA EN TURISMO**

**MOLINA JARAMILLO MARCOS RENATO
LICENCIADO EN TURISMO**

CALLE IÑIGUEZ MELISSA PAULINA

**MACHALA
2025**

Evaluación del potencial turístico de la Parroquia Moromoro, Cantón Piñas: Análisis y propuestas para el desarrollo local



Nombre del documento: TESIS_MARCOS_Y_DAVINIA.finalizado.docx
ID del documento: 071a89f29ef9d6bc34800c4f60ecd85c659deb13
Tamaño del documento original: 2,68 MB
Autores: MOLINA JARAMILLO MARCOS RENATO, AMORES VALDIVIEZO DAVINIA DELENE

Depositante: MELISSA PAULINA CALLE IÑIGUEZ
Fecha de depósito: 16/7/2025
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 16/7/2025

Número de palabras: 21.795
Número de caracteres: 150.348

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	www.turismo.gob.ec https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/08/2020-Ley-de-Turismo.pdf 40 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (390 palabras)
2	Documento de otro usuario #bd647d Viene de de otro grupo 39 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (372 palabras)
3	www.gob.ec https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-09/4.REGLAMENTO-TURISMO-2015.pdf 25 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (350 palabras)
4	Documento de otro usuario #4b4662 Viene de de otro grupo 5 fuentes similares	1%		Palabras idénticas: 1% (371 palabras)
5	repositorio.utc.edu.ec Propuesta metodológica para el inventario de recursos t... http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/7816/6/PC-002023.pdf.txt 17 fuentes similares	1%		Palabras idénticas: 1% (328 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	www.dspace.uce.edu.ec Museos etno-musicales: atractivo turístico de accesibil... http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/22688	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (40 palabras)
2	www.turismo.gob.ec https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/MANUAL-DE-APLICACION-DEL-REG...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (34 palabras)
3	repositorio.utn.edu.ec Evaluación de los emprendimientos turísticos en la parr... http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/8054	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (30 palabras)
4	Documento de otro usuario #90acae Viene de de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (34 palabras)
5	repositorio.uta.edu.ec https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/20638/1/CATEGARIZACION DE ATRACTIV...	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (31 palabras)

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

Los que suscriben, AMORES VALDIVIEZO DAVINIA DELENE y MOLINA JARAMILLO MARCOS RENATO, en calidad de autores del siguiente trabajo escrito titulado EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA PARROQUIA MOROMORO, CANTÓN PIÑAS. ANÁLISIS Y PROPUESTAS PARA EL DESARROLLO LOCAL., otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Los autores declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

Los autores como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.



AMORES VALDIVIEZO DAVINIA DELENE

0706119138



MOLINA JARAMILLO MARCOS RENATO

0750492860

Resumen

La presente investigación analiza el potencial turístico de la parroquia Moromoro, en el cantón Piñas, provincia de El Oro, con el propósito de identificar oportunidades que promuevan su desarrollo local sostenible. A través de metodologías cualitativas y cuantitativas, se identificaron los principales atractivos naturales y culturales, así como las percepciones de la comunidad local frente al turismo. Se evidenció una escasa infraestructura, baja promoción y falta de planificación, lo que limita el aprovechamiento del territorio. Se aplicaron criterios de jerarquización establecidos por el MINTUR para categorizar los atractivos turísticos. Los resultados permitieron formular una propuesta con estrategias orientadas al fortalecimiento del turismo comunitario, ecológico y de aventura. La participación activa de la comunidad y la conservación del patrimonio son ejes centrales. La propuesta busca dinamizar la economía, mejorar la calidad de vida y preservar los recursos naturales y culturales. El trabajo contribuye tanto a la práctica turística como al marco académico del turismo sostenible.

Palabras clave: Turismo sostenible, potencial turístico, desarrollo local, comunidad, planificación territorial, jerarquización, turismo ecológico.

ABSTRACT

This research evaluates the tourism potential of Moromoro parish, located in Piñas canton, El Oro province, aiming to identify opportunities that foster sustainable local development. Through qualitative and quantitative methods, key natural and cultural attractions were identified, along with local community perceptions toward tourism. The study revealed limited infrastructure, low

promotion, and lack of planning as key constraints. Using criteria from Ecuador’s Ministry of Tourism (MINTUR), tourist attractions were categorized and prioritized. The results led to a proposal of strategies focused on strengthening community-based, ecological, and adventure tourism. Active community participation and heritage conservation are central to the approach. The proposal seeks to boost the local economy, improve quality of life, and preserve natural and cultural resources. This work contributes both to practical tourism development and to the academic framework of sustainable tourism.

Keywords: Sustainable tourism, tourism potential, local development, community, territorial planning, categorization, ecotourism.

1. CONTENIDO

1.	CONTENIDO	2
2.	CAPÍTULO I	14
1.1	INTRODUCCIÓN	14
1.2	Problematización	16
1.2.1	Macro	16
1.2.2	Meso.....	16
1.2.3	Micro.....	17
1.3	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	19
1.4	OBJETIVOS.....	19

1.4.1	Objetivos General	19
1.4.2	Objetivos Específicos.....	19
1.5	JUSTIFICACIÓN.....	20
1.5.1	Justificación práctica.....	20
1.5.2	Justificación teórica	21
2	CAPITULO II.....	22
2.1	Antecedentes de investigación	22
2.2	Marco teórico	26
2.2.1	Turismo	26
2.2.2	Importancia	27
2.2.3	¿Qué es el diagnóstico?.....	28
2.2.4	Sistema turístico.....	28
2.2.5	Demanda	30
2.2.6	Infraestructura	31
2.2.7	Clasificación de infraestructura	31
2.2.8	Comunidad receptora	32
2.2.9	Percepción de la población	32
2.2.10	Potencial.....	33
2.2.11	Cuadro comparativo de metodologías de jerarquización de atractivos turísticos... 33	

2.2.12	Metodología de jerarquización de atractivos turístico y espacios turísticos Mintur y el Órgano rector	38
2.2.13	Criterios de valoración y ponderación	39
2.2.14	Nivel Jerárquico	40
2.2.15	Rango de Jerarquización	41
2.2.16	Metodología o materiales y métodos	42
2.2.17	Foda.....	42
2.2.18	Producto turístico	43
2.2.19	Componentes del producto turístico	44
2.2.20	Planta turística está conformada por:	45
2.3.	Marco Conceptual	46
2.4	MARCO LEGAL	50
3.	CAPÍTULO III	58
3.1	METODOLOGÍA	58
3.2	Método descriptivo y observación	58
3.2.1	Análisis de muestra	58
3.2.2	Muestra de la provincia.....	59
3.3	Técnicas e Instrumentos de Recolección de datos.....	62
3.4	Interpretación de resultados.....	63
3.5	Análisis y discusión de resultados	127

4.	CAPITULO IV	134
4.1	Propuesta integradora.....	134
4.1.2	Objetivo general.....	134
4.1.3	Justificación	135
4.1.4	Misión.....	136
4.1.5	Visión.....	136
4.1.6	Valores	136
4.1.7	Estrategias	137
4.1.8	Plan de acción	138
4.1.9	Proyectos o programas: Debilidades del foda cruzado	147
4.2	Conclusiones	158
4.3	Recomendaciones.....	160
	Referencias.....	161

Ilustración de contenido

Figura 1	44
Figura 2	65
Figura 3	67
Figura 4	75

Figura 5	81
Figura 6	82
Figura 7	83
Figura 8	84
Figura 9	85
Figura 10	86
Figura 11	87
Figura 12	88
Figura 13	89
Figura 14	90
Figura 15	91
Figura 16	92
Figura 17	93
Figura 18	94
Figura 19	95
Figura 20	96
Figura 21	97
Figura 22	98
Figura 23	99
Figura 24	100
Figura 25	101
Figura 26	103
Figura 27	104

Figura 28	105
Figura 29	106
Figura 30	107
Figura 31	108
Figura 32	109
Figura 33	110
Figura 34	111
Figura 35	112
Figura 36	113
Figura 37	115
Figura 38	116
Figura 39	117
Figura 40	118

Tabla de contenido

Tabla 1	34
Tabla 2	36
Tabla 3	39
Tabla 4	41
Tabla 5	55
Tabla 6	61
Tabla 7	63
Tabla 8	119

Tabla 9.....	125
Tabla 10.....	128
Tabla 11.....	138
Tabla 12.....	144
Tabla 13.....	147
Tabla 14.....	150
Tabla 15.....	152
Tabla 16.....	153
Tabla 17.....	155
Tabla 18.....	156

Dedicatoria

A lo largo de esta travesía académica y personal, han existido personas y espacios que marcaron mi camino con su apoyo incondicional, paciencia, y fe en mí. Hoy, al culminar este trabajo de titulación, deseo expresar mi más sincero agradecimiento.

A mi madre, Patricia Valdiviezo, que ha sido mi pilar más firme, mi refugio en los momentos difíciles y mi fuente constante de fortaleza y motivación. Gracias por acompañarme cada día, por creer en mí incluso cuando yo dudaba, y por brindarme el amor más puro que solo una madre sabe ofrecer. Tu ejemplo de lucha, dedicación y ternura está sembrado en cada página de esta tesis.

A mi padre, Edison Noles, por ser un ejemplo de generosidad, paciencia y amor verdadero. Su apoyo incondicional, sus palabras de aliento y su presencia constante han sido una guía silenciosa pero firme en cada paso de este camino. Gracias por acompañarme con respeto, ternura y fe en mis capacidades. Su forma de cuidarme, de confiar en mí, y de celebrar mis logros ha dejado una huella imborrable en mi vida. Esta meta también es suya.

A mi abuelita y a mi tío, por ser presencia constante y fuente de afecto en mi vida. A mi abuelita, por sus palabras llenas de sabiduría, su cariño inmenso y por enseñarme, con su ejemplo, la importancia de la paciencia y la fe en los momentos difíciles y su oración constante. A mi tío, por su apoyo discreto pero firme, sus consejos oportunos y por creer en mí en silencio, con gestos que hablan más que las palabras. Gracias a ambos por sostenerme con amor, por acompañarme desde el corazón, y por estar cerca incluso en la distancia. Esta meta también lleva el reflejo de todo lo que ustedes han sembrado en mí.

A mi amiga y compañera de carrera, Shirley Maquencia, quien desde el tercer semestre ha estado a mi lado con amistad sincera, apoyo académico, palabras de ánimo y una complicidad que ha hecho este camino mucho más llevadero. Gracias por compartir tantos momentos, por comprender el esfuerzo detrás de cada entrega, y por ser parte de esta etapa tan especial.

A la Universidad Técnica de Machala, y de manera especial a la Carrera de Turismo de la Facultad de Ciencias Empresariales, por abrirme las puertas al conocimiento, a la reflexión crítica y al compromiso con el desarrollo territorial. Esta institución nos ha formado con calidez, calidad y pertinencia, y nos ha permitido comprender el turismo como una herramienta transformadora, capaz de generar oportunidades para las comunidades y preservar su riqueza natural y cultural.

A nuestra tutora, MSc. Melissa Paulina Calle Iñiguez, por su orientación constante, su paciencia en el proceso de investigación, y por su compromiso con nuestra formación académica. Agradezco profundamente su mirada crítica, sus recomendaciones precisas y el tiempo que dedicó a guiarnos con profesionalismo y sensibilidad. Gracias por impulsar nuestra capacidad de análisis y por ayudarnos a enfocar nuestras ideas con rigurosidad y propósito.

Con amor, Davinia Amores

Me siento muy feliz y orgulloso de haber llegado hasta aquí, tras tanto esfuerzo y dedicación. Valoro profundamente todos los momentos que compartí y a las personas que conocí a lo largo de esta maravillosa travesía de mi vida. He podido vivir experiencias que nunca imaginé y estoy muy agradecido por cada una de ellas. Todos estos encuentros me ayudaron hasta cierto punto a ser quien soy y no pienso olvidar a nadie.

Quiero aprovechar para expresar lo que siento hacia quienes me han apoyado incondicionalmente en este camino.

A mi madre, Dora Mercedes, quien me ha acompañado durante todo este trayecto. Gracias por darme la vida, la educación y el amor necesarios para crecer. Me enseñaste a ser responsable y a valorar lo poco que tenemos, sacando siempre el máximo provecho. Sin tu ayuda y guía, no habría llegado tan lejos. Te estaré eternamente agradecido.

También agradezco a Henri, el esposo de mi madre, quien decidió sin dudar ejercer el rol de padre dentro de nuestra familia. Gracias por tu apoyo constante y por estar presente en mi vida. De verdad, te lo agradezco de corazón.

A mi tía Norma Consuelo, quien también fue un pilar fundamental para llegar hasta aquí. Gracias por ayudarme en todo lo que estuvo a tu alcance para que no me quedara estancado y para que pudiera cumplir las metas que tú también anhelas. Como su tercer hijo, espero poder hacerte sentir orgullosa.

A mis tíos y tías, les agradezco cada día por apoyarme con lo que podían, ya sea económicamente o ayudándome con transporte a la universidad y de regreso a casa cuando más lo necesitaba. Siempre han sido un gran apoyo para mí y sé que lo seguirán siendo. Después de todo, somos familia y siempre estaremos unidos.

A mi grupo de trabajo, con quienes compartí gran parte de mi carrera. Gracias por su apoyo constante, por el trabajo en equipo que nos permitió llegar hasta este momento, corrigiendo, pensando y esforzándonos juntos para hacer siempre un excelente trabajo. Disfruté mucho de nuestra compañía, ya sea conversando o compartiendo una comida.

Por último, quiero agradecer a mis amigas Betzy y Yamileth, y a mis amigos Joseph y Jared, también les agradezco de corazón por estar conmigo en todo momento. Gracias por escucharme, tanto en mis momentos felices como en los difíciles, y por brindarme su apoyo y consejos para seguir adelante a pesar de la adversidad.

Expreso mi gratitud a la Universidad Técnica de Machala, en especial a la Carrera de Turismo de la Facultad de Ciencias Empresariales, por brindarme la oportunidad de acceder al conocimiento, fomentar la reflexión crítica y promover el compromiso con el desarrollo territorial. Esta

institución nos ha formado con calidez, excelencia y relevancia, permitiéndonos entender el turismo como una herramienta transformadora que genera oportunidades para las comunidades y contribuye a la preservación de su patrimonio natural y cultural.

Asimismo, agradezco profundamente a nuestra tutora, la MSc. Melissa Paulina Calle Iñiguez, por su constante guía, paciencia durante el proceso de investigación y compromiso con nuestra formación académica. Valoro mucho su mirada crítica, sus recomendaciones precisas y el tiempo dedicado a orientarnos con profesionalismo y sensibilidad. Gracias a su apoyo, hemos fortalecido nuestra capacidad de análisis y logrado enfocar nuestras ideas con rigor y claridad.

Con amor, Marcos Molina

Agradecimiento

Ha sido un largo camino por recorrer, lleno de desafíos y experiencias enriquecedoras tanto en lo académico como en lo personal. Por ello, expreso mis más sinceros agradecimientos a mi compañera y amiga Davinia Amores, por haberme apoyado y acompañado durante este proceso de titulación. Enfrentamos múltiples dificultades; hubo momentos en los que no sabíamos con claridad qué hacer, pero al apoyarnos mutuamente, con esfuerzo y dedicación, logramos superar la adversidad y culminar nuestro proyecto con éxito.

Agradezco profundamente a nuestra tutora, MSc. Melissa Paulina Calle Iñiguez, quien con paciencia, compromiso y esmero supo guiarnos durante todo este proceso. Asimismo, extiendo mi agradecimiento a todos los docentes, por sus enseñanzas, consejos y apoyo constante. Sus conocimientos y experiencias fueron fundamentales para completar esta etapa.

A mis amistades más cercanas, con quienes compartí no solo clases, sino también momentos de verdadera alegría y crecimiento personal. Gracias por hacer de este camino una experiencia inolvidable. Juntos vivimos distintas etapas de nuestras vidas, desarrollándonos como personas día a día. En especial, quiero agradecer a Allison, Leslie y Karen. Gracias por estar conmigo, por su apoyo constante tanto en lo académico como en lo personal. A pesar de nuestras diferencias, fueron una de las mejores compañías que pude tener en este viaje.

Gracias de corazón por cada palabra de aliento, por demostrar que con esfuerzo y dedicación todos podemos convertirnos en personas extraordinarias, sin importar de dónde venimos. Porque en nosotros radica la voluntad de hacer lo correcto, superarnos cada día y seguir adelante frente a cualquier obstáculo.

Con todo mi respeto y cariño, les deseo lo mejor en esta vida. Que todo lo que emprendan prospere y esté lleno de bendiciones.

Marcos Renato Molina Jaramillo.

2. CAPÍTULO I

1.1 INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como objetivo evaluar el potencial turístico de la parroquia Moromoro, ubicada en el cantón Piñas, mediante un análisis integral que permita identificar estrategias orientadas al desarrollo local sostenible. Este enfoque busca proponer un óptimo aprovechamiento de los recursos turísticos y establecer una propuesta enfocada en el fortalecimiento de la identidad cultural y promover la gobernanza participativa de la comunidad local en torno al turismo. El potencial turístico se refiere a las características y recursos naturales, culturales, históricos y sociales que posee un territorio, los cuales pueden ser usadas para desarrollar actividades turísticas, contribuyendo al desarrollo sostenible de lugar.

El turismo, más allá de ser una actividad económica, es un motor de transformación que incide en el ámbito social, cultural y ambiental. Su adecuada gestión contribuye al bienestar de las comunidades, fomenta la conservación del entorno y dinamiza la economía local. En este contexto, la parroquia Moromoro se presenta como un espacio de gran riqueza natural y cultural, caracterizado por su biodiversidad, las tradiciones agrícolas profundamente arraigadas y una identidad comunitaria. Estas cualidades posicionan a Moromoro como una zona potencial para el turismo ecológico, de aventura y cultural, aunque su desarrollo turístico enfrenta limitaciones significativas debido al escaso aprovechamiento y puesta en valor de sus recursos.

El estudio se fundamenta en la necesidad de analizar las características del territorio y las dinámicas existentes entre la comunidad y sus recursos. A través de este análisis, se busca

identificar las principales oportunidades y desafíos para el desarrollo turístico, así como comprender las percepciones de la comunidad respecto a esta actividad. Esto permitirá diseñar estrategias que articulen de manera efectiva aspectos económicos, sociales, culturales y ambientales, con el propósito de impulsar una propuesta de planificación turística sostenible y replicable en contextos similares.

Asimismo, esta investigación aspira a generar un aporte práctico y teórico en el campo del turismo sostenible. Por una parte, proporcionará herramientas concretas para la planificación territorial turística de Moromoro, mientras que, por otra, enriquecerá el conocimiento académico al integrar una visión multidimensional del turismo como catalizador del desarrollo local. Este enfoque resulta crucial para maximizar el potencial de la parroquia, garantizando que el turismo no solo se convierta en un motor económico, sino también en un medio para fortalecer la cohesión social y la conservación del patrimonio natural y cultural.

1.2 Problematicación

1.2.1 Macro

El análisis del potencial turístico se puede establecer una herramienta de planificación que aborde la importancia de evaluar los destinos. Se identifica la necesidad de desarrollar un análisis del potencial turístico que pueda contar con herramientas que permitan una adecuada planificación de la actividad, estableciendo estrategias y gestiones para la sostenibilidad de la zona. Esta evaluación permite identificar y examinar los recursos turísticos disponibles, la infraestructura efectiva y los servicios que pueden impactar en la experiencia del visitante.

Es así que, en La Pampa, Argentina, se plantean objetivos claros, como la necesidad de diagnosticar los atractivos turísticos y las oportunidades para su desarrollo, como las posibles limitaciones. Los resultados obtenidos ofrecen un diagnóstico claro de la situación del destino, resaltando tanto las oportunidades que se pueden aprovechar como los desafíos que deben ser abordados. Según estos hallazgos se ofrecen recomendaciones estratégicas para mejorar la competitividad del destino, enfatizando la necesidad de un desarrollo sostenible que respete los recursos locales. Zuccarini *et al.* (2022)

1.2.2 Meso

Ecuador posee un potencial turístico excepcional, con una riqueza natural y cultural que la convierte en un destino atractivo para diversos tipos de visitantes. Sin embargo, Ecuador enfrenta desafíos para desarrollar su potencial turístico, ya que requiere de una mayor variedad en sus opciones turísticas que reflejen la riqueza del país. También es necesario potenciar la promoción de los destinos.

Como ejemplo de ello en la provincia de Santo Domingo, el desarrollo turístico enfrenta serias complicaciones, destacándose la inestabilidad política y económica como un factor crítico que afecta la capacidad del sector turístico para crecer y prosperar. Según Romero *et al.* (2021), hablan que este contexto dificulta la implementación de políticas efectivas que podrían fomentar el turismo y estabilizar la economía local.

Además, el análisis revela que, para lograr un desarrollo turístico sostenible, es fundamental considerar las necesidades y expectativas de la comunidad local. La investigación indica que una gestión adecuada de los recursos, que asegure que los beneficios del turismo se distribuyan equitativamente, es esencial para evitar impactos negativos en el entorno social y ambiental de la región. Sin estas consideraciones, el potencial turístico de Santo Domingo podría no materializarse plenamente y, en lugar de contribuir al desarrollo, podría causar conflictos o desequilibrios en la comunidad.

1.2.3 Micro

La Provincia de El Oro, cuenta con un gran potencial turístico que no ha sido aprovechado adecuadamente. A pesar de sus atractivos naturales y culturales la provincia sigue siendo un territorio poco conocido y visitado, lo que refleja escasez de infraestructura turística, escasez de servicios turísticos y la escasez de promoción efectiva, como la ausencia de una planificación territorial turística.

La parroquia Moromoro, se encuentra ubicada en el cantón Piñas de la Provincia de El Oro, se enfrenta a desafíos que limitan el desarrollo turístico al implementar estrategias que están existiendo un escaso aprovechamiento del potencial turístico. Granda (2024) habla de la

evaluación que tiene el potencial turístico de la región estudiada. Realiza un análisis de los recursos naturales y culturales, como la infraestructura existente que contribuye al desarrollo del turismo en la zona. Para identificar las características que hacen de este destino un lugar atractivo para los visitantes. Se destaca la importancia de desarrollar estrategias que promuevan el uso consecutivo de los recursos turísticos, al tiempo que se incluya a la comunidad local en el transcurso de tomar decisiones.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo el desaprovechamiento del potencial turístico de la Parroquia Moromoro limita en el desarrollo turístico del Cantón Piñas?

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivos General

Analizar el potencial turístico de la Parroquia Moromoro del Cantón Piñas.

1.4.2 Objetivos Específicos

1. Identificar y categorizar los atractivos turísticos de la Parroquia Moromoro.
2. Determinar las percepciones de la comunidad local respecto al desarrollo del turismo en la parroquia Moromoro.
3. Determinar las principales oportunidades y desafíos del turismo en la parroquia Moromoro.
4. Elaborar una propuesta para el aprovechamiento sostenible del turismo en la parroquia.

1.5 JUSTIFICACIÓN

1.5.1 Justificación práctica

La parroquia Moromoro enfrenta desafíos significativos relacionados con la gestión y fomento del turismo. Entre ellos, la escasez de estrategias integrales dificulta sobre la identificación y categorización de sus atractivos turísticos y la propuesta para su aprovechamiento sostenible.

Además, la carencia de capacitación en la comunidad para atender la demanda turística y la insuficiencia de infraestructura limitan su competitividad. Según Landín y Jumbo (2021) estas carencias no solo afectan el desarrollo económico local, sino también la capacidad de posicionarse como un destino sostenible que preserve y valore sus recursos naturales y culturales.

El presente estudio se enfocará en identificar, evaluar y jerarquizar los atractivos turísticos de Moromoro, aplicando metodologías de jerarquización de atractivos turísticos. A partir de estos resultados, se diseñarán una propuesta con estrategias prácticas para fomentar el turismo sostenible, impulsar la economía local y fortalecer la identidad cultural de la comunidad. Este trabajo también buscará promover la participación activa de los actores locales y servirá como una herramienta útil para la planificación turística en otros territorios con características similares. Los beneficiarios principales serán los habitantes de la parroquia, así como las autoridades locales, quienes podrán aprovechar los insumos del estudio para implementar políticas de desarrollo territorial sostenible.

1.5.2 Justificación teórica

La investigación se fundamenta en teorías relacionadas con el turismo sostenible como estrategia de desarrollo local. Según Reyes *et al.* (2021), los territorios con una rica diversidad natural y cultural, como el cantón Piñas, tienen un alto potencial turístico que, sin embargo, se ve limitado por la escasez de planificación estratégica.

En este contexto, el turismo sostenible se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), promoviendo un equilibrio entre el crecimiento económico, la conservación ambiental y el bienestar social. Vargas (2024), señala que las políticas públicas efectivas en turismo son determinantes para el desarrollo local, ya que fomentan la participación comunitaria y la conservación de los recursos naturales.

Esta investigación aportará al marco teórico del turismo sostenible al evaluar el potencial turístico de Moromoro y proponer estrategias que permitan integrar sus recursos al mercado turístico de manera sostenible. Asimismo, contribuirá al conocimiento académico al ofrecer un modelo de evaluación replicable que considera tanto las condiciones locales como los desafíos globales de sostenibilidad.

2 CAPITULO II

2.1 Antecedentes de investigación

Antecedentes internacionales

- I. Rivas (2021) presentó su tesis titulada “Evaluación del potencial turístico sustentable en la zona costera de San Blas, Nayarit”. Este trabajo fue presentado ante la Universidad Juárez del Estado de Durango, para optar el grado de Doctor En Gestión De Las Organizaciones.

El estudio tuvo como objetivo principal evaluar el sector turístico de la zona costera de San Blas durante el año 2020, utilizando como herramienta principal el índice de potencial turístico sustentable. Para llevar a cabo este análisis, el investigador implementó una metodología que desglosó los componentes de la sostenibilidad en tres dimensiones fundamentales: ambiental, de accesibilidad y de equipamiento (infraestructura y servicios). Este enfoque metodológico permitió una evaluación integral y sistemática de las estrategias destinadas a fortalecer el desarrollo turístico sostenible en la región.

La principal conclusión que llegó el autor fue que el índice de potencial turístico sustentable permitió clasificar los recursos en la zona turística de San Blas, obteniendo siete recursos distintivos de la zona, que aportan indiscutiblemente para el desarrollo y que son relevantes en el día a día, no solo a nivel local sino municipal. Cabe mencionar que según las condiciones encontradas dentro de la zona su principal carencia se encuentra en la poca inversión que se ha hecho, en el tema de la infraestructura ofrecida a la demanda.

- II. Carreño & Duque (2020) elaboraron una tesis titulada “Evaluación del potencial turístico de la reserva forestal protectora productora Cerro el Tabor como atractivo para el Avistamiento de Aves”, la cual fue presentada en la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, en Bogotá, como parte de los requisitos para obtener la especialización en Gerencia de los Recursos Naturales.

El objetivo principal de este estudio fue evaluar el potencial turístico de la Reserva Forestal Protectora Productora (RFPP) Cerro El Tabor, específicamente como un atractivo para el avistamiento de aves. Para lograr este propósito, los autores implementaron una metodología estructurada en tres fases. En la primera fase, se recopiló información de entes territoriales y autoridades ambientales, complementada con trabajo de campo mediante entrevistas semiestructuradas dirigidas a grupos estratégicos. En la segunda fase, se calculó la capacidad de carga turística de los senderos identificados, con el fin de determinar el número máximo de visitantes permitido. Finalmente, en la tercera fase, se analizaron los principales focos de acción estratégica mediante la elaboración de una matriz DOFA (FODA), lo que proporcionó insumos clave para la formulación de una estrategia de desarrollo del aviturismo en la zona. De este modo llegaron a la conclusión de que la existencia de un mercado creciente en aviturismo para la Colombia, la Reserva Forestal Protectora Productora Cerro El Tabor presenta un potencial muy alto, ya que los senderos identificados (atractivos naturales) conservan características únicas relacionadas con: vegetación nativa, presencia de aves residentes y migratorias, fácil acceso, así como la posibilidad de adelantar actividades de contemplación del paisaje, ya que cuenta con miradores a través de los cuales logra divisar el valle del río Seco y del río Magdalena, la cordillera Central y el PNN los Nevados.

III. Castro *et al.* (2023) desarrollaron una tesis que lleva por título “Propuesta de plan de desarrollo turístico para el cantón de San Rafael de Heredia”, que fue presentado en la Universidad Nacional de Costa Rica para obtener el grado de Licenciatura en Gestión de Negocios Turísticos Bilingüe, tiene como objetivo Crear una propuesta de plan de desarrollo turístico para el cantón de San Rafael de Heredia.

La investigación se caracterizó por adoptar un enfoque metodológico mixto, combinando técnicas de investigación documental y de campo. Asimismo, el estudio se enmarcó dentro de un diseño descriptivo, lo que permitió analizar y caracterizar la situación actual del turismo en la zona, así como identificar oportunidades y desafíos para su desarrollo sostenible. Esta metodología proporcionó las bases necesarias para la formulación de una propuesta integral y adaptada a las necesidades específicas del cantón. La conclusión que nos da esta tesis es que mediante el descubrimiento del territorio se concluye que San Rafael de Heredia necesita formular un plan territorial, ya que en los talleres participativos los integrantes de los actores locales aseguraron que no contar con esta herramienta, lo cual, ha frenado el desarrollo de emprendimientos locales. Por otro lado, los participantes de los talleres aseguraron que existe una inconformidad con las acciones realizadas por parte de la Municipalidad de San Rafael para fomentar el desarrollo el turismo. Esto genera una disyuntiva entre los actores locales y el gobierno local.

Antecedentes Nacionales

- IV. En referente a las investigaciones nacionales, según Salazar (2022) realizó la tesis sobre “Análisis de las potencialidades turísticas del barrio el Panecillo, Ciudad Esmeraldas”, para obtener el título de Ingeniera en Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador “Sede Esmeraldas”.

El objetivo general de la investigación fue analizar las potencialidades turísticas del barrio El Panecillo, de la ciudad de Esmeraldas. Para alcanzar este propósito, la autora empleó el método analítico-sintético, el cual permitió descomponer y examinar los componentes del objeto de estudio para luego integrarlos en una visión global. Además, el enfoque utilizado fue de carácter cualitativo, con un alcance descriptivo, lo que facilitó la recopilación y el análisis de información detallada sobre las características y oportunidades turísticas de la zona.

La conclusión principal del presente estudio el sector del Panecillo ubicado en la ciudad de Esmeraldas cuenta con pocos recursos turísticos, pero que, a pesar de existir un déficit de información sobre ellos, por sus características son capaces de atraer una demanda. Fueron identificados el mirador hacia la playa de Las Palmas con acceso durante todo el año y la fiesta San Pedro y San Pablo que tiene posicionamiento para implementarse una vez al año.

- V. Zambrano (2023) desarrolló la tesis titulado Plan Estratégico Para El Desarrollo Turístico De La Parroquia san José de Chamanga del Cantón Muisne perteneciente a la provincia de Esmeraldas Universidad Regional Autónoma de los Andes Uniandes – Santo Domingo para obtener el título de Licenciada en Dirección y Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. El objetivo principal de este trabajo fue Diseñar un plan estratégico para el desarrollo turístico de la parroquia

San José de Chamanga del cantón Muisne perteneciente a la provincia de Esmeraldas. La metodología empleada se basó en un modelo no experimental de tipo transversal, con un alcance descriptivo y un enfoque cuantitativo. Este enfoque permitió la elaboración de un plan estratégico enfocado en fortalecer la actividad turística en la parroquia, considerando sus características y potencialidades. El estudio buscó contribuir al crecimiento sostenible del turismo en la zona, mediante propuestas concretas y acciones planificadas. La conclusión principal es el desarrollo turístico sostenible se puede considerar como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios para satisfacer las necesidades del turista. El desarrollo sostenible representa un concepto amplio del desarrollo turístico que implica, necesariamente, criterios medioambientales, socioculturales y económicos; también, ejecutar diferentes tipos de promociones ante el atractivo turístico, se hacen atractivos los diferentes lugares o espacios de interés, con el fin de captar la atención de los turistas y así lograr la satisfacción de sus necesidades y generar beneficios económicos para la parroquia San José de Chamanga.

2.2 Marco teórico

2.2.1 Turismo

Según Sánchez (2023) menciona que la OMT, definió al turismo como un fenómeno social, cultural y económico que implica el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o comerciales. Por otra parte, los turistas se categorizan como viajeros o visitantes, pudiendo ser clasificados como turistas o excursionistas, ya sean residentes o no residentes. La Red Iberoamericana de Estudios Turísticos en el año 2008 definió al turismo como cualquier actividad realizada por estos visitantes, cuyas motivaciones

varían según las características del viaje, el tipo de destino y las necesidades personales del viajero, de ahí la importancia de identificar los gustos, preferencias y necesidades que tienen los turistas en el destino que visita, para poder generar servicios que respondan a esos requerimientos.

García (2021), Comento que en la motivación turística se llega a distinguir dos categorías que influyen en la decisión de viajar denominados "empuje" y "atracción". El primero corresponde a razones internas o emocionales que impulsan al individuo a buscar experiencias como relajarse, disfrutar de nuevos entornos, vivir nuevas experiencias o interactuar socialmente. Por otro lado, el segundo está relacionado con características externas y situacionales, como los atributos del destino, su infraestructura de ocio, los aspectos culturales, naturales e históricos, entre otros.

2.2.2 Importancia

JafarI (2023), menciona que el turismo es una industria que requiere mucha mano de obra y genera beneficios en diversos sectores económicos, incluso más allá de los directamente relacionados. Representa una opción viable para el desarrollo de numerosas comunidades y países, aportando divisas esenciales para su integración en la comunidad global. Además, sus defensores destacan otras virtudes del turismo, como la conservación del patrimonio natural y cultural, la revitalización de tradiciones ancestrales, el apoyo a la preservación de espectáculos culturales, y su contribución al fomento del diálogo intercultural y las aspiraciones de paz mundial.

Cabe precisar que, para identificar y evaluar de manera adecuada la situación de un destino turístico, es fundamental llevar a cabo diversos procesos de investigación y planificación, entre ellos el diagnóstico turístico, sería el primer paso a desarrollar.

2.2.3 ¿Qué es el diagnóstico?

Salazar (2022) menciona que el diagnóstico turístico es una fase clave dentro del proceso de planificación, en la que se analiza y evalúa la situación actual de un destino en un momento específico. Este análisis actúa como un punto de referencia temporal, permitiendo comparar las condiciones del turismo antes de implementar acciones o estrategias de planificación con los resultados obtenidos posteriormente.

Es decir, el diagnóstico turístico es el punto de proceso de planeación territorial orientada al aprovechamiento óptimo de los recursos y atractivos turístico, para lo cual, en este estudio se establece los siguientes elementos teóricos a identificarse:

2.2.4 Sistema turístico

López y Proaño (2021), mencionaron que la OMT definió el Sistema Turístico como un conjunto dinámico de recursos interrelacionados que evolucionan continuamente. Los recursos humanos, naturales, culturales y las características propias de una comunidad local se combinan para formar la base de la actividad turística. Estos elementos se integran y conectan en el mercado turístico, generando un flujo de turistas desde su lugar de residencia habitual hacia el destino elegido, en un circuito que se retroalimenta constantemente.

Para el desarrollo de presente investigación se ha tomado como referencia el modelo teórico propuesto Molina (2021) a través del cual se evalúa como está interactuando en el territorio en función a cinco elementos internos, los cuales son:

2.2.4.1 Superestructura

Ricaurte y Ramos (2022) mencionan que la superestructura está conformada por instituciones públicas, organizaciones privadas y entidades del tercer sector, cuyo propósito principal es diseñar estrategias y coordinar las operaciones del sistema turístico.

2.2.4.2 Oferta

La oferta turística se define como una combinación integral de servicios y productos que se ponen a disposición del cliente o turista, con el propósito de satisfacer sus necesidades básicas y complementarias durante sus viajes por motivos turísticos. Según Naranjo & Martínez (2022), la creación de una oferta turística implica, en primer lugar, la identificación y selección de recursos turísticos que cuenten con el aval de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y que posean el potencial necesario para atraer flujos significativos de visitantes. Este proceso garantiza que los recursos seleccionados no solo sean atractivos, sino también sostenibles y alineados con los estándares internacionales de calidad turística.

- **Servicios**

Según Castillo & Vásquez (2020) los servicios turísticos pueden entenderse como un conjunto integrado de elementos que incluyen el producto, los procesos, la distribución, la organización, los mercados y las estrategias de mercadeo, todos los cuales contribuyen a la creación de lo que se conoce como "experiencia turística". Este concepto ha evolucionado en un marco temporal relevante, asociado a un ciclo continuo de innovación-adopción, que genera transformaciones relevantes desde la perspectiva del turista.

- **Atractivos**

Según Navarrete *et al.* (2021) habla que los atractivos turísticos se definen como el conjunto de elementos materiales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista, sin embargo, los atractivos turísticos son aquellas características y puntos de interés para los turistas que llaman su atención y atraen a los viajeros. Es una actividad donde el turista disfruta de un espacio libre, no tiene preocupación y puede disfrutar de las diferentes actividades recreativas existentes en la zona, actividades como los deportes acuáticos y extremos diferentes a los de su lugar de residencia donde la seguridad del visitante es responsabilidad de los actores locales del cantón.

2.2.5 Demanda

Aviles y Palma (2023) mencionan que la demanda turística se define como el grupo de consumidores, actuales o potenciales, que adquieren bienes y servicios relacionados con el turismo. Además, un enfoque más amplio de este concepto implica identificar tanto a los clientes actuales como a los futuros, considerando variables como las características demográficas de los turistas (sexo, edad, lugar de residencia, ocupación, educación, si viajan solos o acompañados), las motivaciones de su viaje (razones, preferencias, actividades planeadas, y por qué seleccionaron el destino), así como sus hábitos y comportamientos (duración de la estancia, tipo de alojamiento, temporada preferida, medios de transporte utilizados). También abarca el análisis del gasto turístico (montos invertidos y su estructura) y las opiniones o valoraciones emitidas. Naciones Unidas ofrece un análisis más exhaustivo de estos conceptos para quienes deseen profundizar.

2.2.6 Infraestructura

Guajardo (2023) menciona que la infraestructura se entiende como el conjunto de bases y movimientos de tierra necesarios para la construcción de vías como carreteras o ferrocarriles, lo que incluye elementos como terraplenes, trincheras, estructuras de ingeniería y pasos a nivel. También abarca las instalaciones y equipos que facilitan las actividades técnicas y económicas de una comunidad.

2.2.7 Clasificación de infraestructura

2.2.7.1 I básica

La infraestructura industrial abarca la edificación y expansión de sistemas de distribución eléctrica, incluyendo la instalación de líneas y redes de distribución, muretes y acometidas en diversas localidades. Además, comprende proyectos de electrificación no convencional, así como la repotenciación y ampliación del servicio eléctrico. De manera complementaria, puede incluir el desarrollo y mejoramiento de infraestructuras eléctricas estratégicas para garantizar un suministro eficiente y sostenible. (Cantero, 2013)

2.2.7.2 I industrial

La infraestructura industrial se define como el conjunto de componentes y servicios esenciales que garantizan el funcionamiento óptimo de una organización o el desarrollo eficiente de una actividad económica. Estos elementos incluyen instalaciones físicas, redes de transporte, suministro de energía, telecomunicaciones y otros recursos fundamentales que facilitan la producción, distribución y operación dentro del sector industrial. (Cima, s.f.)

2.2.7.3 Y avanzada

La Infraestructura de Medición Avanzada (AMI) es una tecnología que facilita a las empresas de suministro eléctrico la supervisión y administración remota del consumo energético de sus usuarios. Estos sistemas integran medidores inteligentes y redes de comunicación, permitiendo la recopilación y transmisión de datos en tiempo real. De este modo, las electrificadoras pueden optimizar la gestión de la demanda, mejorar la eficiencia operativa y detectar anomalías en el consumo de manera oportuna. (Networks, s.f.)

2.2.8 Comunidad receptora

Está conformado por los residentes de la zona, según Sosa (2023) menciona que el comportamiento de la comunidad receptora en un destino tiene un papel crucial, y si la planificación y el desarrollo no se alinean con sus aspiraciones y capacidades, pueden surgir resistencia y actitudes hostiles. Esto podría incrementar los costos operativos de las actividades comerciales o, en el peor de los casos, comprometer seriamente el potencial de la industria turística en el lugar.

2.2.9 Percepción de la población

Cabe precisar que conocer las percepciones de la comunidad local es fundamental para comprender su nivel de aceptación, expectativas y preocupaciones respecto al desarrollo del turismo. Esto es relevante en destinos de menor escala, como la parroquia Moromoro, donde la interacción entre visitantes y residentes cercana y significativa. Según Solano y Valdés (2024), la percepción de la comunidad receptora desempeña un papel clave en la construcción de la experiencia turística, ya que su actitud hacia los visitantes y su disposición a compartir sus particularidades como sus culturas y costumbres influyen directamente en la satisfacción del turista y en la sostenibilidad del

destino. Por ello, determinar cómo perciben los habitantes de Moromoro los impactos del turismo permite identificar las principales oportunidades y desafíos asociados a esta actividad, contribuyendo al diseño de estrategias que fomenten un desarrollo turístico equilibrado, beneficiando a la comunidad y destacando los atractivos.

2.2.10 Potencial

El potencial turístico se refiere a la capacidad de un lugar para atraer visitantes debido a sus atractivos naturales y culturales, los cuales pueden ser transformados en productos turísticos que generen interés y satisfacción en los turistas. Este potencial incluye la diversidad de recursos como paisajes, flora, fauna, actividades culturales y eventos históricos, que, al ser promocionados y gestionados adecuadamente, pueden impulsar el desarrollo económico y mejorar la calidad de vida de las comunidades locales, fomentando un turismo sostenible y sustentable.

2.2.11 Cuadro comparativo de metodologías de jerarquización de atractivos turísticos

En el ámbito del turismo, la evaluación del potencial turístico constituye un proceso fundamental para identificar, clasificar y priorizar los recursos naturales y culturales que pueden ser aprovechados de manera sostenible. Para ello, existen diversas metodologías que permiten analizar de manera sistemática y jerárquica los atractivos de un destino, integrando criterios multidimensionales como la biodiversidad, la sostenibilidad ambiental, el impacto económico, el valor histórico y la identidad cultural. Estas herramientas no solo permiten clasificar los recursos en niveles de interés internacional, nacional, regional o local, sino que también facilitan la toma de decisiones en la planificación y promoción del turismo, asegurando un equilibrio entre el desarrollo económico, la conservación del patrimonio y el bienestar de las comunidades locales.

Tabla 1

Metodología de Jerarquización de Sudamérica

País	Metodología	Clasificación de Recursos Naturales	Clasificación de Recursos Culturales	Aspectos a Evaluar (Naturales)	Aspectos a Evaluar (Culturales)	Jerarquización
Argentina	Método Analítico Jerárquico (AHP)	Sitios naturales	Patrimonio cultural, sitios históricos	Biodiversidad, accesibilidad, impacto turístico	Valor histórico, impacto turístico, identidad cultural	Jerarquía 1: Atractivo de interés nacional Jerarquía 2: Interés regional Jerarquía 3: Interés local Jerarquía 4: En evaluación
Colombia	Proceso de Análisis Jerárquico (PAJ)	Recursos naturales	Patrimonio cultural, tradiciones	Conservación de ecosistemas, desarrollo comunitario, rentabilidad	Valor cultural, impacto social, rentabilidad turística	Jerarquía 1: Interés nacional Jerarquía 2: Interés regional Jerarquía 3: Interés local

País	Metodología	Clasificación de Recursos Naturales	Clasificación de Recursos Culturales	Aspectos a Evaluar (Naturales)	Aspectos a Evaluar (Culturales)	Jerarquización
						Jerarquía 4: En evaluación
Perú	Método de Evaluación Multicriterio (MEM)	Recursos naturales	Patrimonio arqueológico, cultural	Impacto económico, sostenibilidad ambiental, inclusión social	Valor arqueológico, impacto económico, identidad cultural	Jerarquía 1: Interés nacional Jerarquía 2: Interés regional Jerarquía 3: Interés local Jerarquía 4: En evaluación

Nota: Metodologías que se utilizan en los países Sudamericanos.

Elaboración propia (2025).

Tabla 2

Metodología de Jerarquización de Centroamérica

País	Metodología	Clasificación de Recursos Naturales	Clasificación de Recursos Culturales	Aspectos a Evaluar (Naturales)	Aspectos a Evaluar (Culturales)	Jerarquización
Costa Rica	Método de Evaluación de Impacto Ambiental (MEIA)	Parques nacionales y áreas protegidas	Patrimonio cultural, sitios históricos	Biodiversidad, sostenibilidad, impacto turístico	Valor histórico, impacto turístico, identidad cultural	Jerarquía 1: Interés internacional Jerarquía 2: Interés nacional Jerarquía 3: Interés local Jerarquía 4: En evaluación
Guatemala	Sistema de Clasificación de Atractivos Turísticos (SCAT)	Sitios naturales y áreas protegidas	Patrimonio cultural, sitios arqueológicos	Conservación, accesibilidad, impacto económico	Valor arqueológico, impacto turístico, identidad cultural	Jerarquía 1: Interés nacional Jerarquía 2: Interés regional Jerarquía 3: Interés local

País	Metodología	Clasificación de Recursos Naturales	Clasificación de Recursos Culturales	Aspectos a Evaluar (Naturales)	Aspectos a Evaluar (Culturales)	Jerarquización
						Jerarquía 4: En evaluación
Honduras	Método de Evaluación Multicriterio (MEM)	Recursos naturales y áreas protegidas	Patrimonio cultural, tradiciones	Sostenibilidad, impacto turístico, desarrollo comunitario	Valor cultural, impacto social, rentabilidad turística	Jerarquía 1: Interés nacional Jerarquía 2: Interés regional Jerarquía 3: Interés local Jerarquía 4: En evaluación

Nota: Metodologías que se utilizan en los países Centroamericanos.

Elaboración propia (2025).

Es fundamental reconocer la importancia de jerarquizar los atractivos turísticos, tal como se realiza en los países que buscan aprovechar las potencialidades del territorio. Es así que, en países de Sudamérica y Centroamérica, entre ellos Ecuador, la jerarquización no solo permite organizar los recursos según su relevancia —clasificándolos en niveles de interés internacional, nacional, regional o local—, sino que también facilita la recopilación sistemática de datos y la identificación precisa de los atractivos naturales y culturales. Este proceso es esencial para evaluar, clasificar y

almacenar información detallada sobre los recursos existentes, lo que a su vez sirve como base para la toma de decisiones en la planificación y promoción turística.

La jerarquización, además, contribuye a optimizar la gestión de los recursos, ya que permite priorizar aquellos con mayor potencial para generar impactos positivos en términos económicos, sociales y ambientales. Al mismo tiempo, garantiza que se consideren aspectos clave como la biodiversidad, la sostenibilidad, el valor histórico y la identidad cultural, asegurando un enfoque integral que equilibra el desarrollo turístico con la conservación del patrimonio. De esta manera, el registro y la clasificación de los atractivos turísticos se convierten en herramientas indispensables para maximizar el potencial de los destinos, promoviendo un turismo sostenible y beneficioso para las comunidades locales.

2.2.12 Metodología de jerarquización de atractivos turístico y espacios turísticos Mintur y el

Órgano rector

La Metodología de Jerarquización de Atractivos Turísticos y Espacios Turísticos, desarrollada por el Ministerio de Turismo de Ecuador MINTUR (2017) en su rol de órgano rector del turismo nacional, representa un instrumento estratégico para la planificación, gestión y promoción del sector turístico en el país. Esta metodología tiene como objetivo principal clasificar y priorizar los atractivos naturales, culturales y los espacios turísticos según su relevancia, potencial de desarrollo y capacidad para generar impactos positivos en términos económicos, sociales y ambientales.

A través de este enfoque, el MINTUR busca integrar información detallada y actualizada sobre los recursos turísticos, respaldando la toma de decisiones con datos geográficos, culturales, ambientales y socioeconómicos.

Por otro lado, los criterios que están incorporados para la realización de los inventarios responden en el índice de competitividad en Viajes y Turismo (TTCI) conocido como Índice de Competitividad Turística de la Organización Mundial de Turismo. Para lo cual la metodología establece nueve criterios de evaluación, los cuales son:

2.2.13 Criterios de valoración y ponderación

Para llevar a cabo este trabajo analizamos las diferentes metodologías que se da en el proceso de jerarquización, que fueron establecidos por diferentes instituciones, cada una contribuye con su propio modelo de valoración que se favorece. Ya recopilada la información del atractivo visitado se establece el valor numérico al mismo que se va a representar el puntaje alcanzado sobre 100 lo cual se enmarca en un nivel de jerarquía de I a IV. Tigselema & Solís (2023)

Tabla 3

Criterios de Evaluación

	CRITERIOS DE VALORACIÓN	PONDERACIÓN
1	ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	18
2	PLANTA TURÍSTICA/COMPLEMENTARIOS	18

3	ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN SITIO/ENTORNO	14
4	HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	14
5	POLÍTICAS Y REGULACIONES	10
6	ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN EL ATRACTIVO	9
7	DIFUSIÓN, MEDIOS DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO	7
8	REGISTRO DEL VISITANTE Y AFLUENCIA	5
9	RECURSOS HUMANOS	5
Total		100

Nota: Tabla de criterio de ponderación de atractivos turísticos.

Elaboración propia (2025).

2.2.14 Nivel Jerárquico

Las categorías jerarquizadas no son meras abstracciones, ni se asocian únicamente a las narrativas jerárquicas que les dan sentido, sino que suponen una experiencia que organiza el mundo. El lazo jerárquico que las une y ordena, intenta estabilizar direcciones y flujos de la acción. Según

Gessaghi *et all.* (2022) dice que la jerarquía funciona de manera prescriptiva: establece una práctica del orden que procura conducir la acción social, lo cual no implica que las prácticas y sentidos que condiciona funcionen taxativamente, la jerarquía puede ser resistida, impugnada o burlada, pero produce un efecto. El proceso de constitución de órdenes jerárquicos configura categorías y narrativas siempre en disputa, la estabilización de jerarquías hegemónicas expone un momento de un proceso socio histórico necesariamente dinámico. Las jerarquías corresponden a un proceso de revisión de los criterios que fueron propuestos por OEA en la Metodología para Inventarios de Atractivos Turísticos del MINTUR 2004.

2.2.15 Rango de Jerarquización

El rango de jerarquización depende mucho al resultado del total de la ponderación de criterios de atractivos naturales y culturales, ya que se determinará su jerarquía.

Tabla 4

Rango de Jerarquización

RANGOS	JERARQUÍA
86-100	IV
61-85	III
36-60	II
11-35	I
0-10	RECURSO

Nota: Tabla de rango de jerarquización.

Elaboración propia (2025).

2.2.16 Metodología o materiales y métodos

El fichaje es una técnica fundamental en la investigación, utilizada para la recopilación y sistematización de información relevante y específica. Este método permite organizar datos de manera estructurada, facilitando su almacenamiento y posterior análisis. Cada ficha incluye una serie de elementos informativos cuya extensión y contenido pueden variar, pero que mantienen una relación temática coherente, otorgándole cohesión y un valor analítico propio dentro del proceso investigativo. Tigselema & Solís (2023)

2.2.17 Foda

Martínez (2021) explica que el análisis FODA, también denominado DAFO o DOFA, y conocido en inglés como SWOT analysis, es atribuido al ingeniero estadounidense Albert S. Humphrey. Durante la década de 1970, Humphrey, junto con un equipo de investigación empresarial, llevó a cabo una serie de entrevistas a ejecutivos con el objetivo de comprender la dinámica organizacional. A partir de estos estudios, identificaron que las organizaciones poseen fortalezas, internas que pueden aprovechar en el presente, así como oportunidades externas que representan ventajas potenciales en el futuro. Del mismo modo, determinaron la existencia de debilidades internas que pueden afectar su desempeño actual y amenazas externas que podrían comprometer su desarrollo a largo plazo.

Según lo mencionado por Delgado (2023), este enfoque considera cuatro elementos fundamentales:

Fortalezas: Son los recursos, competencias y capacidades internas que posicionan a la empresa de manera ventajosa frente a la competencia.

Oportunidades: Representan factores externos favorables que, al ser aprovechados, pueden impulsar el crecimiento y la competitividad de la organización.

Debilidad: Son limitaciones o deficiencias internas que pueden afectar el desempeño y la capacidad de la empresa para alcanzar sus objetivos estratégicos.

Amenaza: Se refieren a factores externos que pueden generar riesgos o afectar negativamente la estabilidad y sostenibilidad de la organización.

2.2.18 Producto turístico

Según Pauta (2023) la OMT definió en 2017 que un producto turístico es una mezcla de elementos tangibles e intangibles, como los recursos naturales y culturales, junto con los atractivos turísticos, las infraestructuras, los servicios y las actividades vinculadas a aspectos específicos de interés. Estos elementos, al combinarse, reflejan la esencia del plan de marketing de un destino y crean una experiencia turística completa e integral.

2.2.19 Componentes del producto turístico

Grafica de los componentes turísticos

Figura 1

Componentes del Producto Turístico



Nota: Estructura de componentes del producto turístico.

Elaboración propia (2025).

Sánchez (2022) Explica que los componentes que conforman el sistema turístico deben considerar tanto los elementos tangibles como intangibles que caracterizan un producto turístico. Estos elementos incluyen una variedad de factores que, en conjunto, definen la experiencia del turista. Entre los principales componentes destacan:

Atractivos Turísticos: Se refiere a aquellos recursos naturales, culturales y recreativos que motivan la visita de los turistas. Esto abarca desde paisajes impresionantes y monumentos históricos hasta parques naturales y actividades recreativas, que representan los principales incentivos para los viajeros.

2.2.20 Planta turística está conformada por:

Servicios de Alojamiento: Incluyen una gama diversa de opciones para la estancia de los turistas, como hoteles, resorts, alojamientos rurales y otros tipos de hospedaje. Estos servicios son fundamentales para garantizar la comodidad y la satisfacción del visitante durante su permanencia en el destino.

Servicios de Alimentación: Comprende todas las opciones gastronómicas disponibles, como restaurantes, mercados y otros establecimientos que permiten complementar la experiencia del turista con la oferta culinaria local.

Transporte: El transporte es esencial para facilitar el acceso al destino y el desplazamiento dentro de él. Esto abarca tanto el transporte internacional que conecta al turista con el destino como los servicios de transporte local que permiten su movilidad dentro de la zona turística.

Actividades y Experiencias: Engloba las diversas ofertas de experiencias turísticas, tales como excursiones, actividades recreativas, eventos culturales y programas educativos. Estas actividades enriquecen la experiencia del turista, ofreciéndole una inmersión más profunda en la cultura y el entorno del destino.

Infraestructura y Servicios Adicionales: Incluye aspectos logísticos como la infraestructura básica y servicios complementarios, tales como el acceso a internet, la señalización adecuada, la seguridad y otros elementos que contribuyen a mejorar la calidad de la experiencia turística. AZUAY (2020)

2.3. Marco Conceptual

2.3.1 Atractivos

Los atractivos turísticos son elementos fundamentales para el desarrollo de una localidad, ya que representan la base sobre la cual se construye la actividad turística. Estos atractivos, que pueden ser naturales, culturales, históricos o gastronómicos, no solo atraen visitantes, sino que también fortalecen el patrimonio y la identidad cultural de una región. Para maximizar su impacto, es esencial invertir en su conservación y promoción, lo que no solo garantiza su preservación, sino que también motiva a los turistas a visitar y disfrutar de estos lugares. Liviapoma *et al.* (2022)

2.3.2 Alimentos & bebidas

Los servicios de alimentos y bebidas son todos los procesos relacionados con la preparación y oferta de comidas y bebidas en establecimientos como restaurantes. Este servicio no solo implica la entrega de productos de calidad, sino también la consideración de aspectos como menús variados, alimentos saludables y de buen sabor, higiene en las instalaciones, una ubicación estratégica y un trato cordial y amable hacia los clientes. En esencia, este sector busca combinar calidad, satisfacción y experiencia para garantizar que los comensales disfruten de un servicio integral y memorable. Quevedo *et al.* (2023)

2.3.3 Circuito

Un circuito se define como un recorrido planificado que conecta diversos puntos de interés, comenzando y finalizando en el mismo lugar. Su objetivo principal es organizar de manera estratégica los atractivos turísticos para maximizar la satisfacción del visitante. Esto implica una secuencia cuidadosa de paradas, diseñada para resaltar las cualidades únicas de cada lugar y garantizar una experiencia memorable. En esencia, un circuito no es solo un trayecto físico, sino una estructura pensada para optimizar el disfrute y el impacto positivo en el turista. Cabanillas Llatas (2022)

2.3.4 Cultura

La cultura es un concepto central en las ciencias sociales, definido como el conjunto de prácticas, valores, tradiciones, símbolos y normas que caracterizan a un grupo social y que se transmiten de generación en generación. Según el texto, la cultura no solo se limita a las costumbres o creencias de una comunidad, sino que también incluye su capacidad para adaptarse y transformarse en respuesta a cambios históricos, sociales y políticos. Además, se enfatiza que la cultura es una construcción dinámica, vinculada a procesos de identidad, diversidad y resistencia. Reyes (2023)

2.3.5 Excursionista

El excursionista es una persona que realiza una excursión de un día con fines recreativos, deportivos o de investigación, sin pernoctar en el destino. Llega, realiza una actividad específica y regresa o sigue a otro lugar, contribuyendo a la economía local sin demandar servicios de alojamiento. Es clave en el turismo de corta estancia, con un enfoque en experiencias puntuales y de bajo impacto. Castro Manzaba (2023)

2.3.6 Hotelería

El hotelería se refiere a establecimientos acondicionados para ofrecer servicios de alojamiento a viajeros, ya sea por ocio, placer o negocios. Estos lugares, conocidos como hoteles, brindan servicios adicionales según su categoría, como alimentos y bebidas, piscinas, gimnasios, spas, salas de conferencias y áreas para eventos. Su objetivo es satisfacer las necesidades de huéspedes individuales, familias o grupos, proporcionando comodidad y experiencias que complementen su estancia. En esencia, el hotelería es un sector clave que combina hospedaje con servicios complementarios para mejorar la experiencia del visitante. Charca Dueñas (2022)

2.3.7 Turista

El turista es una persona que viaja fuera de su residencia habitual por ocio, no por trabajo, generando impactos económicos en transporte, hotelería y gastronomía. Su actividad impulsa el desarrollo de destinos, pero también plantea desafíos de sostenibilidad, convirtiéndolo en un agente clave con implicaciones económicas, sociales y ambientales. Carranza Carrascal (2022).

2.3.8 Ruta

Una ruta turística no solo es un recorrido por puntos de interés, sino una herramienta estratégica para el desarrollo regional. Integra dimensiones clave como la sostenibilidad ambiental, al promover la conservación de recursos naturales; la dimensión económica, al generar ingresos y empleos locales; y la dimensión social y cultural, al fortalecer la identidad y el patrimonio de las comunidades. Además, con la incorporación de tecnologías como aplicaciones móviles y geolocalización, se transforma en una experiencia más interactiva y accesible. En esencia, las rutas turísticas son un puente entre el disfrute del turista y el progreso sostenible de la región. Calderón & Vélez (2022)

2.3.9 Agroturismo

Jaimes Maruri et al. **Fuente especificada no válida.** menciona que el agroturismo combina actividades recreativas con cultura, historia y recursos naturales, permitiendo al visitante participar en procesos productivos de establecimientos agropecuarios y gastronómicos.

2.3.10 Ecoturismo

Parra y Martínez (2024) mencionan que el ecoturismo promueve el desarrollo sostenible al permitir a los visitantes disfrutar de la biodiversidad y el patrimonio cultural de diversas áreas. Al mismo tiempo, beneficia a las comunidades locales mediante ingresos que fomentan prácticas de conservación. Esto, a su vez, incrementa el interés de los ecoturistas en la protección de ecosistemas y especies.

2.3.11 Senderismo

Mungaray *et al.* (2022) mencionan que el senderismo como característica de turismo suave o sostenible es un elemento importante de las estrategias de desarrollo para las regiones rurales de diversas partes del mundo y puede usarse como un medio de unión. El senderismo se entiende que es un recorrido que consta de itinerarios definidos y que conecta con varios sitios de interés para la visita de atractivos culturales o naturales.

2.3.12 Turismo de aventura

El turismo de aventura es un tipo de turismo que tiene lugar en destinos con distintivos geográficas y paisajes específicos que tienen como relacionarse a una actividad física, el intercambio de cultura, la interacción y la cercanía con la naturaleza. Es así que el turismo de aventura puede

representar y favorecer la participación de los actores locales para el desarrollo y oportunidad de las comunidades rurales. Rodríguez *et al.* (2024).

2.4 MARCO LEGAL

El marco legal relacionado con la evaluación del potencial turístico de la Parroquia Moromoro se sustenta en normativas que promueven el desarrollo sostenible, la conservación del patrimonio natural y cultural, y la participación comunitaria. Estas regulaciones buscan garantizar que las actividades turísticas se realicen de manera responsable, respetando el entorno y beneficiando a las comunidades locales. Este enfoque legal proporciona las bases para analizar y proponer estrategias que impulsen el desarrollo turístico de Moromoro, equilibrando el crecimiento económico con la protección de sus recursos y la identidad cultural de la parroquia.

La Ley Turismo (2014) establece un marco normativo para regular y promover el desarrollo sostenible y competitivo del sector turístico. Para ello, define disposiciones clave en sus artículos, que abordan aspectos como la clasificación de actividades turísticas, la regulación de servicios, la promoción del turismo y el rol de los Gobiernos Autónomos Descentralizados. A continuación, se analizan algunos de los artículos más relevantes que sustentan estas disposiciones:

Art. 3.- Son principios de la actividad turística (pág. 1), los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;

c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;

d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,

e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos

Cabe precisar que las normas de ley turística, en capítulo I artículo 3 se establece los objetivos de la política estatal en relación al sector turístico. Se reconoce que la actividad turística corresponde principalmente a la iniciativa privada, comunitaria o de autogestión, mientras que el Estado debe potenciarla mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo. Además, busca garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación, asegurando su preservación. Asimismo, se enfatiza la protección al turista y la promoción de una conciencia turística en la sociedad. Para la cual se establece los siguientes artículos:

“Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo (pág. 1), debe cumplir los siguientes objetivos:

Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;

b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;

c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;

- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno”

Por otra parte, capítulo II en el artículo 12 (pág. 3), se identifica el rol que tiene las comunidades locales, ya que pueden que el fomentar la inclusión y el empoderamiento de las comunidades locales en el sector turístico, para el fomento del desarrollo económico sostenible y a la preservación de la cultura local. Sin embargo, la deficiencia de exclusividad podría representar un desafío para estas comunidades, ya que deberán competir con otros actores, posiblemente con mayores recursos.

Además, en el Art. 33 (pág. 7). Del capítulo VII nombra las competencias de Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones. A través de esta norma se promueve la descentralización y el empoderamiento de los gobiernos locales para impulsar el desarrollo turístico de manera autónoma, lo que puede generar un impacto positivo en la economía local y en la preservación del patrimonio.

Asimismo, en el Reglamento general a la Ley de Turismo (2015) señala:

Que el artículo 3 (pág. 2) dispone las políticas y principios del sector turístico, definidos en la Ley de Turismo y otros instrumentos normativos, son de obligatorio cumplimiento para las instituciones del Estado, incluyendo aquellas dependientes y autónomas. Esto implica que todas las entidades públicas deben alinear sus acciones con estas directrices para garantizar un desarrollo turístico coherente y sostenible. Por otro lado, para las personas naturales y jurídicas del sector privado, estas políticas son referenciales, es decir, sirven como guía para sus actividades, siempre que estén relacionadas con el desarrollo del turismo.

En el contexto del Reglamento general a la ley de turismo (2015), se establece un marco normativo integral que regula las actividades turísticas y define las responsabilidades de los actores involucrados, para lo cual se detallan disposiciones clave en los siguientes artículos:

Art. 8.- Del control (pág. 4). - A través de los mecanismos determinados en este reglamento y demás normativa aplicable, el Ministerio ejercerá el control sobre el cumplimiento de las obligaciones que tienen los prestadores de servicios turísticos, como resultado de la aplicación de la Ley de Turismo y sus correspondientes reglamentos.

Este Artículo es fundamental para asegurar un enfoque coherente y regulado en la gestión del turismo, ya que establece mecanismos de control para garantizar que los prestadores de servicios turísticos cumplan con las obligaciones derivadas de la Ley de Turismo y sus reglamentos.

Cabe resaltar que, en segundo título, capítulo I Art 42 (pág. 10). de actividades turísticas que fue establecido por el Art. 5 de la Ley de turismo se considera las siguientes actividades:

a) Alojamiento;

- b) Servicio de alimentos y bebidas;
- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones; y,
- f) Casinos, salas de juego (bingo - mecánicos), hipódromos y parques de atracciones estables.

Este artículo es esencial para definir y estructurar el sector turístico, ya que establece una clasificación clara de las actividades consideradas turística, no solo delimita el alcance del turismo, sino que también proporciona un marco normativo para su regulación y promoción.

Art. 43.- Definición de las actividades de turismo (pág. 10). - Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:

Tabla 5*Definición de actividades de turismo*

a) Alojamiento	Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente
b) Servicio de alimentos y bebidas	Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo.
c) Transportación	Comprende la movilización de pasajeros por cualquier vía (terrestre, aérea o acuática) que se realice directamente con turistas
d) Operación	comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo cultural y/o patrimonial, etnoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo - científico y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el Ministerio de Turismo.

e) Intermediación	La actividad de intermediación es la ejercida por agencias de servicios turísticos, las sociedades comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas y que, debidamente autorizadas, se dediquen profesionalmente al ejercicio de actividades referidas a la prestación de servicios
-------------------	---

Nota: Definición de las actividades de turismo.

Elaboración propia (2025).

Este artículo es fundamental para garantizar que cada actividad, desde el alojamiento hasta los servicios de entretenimiento, sea comprendida y regulada de manera específica, evitando ambigüedades en su interpretación.

En referente al Art. 44 (pág. 12) establece que el Ministerio de Turismo tiene la potestad exclusiva e intransferible de emitir normas técnicas y reglamentarias para las actividades turísticas, basándose en las definiciones del reglamento. Este artículo centraliza la regulación del sector, evitando dispersión normativa y asegurando coherencia con los objetivos de la Ley de Turismo. Prohíbe a las entidades seccionales emitir normas sobre actividades turísticas, reforzando la autoridad del Ministerio.

Por otra parte, en el Código Orgánico De Organización Territorial, COOTAD, dispone Gobiernos Autónomos Descentralizados, deben cumplir con el siguiente rol, para lo cual establece las siguientes competencias:

Art. 28.- Gobiernos autónomos descentralizados (pág. 21). -Cada circunscripción territorial tendrá un gobierno autónomo descentralizado para la promoción del desarrollo y la garantía del buen

vivir, a través del ejercicio de sus competencias. Estará integrado por ciudadanos electos democráticamente quienes ejercerán su representación política. Constituyen gobiernos autónomos descentralizados:

- a) Los de las regiones;
- b) Los de las provincias;
- e) Los de los cantones o distritos metropolitanos; y,
- d) Los de las parroquias rurales.

En las parroquias rurales, cantones y provincias podrán conformarse circunscripciones territoriales indígenas afroecuatorianas y montubias, de conformidad con la Constitución y la ley.

Establece que cada circunscripción territorial contará con un Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD), integrado por representantes electos democráticamente, cuyo objetivo es promover el desarrollo y garantizar el buen vivir. Además, el artículo reconoce la posibilidad de conformar circunscripciones territoriales indígenas, afroecuatorianas y montubias en parroquias rurales, cantones y provincias, en cumplimiento de la Constitución y la ley. Este marco busca fortalecer la participación local y el respeto a la diversidad cultural en la gestión territorial.

3. CAPÍTULO III

3.1 METODOLOGÍA

3.2 Método descriptivo y observación

Enfoque de la Investigación. Este estudio utiliza una metodología mixta, que combina herramientas de análisis cualitativas y cuantitativas. La idea es tener una visión completa del turismo en la parroquia Moromoro, que está en el cantón de Piñas. Esta mezcla de métodos ayuda a mirar tanto datos que se pueden comprobar como las opiniones y actitudes de las personas involucradas, lo que hace que el análisis sea más rico y confiable.

La investigación se clasifica como descriptiva, ya que busca reconocer y examinar los elementos que muestran el potencial turístico de la zona. El diseño es no experimental, lo que significa que no cambiamos ninguna variable, solo observamos lo que ya está pasando en su entorno. También es una investigación transversal, porque recogemos los datos en un solo momento, lo que nos permite ver cómo está el territorio en este momento.

3.2.1 Análisis de muestra

Para el objetivo 2 sobre Determinar las percepciones de la comunidad local respecto al desarrollo del turismo en la parroquia Moromoro. se tomó como referencia la población económicamente activa (PEA) de la parroquia Moromoro del cantón Piñas, con el propósito de contar con una base estadística que permita analizar la demanda turística y comprender las preferencias y percepciones de la comunidad en relación con sus recursos naturales.

INEC 2020 → 1233

Población 2025 → 1296

$$n = \frac{N \times Z^2 \times P \times q}{e^2(N-1) + Z^2 \cdot P \cdot q}$$

- **n = Tamaño de la muestra**
- **N = Tamaño de la población (1296)**
- **q = 0.5**
- **P = 0.5**
- **Z = Nivel de confianza 96% = 2.05**
- **e = error de muestra 5% = 0.05**

$$n = \frac{1296 \times (2.05)^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 \times (1296-1) + (2.05)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$
$$n = \frac{1362.410}{42.8175} = 317.68$$

$$n = 318$$

3.2.2 Muestra de la provincia

Para abordar aspectos relacionados con la demanda turística en la provincia de El Oro, con el objetivo de identificar las preferencias y percepciones relacionadas con los recursos naturales a analizar, se aplicó la siguiente fórmula

- **N = 289.247 (población económicamente activa de la provincia de El Oro)**
- **Z = 1.95 (nivel de confianza del 95%)**
- **P = 0.5 (margen de error del 5%)**
- **Q = 0.5**
- **E = 0.05 (margen de error del 5%)**
- **N = 385 personas**

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{e^2(N-1) + Z^2 \times p \times q}$$

$$n = \frac{289,247 \times 3.8416 \times 0.25}{0.0025 \times (289,246) + 0.9604}$$

$$n = \frac{278,765.5}{723,1+0.9604} = \frac{278,765.5}{724.06}$$

$$n = 385$$

Para cumplir con los objetivos planteados en la investigación, fue necesario establecer dos muestras diferenciadas que permitieran recoger información relevante y representativa desde dos perspectivas fundamentales. La primera muestra corresponde a la población económicamente activa (PEA) de la parroquia Moromoro, la cual se vincula con el segundo objetivo específico del estudio: determinar la percepción de la comunidad local respecto al desarrollo turístico en su territorio. La segunda muestra se calculó con base en la PEA de la provincia de El Oro, respondiendo al tercer objetivo: identificar la demanda turística y las preferencias de los visitantes en relación con los recursos turísticos de la zona. Esta diferenciación permite contrastar y complementar los datos sobre oferta y demanda turística, asegurando la validez y profundidad del

análisis. Para ambas muestras se utilizó la fórmula para poblaciones finitas, con un margen de error del 5% y niveles de confianza del 95% y 96%, según el caso.

Tabla 6

Muestra de la Provincia

Segmento	Población (N)	Nivel de confianza (Z)	Margen de error (e)	Tamaño de muestra (n)
Moromoro (comunidad local)	1.296	2.05 (96%)	0.05	318
Provincia de El Oro (demanda)	289.247	1.96 (95%)	0.05	385

Nota: Segmento de la muestra de la comunidad local y de la demanda.

Elaboración propia (2025).

3.3 Técnicas e Instrumentos de Recolección de datos.

3.3.1 Se utilizarán diversas técnicas e instrumentos adecuados para recopilar información fiable y pertinente:

- **Ficha de jerarquización:** Se empleará para evaluar los atractivos turísticos empleando siguiendo la metodología de jerarquización establecida por el Ministerio de Turismo del Ecuador. Esta herramienta permitirá sistematizar la información mediante fichas que contengan datos clave como acceso, estado de conservación y flujo de visitantes.
- **Entrevistas semiestructuradas:** Serán dirigidas a líderes locales, representantes del gobierno parroquial y proveedores de servicios turísticos. Su objetivo es explorar sus opiniones, aspiraciones y nivel de compromiso con el turismo en la parroquia.
- **Encuestas estructuradas:** Se aplicarán a habitantes de Moromoro con el fin de conocer sus percepciones, actitudes y apertura hacia el desarrollo turístico. Estas encuestas incluirán preguntas cerradas y escalas tipo Likert, facilitando el análisis cuantitativo posterior.

Técnicas de Análisis de datos. Los datos serán procesados a través de distintas estrategias metodológicas:

- **Estadística descriptiva:** Se aplicará a los datos obtenidos mediante encuestas para conocer la distribución de frecuencias, porcentajes y principales tendencias.
- **Análisis de contenido:** Permitirá interpretar la información cualitativa proveniente de las entrevistas, destacando las temáticas recurrentes, opiniones compartidas y patrones emergentes.

- Jerarquización de atractivos: Se ejecutará utilizando la metodología propuesta por el MINTUR, asignando puntajes según criterios como accesibilidad, conservación, actividades disponibles, promoción y afluencia de visitantes.
- FODA: Integrará tanto la información cuantitativa como cualitativa, con el fin de generar una visión estratégica que contribuya a la planificación turística sustentable.

3.4 Interpretación de resultados

En nuestro primer objetivo, identificaremos y categorizaremos los atractivos turísticos de la parroquia Moromoro, para aquello, empleamos trabajo de campo y utilizamos la metodología de jerarquización logramos clasificar los atractivos según su categoría, tipo, subtipo y nivel jerárquico, destacando así la presencia de atractivos naturales y manifestaciones culturales.

Tabla 7

Categorización de Atractivos Turísticos

NOMBRE DEL ATRACTIVO	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO	NIVEL JERÁRQUICO
Reserva Ecológica Buenaventura	Atractivo natural	Bosques	Húmedo tropical	III
El Chorro Viringo	Atractivo natural	Ríos	Cascada	II

Iglesia de Moromoro	Manifestaciones culturales	Arquitectura	Infraestructura cultural	II
Santuario Jesús del Gran Poder				

Nota: Categorías de los atractivos turísticos.

Elaboración propia (2025).

Se puede determinar que en Moromoro existen dos atractivos naturales y una manifestación cultural; lo cual, cada uno cuenta con su nivel jerárquico, y de acuerdo a la metodología descriptiva y de observación, esta jerarquía nos permite determinar su categorización de acuerdo a su potencial turístico y valor principal para el desarrollo local.

GRAFICA DE POTENCIAL TURISTICO.

Figura 2

Potencialidad de Atractivos

Criterios de evaluación	ponderación	Reserva Ecológica Buenaventura		El Chorro Viringo		Iglesia de Moromoro Santuario Jesús del Gran Poder		total
1.- accesibilidad y conectividad	18	8	44,44	12	66,66	12	66,66	59.25
2.- Planta turística/servicios	18	10	55,55	7	38,88	3	16,66	37.03
3.- Estado de conservación (Integridad)	14	12	85,71	12	85,71	14	100	90.47
4.- Higiene y seguridad turística	14	9	64,28	9	64,28	5	35,71	54.75
5.- Políticas y regulaciones	10	3	30	3	30	0	0	20
6.- Actividad que se practica	9	9	100	9	100	0	0	66.66
7.- Difusión del atractivo	7	5	71,42	0	0	2	28,57	33.33
8.- Registro de visitas	5	5	100	0	0	2	40	46.66
9.- R.R.H.H	5	5	100	0	0	0	0	33.33
Total	100	66		40		38		441.48

Nota: Potencialidades de los atractivos turísticos.

Elaboración propia (2025).

POTENCIALIDAD TURÍSTICA

La capacidad turística se refiere a la habilidad de un lugar para captar visitantes y ofrecer experiencias significativas basadas en sus recursos culturales, naturales, históricos y sociales. En nuestro proyecto, esta capacidad se evaluará mediante fichas de análisis en el lugar, donde se consideran diferentes aspectos clave para identificar fortalezas y debilidades. De acuerdo con los resultados obtenidos, se establece que aquellos elementos con una calificación superior al 60% son considerados fortalezas del destino, ya que indican un alto nivel de atractivo o condiciones favorables para el desarrollo turístico. En contraste, los aspectos con menos del 60% se clasificarán como debilidades, ya que señalan áreas que necesitan mejoras o son limitaciones que podrían impactar la competitividad del destino. Este análisis es fundamental para crear estrategias efectivas y priorizar acciones según los recursos disponibles.

Análisis comparativo por criterio

Figura 3

Análisis comparativo por criterio



Nota: Análisis del potencial turístico por criterio.

Elaboración propia (2025).

Accesibilidad y conectividad

En la gráfica se analizan los atractivos turísticos bajo el criterio de accesibilidad y conectividad, donde el Chorro Viringo y la Iglesia de Moromoro - Jesús del Gran Poder lideran con un 66,66%,

seguidos por la Reserva Ecológica Buenaventura con un 44,44%. De acuerdo con los resultados, tanto el Chorro Viringo como la Iglesia de Moromoro representan fortalezas, ya que superan el umbral del 60%, lo que indica que cuentan con condiciones relativamente favorables de acceso para los visitantes. Por otro lado, la Reserva Ecológica Buenaventura es considerada una debilidad en este aspecto, lo cual sugiere la necesidad de mejorar las vías de acceso, señalética vial y disponibilidad de transporte que facilite la llegada de turistas. Porto y Rucci (2019) mencionan que la accesibilidad en el turismo se refiere al conjunto de condiciones que deben estar presentes en un destino para garantizar su disfrute por todas las personas, incluidas aquellas con discapacidad.

Planta turística/ servicios

En la gráfica se analizan los atractivos turísticos bajo el criterio de planta turística, donde la Reserva Ecológica Buenaventura registra el porcentaje más alto con un 55,55%, seguida del Chorro Viringo con 38,88% y, en último lugar, la Iglesia de Moromoro - Jesús del Gran Poder con tan solo 16,66%. Según los resultados, ninguno de los atractivos supera el umbral del 60%, lo que indica que existen deficiencias en la infraestructura y los servicios turísticos disponibles en la zona.

La puntuación más alta, aunque cercana al límite, no alcanza el estándar mínimo considerado como fortaleza, por lo que se clasifica también como una debilidad. En este contexto, la Iglesia de Moromoro representa la mayor debilidad en términos de planta turística, lo cual puede deberse a la ausencia de servicios como alojamiento, alimentación, señalización o guías turísticos.

Para revertir esta situación, se recomienda implementar mejoras en la calidad y disponibilidad de la oferta turística en todos los atractivos. Esto incluye el desarrollo de alojamientos adecuados, áreas de alimentación, centros de información y servicios complementarios.

Sócola (2020) menciona la definición de la planta turística como el conjunto de recursos físicos y humanos que brindan servicios turísticos dentro de un territorio determinado. Estos elementos desempeñan un papel clave, ya que transforman el entorno y facilitan la acogida de visitantes, mejorando su experiencia de viaje.

Estado de conservación

En la gráfica se analizan los atractivos turísticos bajo el criterio de estado de conservación, donde la Iglesia de Moromoro - Jesús del Gran Poder destacar con un 100%, posicionándose como una fortaleza clave dentro del patrimonio de la parroquia, al encontrarse en condiciones óptimas de mantenimiento y cuidado. Asimismo, la Reserva Ecológica Buenaventura y el Chorro Viringo, ambos con un 85,71%, también son considerados fortalezas por superar el umbral del 60%, reflejando un compromiso adecuado con la sostenibilidad y preservación de los recursos.

Estos resultados evidencian que los tres atractivos poseen un adecuado manejo en cuanto a conservación física, ambiental y estructural, lo cual favorece su durabilidad en el tiempo y mejora la percepción de valor por parte de los visitantes. No obstante, es recomendable mantener planes continuos de mantenimiento, control ambiental y restauración preventiva para evitar deterioros futuros.

Pino *et al.* (2025) menciona que la conservación se puede definir como el conjunto de acciones orientadas a evaluar y maximizar los beneficios ambientales y sociales, incluyendo la preservación de los recursos naturales, la generación de empleo verde y la mejora del bienestar de las comunidades locales. Para garantizar su efectividad, es fundamental implementar un sistema de monitoreo y evaluación que permita medir los impactos de las prácticas de economía circular, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones informadas.

Higiene y seguridad turística

En la gráfica se analizan los atractivos turísticos bajo el criterio de higiene y seguridad, donde tanto el Chorro Viringo como la Reserva Ecológica Buenaventura alcanzan un 64,28%, superando levemente el umbral mínimo del 60% y, por lo tanto, considerados como fortalezas dentro de este criterio. En contraste, la Iglesia de Moromoro - Jesús del Gran Poder presentar un 35,71%, ubicándose por debajo del umbral y siendo clasificada como una debilidad, lo que indica una necesidad urgente de mejorar las condiciones higiénicas y de seguridad en dicho atractivo.

Si bien los resultados de Viringo y Buenaventura son favorables, es importante no descuidar estos aspectos y continuar fortaleciendo medidas como la disposición adecuada de residuos, señalización de rutas seguras, control de acceso, y la disponibilidad de primeros auxilios, especialmente en entornos naturales que reciben una cantidad creciente de visitantes. En el caso de la Iglesia, la baja puntuación sugiere la necesidad de implementar protocolos básicos de higiene, control de riesgos y mantenimiento de espacios públicos. Moran (2022) menciona que la seguridad y salud en el trabajo tiene como finalidad salvaguardar el bienestar físico, mental y social de todos los trabajadores, independientemente de la labor que realicen. Por ello, es esencial que las empresas adopten estrategias de gestión en esta área, garantizando ambientes laborales seguros y adecuados para sus empleados.

Políticas y Regulaciones

En el aspecto de políticas y regulaciones, ninguno de los tres atractivos evaluados alcanza el umbral del 60% para ser considerado una fortaleza. El Chorro Viringo y la Reserva Ecológica Buenaventura obtienen un 30%, mientras que la Iglesia de Moromoro - Jesús del Gran Poder presentar un preocupante 0%, lo que evidencia una debilidad significativa en la gestión normativa de estos recursos turísticos.

Estos resultados reflejan una escasa o nula implementación de políticas claras que regulen el uso, conservación y desarrollo de los atractivos. La escasez de normativa puede conllevar a un uso inadecuado de los espacios, deterioro acelerado, y pérdida de valor patrimonial, natural o cultural. Además, la ausencia de regulaciones limita la posibilidad de ordenar el crecimiento del turismo de forma sostenible y segura.

Moreno (2020) menciona que las políticas y regulaciones tienen como propósito fortalecer el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas, asegurando que las nuevas puedan competir en el mercado sin desventajas por su tamaño. Para ello, la reducción de regulaciones busca minimizar los obstáculos de entrada para los nuevos negocios y reducir la carga normativa que afecta a aquellas que ya operan, facilitando así un entorno más equitativo y accesible.

Actividad que se practica

En el presente criterio, el Chorro Viringo y la Reserva Ecológica Buenaventura destacan como fortalezas al alcanzar un 100% en la valoración, lo que evidencia una oferta clara, atractiva y bien definida de actividades turísticas en estos sitios. Por el contrario, la Iglesia de Moromoro - Jesús

del Gran Poder, con un 0%, representa una debilidad importante, ya que no se identifican actividades turísticas desarrolladas o promovidas en ese entorno.

La importancia de este criterio radica en que las actividades ofrecidas influyen directamente en la decisión de visita por parte de los turistas. Un sitio con actividades recreativas, culturales o de contacto con la naturaleza bien estructuradas tiende a generar mayor interés y a prolongar la estancia del visitante.

Mendoza (2022) menciona que las actividades de ocio y recreación, al igual que otras prácticas humanas, han sido influenciadas tanto positiva como negativamente por diversos factores interpersonales, biopsicológicos, económicos y temporales debido a la pandemia. Entre los principales impulsos internos que motivan estas actividades se encuentran el deseo de vivir experiencias placenteras, como la relajación, el disfrute de la vida, la felicidad, el desarrollo personal y la interacción social, entre otros.

Difusión del atractivo

En el criterio de difusión, la Reserva Ecológica Buenaventura se posiciona como una fortaleza, al alcanzar un 71,42%, lo que indica una estrategia de promoción relativamente efectiva que permite visibilizar este recurso turístico ante potenciales visitantes. Por otro lado, la Iglesia de Moromoro - Jesús del Gran Poder, con un 28,57%, y el Chorro Viringo, con un 0%, reflejan una debilidad significativa, pues la ausencia de difusión limita su alcance y su capacidad para atraer turistas.

Este contraste evidencia la ausencia de una estrategia integral y equilibrada de promoción turística en la parroquia Moromoro, lo cual afecta la competitividad y el aprovechamiento de su potencial turístico. La visibilidad es clave para posicionar un destino en el mercado, especialmente en un

entorno donde las decisiones de viaje están cada vez más influenciadas por los canales digitales y la información accesible en línea.

La difusión turística, según Iñiguez *et al.* (2020), desempeña un papel clave en permitir que tanto la comunidad local como los turistas nacionales e internacionales conozcan, disfruten y valoren mejor los atractivos turísticos. Este proceso contribuye significativamente a su preservación y puesta en valor, favoreciendo su mantenimiento y promoción.

Registro de visitas

En el análisis del criterio registro de visitas, la Reserva Ecológica Buenaventura destaca como una fortaleza, al alcanzar el 100%, lo que evidencia la existencia de un sistema de control implementado para el monitoreo de turistas. Este registro no solo facilita la recolección de datos relevantes para la gestión del sitio, sino que también contribuye a la seguridad, planificación y promoción de actividades en el lugar.

Por el contrario, el Chorro Viringo, con un 0%, presenta una debilidad crítica, al no contar con ningún tipo de mecanismo para registrar a los visitantes. Esta ausencia compromete la gestión turística del sitio, dificultando la planificación de mejoras, el control de carga turística y la generación de información clave para futuras estrategias de desarrollo.

La Iglesia de Moromoro - Jesús del Gran Poder, con un 40%, refleja un nivel moderado de debilidad, mostrando que, si bien existen intentos o mecanismos informales de control, estos aún son insuficientes para una adecuada gestión del flujo turístico.

Aponte *et al.* (2020) menciona lo importante que es llevar un registro de visitas, ya que permite recopilar información esencial para la elaboración de informes dirigidos a las autoridades, además de servir como base para planificar futuras estrategias y mejorar las ofertas disponibles.

Recursos Humanos

En cuanto al criterio de recursos humanos, la Reserva Ecológica Buenaventura alcanza un 100%, lo que representa una clara fortaleza en términos de disponibilidad y capacitación del personal turístico. Este resultado sugiere una adecuada presencia de personal encargado de brindar atención al visitante, guianza y mantenimiento del área, lo cual favorece la calidad de la experiencia turística y la sostenibilidad del atractivo.

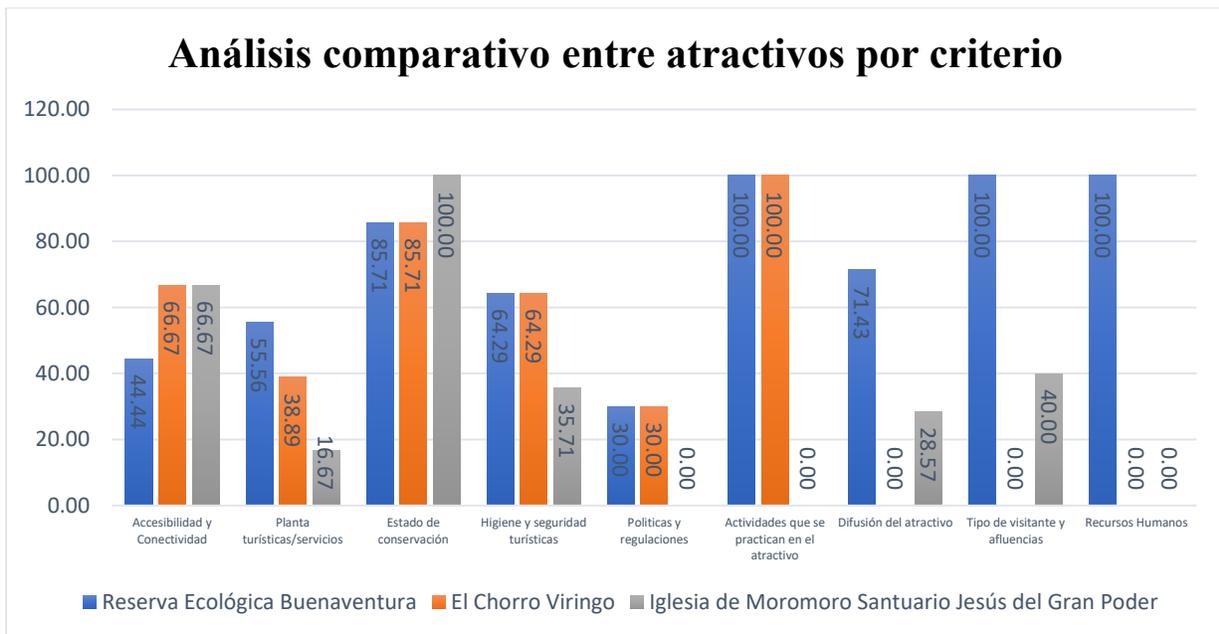
En contraste, tanto el Chorro Viringo como la Iglesia de Moromoro - Jesús del Gran Poder registran un 0%, lo que evidencia una debilidad crítica. La ausencia total de personal capacitado o encargado en estos sitios compromete seriamente la atención al visitante, la conservación del entorno y el desarrollo de actividades turísticas. Esta carencia puede impactar negativamente en la percepción de calidad del destino, limitando su aprovechamiento y crecimiento como atractivo turístico.

Morlegan (2021) menciona que los recursos humanos se refieren al conjunto de personas que forman parte de una organización y cuya gestión busca optimizar su talento, desempeño y bienestar. A través de estrategias de selección, capacitación, desarrollo profesional y condiciones laborales adecuadas, las empresas buscan potenciar el crecimiento tanto individual como colectivo, contribuyendo al éxito organizacional.

Análisis de potencialidad

Figura 4

Análisis comparativo entre atractivos por criterio



Nota: Análisis comparativo entre atractivo

Elaboración propia (2025).

Accesibilidad y Conectividad

Según la gráfica presentada, los atractivos de la parroquia Moromoro alcanzan un 59,25% en términos de accesibilidad y conectividad, lo que representa una fortaleza moderada. Este porcentaje indica que una buena parte de los sitios turísticos cuenta con acceso y conectividad relativamente adecuados, lo que facilita la llegada de visitantes y favorece el desarrollo turístico en el sector.

Planta Turística

En cuanto al criterio de planta turística, los resultados reflejan una potencialidad del 37,03%, lo que evidencia una debilidad significativa en los atractivos de la parroquia Moromoro. Este bajo porcentaje pone de manifiesto la necesidad urgente de fortalecer la infraestructura y los servicios turísticos con el fin de mejorar la experiencia del visitante. A medida que se implementen mejoras en estos aspectos, los atractivos podrán consolidarse y convertirse en verdaderas fortalezas, incrementando así el flujo de turistas hacia la zona. Estado de Conservación.

Estado de conservación

En cuanto al estado de conservación, los atractivos turísticos de la parroquia Moromoro presentan un nivel destacado de fortaleza, alcanzando un 90,07%. Este alto porcentaje refleja un cuidado y mantenimiento sobresalientes de las áreas naturales, culturales y recreativas, lo que contribuye significativamente a la percepción positiva de los visitantes. Un buen estado de conservación es fundamental para preservar la calidad del recurso turístico, garantizar la sostenibilidad del entorno y fomentar el interés continuo de los turistas. El compromiso con el mantenimiento y la protección

del patrimonio local posiciona a Moromoro como un destino atractivo y confiable para el turismo sostenible.

Higiene y Seguridad

En cuanto al criterio de higiene y seguridad, se determina que los atractivos de la parroquia Moromoro poseen un nivel moderado de fortaleza, alcanzando un 54,75%. Este resultado indica que, aunque existen esfuerzos en aspectos como la recolección de basura, reciclaje, limpieza comunitaria y condiciones básicas de seguridad para los visitantes, todavía hay margen para mejorar y consolidar estas prácticas. La higiene es fundamental para preservar la salud y prevenir enfermedades, mediante el establecimiento y vigilancia de condiciones saludables, incluso en el ámbito laboral. La higiene industrial, por su parte, se enfoca en identificar, evaluar y controlar riesgos ambientales, psicológicos o tensionales en el entorno. Fortalecer estas áreas contribuirá significativamente al bienestar de los turistas y a la sostenibilidad ambiental de la parroquia Moromoro.

Políticas y Regulaciones

En el ámbito de políticas y regulaciones, la parroquia Moromoro refleja un bajo nivel de fortaleza, alcanzando apenas un 20%. Este resultado evidencia una notoria debilidad en la implementación

de reglamentos, normativas y políticas que orienten adecuadamente el desarrollo turístico local. La ausencia o escasa aplicación de estas directrices puede generar desorganización, ausencia de control en las actividades turísticas y una gestión poco sostenible de los recursos. Además, este bajo porcentaje sugiere un limitado compromiso comunitario con las políticas existentes o una débil articulación institucional.

Actividades que se practican

Respecto al criterio relacionado con las actividades que se practican en los atractivos, se observa un nivel moderado a alto de fortaleza, alcanzando un 66,66%. Este resultado indica que en la parroquia Moromoro es posible realizar diversas actividades recreativas, lo que contribuye a una experiencia turística más rica y atractiva. No obstante, aún existe un margen para diversificar y ampliar la oferta de experiencias, incorporando nuevas actividades lúdicas, culturales, deportivas o de aventura que puedan enriquecer aún más la vivencia del visitante y prolongar su estancia en el destino.

Difusión del Atractivo

En el aspecto de difusión del atractivo, la parroquia Moromoro alcanza un 33,33%, lo que representa una debilidad considerable en términos de promoción turística. Este bajo nivel indica que la estrategia de difusión es limitada y no ha logrado posicionar adecuadamente los atractivos turísticos, restringiendo así el alcance a potenciales visitantes. La escasez de una promoción efectiva reduce la visibilidad del destino y dificulta el aumento del flujo turístico. Para maximizar el potencial turístico de Moromoro, es necesario fortalecer las acciones de marketing y mejorar los

canales de comunicación para llegar a un público más amplio. La promoción adecuada es fundamental para impulsar el desarrollo económico local mediante la atracción constante de turistas.

Registro de Visitantes

En la parroquia Moromoro, el criterio de registro de visitantes alcanza un 46,66%, lo que refleja una fortaleza moderada, aunque con oportunidades claras de mejora. Este valor indica que existe un nivel parcial de control sobre el flujo turístico, lo que permite recopilar cierta información relevante, pero que aún no resulta suficiente para una gestión integral. La ausencia de un sistema más completo y sistematizado de registro limita la capacidad para analizar adecuadamente el impacto del turismo en la zona, así como para diseñar estrategias más efectivas y sostenibles. Contar con estadísticas claras y actualizadas sobre los visitantes es esencial para evaluar el desempeño de los atractivos turísticos, identificar patrones de comportamiento, anticipar necesidades y tomar decisiones acertadas en torno al desarrollo turístico. Por ello, es prioritario fortalecer este aspecto para mejorar la planificación y optimización de los recursos disponibles en Moromoro.

Recursos Humanos

En cuanto al criterio de recursos humanos, la parroquia Moromoro presenta una debilidad, con un 33,33%, lo que indica una limitada disponibilidad de personal capacitado para el mantenimiento de los atractivos, la atención al visitante y el desarrollo de actividades turísticas. Esta carencia afecta negativamente la calidad de los servicios ofrecidos y, por ende, reduce el atractivo y el potencial de crecimiento del destino. La presencia de recursos humanos calificados es fundamental para garantizar una experiencia satisfactoria al turista, así como para asegurar una gestión eficiente y sostenible de los recursos turísticos.

Este análisis tiene como objetivo determinar las percepciones de la comunidad local respecto al desarrollo del turismo en la parroquia Moromoro. Se llevó a cabo un trabajo de campo, lo cual se realizó un levantamiento de información para la comunidad sobre el impacto turístico que tiene la parroquia Moromoro.

En esta parte encontraremos las preguntas que realizamos a la comunidad local, donde se recopilaron sus percepciones sobre el turismo en la parroquia Moromoro.

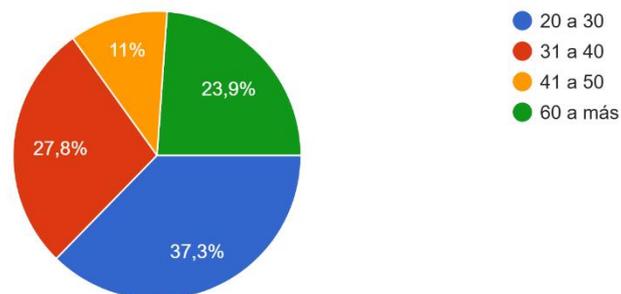
Comunidad Receptora

En la comunidad receptora, se recopila información sobre la interacción con los turistas, con el propósito de identificar problemáticas y posibles soluciones para el desarrollo turístico local.

Figura 5

Edad de los residentes

1. ¿Cuál es su edad?
335 respuestas



Nota: *Edad de los residentes.*

Elaboración propia (2025).

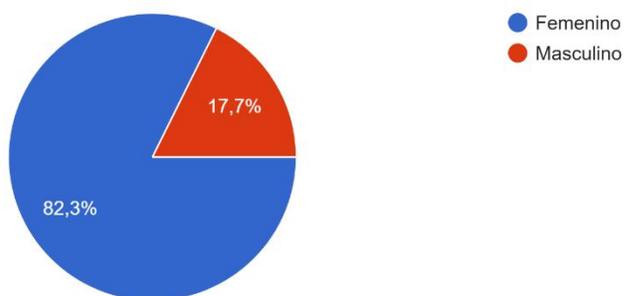
En los resultados obtenidos, el 37.3% tienen alrededor de 20-30 años, siendo el grupo con mayores datos, el segundo grupo tienen entre los 31 a 40 años 27.8%, el tercer grupo es de 60 y más con un 23.9%, y esto nos refleja que tienen una alta participación de personas mayores en la comunidad. Los grupos que obtuvieron menos porcentaje es los de 41-50 años con un 11%, y 31-40 años lo cual tienen una menor representación.

Figura 6

Sexo de los residentes

2. ¿Cuál es su sexo?

334 respuestas



Nota: Sexo de los residentes.

Elaboración propia (2025).

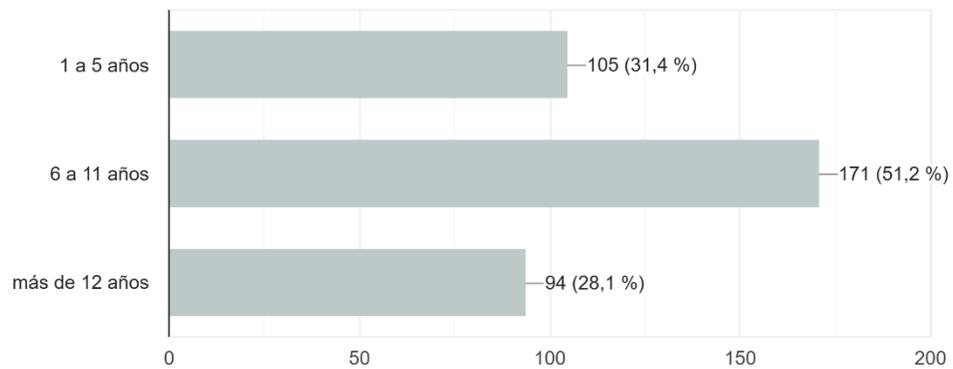
De las 334 respuestas obtenidas, el 82.3% representa el género femenino, y el 17.7% el género masculino de dicha encuesta. Lo cual en la parroquia residen más del género femenino.

Figura 7

Años que residen en la parroquia

3. ¿Cuántos años residen en la parroquia?

334 respuestas



Nota: Años que residen en la parroquia.

Elaboración propia (2025).

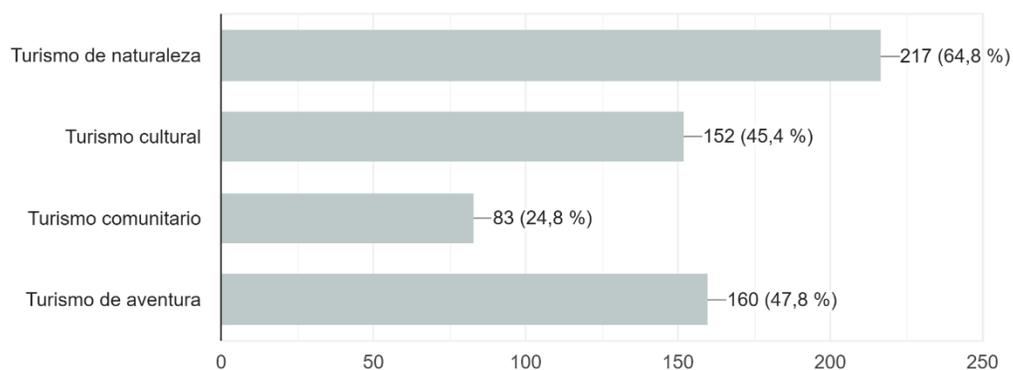
Los resultados obtenidos, nos dan a saber que el 51.2% de las personas residen en la parroquia entre 1 a 5 años, el 31.4% los habitantes residen entre 6 a 11 años en la parroquia, y por último el 28.1% llevan viviendo en la parroquia más de 12 años.

Figura 8

Tipo de turismo realizado por turistas

4. ¿Qué tipo de turismo realizan los turistas en la parroquia Moromoro?

335 respuestas



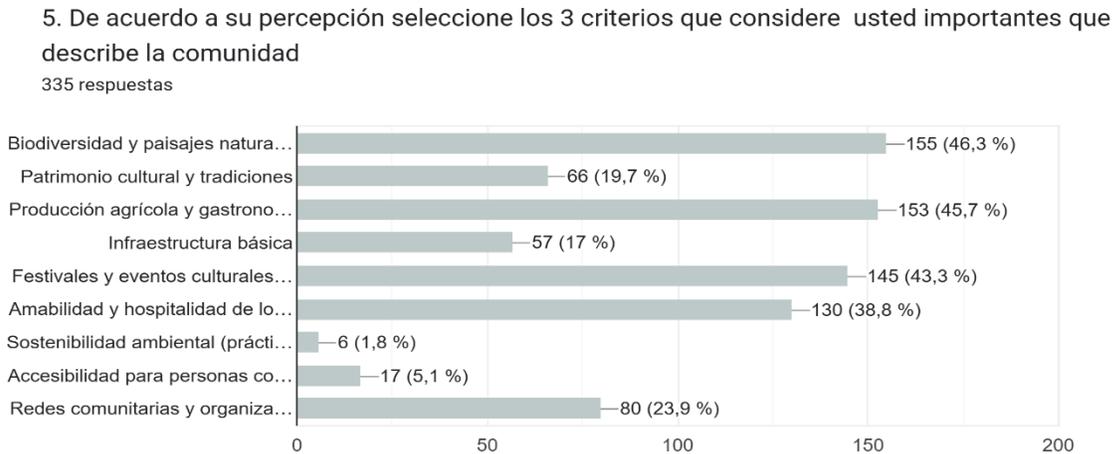
Nota: Tipo de turismo que realizan los turistas.

Elaboración propia (2025).

En los resultados obtenidos, los encuestados mencionaron que los turistas realizan más el turismo de naturaleza con un total de 64.8%, entre el turismo comunitario y el turismo de aventura tienen un total de 47.8%, y lo que menos realizan los turistas es el turismo comunitario ya que obtuvo un total de 24.8%. Según Díaz, (2023) menciona que los visitantes buscan una variedad de oportunidades para realizar el turismo de naturaleza, son atraídos por su entorno natural y por su comunidad acogedora.

Figura 9

Percepción importante de la comunidad



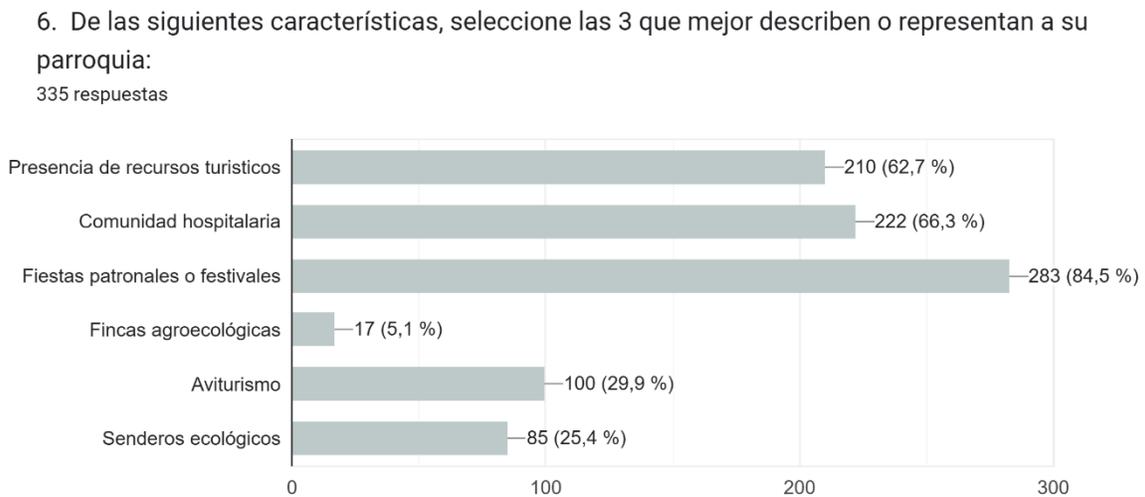
Nota: Percepción importante de la comunidad.

Elaboración propia (2025).

Según en las respuestas obtenidas, biodiversidad y paisajes naturales se obtuvo un 60.4%, festivales y eventos culturales obtuvo un 56.1%, producción agrícola ya gastronómica obtuvo el 34.3% y amabilidad y hospitalidad obtuvo un 27% lo cual tienen una buena descripción de los habitantes, en cambio, infraestructura básica obtuvo un 21.7%, accesibilidad para personas discapacitadas con un 3.9%, redes comunitarias obtuvo 3.5% y sostenibilidad ambiental con un 2.2% lo cual la comunidad no lo consideran tan importantes. Según Adriana, (2022) los residentes valoran las transformaciones positivas generadas por el turismo, esto impulsa a medida de la ejecución de los mejoramientos de los proyectos que hacen en la comunidad a fortalecer la identidad cultural, difundiendo tradiciones y costumbre.

Figura 10

Descripción que represente la parroquia



Nota: Descripción que representa la parroquia.

Elaboración propia (2025).

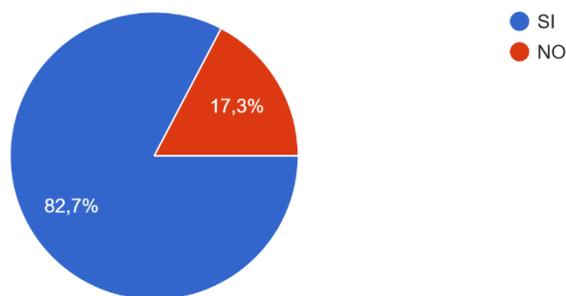
Dadas a las respuestas obtenidas, en fiestas patronales o festividades un 84.5%, en comunidad hospitalaria con un 66.3%, en presencia de recursos turísticos obtuvo un total de 62.7%, que describe mejor la parroquia Moromoro, en cambio, %, en aviturismo con un 29.9%, en senderos ecológicos dio un 25.4 y en fincas agroecológicas con un 5.1%, lo cual no representa a la parroquia.

Figura 11

Consideración de capacitaciones

7. Considera que las personas que viven en la comunidad deberían recibir capacitaciones?.

335 respuestas



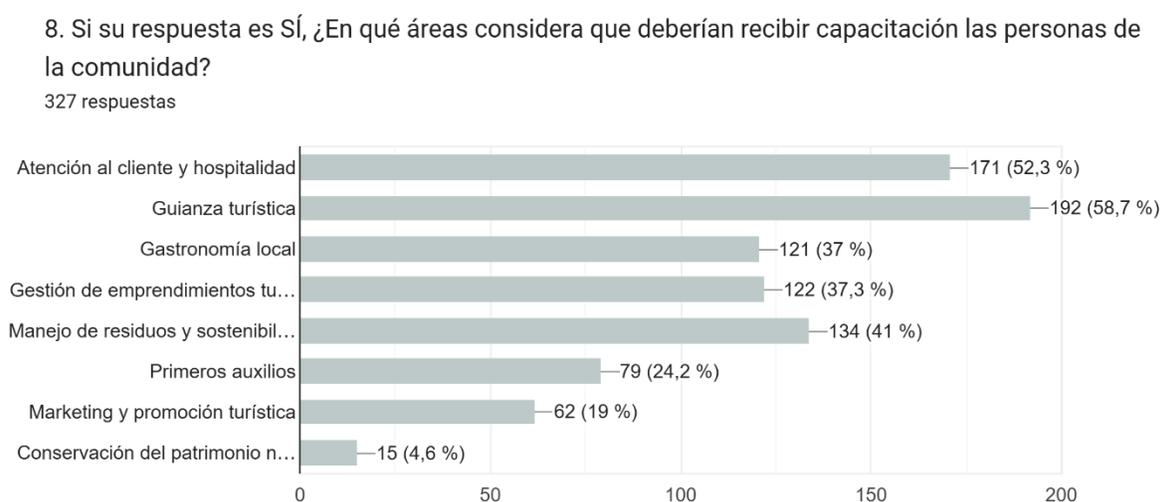
Nota: Consideración de capacitaciones en la comunidad.

Elaboración propia (2025).

En la realización de estas encuestas, obtuvimos el 82.7% de que, si consideran que las comunidades deberían recibir capacitaciones, en cambio, el 17.3% dijeron que no están de acuerdo. Según Valencia & Carmenates, (2023) las capacitaciones nos destacan a impulsar el desarrollo económico, la formación constante de aprendizaje permitiendo el crecimiento y sostenibilidad y eficiencia en los procesos locales, permitiendo promover la innovación de la comunidad.

Figura 12

Áreas que deberían recibir capacitaciones



Nota: Áreas que se deberían recibir capacitaciones.

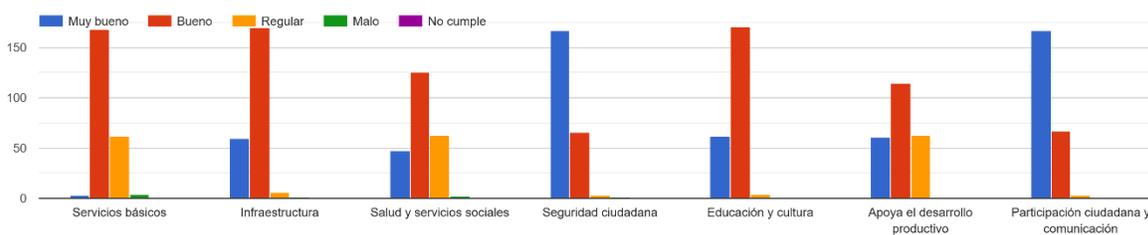
Elaboración propia (2025).

Los miembros de la comunidad han expresado mayor interés en capacitarse en tres áreas clave que consideran fundamentales para su desarrollo: cómo gestionar adecuadamente los datos de acceso 65.8%, formarse como guías turísticos 63.8% y mejorar en atención al cliente y hospitalidad 59.2%. También muestran interés, aunque en menor medida, en aprender sobre manejo de residuos 34.6% y primeros auxilios 24.2%.

Figura 13

Gestión del GAD parroquial

9. Qué tan satisfecho está con la gestión del Gad parroquial en determinadas áreas



Nota: Gestión del GAD parroquial.

Elaboración propia (2025).

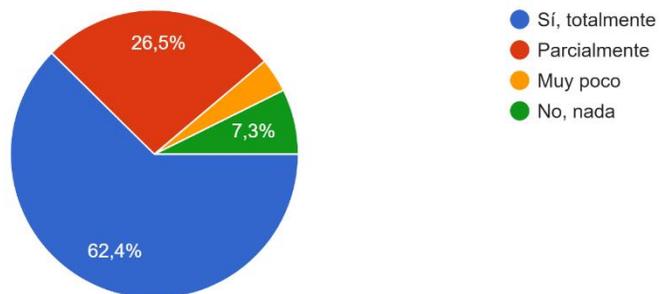
En las encuestas realizadas, la comunidad nos ha señalado muy bueno en relación a la seguridad ciudadana y la participación ciudadana y comunicación, bueno en los servicios básicos, infraestructura y educación y cultura. Esto nos quiere decir que están satisfechos con la gestión que tiene el Gad parroquial.

Figura 14

Desarrollo turístico

10. ¿Cree que las autoridades locales apoyan el desarrollo turístico?

287 respuestas



Nota: Apoyo de autoridades locales.

Elaboración propia (2025).

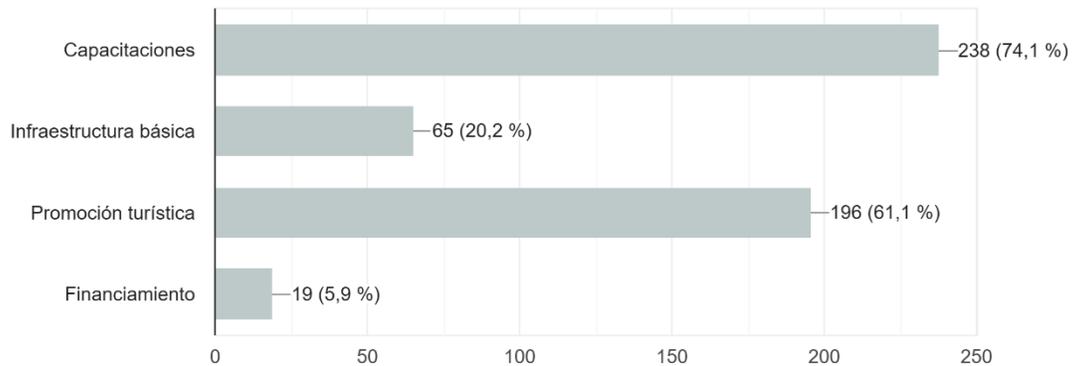
Referente a esta pregunta, el 62.4% mencionaron que las autoridades apoyan en el desarrollo turístico, el 23.5% parcialmente, el 7.3% mencionaron que las autoridades no apoyan el desarrollo turístico en la parroquia Moromoro.

Figura 15

Apoyo que ha brindado el GAD

11. En caso de responder Sí o Parcialmente, ¿qué tipo de apoyo han brindado?

321 respuestas



Nota: Apoyo que ha brindado el GAD.

Elaboración propia (2025).

Los encuestados, mencionan que el 74.1% han recibido capacitaciones, el 61.1% mencionaron que las autoridades les dan apoyo en promoción turística; en cambio, no reciben tanto apoyo en infraestructura básica ya que tiene un total de 20.2% y en financiamiento con un 5.9%.

Figura 16

Formación de turismo sostenible

12. ¿Considera usted necesario que la comunidad de Moromoro reciba formación sobre turismo sostenible?

281 respuestas



Nota: Formación necesaria a la comunidad.

Elaboración propia (2025).

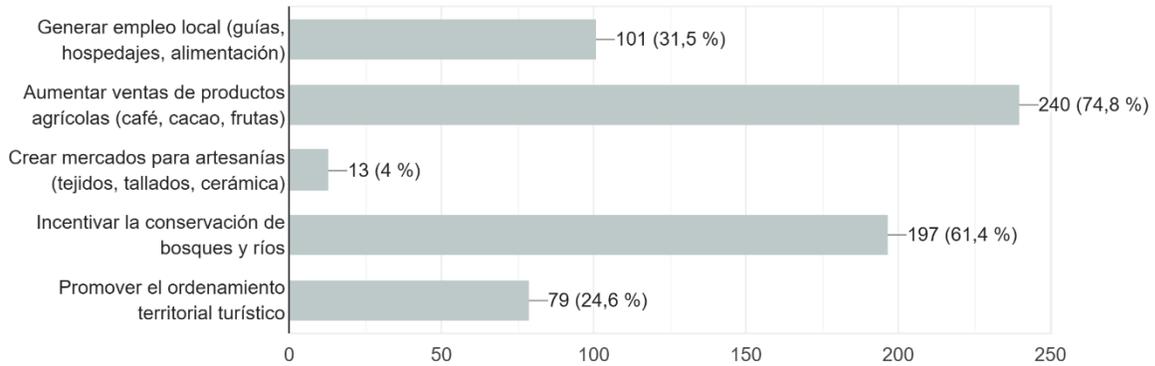
Según los resultados obtenidos, el 63.7% respondieron que, si es urgente que la comunidad reciba formación sobre el turismo sostenible, el 26.7 de los encuestados mencionaron que gradualmente.

Figura 17

Beneficios principales del turismo

13. ¿Qué beneficios principales cree usted que el turismo podría traer a la parroquia Moromoro?

321 respuestas



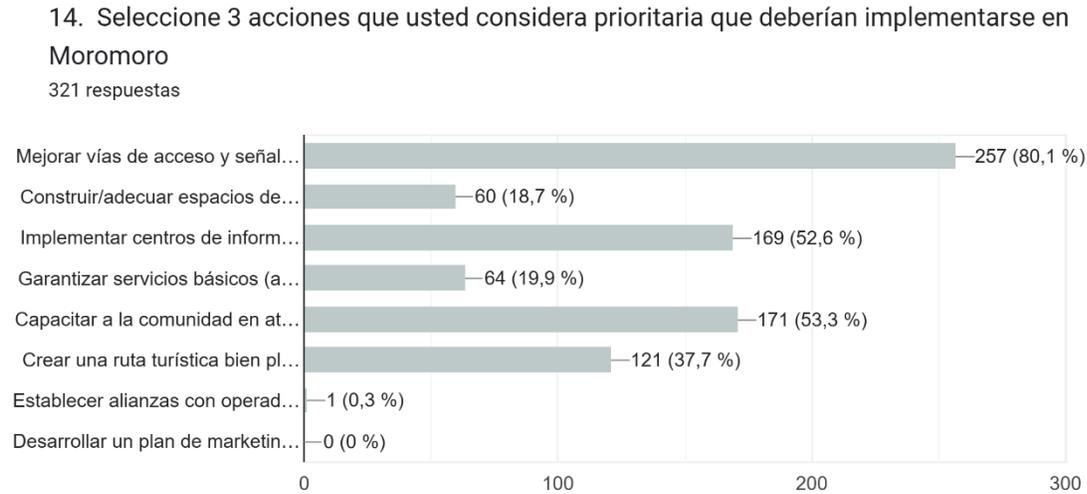
Nota: Beneficios principales del turismo.

Elaboración propia (2025).

Los resultados obtenidos mencionan que, los principales beneficios es aumentar ventas de productos con un 74.8%, incentivas la conservación de bosques y ríos con un total de 61.4% y con un 31.5% generar empleo local, en cambio, los que no fueron tan mencionados es crear mercados para promover el ordenamiento territorial turístico con un 5.5% y con un 4% la creación de mercados para artesanías.

Figura 18

Acciones prioritarias en Moromoro



Nota: Acciones prioritarias en Moromoro.

Elaboración propia (2025).

La comunidad toma como mejora de vías de acceso y señalética con un 80.1%, capacitar a la comunidad en atención al turista 53.3%, la implementación de centros de información con un 52.6%, y La comunidad no considera como prioridad es crear una ruta turística con un 37.7%, garantizar servicios básicos con un 19.9% construir espacios adecuados con un 18.7%, y en establecer alianzas con operadoras turísticas y gobierno local con un 0.5%.

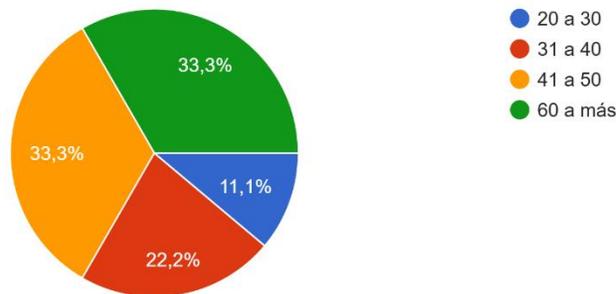
OFERTA

El estudio de la oferta turística identifica recursos y servicios en un destino cruciales para una experiencia competitiva. Se evalúan tanto los servicios de los negocios locales como las infraestructuras y estrategias para atraer visitantes. Es fundamental detectar brechas en la oferta, especialmente en hospedaje y actividades recreativas. Además, se investigan causas de estas carencias, como barreras económicas, limitaciones en formación, normativas restrictivas y deficiencias en infraestructura básica.

Figura 19

Edad de los residentes

1. ¿Cuál es su edad?
9 respuestas



Nota: Edad de los residentes.

Elaboración propia (2025).

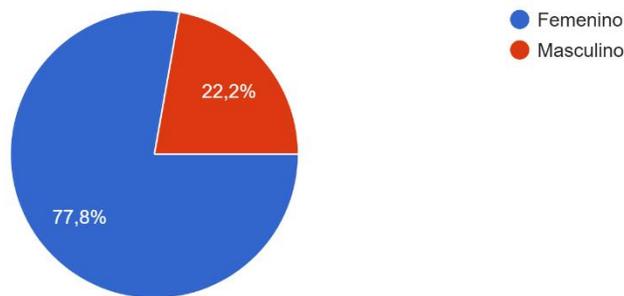
En la parroquia Moromoro, el 66,6% de los encuestados tiene entre 41 años y más de 60, lo que indica que los emprendimientos turísticos están principalmente en manos de personas adultas. Solo

el 11,1% corresponde al grupo de 20 a 30 años y el 22,2% al de 31 a 40 años, evidenciando una baja participación juvenil. Esta situación sugiere la necesidad de fomentar el interés y la inclusión de los jóvenes para asegurar el relevo generacional y la sostenibilidad del turismo en Moromoro.

Figura 20

Sexo de los residentes

2. ¿Cuál es su sexo?
9 respuestas



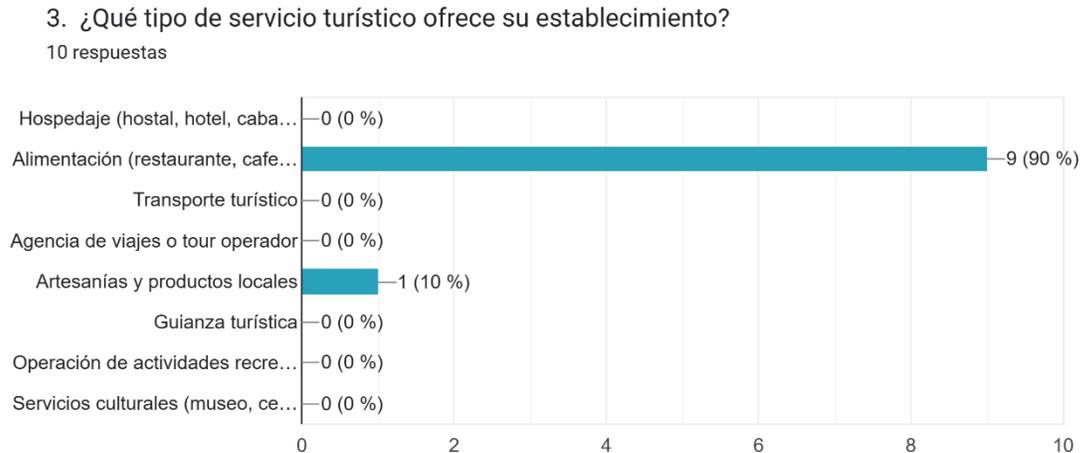
Nota: Sexo de los residentes.

Elaboración propia (2025).

Los resultados obtenidos en la parroquia Moromoro evidencian una marcada participación femenina en el sector turístico, representando el 77,8% del total de encuestados, frente a un 22,2% correspondiente al sexo masculino. Este predominio sugiere que las mujeres desempeñan un rol protagónico en el desarrollo y gestión de las actividades turísticas locales, lo cual puede interpretarse como una manifestación de empoderamiento económico y social dentro de la comunidad.

Figura 21

Servicios turísticos



Nota: Tipo de servicio que ofrece el establecimiento.

Elaboración propia (2025).

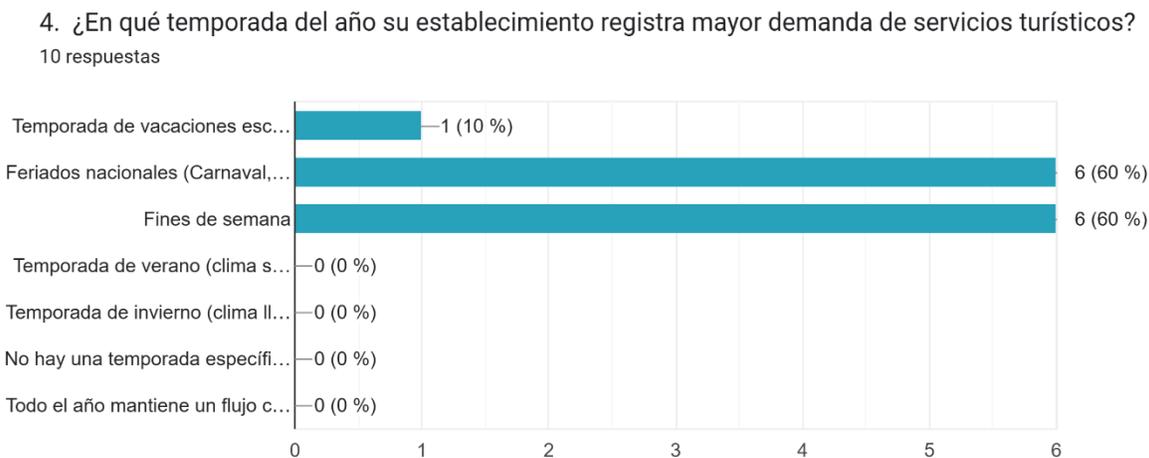
Los resultados obtenidos de la parroquia Moromoro revela una fuerte concentración en el sector de alimentación. De los 10 establecimientos encuestados, el 90% ofrece servicios de restaurante o cafetería, mientras que solo un 10% se dedica a la venta de artesanías y productos locales. Los demás servicios turísticos, como hospedaje, transporte, agencias de viajes, guianza y actividades recreativas, no tienen representación en la muestra.

El sector de alimentos y bebidas ocupa un lugar clave dentro de la industria turística. En este sentido, Ocampo *et al.* (2021) destacan que este sector juega un papel esencial en la actividad

económica tanto a nivel nacional como regional. En otras palabras, los autores señalan que el área de alimentos y bebidas es vital para impulsar la economía local, regional y del país en general.

Figura 22

Registro de mayor demanda



Nota: Mayor demanda en los establecimientos.

Elaboración propia (2025).

Los resultados de la encuesta en la parroquia Moromoro muestran que el 60% de los establecimientos turísticos registra su mayor demanda durante los feriados nacionales y fines de semana, mientras que solo un 10% identifica las vacaciones escolares como su principal temporada alta. Esta concentración de la demanda en períodos cortos y específicos del calendario sugiere una

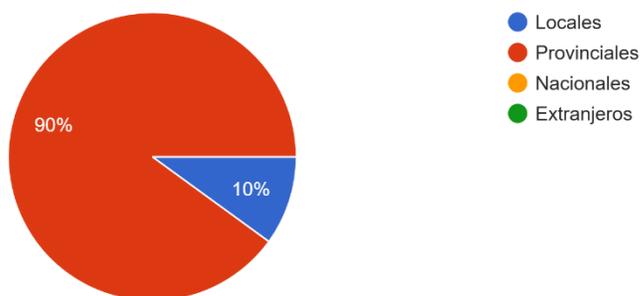
alta estacionalidad en la actividad turística, característica que puede generar inestabilidad en los ingresos de los prestadores de servicios.

Figura 23

Potencia mayoritaria de turistas

5. ¿Cuál es la procedencia mayoritaria de los turistas o clientes que visitan su establecimiento?

10 respuestas



Nota: *Procedencia de los turistas.*

Elaboración propia (2025).

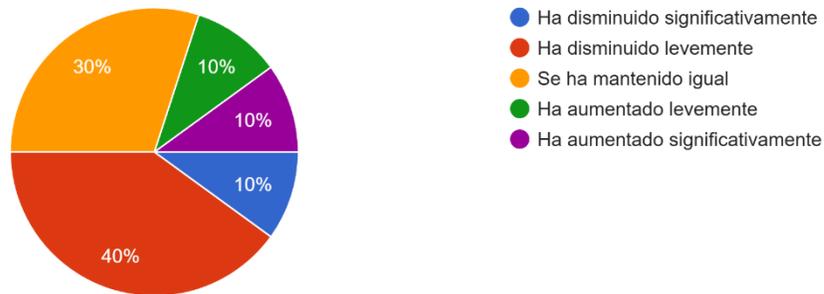
De acuerdo con los resultados de la encuesta, el 90% de los visitantes que acuden a los establecimientos turísticos en la parroquia Moromoro son de procedencia provincial, mientras que solo el 10% corresponde a turistas locales. Esta concentración de la demanda en el ámbito provincial indica una limitada proyección del destino a nivel nacional e internacional, lo cual podría estar relacionado con factores como la escasa promoción turística, la limitada infraestructura o la deficiencia de conectividad con otros territorios.

Figura 24

Actividad económica

6. ¿Cómo considera usted que su actividad económica ha estado en el último año?

10 respuestas



Nota: Actividad económica.

Elaboración propia (2025).

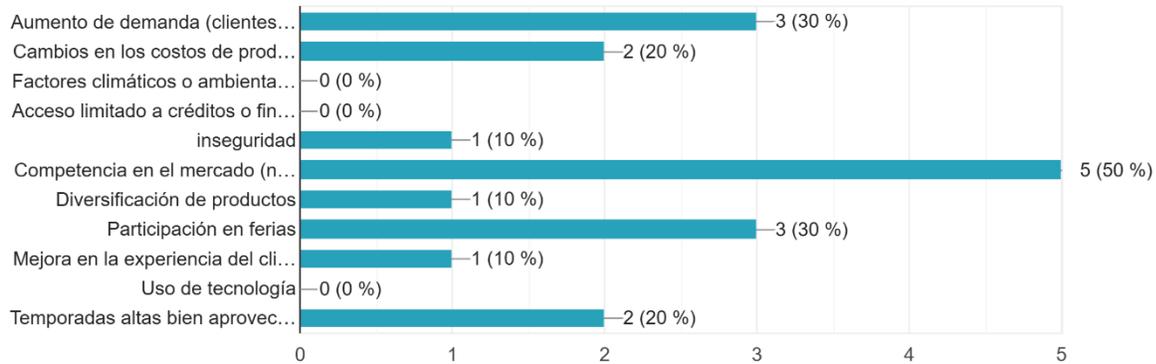
Según los resultados obtenidos, el 50% de los encuestados considera que su actividad económica ha disminuido 10% significativamente y 40% levemente, mientras que un 30% indica que se ha mantenido estable. Solo un 20% reporta una mejora en sus ingresos 10% leve y 10% significativa. Estos datos evidencian una tendencia general hacia la contracción o estancamiento económico del sector turístico local.

Figura 25

Criterio de actividad turística

7. Selecciona bajo que criterio usted cree que mejoró o disminuyó su actividad económica en el último año

10 respuestas



Nota: *Criterio de actividad económica.*

Elaboración propia (2025).

Según los resultados obtenidos, el 50% de los encuestados considera que la competencia en el mercado ha sido el factor que más ha influido en su actividad económica, afectándola negativamente en muchos casos. Un 30% señala que el aumento de la demanda y la participación en ferias han contribuido a mejorar su desempeño económico. Por otro lado, un 20% menciona que los cambios en los costos de producción y la adecuada gestión de las temporadas altas han impactado de forma relevante, ya sea positiva o negativamente. Factores como la inseguridad, diversificación de productos y mejora en la experiencia del cliente representan un 10% cada uno, mostrando una influencia menor pero significativa en la actividad económica. Estos datos reflejan

que, aunque hay oportunidades para el crecimiento, la presión competitiva y los costos son desafíos que limitan el desarrollo económico de los encuestados.

Según el Banco Central del Ecuador (2024), la economía nacional cayó un 2,2% en el segundo trimestre de 2024. Esta contracción se debió, principalmente, a la fuerte caída del sector de la construcción, la baja inversión en bienes de capital y la reducción del consumo de los hogares, especialmente en productos no esenciales como ropa y calzado. Además, se registró una disminución en la demanda de servicios como comercio, transporte, alojamiento y alimentos, lo que refleja una desaceleración general del consumo interno.

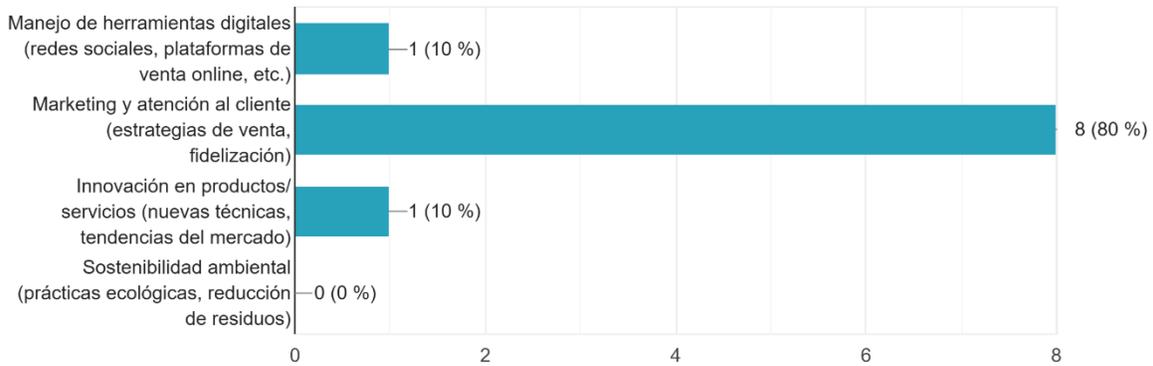
Pese a este panorama, las exportaciones mostraron un comportamiento positivo, con un aumento en la venta de productos como petróleo, camarón y cacao. También crecieron levemente las importaciones de derivados del petróleo.

Figura 26

Formación adicional

8. ¿Qué tipo de formación adicional considera necesaria que debe tener sus trabajadores para mejorar la calidad de sus servicios o actividad económica?

10 respuestas



Nota: Formación adicional necesaria para la mejora de sus servicios turísticos.

Elaboración propia (2025).

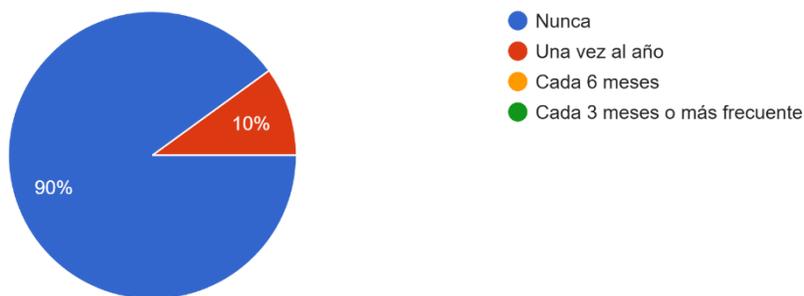
Según los resultados obtenidos, el 80% de los encuestados considera que la formación en marketing y atención al cliente es la capacitación más necesaria para mejorar la calidad de sus servicios o actividad económica. Solo un 10% señala la necesidad de manejo de herramientas digitales, mientras que otro 10% valora la innovación en productos o servicios como un área clave para capacitar a sus trabajadores. Ninguno o un porcentaje muy bajo considera la sostenibilidad ambiental como una prioridad en la formación. Estos datos evidencian una clara demanda por fortalecer las habilidades comerciales y de relación con el cliente para impulsar el crecimiento y la competitividad del negocio.

Figura 27

Capacitación o actualización de actividades turísticas

9. ¿Con qué frecuencia ha recibido capacitación o actualización relacionada con su actividad turística?

10 respuestas



Nota: Frecuencia de capacitación relacionada a su actividad turística.

Elaboración propia (2025).

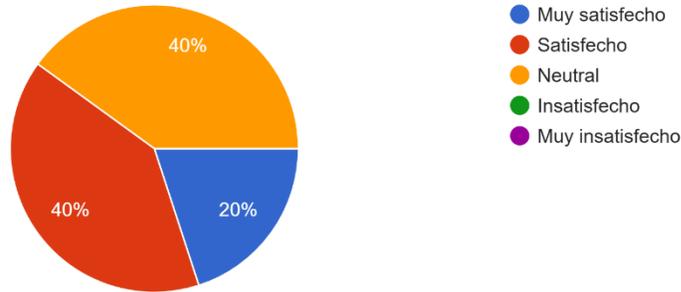
Según los resultados obtenidos, el 90% de los encuestados indica que nunca ha recibido capacitación o actualización relacionada con su actividad turística, mientras que solo un 10% reporta haberla recibido una vez al año. No se registraron respuestas para frecuencias más altas como cada seis meses o cada tres meses. Estos datos reflejan una grave deficiencia de acceso a procesos formativos continuos, lo cual limita significativamente el desarrollo de capacidades, la mejora en la calidad del servicio y la competitividad del sector turístico local.

Figura 28

Infraestructura turística

10. ¿Qué tan satisfecho/a está con la infraestructura turística de su localidad para apoyar su negocio?

10 respuestas



Nota: Satisfecho con la infraestructura turística.

Elaboración propia (2025).

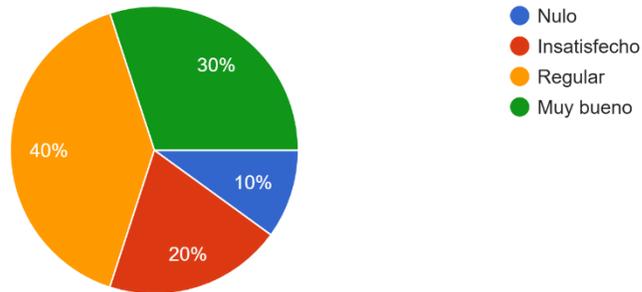
Según los resultados obtenidos, el 40% de los encuestados se muestra satisfecho con la infraestructura turística de su localidad 40% satisfecho y 40% neutral. Un 40% se mantiene en una posición neutral, sin manifestar una percepción claramente positiva o negativa. No se registraron respuestas en las categorías de insatisfecho o muy insatisfecho. Estos datos sugieren que, si bien existe un grado razonable de conformidad con la infraestructura disponible, una parte importante de los encuestados aún no percibe un apoyo claro o suficiente, lo que puede indicar oportunidades de mejora para fortalecer el entorno físico y logístico que respalda las actividades turísticas locales.

Figura 29

Apoyo de las instituciones públicas

11. ¿Cómo calificaría el apoyo de las instituciones públicas (gobierno local, turismo, etc.) a su actividad económica?

10 respuestas



Nota: Apoyo de las instituciones públicas para su actividad económica.

Elaboración propia (2025).

Según los resultados obtenidos, el 30% de los encuestados califica como muy bueno el apoyo recibido por parte de las instituciones públicas a su actividad económica, mientras que un 40% lo considera regular. Por otro lado, un 20% se manifiesta insatisfecho y un 10% señala que el apoyo ha sido nulo. Estos datos reflejan una percepción mixta respecto al papel de las instituciones públicas: aunque una parte de los encuestados valora positivamente su intervención, una proporción significativa expresa descontento o indiferencia. Esto evidencia la necesidad de fortalecer las políticas de acompañamiento, asistencia técnica y promoción, con el fin de generar un impacto más equitativo y efectivo en el sector económico local.

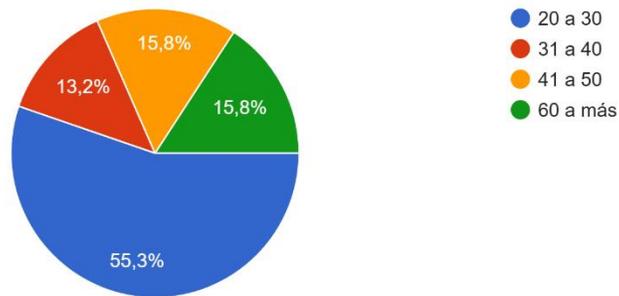
DEMANDA

Analizar la oferta turística ayuda a ver qué recursos, servicios y habilidades tiene un destino, y también dónde flojea en cosas importantes como el alojamiento, los guías o las actividades recreativas bien montadas. Este análisis tiene que mirar no solo quién está prestando servicios ahora, sino también por la escasez de dinero, escasez de formación, leyes muy duras o si la infraestructura no es buena.

Figura 30

Edad de los turistas

1. ¿Cuál es su edad?
38 respuestas



Nota: Edad de los turistas.

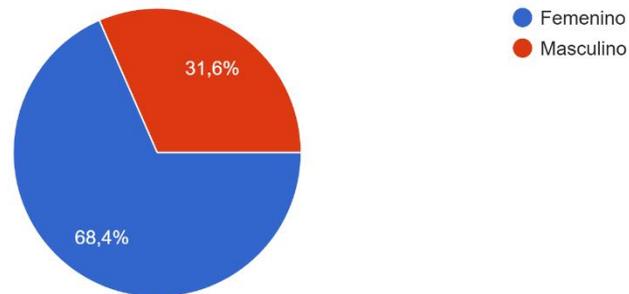
Elaboración propia (2025).

Según los resultados, el 55,3% de los encuestados tiene entre 20 y 30 años, lo que indica que la demanda está dominada por un público joven. Esto sugiere que los servicios deben enfocarse en propuestas innovadoras, digitales y adaptadas a sus preferencias. Aunque los grupos mayores tienen menor participación, también representan nichos importantes con necesidades específicas.

Figura 31

Sexo de los turistas

2. ¿Cuál es su sexo?
38 respuestas



Nota: Sexo de los turistas.

Elaboración propia (2025).

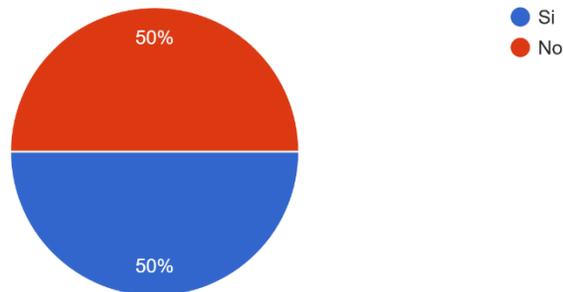
Según los resultados, el 68,4% de los encuestados son mujeres, mientras que el 31,6% son hombres. Esto indica una mayor participación femenina en la demanda, lo que puede orientar el diseño de productos, servicios y estrategias de promoción hacia los intereses y preferencias de este segmento.

Figura 32

Visita por fines turísticos

3. ¿Ha visitado usted la parroquia Moromoro cantón Piñas en los últimos 12 meses por fines turísticos ?

40 respuestas



Nota: Visita por fines turísticos.

Elaboración propia (2025).

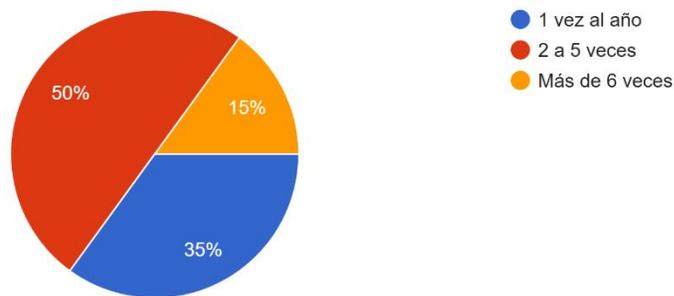
Según los resultados, el 50% de los encuestados ha visitado la parroquia Moromoro por fines turísticos en los últimos 12 meses, mientras que el otro 50% no lo ha hecho. Esto refleja una división equilibrada en la demanda reciente, lo que sugiere tanto un potencial de crecimiento como la necesidad de fortalecer la promoción y atractivos turísticos para captar a quienes aún no han visitado el destino.

Figura 33

Visita frecuente de los turistas

4. ¿Con qué frecuencia ha visitado Moromoro en el último año?

20 respuestas



Nota: Frecuencia de visita a la parroquia.

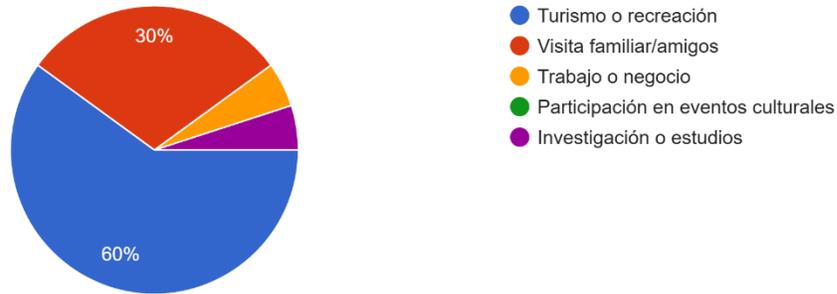
Elaboración propia (2025).

Según los resultados, el 50% de los encuestados ha visitado Moromoro entre 2 y 5 veces en el último año, un 35% solo una vez, y un 15% más de 6 veces. Esto indica una frecuencia de visita moderada, con un buen nivel de repetición, lo que sugiere que el destino tiene elementos atractivos que motivan retornos, pero aún hay espacio para fortalecer la fidelización y aumentar la recurrencia.

Figura 34

Motivo de visita

5. Indique el motivo principal de su visita a Moromoro:
20 respuestas



Nota: Motivo de su visita.

Elaboración propia (2025).

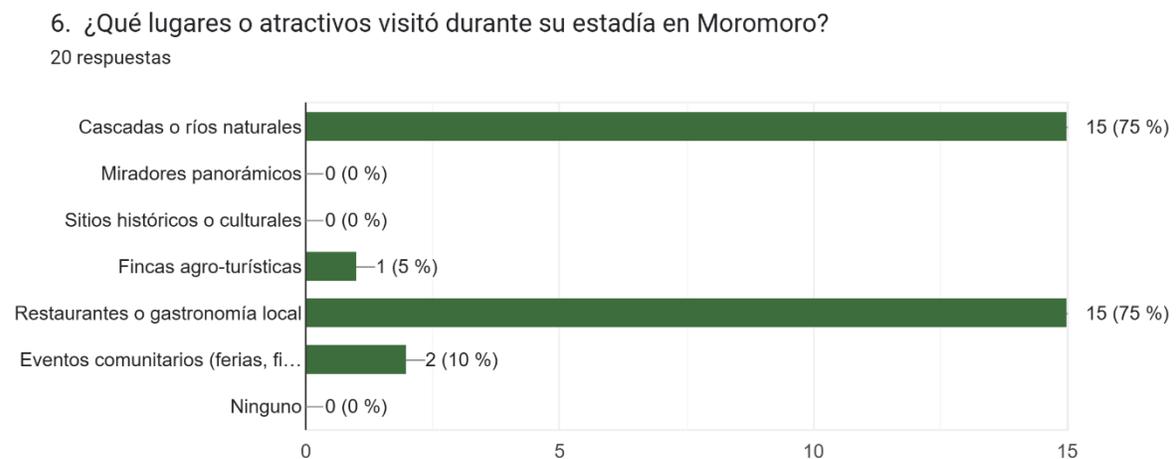
Según los resultados, el 60% de los encuestados visitó Moromoro por turismo o recreación, mientras que un 30% lo hizo por visitas a familiares o amigos. No se registraron respuestas para motivos como trabajo, eventos culturales o estudios. Esto indica que la principal motivación de visita es turística, lo cual refuerza el potencial de Moromoro como destino recreativo, aunque también señala oportunidades para diversificar su oferta hacia otros tipos de visitantes.

Un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar" de Pereira y Gosling (2017), se aborda la importancia de comprender las motivaciones principales que llevan a los turistas a visitar determinados destinos. Los autores destacan que estas motivaciones son diversas y pueden clasificarse en categorías como ocio, entretenimiento, eventos, visitas a familiares y amigos,

negocios, estudios, entre otras. Identificar el motivo principal de la visita permite a los gestores turísticos adaptar sus estrategias para satisfacer las expectativas y necesidades de los visitantes, mejorando así la experiencia turística y fomentando el desarrollo sostenible del destino.

Figura 35

Visita de atractivos durante su estadía



Nota: *Atractivos que visitó durante su estadía.*

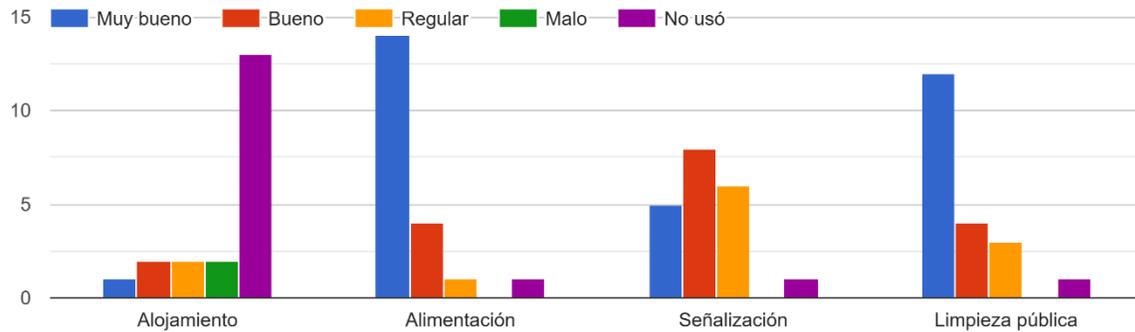
Elaboración propia (2025).

Según los resultados, los atractivos más visitados en Moromoro fueron las cascadas o ríos naturales 75% y la gastronomía local 75%, seguidos por eventos comunitarios 10% y fincas agro-turísticas 5%. No se reportaron visitas significativas a miradores, sitios culturales o históricamente relevantes.

Figura 36

Calificación de servicios turísticos

7. ¿Cómo calificaría los siguientes servicios durante su visita?



Nota: Calificación de servicios turísticos.

Elaboración propia (2025).

Esto muestra una preferencia clara por experiencias naturales y culinarias, y evidencia la necesidad de fortalecer y promocionar otros atractivos para diversificar la experiencia del visitante.

Alojamiento: La mayoría lo calificó como bueno 13 personas, aunque hubo algunas opiniones negativas 2 regular, 2 malo y 2 no lo usaron. Esto indica una percepción mayoritariamente positiva, pero con oportunidades claras de mejora en calidad y accesibilidad.

Alimentación: Fue el servicio mejor valorado, con 14 personas calificándolo como muy bueno y 4 como bueno, solo 1 como regular. Esto refleja una experiencia gastronómica altamente satisfactoria.

Señalización: Recibió calificaciones mixtas, con 5 muy bueno, 8 bueno y 6 regular. Aunque la mayoría la valora positivamente, hay un porcentaje considerable que percibe deficiencias, lo cual sugiere la necesidad de mejorar la orientación e información para visitantes.

Limpieza pública: También presenta una percepción positiva, con 12 personas calificándola como muy buena y 4 como buena, mientras que solo 3 la consideran regular. Esto sugiere que la higiene del entorno es un punto fuerte del destino, aunque debe mantenerse y reforzarse.

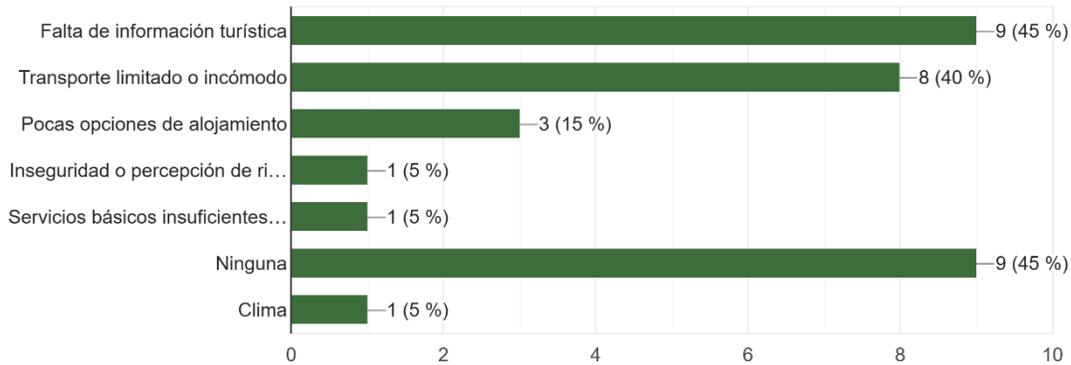
Según menciona Contreras Castañeda (2021) La investigación indica que los prestadores de servicios turísticos deben orientar sus esfuerzos hacia la creación de experiencias atractivas dentro de su oferta. Este enfoque busca mejorar la satisfacción del visitante, fortaleciendo su lealtad y favoreciendo su permanencia dentro del mercado turístico.

Figura 37

Dificultades durante su visita

8. ¿Qué dificultades enfrentó durante su visita?

20 respuestas



Nota: Dificultades durante su visita.

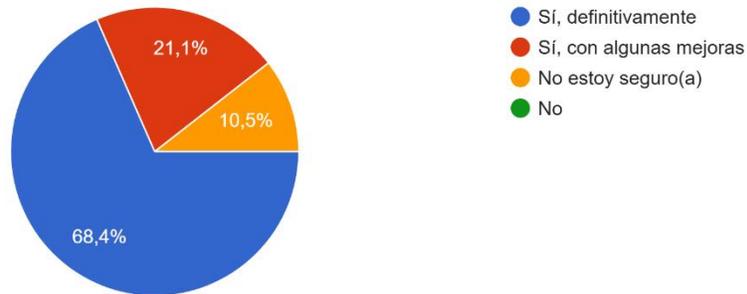
Elaboración propia (2025).

Según los resultados, las principales dificultades enfrentadas durante la visita a Moromoro fueron la ausencia de información turística 45% y el transporte limitado o incómodo 40%. Otros aspectos como pocas opciones de alojamiento 15%, servicios básicos insuficientes, clima e inseguridad fueron mencionados por un porcentaje menor 5% cada uno. Sin embargo, un 45% indicó no haber tenido ninguna dificultad, lo que sugiere una experiencia mayormente positiva, aunque con áreas clave que requieren atención, especialmente en información y accesibilidad.

Figura 38

Recomendación a familiares y amigos

9. ¿Recomendaría a sus familiares o conocidos visitar Moromoro por fines turísticos?
19 respuestas



Nota: Recomendación a sus conocidos por fines turísticos.

Elaboración propia (2025).

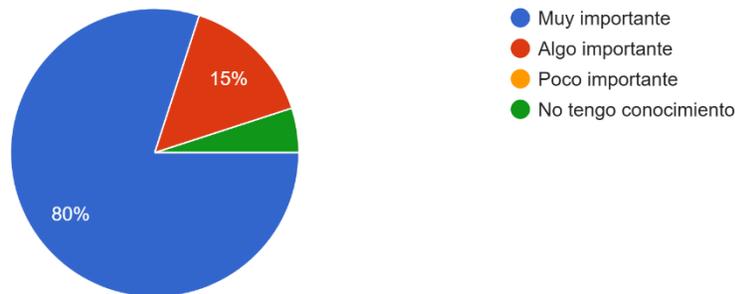
Según los resultados, el 68,4% de los encuestados recomendaría definitivamente visitar Moromoro por fines turísticos, mientras que un 21,1% lo haría con algunas mejoras. Solo un 10,5% se muestra indeciso y no se reportaron respuestas negativas. Estos datos reflejan una percepción mayormente positiva del destino, aunque también señalan áreas de oportunidad para optimizar la experiencia y aumentar la confianza de los visitantes.

Figura 39

Importancia del turismo sostenible

10. ¿Qué tan importante es para usted que el destino turístico sea sostenible (conservación ambiental, apoyo a la comunidad)?

20 respuestas



Nota: Importancia del turismo sostenible.

Elaboración propia (2025).

Según los resultados, el 80% de los encuestados considera muy importante que el destino turístico sea sostenible, mientras que un 15% lo ve como algo importante. No se registraron respuestas que indiquen poca importancia o desconocimiento. Esto evidencia un fuerte compromiso y conciencia ambiental y social entre los visitantes, lo que sugiere que las estrategias turísticas deben incorporar prácticas sostenibles para responder a estas expectativas.

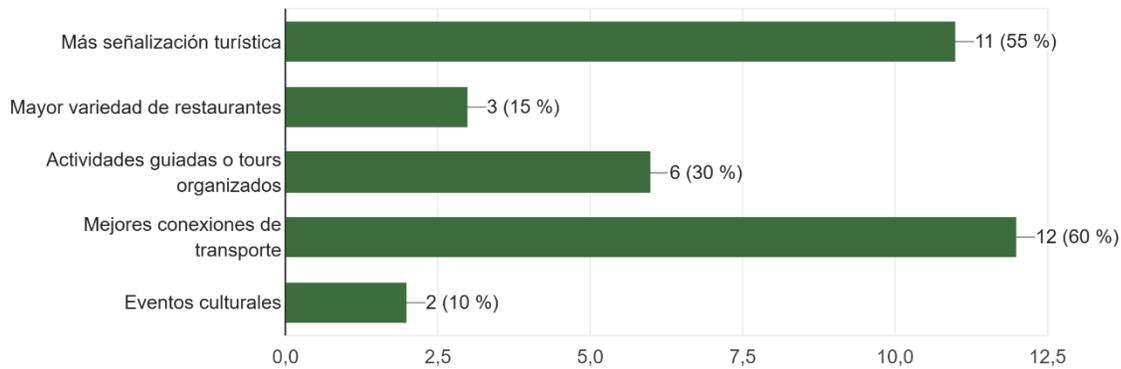
Según menciona Alan Bogarin (2024) la ONU afirma que el desarrollo sostenible se define como aquel “desarrollo que cubre las necesidades actuales sin poner en peligro la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las suyas”.

Figura 40

Experiencia turística

11. ¿Qué agregaría a Moromoro para mejorar su experiencia turística?

20 respuestas



Nota: Mejora de experiencia turística.

Elaboración propia (2025).

Según los resultados, para mejorar la experiencia turística en Moromoro, el 60% de los encuestados considera fundamental mejorar las conexiones de transporte, seguido por un 55% que pide más señalización turística. Un 30% valora la incorporación de actividades guiadas o tours organizados, mientras que un menor porcentaje solicita una mayor variedad de restaurantes 15% y eventos culturales 10%. Estos datos resaltan la importancia de mejorar la accesibilidad y la orientación del visitante como prioridades clave para el desarrollo turístico del destino.

Infraestructura

En este cuadro se presenta un análisis de la infraestructura de los atractivos turísticos de la parroquia Moromoro, lo cual destaca las características que presenta cada atractivo.

Tabla 8

Infraestructura

NOMBRE DEL ATRACTIVO	INFRAESTRUCTURA				DESCRIPCIÓN
	Muy bueno	Bueno	Regular	Mal	
Reserva Ecológica Buenaventura	X				La Reserva Ecológica Buenaventura, cuenta con su principal atractivo que es su entorno natural, tiene sistema de señalización para guiar a los visitantes y proteger el ecosistema, con el fin de preservar la biodiversidad de la región.
El Chorro Viringo	X				El Chorro Viringo es una cascada de unos 10 metros de altura cuyas aguas transparentes surgen entre las piedras, brindando un ambiente fresco y natural perfecto para

					descansar y bañarse. Su entorno mezcla la hermosura del bosque con el sonido apacible del agua que fluye, formando un lugar de calma y conexión con la naturaleza.
Iglesia de Moromoro Santuario Jesús del Gran Poder	X				La Iglesia de Moromoro Santuario Jesús del Gran Poder, cuenta con una infraestructura religiosa, cuenta con accesos adecuados

Nota: Análisis de la infraestructura de los atractivos turísticos.

Elaboración propia (2025).

ANALISIS FODA

Este análisis determina las principales oportunidades y desafíos del turismo en la parroquia Moromoro, con el fin de identificar su potencial de desarrollo sostenible. Para ello, realizamos un análisis FODA.

Fortalezas

- Alto nivel de conservación ambiental en los principales atractivos turísticos.
- Presencia de recursos naturales destacados como El Chorro Viringo y la Reserva Buenaventura.
- Comunidad receptora con alta disposición hacia el turismo sostenible, incluyendo interés en capacitación en guianza, atención al cliente y sostenibilidad.
- Participación activa de distintos grupos sociales, destacando la fuerte implicación femenina y el rol cultural de adultos mayores.
- Diversidad de actividades turísticas basadas en entornos naturales, con predominancia del turismo de naturaleza.
- Existencia de un ícono cultural local: la Iglesia Santuario Jesús del Gran Poder.
- Buen nivel de higiene, limpieza y percepción positiva de la gastronomía local.
- Amabilidad y hospitalidad valoradas por los visitantes, reflejadas en la satisfacción con los servicios de alimentación.
- GAD parroquial abierto a la implementación de proyectos turísticos.
- Registro formal de visitantes en la Reserva Buenaventura como indicativo de organización y control turístico.

Oportunidades

- Creciente interés del mercado por destinos sostenibles y de naturaleza, con alta valoración del turismo sostenible (80%).
- Alta presencia de turistas jóvenes interesados en experiencias auténticas y guiadas.
- Posibilidad de posicionamiento digital mediante redes sociales y páginas web.
- Disponibilidad de programas de capacitación en turismo sostenible.
- Potencial de desarrollo en segmentos poco explotados como agroecología, aviturismo, turismo cultural, educativo y científico.
- Interés de inversión privada en infraestructura turística.
- Proyectos municipales para mejorar la conectividad vial.
- Oportunidad de establecer alianzas con operadoras turísticas nacionales.
- Integración potencial en rutas turísticas con cantones y parroquias vecinas.
- Participación en ferias y eventos provinciales para aumentar visibilidad.
- Demanda comunitaria por centros de información turística.
- Incremento del turismo interno por efectos post-pandemia y factores económicos locales.

Debilidades

Infraestructura y servicios:

- Déficit de infraestructura turística básica y de servicios complementarios (alojamiento, información, señalética).
- Accesos viales limitados hacia ciertos atractivos.

Gestión y planificación:

- Ausencia de políticas claras de gestión turística a nivel parroquial.
- Escasez de un sistema sistemático de monitoreo de visitantes.
- Débil promoción turística a nivel provincial y nacional.

Capital humano y formación:

- Escasa capacitación comunitaria continua en turismo.
- Insuficiente personal capacitado en guianza, atención al visitante y operación turística.

Innovación y sostenibilidad:

- Bajísima valoración de sostenibilidad ambiental por parte de la comunidad.
- Poca innovación en el diseño de experiencias turísticas.

Conectividad y articulación:

- Alta dependencia del turismo provincial.
- Desconocimiento por parte de los visitantes de otros atractivos culturales e históricos.

Amenazas

- Escasez de planificación turística puede generar impactos negativos sobre los recursos naturales.
- Posible resistencia social frente a cambios culturales promovidos por el turismo.
- Competencia con destinos turísticos más consolidados en la provincia de El Oro.

- Riesgos naturales como deslizamientos o lluvias intensas, que afectan la accesibilidad y seguridad.
- Vulnerabilidad ante la variabilidad de la demanda (alta estacionalidad).

Matriz FODA Cruzada – Parroquia Moromoro

Una vez que se identificaron los factores internos y los factores externos que determinan el desarrollo turístico de la parroquia Moromoro, se procede a la elaboración de la matriz FODA cruzada, herramienta que permite cruzar las fortalezas con las oportunidades y las debilidades con las amenazas ya analizadas con los resultados que se van a proponer para dar lugar a la formulación de estrategias de un desarrollo sostenible situado. Las combinaciones resultantes apuntan a acciones concretas desde la óptica de la participación allí situada, priorizándose aquellas que maximizan el potencial del destino y al mismo tiempo mitigar las limitaciones.

Tabla 9*Matriz FODA cruzada*

Estrategia	Descripción	Propuestas Estratégicas
FO (Fortalezas + Oportunidades) Estrategias ofensivas	Aprovechar los recursos naturales, humanos y socioculturales existentes para posicionar a Moromoro como un destino sostenible.	Diseñar productos turísticos enfocados en naturaleza, cultura y gastronomía. Promover la oferta local mediante redes sociales y participación en ferias. Consolidar rutas turísticas Inter parroquiales.
DO (Debilidades + Oportunidades) Estrategias adaptativas	Superar las carencias en infraestructura, planificación y capital humano mediante oportunidades externas disponibles.	Gestionar alianzas para formación continua. Acceder a fondos para mejorar infraestructura. Implementar campañas internas sobre sostenibilidad.

<p>FA (Fortalezas + Amenazas)</p> <p>Estrategias defensivas</p>	<p>Utilizar las fortalezas del territorio para mitigar o adaptarse a amenazas externas.</p>	<p>Fortalecer la gobernanza turística desde la comunidad y el GAD.</p> <p>Generar protocolos ante riesgos naturales.</p> <p>Diferenciar la oferta con experiencias auténticas.</p>
<p>DA (Debilidades + Amenazas)</p> <p>Estrategias de supervivencia</p>	<p>Reducir vulnerabilidades internas y proteger el desarrollo turístico frente a factores de riesgo.</p>	<p>Elaborar un plan estratégico parroquial de turismo.</p> <p>Diversificar la oferta y contrarrestar la estacionalidad.</p> <p>Crear un sistema de monitoreo de visitantes.</p>

Nota: Identificaron los factores internos y los factores externos.

Elaboración propia (2025).

Las estrategias obtenidas del cruce de los factores internos y externos del análisis FODA pone de manifiesto que la parroquia Moromoro ofrece condiciones propicias para estructurarse como un destino turístico sostenible si se trabaja sobre sus debilidades estructurales y se imponen estrategias

adecuadas para sus oportunidades. La relación entre comunidad, gobierno local e instituciones externas generará las condiciones propicias para poner en marcha acciones que potencien la oferta turística, diversifiquen productos, reduzcan los riesgos naturales y de gestión; además, permitirá un enfoque participativo y resiliente en la planificación que prepare beneficios sociales, culturales, medioambientales y económicos para la población local en el medio y largo plazo.

3.5 Análisis y discusión de resultados

El desarrollo turístico de la parroquia Moromoro se fundamenta en la combinación de sus recursos naturales y culturales, así como en la percepción y participación de la comunidad receptora. Según Valencia & Carmenates (2023), la capacitación constante de los habitantes es esencial para impulsar la sostenibilidad y mejorar la calidad del servicio turístico. Esto se alinea con el perfil de los residentes, donde predominan los jóvenes y adultos con potencial emprendedor, junto con una significativa presencia femenina en el sector. Adriana (2022) menciona que el turismo fortalece la identidad comunitaria y promueve el intercambio cultural, lo que es relevante en Moromoro, dado su enfoque en el turismo de naturaleza Díaz (2023).

El respaldo institucional también juega un papel crucial en el crecimiento del turismo en Moromoro. El apoyo gubernamental es clave para reducir obstáculos y fomentar el desarrollo de emprendimientos turísticos, aunque en Moromoro la percepción sobre dicho apoyo es mixta. Además, la formación en atención al cliente y gestión de guías turísticos Valencia & Carmenates (2023) resulta fundamental para consolidar un modelo turístico competitivo y atractivo.

Contreras (2021) señala que los prestadores de servicios deben diseñar experiencias atractivas para los visitantes, lo que implica mejorar la infraestructura y la oferta turística. Sin embargo, Porto & Rucci, (2019) enfatizan que la accesibilidad es un factor crítico en la competitividad de un destino,

y Moromoro enfrenta desafíos en este ámbito debido a su limitada infraestructura vial y conectividad.

Tabla 10

Análisis y discusión de resultados

Eje de análisis	Hallazgos específicos del estudio	Interpretación Vinculación teórica
1. Perfil de la comunidad receptora	Dominancia del género femenino, 82% y presencia de personas adultas mayores, con una alta predisposición a formarse con un 82,7%.	Valencia & Carmenates, (2023) La formación de actores locales impulsa el desarrollo sostenible.
2. Actitudes hacia el turismo sostenible	Un 63,7% considera que es urgente formarse en turismo sostenible. Un nivel bajo de proyección de la sostenibilidad ambiental como prioritario.	Contradicción entre la motivación y la conciencia. Exige campañas de sensibilización y educación ambiental.
3. Capacitación y recursos humanos	El 90% de los prestadores no ha recibido formación en turismo. Interés fuerte por el marketing y la atención al cliente.	Contreras, (2021) la atención que se brinda en el servicio depende directamente de la capacitación continua y de la formación que deben poseer los empleados a la

		hora de brindar ese servicio.
4. Participación institucional y GAD parroquial	El apoyo percibido como escaso estudió primero un 62.4%, luego se estudia la baja inversión en infraestructura, así como en financiamiento 20.2% y un 5.9%	Contreras Castañeda, (2021) lo que hace necesario el apoyo institucional como una condición fundamental para lograr un modelo turístico competitivo.
5. Accesibilidad y conectividad	La potencialidad del 59.25% el cual puede llegar a mostrar deficiencias viales y de señalética. Se indicaron buenos accesos a El Chorro Viringo, aunque se indicaron accesos deficientes para Buenaventura.	Porto & Rucci, (2019) argumentan que la accesibilidad es decisiva para determinar la competitividad y la satisfacción que la determinada oferta del destino proporciona.
6. Planta turística y servicios	Potencialidad baja 37.03%. Ausencia de hospedaje y servicios turísticos variados.	Inversión escasa y debilidad del ecosistema turístico local. Requiere políticas impulsoras productivas.

<p>7. Estado de conservación y gestión ambiental</p>	<p>Alta conservación 90.7%; muy especial en: Reserva Buenaventura.</p>	<p>Pino <i>et all</i>, (2025) la conservación es la base del ecoturismo. Lo refuerza la imagen y la sostenibilidad del destino.</p>
<p>8. Oferta turística comunitaria</p>	<p>Concentración en el sector de alimentos 90%, sin guianza ni recreación organizada. Disminución de la participación juvenil.</p>	<p>Necesidad de variar la oferta y permitir el relevo generacional. Promover innovación y turismo vivencial.</p>
<p>9. Percepción de los visitantes</p>	<p>Alta satisfacción con la gastronomía y limpieza. Principales debilidades: señalización 45% y transporte 40%.</p>	<p>Oportunidades de mejora: servicios básicos y orientación turística para aumentar la experiencia del visitante.</p>
<p>10. Difusión y promoción turística</p>	<p>Difusión pobre Chorro Viringo 0% e Iglesia de Moromoro 28.57%, buenaventura 71.42%.</p>	<p>Iñiguez <i>et all</i>, (2020) la visibilidad digital y comunicacional marca la proyección del destino.</p>

Nota: Eje y análisis de discusión de resultados.

Elaboración propia (2025).

La discusión de relatos de resultados se articula de acuerdo a los objetivos específicos planteados en la investigación. Tal orientación hace posible interpretar los resultados para debatirlos de forma

coherente, es decir, enlazando las diferentes dimensiones del sistema turístico local. Cada uno de los objetivos es tratado bajo el prisma de los resultados obtenidos, del análisis de potencialidad y del marco teórico instaurando así una trama argumentativa que vincula las potencialidades, limitaciones y oportunidades del territorio.

Objetivo 1: Identificar y jerarquizar los atractivos turísticos de la parroquia Moromoro.

Los resultados son esperanzadores, poniendo de manifiesto que la parroquia posee atractivos naturales como la Reserva Ecológica Buenaventura o El Chorro Viringo, además de un icono cultural que está representado por la Iglesia Santuario Jesús del Gran Poder, entre otros. La jerarquización que se ha llevado a cabo nos ha permitido comunicar que aun reconociendo que los niveles de conservación son altos 90.07% existen ciertas debilidades estructurales en accesibilidad y planta turística, pues la puntuación de planta turística es de sólo un 37.03% en este último caso. Estos resultados nos han permitido hacer notar la importancia de adecuar la infraestructura de apoyo, la señalización y los servicios complementarios a fin de hacer efectivo el potencial turístico que había sido descubierto.

Objetivo 2: Determinar la percepción de la comunidad local respecto al desarrollo del turismo.

Los resultados obtenidos nos han mostrado una comunidad receptiva y participativa, con una mayoría del 82% de la población femenina, y con un alto interés en la capacitación: el 82.7% manifiestan que les gustaría recibir información de la capacitación manifiestan interés en ser capacitados. A pesar del interés, mostraron una contradicción importante: el 90% no está capacitada formalmente. La sostenibilidad ambiental también se considera con poca importancia por parte de la población en general, por lo que serán necesarias campañas de concienciación. La

comunidad pide mejoras en señalización, centros de información y atención al turista, lo que nos muestra una comunidad con compromiso activo en el desarrollo del turismo, pero una comunidad que necesita fortalecer su capacidad institucional y organizativa.

Objetivo 3: Analizar la demanda turística hacia la parroquia Moromoro.

El perfil del visitante se caracteriza principalmente por la alta proporción de mujeres jóvenes en el rango etario de 20 y 30 años, con predominancia en la búsqueda de ofertas relacionadas con naturaleza y gastronomía. La puntuación media de los servicios es amplia y favorable, aunque se detectaron aspectos deficitarios en el transporte, la señalización y la información turística que se brinda. El 68.4% de los encuestados recomendaría visitar Moromoro, lo cual se considera una oportunidad clara, se observan barreras identificadas también en cuanto a satisfacción, y en cuanto a otras necesidades y mejoras que se pueden reconducir. La estacionalidad alta, así como la dependencia del turismo provincial, se consideran también desafíos a atender desde un punto de vista de las estrategias.

Objetivo 4: Evaluar la oferta turística de la parroquia Moromoro.

La oferta turística está muy focalizada en el sector de los alimentos 90% con muy escasa captura de jóvenes. A esto hay que sumarle que no se disponen de servicios como el hospedaje, la guía o actividades recreativas estructuradas lo cual reduce la experiencia del visitante, limita el tiempo de permanencia y el gasto. La percepción institucional de componentes vinculados a la infraestructura es moderada: se identifica un 40% de satisfacción, con mucha neutralidad por otro lado. La discusión de los resultados hace evidente que la localidad de Moromoro tiene un gran potencial turístico que descansa sobre sus recursos naturales, su identidad cultural y la apertura, en general, de la comunidad local, pero que a su vez hace que este potencial se vea limitado por

escasez de infraestructura necesaria y por carencias en su conectividad, en la capacitación y en la promoción turística. La comunidad tiene una gran apertura al turismo sostenible, pero necesita de procesos formativos continuos y mucha más colaboración institucional para mejorar en este sentido, a través, en definitiva, de consolidar sus capacidades organizativas y emprendedoras.

4. CAPITULO IV

4.1 Propuesta integradora

Turismo sostenible y participación comunitaria en Moromoro: Integración de recursos naturales, identidad cultural y planificación territorial para el desarrollo local.

4.1.2 Objetivo general

Integrar los recursos turísticos naturales y culturales en la parroquia Moromoro a través de estrategias participativas, sostenibles y planificadas que fortalezcan la identidad local, mejoren la calidad de vida de la comunidad y permitan a la parroquia Moromoro posicionarse como un destino de turismo responsable de la provincia de El Oro.

4.1.3 Objetivos específicos

- 1.** Optimizar la infraestructura básica de los atractivos turísticos mediante la instalación de señalética interpretativa, vial e inclusiva.
- 2.** Fortalecer las capacidades locales a través de procesos formativos en atención al cliente, hospitalidad, guianza turística y educación ambiental.
- 3.** Posicionar a Moromoro como destino turístico emergente mediante la creación de un sitio web oficial, gestión de redes sociales y eventos culturales de dinamización.

4. Diseñar circuitos turísticos sostenibles que integren los atractivos naturales, culturales y productivos de la parroquia, fortaleciendo la identidad local y la experiencia del visitante.

4.1.4 Justificación

La parroquia Moromoro, localizada en el cantón Piñas, tiene una riqueza cultural y natural notable, la cual se manifiesta entre otras cosas en la Reserva Ecológica Buenaventura, El Chorro Viringo, el Santuario Jesús del Gran Poder. Sin embargo, el diagnóstico evidenciado pone en manifiesto las limitaciones en temas de infraestructura, débil promoción, escasa capacitación de la comunidad y escasa articulación entre las instituciones. La presente propuesta integradora responde a esa realidad, ya que busca consolidar un modelo de turismo sostenible que integre los recursos naturales y culturales con el involucramiento activo de la comunidad. La presente propuesta integradora responde a la necesidad de transformar esa realidad mediante acciones concretas que han de vincular a la comunidad con sus propios recursos. A través de la participación de la comunidad, la capacitación técnica y la creación de productos turísticos sostenibles, se pretende el impulso de un modelo de desarrollo que no necesariamente depende de grandes inversiones, sino del fortalecimiento local. Por otro lado, la propuesta ya mencionada incluye también una articulación entre los actores públicos, privados y académicos para procurar que el turismo en Moromoro sea inclusivo, resiliente y generador de oportunidades.

4.1.5 Misión

La parroquia Moromoro es reconocida por su particular riqueza natural, cultura e identidad y tradiciones agrícolas, y a través del fortalecimiento de la comunidad se busca la sostenibilidad del aprovechamiento y el uso socialmente responsable de sus recursos turísticos, el sostenido de la calidad de vida de sus habitantes y la conservación del medio ambiente relacionado con la parroquia.

4.1.6 Visión

Para el 2030 la parroquia Moromoro será un destino de turismo sostenible, cultural y de naturaleza en la provincia de El Oro, gestionado de forma participativa e inclusiva en el negocio de la consolidación de la identidad local y la distribución de los beneficios del turismo para la comunidad.

4.1.7 Valores

- **Sostenibilidad:** Se ha tomado este valor porque permite el uso racional de los recursos naturales y culturales.
- **Participación:** Este valor incluye la toma de decisiones y la activa participación de la comunidad.

4.1.8 Estrategias

- Conjuntamente con el GAD parroquial y el Ministerio de Turismo ejecutarán la instalación de señalética turística, centros de información y mejora en la infraestructura básica de los atractivos, de manera que se contribuya a fortalecer la accesibilidad y la experiencia del visitante.
- Se promoverá la constitución de un Comité Local de Gestión Turística en Moromoro, conformado por representantes del GAD parroquial, líderes comunitarios, emprendedores y jóvenes. Este comité elaborará y gestionará el plan local de turismo sostenible. Además, se establecerán mecanismos de evaluación periódica de sus acciones mediante informes, indicadores de participación, cumplimiento de metas y seguimiento comunitario.

4.1.9 Plan de acción

Tabla 11

Plan de acción

Eje de desarrollo	Objetivos	Programas	Proyectos	Responsabilidades	Indicadores	Medios de verificación	Observaciones
Infraestructura y comunidad turística	Optimizar la accesibilidad a los principales atractivos turísticos de Moromoro mediante el mejoramiento de vías y señalización, con el fin de	Mejora de Señalética Turística	Instalación de señaléticas en atractivos	GAD Parroquial GAD Cantonal líderes comunitarios	10 señaléticas instaladas en puntos clave de atractivos	Actas de entrega + registro fotográfico georreferenciado	Usar materiales resistentes e incluir lenguaje inclusivo en los textos

	garantizar una experiencia más segura, ordenada y satisfactoria para los visitantes.						
Capacitación y fortalecimiento de la atención comunitaria	Fortalecer las competencias de los habitantes de Moromoro en atención turística, hospitalidad y	Capacitación en turismo sostenible	Talleres de atención al cliente Hospitalidad Guianza Educación ambiental	Ministerio de Turismo Universidades	30 personas capacitadas en atención turística Al menos 20 participantes completan el módulo	Lista de asistencia + fotografías del taller + encuesta de satisfacción Informe de capacitación + fichas individuales de evaluación	Incluir prácticas simuladas tipo rol-play y evaluación final Promover la inclusión de mujeres y jóvenes emprendedores

	conservación ambiental, promoviendo un modelo de turismo responsable y participativo.				15 personas certificadas como guías locales	Certificados entregados + bitácora de rutas guiadas prácticas	Coordinar con guías profesionales o técnicos turísticos locales Integrar campañas escolares de reciclaje y siembra
Promoción y posicionamiento del destino	Promover a Moromoro como un destino turístico emergente a través de estrategias	Difusión digital y comunitaria	Sitio web oficial Gestión de redes sociales	Comité turístico local Estudiantes de turismo Medios regionales	1 sitio web operativo con secciones funcionales y actualizadas 12 meses de publicaciones constantes (al	Enlace activo del sitio + reporte de visitas web Informes de redes sociales + capturas de pantalla	Asegurar actualización mensual y contenido en español e inglés Activar campañas en feriados y fechas

<p>digitales y canales de difusión local que fortalezcan su identidad turística.</p>					<p>menos 1 por semana)</p>		<p>clave con participación local</p>
<p>Establecer un evento anual de dinamización turística que fortalezca la identidad local y promueva el desarrollo económico</p>	<p>Feria “Descubre Moromoro”</p>	<p>Evento anual con gastronomía, rutas guiadas y cultura local</p>	<p>GAD Parroquial Emprendedores Ministerio de Cultura</p>	<p>1 evento ejecutado con al menos 10 stands y 3 actividades culturales</p>	<p>Programa del evento + registro fotográfico + notas de prensa</p>	<p>Recoger opiniones de los asistentes para mejorar ediciones futuras</p>	

	mediante actividades culturales, gastronómicas y recreativas.						
Diseño de experiencias turísticas comunitarias	Diseñar y consolidar circuitos turísticos que integren la naturaleza, la cultura y las actividades rurales, generando	Productos turísticos sostenibles	Circuitos de ecoturismo, agroturismo y turismo cultural	Comité de turismo Asociaciones productivas Técnicos en planificación	3 circuitos turísticos diseñados, señalizados y listos para operación	Fichas técnicas + mapas + fotografías de señalética instalada	Validar con comunidad y realizar prueba piloto con visitantes antes del lanzamiento

experiencias auténticas y sostenibles para los visitantes.							
--	--	--	--	--	--	--	--

Nota: Tabla para la distribución de proyectos.

Elaboración propia (2025).

Tabla 12

Cronograma de proyectos

CRONOGRAMA DE EJECUCION										
MATRIZ	AÑOS									
Nombre del proyecto	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	<i>SEMESTRE</i>									
	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>
Instalación de señaléticas en atractivos	x	x								
Talleres de atención al cliente		x	x							

Talleres de Hospitalidad			x	x						
Talleres de Guianza				x	x					
Talleres de Educación ambiental					x	x				
Sitio web oficial		x	x							
Gestión de redes sociales			x	x						

Evento anual con gastronomía, rutas guiadas y cultura local								X	X	
Circuitos de ecoturismo, agroturismo y turismo cultural						X				

Nota: Cronograma de ejecución de los proyectos.

Elaboración propia (2025).

4.1.10 Proyectos o programas: Debilidades del foda cruzado

PROGRAMA 1: Mejora de Señalética Turística

Proyecto 1. Instalación de señaléticas en atractivos

La ausencia de señalización provoca desorientación en los turistas y reduce la percepción de profesionalismo en el destino.

Acciones a tomar:

- Diseño gráfico de señalética direccional e interpretativa.
- Colocación de señales en puntos estratégicos: ingreso, rutas, miradores y atractivos naturales.
- Uso de materiales resistentes a la intemperie y lenguaje inclusivo.

Estimación de presupuesto para la realización del proyecto:

Tabla 13

Descripción de proyecto 1

Detalle/Descripción	Cantidad/Unidad	Precio unitario (USD)	Total (USD)
Limpieza y cunetas laterales	3 km	\$200 /km	\$600
Señales metálicas turísticas	10 unidades	\$120	\$1,200

Postes de madera tratada	10 unidades	\$25	\$250
Instalación (mano de obra + herramientas)	10 unidades	\$50	\$500
Transporte de materiales	1 viaje (zona rural)	\$300	\$300
Total Programa 1			\$2,850

Nota: Presupuesto del primer proyecto.

Elaboración propia (2025).

PROGRAMA 2: Capacitación en Turismo Sostenible

Objetivo: Fortalecer las competencias de los habitantes de Moromoro en atención turística, hospitalidad y conservación ambiental, promoviendo un modelo de turismo responsable y participativo.

Proyecto 1. Talleres de atención al cliente

Acciones a tomar:

- Formación con enfoque práctico sobre servicio, amabilidad, resolución de conflictos y comunicación.
- Simulación de atención a visitantes con rol-play.

Proyecto 2. Talleres de hospitalidad

Acciones a tomar:

- Capacitación en normas de cortesía, presentación personal y limpieza.
- Guías sobre cómo ofrecer alojamiento básico (Airbnb, casas comunitarias).

Proyecto 3. Talleres de guianza turística

Acciones a tomar:

- Formación en interpretación del patrimonio natural y cultural local.
- Rutas guiadas de práctica, con retroalimentación y certificación.

Proyecto 4. Educación ambiental comunitaria

Acciones a tomar:

- Charlas sobre conservación de recursos naturales y su vínculo con el turismo.
- Actividades escolares y comunitarias de reciclaje y reforestación.

Estimación de presupuesto para la realización del proyecto:

Tabla 14

Descripción de proyecto 2

Detalle/Descripción	Cantidad/Unidad	Precio unitario (USD)	Total (USD)
Taller de atención al cliente	1 taller (30 personas)	\$700	\$700
Taller de hospitalidad	1 taller	\$600	\$600
Curso básico de guianza turística	1 curso intensivo	\$1,000	\$1,000
Charlas de educación ambiental	2 sesiones	\$250	\$500
Papelería, materiales, refrigerio	4 eventos x 30 kits	\$10	\$1,200
Total, Programa 2			\$4,000

Nota: Presupuesto del segundo proyecto.

Elaboración propia (2025).

PROGRAMA 3: Difusión Digital y Comunitaria

Objetivo: Promover a Moromoro como un destino turístico emergente a través de estrategias digitales y canales de difusión local que fortalezcan su identidad turística.

Proyecto 1. Sitio web oficial

Acciones a tomar:

- Creación de una página web con información de atractivos, rutas, contactos y eventos.
- Incorporación de mapas, galería multimedia y sección de noticias.

Proyecto 2. Gestión de redes sociales

Acciones a tomar:

- Apertura y administración de perfiles en Facebook, Instagram y TikTok.
- Publicaciones semanales con contenido audiovisual, reseñas, y testimonios de visitantes.
- Activación de campañas en feriados y eventos especiales.

Estimación de presupuesto para la realización del proyecto:

Tabla 15*Descripción de proyecto 3*

Detalle/Descripción	Cantidad/Unidad	Precio unitario (USD)	Total (USD)
Desarrollo web turístico (sitio básico responsivo)	1 sitio web	\$800	\$800
Hosting + dominio por 1 año	1 paquete	\$150	\$150
Producción audiovisual profesional (fotos y video promocional)	2 sesiones	\$400	\$800
Gestión de redes sociales (1 año)	12 meses	\$80	\$960
Total Programa 3			\$2,710

Nota: Presupuesto del tercer proyecto.

Elaboración propia (2025).

PROGRAMA 4: Feria “Descubre Moromoro”

Objetivo: Establecer un evento anual de dinamización turística que fortalezca la identidad local y promueva el desarrollo económico mediante actividades culturales, gastronómicas y recreativas.

Proyecto 1. Evento anual con gastronomía, rutas guiadas y cultura local

Acciones a tomar:

- Organización de stands para venta de comida típica, artesanías y productos agrícolas.
- Guianza gratuita a El Chorro Viringo y otros atractivos durante la feria.
- Presentaciones artísticas, música tradicional, danza y juegos populares.
- Coordinación con medios locales y redes sociales para cobertura y promoción.

Estimación de presupuesto para la realización del proyecto:

Tabla 16

Descripción de proyecto 4

Detalle/Descripción	Cantidad/Unidad	Precio unitario (USD)	Total (USD)
Alquiler de carpas y mobiliario	10 carpas + 50 sillas	\$50/carpa+ \$1/silla	\$650
Sonido y animación cultural	1 evento completo	\$700	\$700

Publicidad (afiches, cuñas radiales, redes)	1 campaña	\$500	\$500
Material promocional (camisetas, banners)	100 unidades	\$5	\$500
Coordinación logística (transporte, alimentación, apoyo técnico)	1 jornada completa	\$800	\$800
Total, Programa 4			\$2,950

Nota: Presupuesto del cuarto proyecto.

Elaboración propia (2025).

PROGRAMA 5: Productos Turísticos Sostenibles

Objetivo: Diseñar y consolidar circuitos turísticos que integren la naturaleza, la cultura y las actividades rurales, generando experiencias auténticas y sostenibles para los visitantes.

Proyecto 1. Circuitos de ecoturismo, agroturismo y turismo cultural

Acciones a tomar:

- Identificación y mapeo participativo de rutas prioritarias.
- Desarrollo de fichas técnicas de cada circuito: duración, nivel de dificultad, atractivo principal.

- Creación de paquetes turísticos temáticos (rutas del café, avistamiento de aves, senderismo histórico).
- Capacitación a los guías y habitantes para operación de los circuitos.

Estimación de presupuesto para la realización del proyecto:

Tabla 17

Descripción de proyecto 5

Detalle/Descripción	Cantidad/Unidad	Precio unitario (USD)	Total (USD)
Diseño de rutas y circuitos (mapa, validación técnica)	3 rutas	\$300	\$900

Señalización interpretativa	6 paneles + postes	\$150	\$900
Capacitación de guías locales	2 talleres	\$400	\$800
Kits de actividades experienciales (café, herramientas, materiales locales)	50 kits	\$20	\$1,000
Total Programa 5			\$3,600

Nota: Presupuesto del quinto proyecto.

Elaboración propia (2025).

Presupuesto por cada proyecto

Tabla 18

Presupuesto total de cada proyecto

Proyecto	Total
Proyecto 1. Instalación de señaléticas en atractivos	2,850

PROGRAMA 2: Capacitación en Turismo Sostenible	4,000
PROGRAMA 3: Difusión Digital y Comunitaria	2,710
PROGRAMA 4: Feria “Descubre Moromoro”	2,950
PROGRAMA 5: Productos Turísticos Sostenibles	3,,600
Total	16,110\$

Nota: Presupuesto total.

Elaboración propia (2025).

4.2 Conclusiones

1. Identificar y categorizar los atractivos turísticos de la Parroquia Moromoro.

La parroquia Moromoro presenta un conjunto de atractivos turísticos con valor natural y cultural significativo. Mediante la aplicación de metodologías de jerarquización establecidas por el MINTUR, se logró categorizar la Reserva Ecológica Buenaventura, El Chorro Viringo y el Santuario Jesús del Gran Poder, evidenciando niveles diferenciados de potencial turístico. Esta clasificación permitió establecer una base sólida para el desarrollo de productos turísticos sostenibles, destacando fortalezas en el estado de conservación y actividades que se pueden practicar, aunque revelando carencias en infraestructura y difusión que limitan su competitividad.

2. Determinar las percepciones de la comunidad local respecto al desarrollo del turismo en la parroquia Moromoro.

La comunidad receptora demuestra una alta predisposición a participar en el desarrollo turístico, con especial interés en procesos de capacitación vinculados a la atención al cliente, hospitalidad y guianza. Sin embargo, también se evidencian contradicciones: aunque el 82.7% manifiesta disposición para capacitarse, el 90% no ha recibido formación formal. Las percepciones positivas sobre el potencial turístico conviven con una limitada valoración de la sostenibilidad ambiental, lo

cual exige reforzar campañas de concientización que fortalezcan la corresponsabilidad comunitaria en la conservación de los recursos.

3. Determinar las principales oportunidades y desafíos del turismo en la parroquia Moromoro.

El diagnóstico FODA permitió establecer que Moromoro cuenta con condiciones favorables para posicionarse como un destino turístico sostenible, principalmente por su biodiversidad, identidad cultural y el interés creciente del mercado por experiencias auténticas. No obstante, enfrenta desafíos estructurales como la baja inversión en infraestructura, escasa articulación institucional, limitada promoción turística, y alta dependencia del turismo provincial. Estos retos requieren estrategias adaptativas que potencien las fortalezas del territorio y minimicen las amenazas derivadas del contexto externo.

4. Elaborar una propuesta para el aprovechamiento sostenible del turismo en la parroquia.

La propuesta integradora plantea un modelo de desarrollo turístico sostenible basado en la participación comunitaria, la planificación territorial y el aprovechamiento racional de los recursos. Este enfoque contempla programas concretos enfocados en la mejora de accesibilidad, formación comunitaria, difusión digital, diseño de productos turísticos y organización de eventos locales. La implementación de estas acciones busca fortalecer la identidad local, fomentar la conservación ambiental y garantizar una distribución equitativa de beneficios, posicionando a Moromoro como un referente de turismo responsable en la provincia de El Oro.

4.3 Recomendaciones

Se recomienda al Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) parroquial de Moromoro y a los actores clave del territorio implementar un Plan de Gobernanza Turística Local, que articule la participación comunitaria, la inversión en infraestructura básica y la formación continua de capital humano. Este plan debería incluir mecanismos de seguimiento mediante indicadores, fortalecer las alianzas público-privadas, e integrarse a las rutas provinciales y regionales de promoción turística.

Asimismo, se aconseja establecer un Observatorio de Turismo Sostenible Comunitario, liderado por universidades locales, el MINTUR y representantes de la comunidad. Este observatorio permitiría evaluar de forma continua las dinámicas turísticas, apoyar la toma de decisiones territoriales, generar informes periódicos y promover la innovación en productos turísticos sostenibles.

Estas recomendaciones responden a las brechas estructurales detectadas en el diagnóstico FODA y buscan consolidar un modelo de turismo responsable, resiliente y con altos estándares de sostenibilidad en Moromoro.

Referencias

Alvarado Martínez , L. F., Perales García, M. V., Cabral Martell , A., & Alvarado Martínez, T. E. (2021).

DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DEL FODA Y EL PLAN ESTRATÉGICO PARA LOS
CAPRINOCULTORES SOCIALES DE LA COMARCA LAGUNERA. *Revista Mexicana de
Agronegocios*, 724-737. Obtenido de

<https://www.redalyc.org/journal/141/14167610013/14167610013.pdf>

Calderón Barrera, L. S., & Vélez Trujil, M. (11 de Noviembre de 2022). Diseño de una ruta turística
para la zona centro del departamento del Huila. *Clio América*, 16(32), 844 –857.

doi:<http://org/10.21676/23897848.5021>

Contreras Castañeda, E. D. (2021). La medición de la calidad del servicio en destinos turísticos: una
revisión desde Colombia. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 31(81), 35-48.

doi:<https://doi.org/10.15446/innovar.v31n81.95571>

LANDIN MALDONADO, K. I., & JUMBO ACARO , V. M. (2021). *DISEÑO DE UNA RUTA
TURÍSTICA PARA EL APROVECHAMIENTO TURISTICO DE LOS RECURSOS NATURALES
DE LAS PARROQUIASTORATA Y MORO MORO*. MACHALA: Univesidad tecnica de Machala.

Obtenido de

https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/18124/1/Trabajo_Titulacion_266.pdf

- Moran Fuentes, J. J., Estela Ornelas, C. C., & Soto Morones, H. (2022). Prácticas de gestión de seguridad y salud en el trabajo: Una revisión sistemática de la literatura. *Ciencias Administrativas Teoría y Praxis*, 89-104. doi:<https://doi.org/10.46443/catyp.v18i1.304>
- Rivas Inda, E. G. (2021). “Evaluación del potencial turístico sustentable en la zona costera de San Blas, Nayarit”. Mazatlán Sinaloa. Obtenido de <http://repositorio.ujed.mx/jspui/bitstream/123456789/167/1/Evaluaci%C3%B3n%20del%20Potencial%20Tur%C3%ADstico%20Sustentable%20en%20la%20zona%20costera%20de%20San%20Blas%2C%20Nayarit.pdf>
- Sosa, M. C. (2023). La planeación del desarrollo turístico como una industria comunitaria. *Visión de Futuro*, 40-51. doi:<https://doi.org/10.36995/j.visiondefuturo.2023.27.01.002.es>
- Abarca Zaquinaul, M. A., Mendoza Poma, R. M., Alvarez Lema, F. A., & Sampedro Arriet, M. A. (2022). Práctica de actividades turísticas antes y después del estado de excepción ocasionado por COVID-19, Ecuador. *ECA Sinergia*, 13(3), 35-46. doi:DOI: <https://doi.org/10.33936/ecasinergia.v13i3.3810>
- Abarca, R. L., Chamba Salazar, V., & León León, L. (2022). DIAGNÓSTICO TURÍSTICO EN LA PARROQUIA TIMBARA, CANTÓN ZAMORA, PROVINCIA ZAMORA CHINCHIPE (ECUADOR). *Res non verba*, 107-129. doi:<https://doi.org/10.21855/resnonverba.v12i1.607>
- Adriana, Q. (2022). *Estudio de la percepción de los residentes de la parroquia de Tumbabiro, Urcuquí, de los impactos económicos, sociales y ecológicos causados por el turismo termal*. Facultad de Ciencias Agrícolas, Universidad Central del Ecuador, Quito. Obtenido de <https://www.dspace.uce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/ed34a620-73ec-456d-9ce3-5e27f1dfab73/content>

Aponte Sócola, C. J., Gálvez Vásquez, J. M., & calle Iñiguez, M. P. (2020). *ANÁLISIS DE LA POTENCIALIDAD TURÍSTICA E INTERACCIÓN DEL SISTEMA TURÍSTICO DE LA PARROQUIA TENDALES, CANTÓN EL GUABO, EL ORO, ECUADOR*. Machala: Universidad Técnica de Machala .

Aponte Sócola, C. J., Gálvez Vásquez, J. M., & Calle Iñiguez, M. P. (2020). *ANÁLISIS DE LA POTENCIALIDAD TURÍSTICA E INTERACCIÓN DEL SISTEMA TURÍSTICO DE LA PARROQUIA TENDALES, CANTÓN EL GUABO, EL ORO, ECUADOR*. 2020: Universidad Técnica de Machala. Obtenido de https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/15597/1/T-3491_APONTE%20SOCOLA%20CINDY%20JULISSA.pdf

Araújo Pereira, G., & Gosling, M. (2017). LOS VIAJEROS Y SUS MOTIVACIONES. *SciElo*, 26(1), 62-85. Obtenido de https://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322017000100004

Aviles Peralta, Y. A., Mayorga Centeno, D., & Palma Juárez, L. G. (2023). Demanda turística en León, Nicaragua durante el periodo 2015-2020. *Telos*, 426-440. doi:<https://doi.org/10.36390/telos252.13>

AZUAY, C. (12 de 2020). *PRODUCTO TURÍSTICO*. Obtenido de Conagopare: <https://conagopareazuay.gob.ec/w30/wp-content/uploads/2020/12/PRODUCTO-TURISTICO.pdf>

Borbúa, L. G. (2015). *REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO*. Lexis. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/REGLAMENTO-GENERAL-A-LA-LEY-DE-TURISMO.pdf>

Brenda Cecilia Otero Navarrete, Luis Daniel Zambrano Molina, Frank Ángel Lemoine Quintero, & Norma Rafaela Hernández Rodríguez. (31 de Mayo de 2021). Identificación de atractivos y recursos turísticos como reactivación del destino bajo. *SOUTH FLORIDA*, 2(4), 5313-5332. doi:10.46932/sfjdv2n4-027

Cabanillas Llatas, P. Z. (2022). *DISEÑO DE UN CIRCUITO ECOTURÍSTICO PARA IMPULSAR EL TURISMO*. Lima. Obtenido de https://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13084/6183/TESIS_CABANILLAS_LLATAS_PIERA_ZULEYKA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cantero, M. S. (2013). *Infraestructura Básica, Capital Social y Participación Ciudadana*. Paraná: Flacso. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/14025/2/TFLACSO-2018MSC.pdf>

Carranza Carrascal, S. J. (2022). *SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS NACIONALES RESPECTO AL GUIADO EN EL COMPLEJO MONUMENTAL DE BELÉN, CAJAMARCA*. CAJAMARCA: UAP. Obtenido de https://repositorio.uap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12990/10964/TESIS_CARRASCAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Carreño Saavedra, D., & Duque Osorio, R. (2020). *EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURISTICO DE LA RESERVA FORESTAL PROTECTORA PRODUCTORA CERRO EL TABOR COMO ATRACTIVO PARA EL AVISTAMIENTO DE AVES*. BOGOTÁ: Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Obtenido de <https://repository.udistrital.edu.co/server/api/core/bitstreams/19c196a6-31a3-4eb3-81a4-8169656e426f/content>

- Carrera, G., Larrea, M., & Moncayo, M. G. (2020). *DESARROLLO LOCAL Y TURISMO EN ECUADOR*. Quito: Universidad UTE. Obtenido de <https://enlace.ueb.edu.ec/index.php/enlaceuniversitario/article/view/99/142>
- Castrillón Monard, A. (2023). *Evaluación del potencial turístico de la parroquia de Nanegal*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/30487>
- Castro Manzaba , L. M. (2023). *ANÁLISIS DE LA TIPOLOGÍA DE TURISTAS DEL CANTÓN URDANETA*. Babahoyo: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO. Obtenido de <https://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/14560/E-UTB-FCJSE-TURISMO-000018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castro Murillo, P., Chaves Hernández, V., & Villegas Herrera, E. (2023). *Propuesta de Plan de Desarrollo Turístico para el Cantón de San Rafael de Heredia*. Guanacaste. Obtenido de <https://repositorio.una.ac.cr/server/api/core/bitstreams/d4ce7dd7-1e0d-45bd-87a5-d6e61d131010/content>
- Charca Dueñas, C. J. (2022). “*NIVEL DE CALIDAD DE SERVICIO DEL HOTEL CONDE DE LEMOS, AREQUIPA – 2021*”. Arequipa: UCSM-ERP. Obtenido de <https://repositorio.ucsm.edu.pe/server/api/core/bitstreams/c1667ac9-e677-47b6-a8ef-672e59cbb4/content>
- Cima, G. (s.f.). *¿Qué es una infraestructura industrial?* Obtenido de Grupo Cima : <https://grupocima.com.mx/general/la-importancia-de-la-infraestructura-en-los-desarrollos-industriales#:~:text=Una%20infraestructura%20industrial%20es%20el,actividad%20econ%C3%B3mica%20se%20desarrolle%20efectivamente.>

CODIGO ORGANICO DE ORGANIZACION TERRITORIAL, COOTAD . (s.f). articulo 28

GOBIERNOS AUTONOMOS DESCENTRALIZADOS. 21. Obtenido de

https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/01/dic15_CODIGO-ORGANICO-DE-ORGANIZACION-TERRITORIAL-COOTAD.pdf

Colmán, A. B. (2024). Capitalismo y desarrollo sostenible: ¿Son los Objetivos de Desarrollo. *Revista científica en ciencias sociales*, 6, 1-11. doi:<https://doi.org/10.53732/rccsociales/e601204>

comercio, E. (30 de septiembre de 2024). La economía de Ecuador cayó, ¿por qué decreció? *Negocios*.

Congreso Nacional. (2014). *Ley del Turismo*. Lexis. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>

Cuétara Sánchez, L. M., Sablón Cossio, N., Márquez Ortiz, L. E., & Cartay Angulo, R. C. (2022).

Producto turístico de naturaleza para el desarrollo de comunidades rurales en Manabí, Ecuador.

Revista de Ciencias Sociales, 287-297. Obtenido de

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28070565019>

Delgado Delgado , D. D., Pilaloe David, W. O., Holguin Burgos, B. P., & Cali Cadena, K. M. (2023).

DIAGNÓSTICO FODA COMO ELEMENTO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE

NEGOCIOS DE PRODUCCIÓN DE CACAO CCN51EN EL TRIUNFO, GUAYAS,

ECUADOR. *Revista Compendium: Cuadernos de Economía y Administración*, 103-118.

doi:<https://doi.org/10.46677/compendium.v10i2.1172>

Díaz, A. (2023). *POTENCIALIDAD DE ACTIVIDADES DE TURISMO DE AVENTURA DE LA*

PARROQUIA RURAL LA ESMERALDA DEL CANTÓN MONTALVO . UNIVERSIDAD

TÉCNICA DE BABAHOYO FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA

EDUCACIÓN TURISMO , BABAHOYO-ECUADOR . Obtenido de

<https://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/15536/E-UTB-FCJSE-TURISMO-000034.pdf?sequence=1>

García, L. J. (s.f.). Obtenido de jalisco sistema de informacion web : <https://info.jalisco.gob.mx/tipo-de-apoyo/infraestructura-basica#:~:text=Comprende%20la%20construcci%C3%B3n%20de%20l%C3%ADneas,de%20obras%20de%20infraestructura%20el%C3%A9ctrica.>

García, N. (2021). Segmentación por motivaciones y valoración del turismo interior en el destino Manta, Manabí, Ecuador. *Redalyc*, 57-72. doi:<https://doi.org/10.15446/innovar.v31n80.93664>

GRANDA AGUILAR , A. V. (09 de Abril de 2024). *APROVECHAMIENTO TURÍSTICO DE LOS RECURSOS NATURALES Y CULTURALES DE LA PARROQUIA MOROMORO, CANTÓN PIÑAS*. Machala: Utmach. Obtenido de https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/22483/1/T-28147_GRANDA%20AGUILAR%20ANDREA%20VERONICA.pdf

JAFARI, J., & Jafari, J. (2023). El turismo como disciplina científica. *Department of Hospitality and Tourism. University of Wisconsin-Stout*, 39-56. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/27589722_El_turismo_como_disciplina_cientifica#full-text

Landin Maldonado, K. I., & Jumbo Acaro, V. M. (2021). *Diseño de una ruta turística para el aprovechamiento turístico de los recursos naturales de las Parroquias Torata y Moro Moro*. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/18124>

León, E. P. (2017). *Manual de atractivos turísticos*. Obtenido de Ministerio de Turismo del Ecuador:

https://servicios.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/04/Manual-de-Atractivos-Turisticos_compressed.pdf

LEY DE TURISMO. (2014). *Ley del turismo*. Lexis. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>

Ley del turismo. (s.f.). artículo 12 de las actividades turísticas y de quienes ejercen. 3.

Ley del turismo. (s.f.). artículo 3 congreso nacional. 1. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>

Ley del turismo. (s.f.). artículo 33 De los incentivos y beneficios en general. 7. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>

Ley del turismo. (s.f.). artículo 4 congreso nacional. 1. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf>

Liviapoma Álvarez, A. J., Velastegui, R. S., Sánchez, D., & Armas Arias, S. P. (2022). Investigación de los atractivos turísticos a partir del análisis del turismo histórico - San Cristóbal, Islas Galápagos - Ecuador. *Cocencia Digital*, 5(1.1), 390-403.

doi:<http://dx.doi.org/10.33262/concienciadigital.v5i1.1.2004>

López de Parra , L., & Balanta Martínez, V. J. (2024). Políticas sobre ecoturismo en Colombia:

oportunidad de inclusión laboral en el posacuerdo con las FARC-EP*. *Revista CEA*, 10(22), 1-42. doi:<https://doi.org/10.22430/24223182.2396>

López Paredes, C. R., Chérrez Bahamonde, R. C., & Proaño Lucero, G. E. (2021). El Sistema de Gestión de Calidad Turística y su aporte al Crecimiento Económico. *FIPCAEC*, 212-235. doi:<https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i5.499>

Miguel Ángel Castillo-Reina, & José Luis Cruz Vásquez. (02 de Septiembre de 2020). LA INNOVACIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO: UNA APROXIMACIÓN A LOS SERVICIOS Y LA COCREACIÓN DE EXPERIENCIAS. *Universidad Externado de Colombia*, 26-49. doi: <https://doi.org/10.18601/01207555.n30.02>

Montoya Vargas, R., Medina Sotelo, C. G., Perfecto Sosa, A. D., Quijano Rivera, F., & Pandia Yañez, E. J. (2024). Turismo Sostenible y Desarrollo Local: Análisis de Políticas Públicas Efectivas. *Prohominum*, 182–194. doi:<https://doi.org/10.47606/ACVEN/PH0272>

Mungaray, A., López, S., Moctezuma, P., & Cossío, J. (2022). *Potencialidades de una ruta transfronteriza de senderismo en Baja California, México*. Baja California, México. doi:<https://doi.org/10.21670/ref.2213097>

Naranjo Llupart, María Rosa, & Martínez Rodríguez, María de los Angeles. (16 de Julio de 2022). LA OFERTA TURÍSTICA: PRECISIONES TEÓRICAS PARA SU ANÁLISIS. *Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*, 406-422. doi: <http://doi.org/10.5281/zenodo.6917147>

Networks, E. I. (s.f.). *Infraestructura de Medición Avanzada*. Obtenido de EDF International Networks: <https://edf-in.com/es/nuestros-servicios/infraestructura-de-medicion-avanzada-2/#:~:text=La%20infraestructura%20de%20medici%C3%B3n%20avanzada,el%20consumo%20en%20tiempo%20real>.

- Ochoa-Ochoa, L. M.-D.-C. (31 de Octubre de 2017). Priorización para la Conservación de los Bosques de Niebla en México. *Ecosistemas*, 16(2), 27-37. doi:0.7818/ECOS.2017.26-2.04
- Olga , L., Mendoza Correa, Mendoza Correa, V. H., & Serna López, M. L. (2021). Identificación de brechas en gestión de la innovación en empresas de Alimentos y Bebidas en Caldas. *Entramado*, 17(2), 110-128. doi:<https://doi.org/10.18041/1900-3803/entramado.2.7810>
- Pauta Chicaiza, C., & Nasimba Suntaxi, C. (2023). DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS COMO GESTIÓN DEL EMPRENDIMIENTO EN ÉPOCAS DE INCERTIDUMBRE EN LA PARROQUIA LA VICTORIA. *Revista publicando*, 64-93. doi:<https://doi.org/10.51528/rp.vol10.id2385>
- Pincay, M. F. (2023). TEORÍA DEL TURISMO. *UNEMI*, 1-20. Obtenido de https://sga.unemi.edu.ec/media/archivocompendio/2023/09/20/archivocompendio_2023920191922.pdf
- Pino Avila, C., Álvarez, O. J., Vásquez Soriano, M., & Peña Lage, R. F. (2025). Sostenibilidad ambiental y social a través de la economía circular en institutos técnicos y tecnológicos. *Uniandes Episteme. Revista digital de*, 12(1), 70-83. doi:<https://doi.org/10.61154/rue.v12i1.3733>
- Polo Otero, J. L., Ramos Ruiz, J. L., Rebolledo del Toro, P., Rodríguez Albor, G. J., & Moreno Cuello, J. L. (2020). ¿Son las regulaciones empresariales generadoras de emprendimientos productivos? *Contaduría y administración*, 65(2), 1-23. doi:DOI: <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2020.1578>
- Porto, N., & Rucci, A. C. (2019). ACCESIBILIDAD EN TURISMO Diagnóstico, voluntad política y acciones. *Scielo*, 28, 1032-1062. Obtenido de <https://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v28n4/v28n4a10.pdf>

Quevedo Amay, D. V., Barrera Castro , M. J., Montero Garófalo, M. F., & Fernández Rodríguez, S. I. (2023). Calidad del servicio de alimentos y satisfacción del cliente. *CIENCIAMATRIA*, 278-301. doi:<http://dx.doi.org/10.35381/cm.v9i1.1061>

REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO. (s.f.). articulo 42 DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y SU CATEGORIZACION. 10. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/REGLAMENTO-GENERAL-A-LA-LEY-DE-TURISMO.pdf>

REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO. (s.f.). articulo 43 DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y SU CATEGORIZACION. 10. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/REGLAMENTO-GENERAL-A-LA-LEY-DE-TURISMO.pdf>

REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO. (s.f.). articulo 44 DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y SU CATEGORIZACION. 12. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/REGLAMENTO-GENERAL-A-LA-LEY-DE-TURISMO.pdf>

reglamento general a la ley del turismo. (s.f.). articulo 8 del ministerio de turismo. 4. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/REGLAMENTO-GENERAL-A-LA-LEY-DE-TURISMO.pdf>

Reglamento general de la ley de turismo. (s.f.). articulo 3 TITULO PRELIMINAR, OBJETO, AMBITO, PRINCIPIOS Y POLITICAS. 2. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/REGLAMENTO-GENERAL-A-LA-LEY-DE-TURISMO.pdf>

Reyes Mendoza, A., García Riofrío, M., & Calle Iñiguez, M. (2021). Análisis del potencial ecoturístico del cantón Piñas, Ecuador. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 146-159. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2021000200146>

Reyes, H. (2023). *Cultura y sociedad*. Obtenido de

https://www.academia.edu/103773269/Cultura_y_sociedad_2023_I?form=MG0AV3

Reza Segovia , A. V., Villarroel Noboa , J. M., Sánchez Mendoza, J. J., & Romero Gutiérrez, J. M.

(2021). Potencial turístico de un destino: una mirada al desarrollo . *revista iberoamericana de las ciencias sociales y humanísticas* , 335 - 359. doi:<https://doi.org/10.23913/ricsh.v10i19.247>

Reza Segovia, A. V. (Junio de 2021). Potencial turístico de un destino: una mirada al desarrollo y

evolución. Caso: Santo Domingo, Ecuador. *Revista Iberoamericana De Las Ciencias Sociales Y Humanísticas*, 10(19, 2021), 335 - 359. doi: <https://doi.org/10.23913/ricsh.v10i19.247>

Ricaurte Yépez, C. B., Granizo Paredes, O. I., Ramos Quishpi, F. M., & Grace Maribel, P. V. (2022).

Potencial turístico de la parroquia Cacha. *Ciencias Económicas y Empresariales* , 282-298. doi:<http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i2.2755>

Rodríguez, J., Fernández, A., Pestana, Ó., & Martínez, A. (2024). *El Turismo de Aventura: una*

influencia positiva en el desarrollo sostenible del sector. Matanzas, Cuba. doi:ISSN 2310-340X

Salazar Esmeraldas, K. (2022). *ANÁLISIS DE LAS POTENCIALIDADES TURÍSTICAS DEL BARRIO*

EL PANECILLO, CIUDAD ESMERALDAS. Esmeraldas. Obtenido de

<https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/1958337c-63e9-4aa6-918f-6c910f6956e6/content>

Sánchez Cuenca, L. M., Martínez Romero, D. A., & Parra Loayza, D. C. (2020). Determinación del

producto turístico basado en ecoturismo por medio de la potencialidad: Caso parroquias rurales de Santa Rosa, El Oro, Ecuador. *RICIT*, 8-23. Obtenido de

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7678370.pdf>

- Solano Lavado, M. S., García Chumioque, F. G., Yllescas Rodríguez, P. M., & Valdés Florat, M. O. (2024). Percepción comunitaria en San Juan de Churin sobre los impactos turísticos en el desarrollo local. *coodes*, 12(2), 1-27. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/cod/v12n2/2310-340X-cod-12-02-e692.pdf>
- Soto, G. G. (2023). ¿Qué es la infraestructura? *SciElo*, 4-15. Obtenido de <https://www.scielo.cl/pdf/arq/n114/0717-6996-arq-114-4.pdf>
- Tigselema Sánchez, I. E., & Solís Flores, R. F. (2023). Jerarquización y ponderación de los atractivos turísticos del cantón Caluma, provincia de Bolívar, Ecuador. *TESLA*, 1-9. doi:<https://doi.org/10.55204/trc.v3i2.e213>
- Tigselema, I., & Solís, R. (Enero de 2023). Jerarquización y ponderación de los atractivos turísticos del cantón Caluma, provincia de Bolívar, Ecuador. *TESLA*, 3(2), 9. doi:<https://doi.org/10.55204/trc.v3i2.e213>
- Valencia, J., & Carmenates, O. (septiembre de 2023). VALIDACIÓN DE UN INSTRUMENTO PARA SU IMPLEMENTACIÓN EN EL PROCESO DE CAPACITACIÓN COMUNITARIA. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 6(3), 161-170. doi:<https://doi.org/10.62452/6astat31>
- van Morlegan, L. P., & Ayala, J. C. (2021). *La gestión moderna en recursos humanos*. buenos aires: eudeba universidad de buenos aires. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=9x9REAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Victoria Gessaghi, Matías Landau, & Florencia Luci. (21 de Septiembre de 2022). Categorías, narrativas y órdenes jerárquicos: apuntes para el estudio de los procesos de jerarquización. *Revista*

mexicana de ciencias políticas y sociales, 68(249), 127-146.

doi:<https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2023.249.79128>

Zambrano Muñoz, R. (2023). *PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE CHAMANGA DEL CANTÓN MUISNE PERTENECIENTE A LA PROVINCIA DE ESMERALDAS*. Esmeraldas. Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/16177/1/UA-ETHL-PDI-001-2023.pdf>

Zuccarini, L., Speake, M. A., & Pérez, M. V. (2022). Evaluación de potencialidad turística como herramienta de planificación estratégica en pequeños destinos. Caso de General Acha, La Pampa. *Revista Universitaria de Geografía*, 31(2, 2022), 47-76. doi:10.52292/j.rug.2022.31.2.0042

ANEXOS

Comunidad receptora

1. **¿Cuál es su edad?**
 - 20 a 30
 - 31 a 40
 - 41 a 50
 - 60 a más

2. **¿Cuál es su sexo?**
 - Femenino
 - Masculino

3. **¿Cuántos años residen en la parroquia?**
 - 1 a 5 años
 - 6 a 11 años
 - más de 12 años

4. **¿Qué tipo de turismo realizan los turistas en la parroquia Moromoro?**
 - Turismo de naturaleza
 - Turismo cultural
 - Turismo comunitario
 - Turismo de aventura

5. **De acuerdo a su percepción seleccione los 3 criterios que considere usted importantes que describe la comunidad**
 - Biodiversidad y paisajes naturales
 - Patrimonio cultural y tradiciones
 - Producción agrícola y gastronomía
 - Infraestructura básica
 - Festivales y eventos culturales anuales

- **Amabilidad y hospitalidad de los residentes**
 - **Sostenibilidad ambiental (prácticas ecológicas)**
 - **Accesibilidad para personas con discapacidad**
 - **Redes comunitarias y organización social**
6. **De las siguientes características, seleccione las 3 que mejor describen o representan a su parroquia:**
- **Presencia de recursos turísticos**
 - **Comunidad hospitalaria**
 - **Fiestas patronales o festivales**
 - **Fincas agroecológicas**
 - **Aviturismo**
 - **Senderos ecológicos**
7. **¿Considera que las personas que viven en la comunidad deberían recibir capacitaciones?**
- **SI**
 - **NO**
8. **Si su respuesta es Sí, ¿En qué áreas considera que deberían recibir capacitación las personas de la comunidad?**
- **Atención al cliente y hospitalidad**
 - **Guianza turística**
 - **Gastronomía local**
 - **Gestión de emprendimientos turísticos**
 - **Manejo de residuos y sostenibilidad**
 - **Primeros auxilios**
 - **Marketing y promoción turística**
 - **Conservación del patrimonio natural y cultural**
9. **Qué tan satisfecho está con la gestión del GAD parroquial en determinadas áreas**
- **Servicios básicos**

- **Infraestructura**
- **Salud y servicios sociales**
- **Seguridad ciudadana**
- **Educación y cultura**
- **Apoya el desarrollo productivo**
- **Participación ciudadana y comunicación**

10. **¿Cree que las autoridades locales apoyan el desarrollo turístico?**

- **Sí, totalmente**
- **Parcialmente**
- **Muy poco**
- **No, nada**

3.1.Demanda

1. **¿Cuál es su edad?**

- **20 a 30**
- **31 a 40**
- **41 a 50**
- **60 a más**

2. **¿Cuál es su sexo?**

- **Femenino**
- **Masculino**

3. **¿Ha visitado usted la parroquia Moromoro cantón Piñas en los últimos 12 meses por fines turísticos?**

- **SI**
- **NO**

4. **¿Con qué frecuencia ha visitado Moromoro en el último año?**

- **1 vez al año**

- **2 a 5 veces**
- **Más de 6 veces**

5. **Indique el motivo principal de su visita a Moromoro:**

- **Turismo o recreación**
- **Visita familiar/amigos**
- **Trabajo o negocio**
- **Participación en eventos culturales**
- **Investigación o estudios**

6. **¿Qué lugares o atractivos visitó durante su estadía en Moromoro?**

- **Cascadas o ríos naturales**
- **Miradores panorámicos**
- **Sitios históricos o culturales**
- **Fincas agro-turísticas**
- **Restaurantes o gastronomía local**
- **Eventos comunitarios (ferias, fiestas)**
- **Ninguno**

7. **¿Cómo calificaría los siguientes servicios durante su visita?**

- **Alojamiento**
 - **Alimentación**
 - **Señalización**
 - **Limpieza pública**
-
- **Muy bueno**
 - **Bueno**
 - **Regular**
 - **Malo**
 - **No usó**

8. **¿Qué dificultades enfrentó durante su visita?**
- Falta de información turística**
 - Transporte limitado o incómodo**
 - Pocas opciones de alojamiento**
 - Inseguridad o percepción de riesgo**
 - Servicios básicos insuficientes (agua, baños)**
 - Ninguna**
 - Otros:**
9. **¿Recomendaría a sus familiares o conocidos visitar Moromoro por fines turísticos?**
- Sí, definitivamente**
 - Sí, con algunas mejoras**
 - No estoy seguro(a)**
 - No**
10. **¿Qué tan importante es para usted que el destino turístico sea sostenible (conservación ambiental, apoyo a la comunidad)?**
- Muy importante**
 - Algo importante**
 - Poco importante**
 - No tengo conocimiento**
11. **¿Qué agregaría a Moromoro para mejorar su experiencia turística?**
- Más señalización turística**
 - Mayor variedad de restaurantes**
 - Actividades guiadas o tours organizados**
 - Mejores conexiones de transporte**
 - Eventos culturales**
 - Otros:**

3.2.Oferta

1. **¿Cuál es su edad?**

- 20 a 30**
- 31 a 40**
- 41 a 50**
- 60 a más**

2. **¿Cuál es su sexo?**

- Femenino**
- Masculino**

3. **¿Qué tipo de servicio turístico ofrece su establecimiento?**

- Hospedaje (hostal, hotel, cabañas, etc.)**
- Alimentación (restaurante, cafetería, comedor popular, etc.)**
- Transporte turístico**
- Agencia de viajes o tour operador**
- Artesanías y productos locales**
- Guianza turística**
- Operación de actividades recreativas o de aventura**
- Servicios culturales (museo, centro cultural, etc.)**

4. **¿En qué temporada del año su establecimiento registra mayor demanda de servicios turísticos?**

- Temporada de vacaciones escolares (julio - agosto)**
- Ferriados nacionales (Carnaval, Semana Santa, Fiestas de Octubre, Navidad, etc.)**
- Fines de semana**
- Temporada de verano (clima seco)**
- Temporada de invierno (clima lluvioso)**
- No hay una temporada específica, es variable**
- Todo el año mantiene un flujo constante**

5. **¿Cuál es la procedencia mayoritaria de los turistas o clientes que visitan su establecimiento?**
- **Locales**
 - **Provinciales**
 - **Nacionales**
 - **Extranjeros**
6. **¿Cómo considera usted que su actividad económica ha estado en el último año?**
- **Ha disminuido significativamente**
 - **Ha disminuido levemente**
 - **Se ha mantenido igual**
 - **Ha aumentado levemente**
 - **Ha aumentado significativamente**
7. **Selecciona bajo qué criterio usted cree que mejoró o disminuyó su actividad económica en el último año**
- **Aumento de demanda (clientes o pedidos)**
 - **Cambios en los costos de producción (materiales, transporte, etc.)**
 - **Factores climáticos o ambientales (sequía, lluvias, plagas, etc.)**
 - **Acceso limitado a créditos o financiamiento**
 - **Inseguridad**
 - **Competencia en el mercado (nuevos negocios, precios, etc.)**
 - **Diversificación de productos**
 - **Participación en ferias**
 - **Mejora en la experiencia del cliente**
 - **Uso de tecnología**
 - **Temporadas altas bien aprovechadas**
 - **Otros:**
 -
8. **¿Qué tipo de formación adicional considera necesaria que debe tener sus trabajadores para mejorar la calidad de sus servicios o actividad económica?**

- Manejo de herramientas digitales (redes sociales, plataformas de venta online, etc.)
 - Marketing y atención al cliente (estrategias de venta, fidelización)
 - Innovación en productos/servicios (nuevas técnicas, tendencias del mercado)
 - Sostenibilidad ambiental (prácticas ecológicas, reducción de residuos)
9. **¿Con qué frecuencia ha recibido capacitación o actualización relacionada con su actividad turística?**
- Nunca
 - Una vez al año
 - Cada 6 meses
 - Cada 3 meses o más frecuente
10. **¿Qué tan satisfecho/a está con la infraestructura turística de su localidad para apoyar su negocio?**
- Muy satisfecho
 - Satisfecho
 - Neutral
 - Insatisfecho
 - Muy insatisfecho
11. **¿Cómo calificaría el apoyo de las instituciones públicas (gobierno local, turismo, etc.) a su actividad económica?**
- Nulo
 - Insatisfecho
 - Regular
 - Muy bueno

Superestructura

La superestructura se refiere al conjunto de instituciones lo cual describe parte visible de una organización global que tiene distintos sistemas de producción de bienes y servicios.

1. **¿Qué estrategias se están implementando para mejorar la infraestructura vial y facilitar el acceso a Moromoro?**

Para mejorar la infraestructura vial y facilitar el acceso a Moromoro, se están implementando diversas estrategias enfocadas en la construcción, mantenimiento y conectividad.

2. ¿Qué proyectos tienen planificados el municipio para impulsar el progreso en Moromoro en los próximos años?

El municipio tiene planificados varios proyectos para impulsar el progreso de Moromoro en los próximos años, entre los que destacan la construcción y mejora de carreteras secundarias para conectar las zonas rurales con el casco urbano.

3. ¿Cómo se está promoviendo la capacitación de la comunidad local en temas de turismo y desarrollo sostenible?

No hemos capacitado a la comunidad

4. ¿Qué obstáculos impiden que el turismo en la zona crezca de manera sostenible?

Los proyectos turísticos locales a menudo no acceden a desarrollar experiencias innovadoras.

5. ¿Qué acciones se están llevando a cabo para mejorar la promoción turística de Moromoro a nivel nacional e internacional?

En redes sociales y crear una página web.

1. ¿Qué estrategias se están implementando para mejorar la infraestructura vial y facilitar el acceso a Moromoro?

Por el momento, mejorar el estado de la vía y de esta manera los turistas puedan visitarnos.

2. ¿Qué proyectos tienen planificados el municipio para impulsar el progreso en Moromoro en los próximos años?

Promocionar el turismo mediante capacitaciones, y adecuar el proyecto turístico del chorrillo.

3. **¿Cómo se está promoviendo la capacitación de la comunidad local en temas de turismo y desarrollo sostenible?**

Por el momento, no se han capacitado

4. **¿Qué obstáculos impiden que el turismo en la zona crezca de manera sostenible?**

El estado de las vías, falta de promover el turismo, y otra causa sería el factor económico

5. **¿Qué acciones se están llevando a cabo para mejorar la promoción turística de Moromoro a nivel nacional e internacional?**

Sería promover el turismo mediante redes sociales y página web

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																							
Código del atractivo:	0	7	1	0	5	3	A	N	0	4	0	4	0	2	0	0	1						
	Provincia		Cantón		Parroquia		Categoría		Tipo		Subtipo		Jerarquía		Atractivo								
1. DATOS GENERALES																							
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																							
CHORRO VIRINGO																							
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo															
ATRACTIVOS_NATURALES				RÍOS				CASCADA															
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																							
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia															
EL_ORO				PIÑAS				MOROMORO (CAB. EN EL VADO)															
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número				2.7 Transversal											
EL PLACER				VÍA PIÑAS				N/S				N/S											
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				click		2.10 Altura (msnm)													
- 3.71617				- 79.7333						2.000													
2.11 Información del administrador																							
a. Tipo de Administrador:				PÚBLICO				b. Nombre de la Institución:				GAD PARROQUIAL											
c. Nombre del Administrador:				d. Cargo que ocupa:																			
e. Teléfono / Celular:				f. Correo Electrónico:																			
Observaciones:																							
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																							
3.1 Características climatológicas																							
a. Clima:				TROPICAL				b. Temperatura(°C):				12°C				c. Precipitación Pluviométrica (mm):				1000mm			
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)																							
a. Cultura				b. Naturaleza				X				c. Aventura											
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico																							
a. Prístino				b. Primitivo				c. Rústico Natural				X				d. Rural				e. Urbano			
3.4 Ingreso al atractivo (U)																							
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención																	
		Ingreso	Salida	Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro		Especificar											
Libre	X			X																			
Restringido																							
Pagado																							
d. Maneja un sistema de reservas:				f. Forma de Pago:		Efectivo		Dinero Electrónico		Depósito Bancario		Tarjeta de Débito											
e. Precio:		Desde	Hasta			Tarjeta de Crédito		Transferencia Bancaria		Cheque													
g. Meses recomendables de visita:																							
Observaciones:																							

4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO							SI	X	NO	S/I	
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):							MOROMORO				
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		8.5 km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:13 h/min	d. Coordenadas (grados decimales):		Lat.: -3.680.777	Long.: -79.6835		
Observaciones:											
4.2 Vías de Acceso (M)											
a. Terrestre (M)	Tipo de vía		Coordenada de inicio	Coordenada de fin	Distancia (km)	Tipo de material		Estado			
	a. Primer orden		-3.271109	-3.664874	72	ASFALTO		BUENO			
	b. Segundo orden										
	c. Tercer orden										
Observaciones:											
b. Acuático (U)	Marítimo	Puerto / Muelle de partida		Estado		Puerto / Muelle de Llegada		Estado			
	Lacustre	Puerto / Muelle de partida				Puerto / Muelle de Llegada					
	Fluvial	Puerto / Muelle de partida				Puerto / Muelle de Llegada					
Observaciones:											
c. Aéreo (U)		Nacional:				Internacional:					
Observaciones:											
4.3 Servicio de transporte (M)											
a. Bus	X	b. Buseta	X	c. Transporte 4x4	X	d. Taxi	e. Moto taxi		f. Teleférico		
g. Lancha	h. Bote		i. Barco		j. Canoa		k. Avión		l. Avioneta		
m. Helicóptero	n. Otro		Especifique								
Observaciones: PARA LLEGAR AL ATRACTIVO TAMBIÉN SE LLEGA EN CARRO ALQUILADO											
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M)											
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)					
		Diaria	Semanal	Mensual	Eventual						
COOPERATIVA DE TRANSPORTE TAC	ESTACIÓN TAC	X				SE TOMA EL BUS DESDE LA ESTACIÓN QUE PASA POR EL CHORRO VIRINGO.					
COOPERATIVA DE TRANSPORTE PIÑAS	ESTACIÓN PIÑAS	X				SE TOMA EL BUS DESDE LA ESTACIÓN QUE PASA POR EL CHORRO VIRINGO.					
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)											
General	Discapacidad Física	Discapacidad Visual	Discapacidad Auditiva	Discapacidad Intelectual o Psicosocial	d. No es accesible		X				
Observaciones: NO EXISTEN LAS CONDICIONES ADECUADAS PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD.											
4.5 Señalización											
a. Señalización de aproximación al atractivo		Estado (U)	Bueno	Regular	Malo						
Observaciones: NO EXISTE SEÑAL DE APROXIMACIÓN AL ATRACTIVO.											
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS							SI	X	NO	S/I	

5.1 Planta turística (M)										
a. En el Atractivo					b. En la ciudad o poblado cercano					
Alojamiento	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas		Alojamiento	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas		
Hotel					Hotel					
Hostal					Hostal					
Hostería					Hostería	1	8	31		
Hacienda Turística					Hacienda Turística					
Lodge					Lodge					
Resort					Resort					
Refugio					Refugio					
Campamento Turístico					Campamento Turístico					
Casa de Huéspedes					Casa de Huéspedes					
Observaciones: EL ATRACTIVO NO CUENTA CON UNA PLANTA TURÍSTICA					Observaciones:					
Alimentos y bebidas	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		Alimentos y bebidas	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas		
Restaurantes					Restaurantes	3	16	82		
Cafeterías					Cafeterías					
Bares					Bares					
Fuentes de soda					Fuentes de soda					
Observaciones: EXISTE UN PEQUEÑO PUESTO DE COMIDA.					Observaciones:					
Agencias de Viaje		Establecimientos registrados			Agencias de Viaje		Establecimientos registrados			
Mayoristas					Mayoristas					
Internacionales					Internacionales					
Operadoras					Operadoras					
Observaciones:					Observaciones:					
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura		Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura
				Aventura						Aventura
Observaciones:					Observaciones:					
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo										
Categoría (M)	Tipo (M)		Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)			
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información									
	I-Tur									
	Centro de interpretación									
	Centro de facilitación turística									
	Centro de recepción de visitantes									
b. De observación y vigilancia	Garitas de guardiana									
	Miradores									
	Torres de avistamiento de aves									

	Torres de vigilancia para salvavidas						
c. De recorrido y descanso	Senderos						
	Estaciones de sombra y descanso	8			X	X	
	Áreas de acampar						
	Refugio de alta montaña						
d. De servicio	Baterías sanitarias	1			X	X	
	Estacionamientos	1			X	X	
e. Otros							
Observaciones:							
5.3 Complementarios a la actividad turística (M)							
a. En el Atractivo			b. En la ciudad o poblado cercano				
Alquiler y venta de equipo especializado	Venta de artesanías y merchandising		Alquiler y venta de equipo especializado	Venta de artesanías y merchandising			
Casa de cambio	Cajero automático	Otro	Casa de cambio	Cajero automático	Otro		
Especifique:			Especifique:				
Observaciones: DEBIDO A QUE EL ATRACTIVO SE ENCUENTRA EN UNA ZONA DE PASO, NO SE ENCUENTRAN LOS SERVICIOS COMPLEMENTARIOS MENCIONADOS.							
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO				SI	X	NO	S/I
6.1 Atractivo (U)							
a. Conservado	X	b. Alterado	c. En proceso de deterioro	d. Deteriorado			
Observaciones: EL ATRACTIVO SE ENCUENTRA EN ÓPTIMAS CONDICIONES, CABE RESALTAR QUE ES UNA REPLICA DEL CHORRO ORIGINAL QUE SE ENCUENTRA AL FRENTE DEL MISMO.							
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)							
6.1.1.1 Naturales (M)			6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)				
a. Erosión	a. Actividades agrícolas y ganaderas		b. Actividades forestales	c. Actividades extractivas / minería			
b. Humedad	d. Actividades industriales		e. Negligencia / abandono	f. Huaquearías			
c. Desastres naturales	g. Conflicto de tenencia		h. Condiciones de uso y exposición	i. Falta de mantenimiento			
d. Flora/Fauna	j. Contaminación del ambiente		k. Generación de residuos	l. Expansión urbana			
e. Clima	m. Conflicto político / social		n. Desarrollo industrial / comercial	o. Vandalismo			
Otro	Especifique:						
Observaciones:							
6.2 Entorno (U)							
a. Conservado	b. Alterado	X	c. En proceso de deterioro	d. Deteriorado			
Observaciones:							
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)							
6.2.1.1 Naturales (M)			6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)				
a. Erosión	a. Actividades agrícolas y ganaderas		b. Actividades forestales	c. Actividades extractivas / minería			
b. Humedad	d. Actividades industriales		e. Negligencia / abandono	f. Huaquearías			
c. Desastres naturales	g. Conflicto de tenencia		h. Condiciones de uso y exposición	i. Falta de mantenimiento			
d. Flora/Fauna	j. Contaminación del ambiente		k. Generación de residuos	l. Expansión urbana			

e. Clima	X	m. Conflicto político / social	n. Desarrollo industrial / comercial	o. Vandalismo			
Otro	Especifique:						
Observaciones:	POR LAS CONDICIONES PRODUCIDAS POR LOS CAMBIOS CLIMÁTICOS.						
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo							
a. Declarante:	b. Denominación:	b. Fecha de declaración:	c. Alcance:				
Observaciones: NO HAY INFORMACIÓN							
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA							
			SI	X	NO	S/I	
7.1 Servicios Básicos							
a. En el atractivo				b. En la ciudad o poblado mas cercano			
Agua:	Entubada			Agua	Potable		
Especifique:				Especifique:	C-PAA-P		
Energía eléctrica:	Red eléctrica de servicio público			Energía eléctrica	Red eléctrica de servicio público		
Especifique:	CNEL			Especifique:	CNEL		
Saneamiento:	Pozo séptico			Saneamiento:	Red pública		
Especifique:				Especifique:			
Disposición de desechos	Carro Recolector			Disposición de desechos	Carro Recolector		
Especifique:				Especifique:			
Observaciones:							
7.2 Señalética en el atractivo							
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado	
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R
En áreas urbanas	Pictograma de atractivos naturales						
	Pictograma de atractivos culturales						
	Pictograma de actividades turísticas						
	Pictograma de servicios de apoyo						
	Pictogramas de restricción						
	Tótems de atractivos turísticos						
	Tótems de sitio						
	Tótems direccionales						
En áreas naturales	Pictograma de atractivos naturales						
	Pictograma de atractivos culturales						
	Pictograma de actividades turísticas						
	Pictograma de servicios de apoyo						
	Pictogramas de restricción		X		NO BOTAR BASURA		X
	Señales turísticas de aproximación						
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos						
	Panel informativo de atractivos		X		RECOMENDACIONES DE USO Y COMPORTAMIENTO.		

	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades						
	Mesas interpretativas						
	Tótem de sitio						
	Tótem de direccionamiento						
Letreros informativos	De información botánica						
	Normativos de concienciación		X	UTILIZAR EL CHORRO PARA FINES TURÍSTICOS		X	
Señalética interna de seguridad	Protección de los elementos del atractivo		X	RECOMENDACIONES DE USO Y COMPORTAMIENTO.		X	
Otros							
Observaciones:							
7.3 Salud (más cercano) (M)							
a. En el atractivo				b. En la ciudad o poblado mas cercano			
Hospital o Clínica	Cantidad		Hospital o Clínica	Cantidad			
Puesto / Centro de salud			Puesto / Centro de salud			1	
Dispensario médico			Dispensario médico				
Botiquín de primeros auxilios			Botiquín de primeros auxilios			1	
Otros			Otros				
Observaciones: EN EL ATRACTIVO, NO EXISTE UN CENTRO DE SALUD							
7.4 Seguridad (M)							
a. Privada	Detalle						
b. Policía nacional		X					
c. Policía metropolitana / Municipal							
d. Otra							
Observaciones:							
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)							
a. En el atractivo				b. En la ciudad o poblado mas cercano			
Telefonía (M)		Conexión a internet (M)		Telefonía (M)		Conexión a internet (M)	
Fija	Línea telefónica	Fibra óptica		Fija	Línea telefónica	Fibra óptica	X
Móvil	Satélite	Redes inalámbricas		Móvil	Satélite	Redes inalámbricas	
Satelital	Telefonía móvil			Satelital	Telefonía móvil		X
Observaciones:							
Radio portátil (U)							
De uso exclusivo para el visitante		De uso exclusivo para comunicación interna		De uso exclusivo en caso de emergencia			
Observaciones:							
7.6 Multiamenazas (M)							
Deslaves	X	Sismos	Erupciones volcánicas	Incendios forestales			
Sequía		Inundaciones	Aguajes	Tsunami			

¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?	Institución que elaboró el documento.	Nombre del documento:	Año de elaboración:		
Observaciones: NO EXISTE PLANES DE CONTINGENCIA					
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES		SI	X	NO	S/I
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?	SI	X	NO	Año de elaboración:	2022
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD S)?	SI	NO	X	Especifique:	
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI	NO	X	Especifique:	
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?	SI	NO	X	Especifique:	
Observaciones:					
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)		SI	NO	X	S/I
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)					
9.1.1 En el Agua (M)					
a. Buceo	b. Kayak de mar	c. Kayak lacustre	d. Kayak de Río	e. Surf	
f. Kite surf	g. Rafting	h. Snorkel	i. Tubing	j. Regata	
k. Paseo en panga	l. Paseo en bote	m. Paseo en lancha	n. Paseo en moto acuática	o. Parasailing	
p. Esquí acuático	q. Banana flotante	r. Boya	s. Pesa deportiva	Otro	
Observaciones: LAS PERSONAS FRECUENTAN EL ATRACTIVO SOLAMENTE PARA BAÑARSE O TOMARSE FOTOS EN EL CHORRO.					
9.1.2 En el Aire (M)					
a. Alas Delta	b. Canopy	c. Parapente	d Otro		
Observaciones:					
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)					
a. Montañismo	b. Escalada	c. Senderismo	d. Cicloturismo	e. Canyoning	
f. Exploración de cuevas	g. Actividades Recreativas	h. Cabalgata	i. Caminata	j. Camping	
k. Picnic	l. Observación de flora y fauna	m. Observación de astros	n. Otro		
Observaciones:					
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U)					
9.2.1 Tangibles e intangibles					
a. Recorridos guiados	b. Recorrido autoguiados	c. Visita a talleres artísticos			
h. Participación en talleres artísticos	d. Visita a talleres artesanales	i. Participación en talleres artesanales			
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas			
g. Presentaciones o representaciones en vivo	h. Muestras audiovisuales	g. Fotografía	X		
j. Degustación de platos tradicionales	l. Participación de la celebración	m. Compra de artesanías			
n. Convivencia	o. Medicina ancestral	Otro			
Observaciones:					
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO		SI	NO	X	S/I

10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)						
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?		SI		Especifique:		
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?		SI		NO		
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales			Periodicidad de la promoción		
a. Página WEB	URL:					
b. Red Social	Nombre:					
c. Revistas Especializadas	Nombre:					
d. Material POP	Nombre:					
e. Oficina de Información Turística	Nombre:					
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa)	Nombre:					
g. Asistencia a ferias turísticas	Nombre:					
h. Otro	Nombre:					
Observaciones:						
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)						
		SI		NO <input checked="" type="checkbox"/>		Especifique:
Observaciones:						
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)						
		SI		NO <input checked="" type="checkbox"/>		X S/I
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos						
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?		SI		NO		Tipos: Digital Papel Años de registro
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?		SI		NO		Frecuencia de los reportes:
c. Temporalidad de visita al atractivo						
Alta (meses)	Especifique				Número de visitantes	
Baja (meses)						
d. Llegada de turistas						
Turista nacional		Llegadas mensuales		Total anual		
Turista extranjero		Llegadas mensuales		Total Anual		
Ciudades de origen				Países de origen		
Observaciones:						
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave						
Nombre del Informante Clave:				Contactos:		
Demanda según días de visita			Demanda según frecuencia de visita			
Lunes a viernes	Fines de semana	Días feriados	Permanente	Estacional	Esporádica	Inexistente
Observaciones:						
12. RECURSO HUMANO						
		SI		NO <input checked="" type="checkbox"/>		X S/I
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo			d. Número de personas especializadas en turismo			
e. Número de personas con nivel de instrucción (M):		f. Número de personas capacitadas por temática (M)		g. Número de personas que manejan algún de idiomas (M)		

Ministerio de Turismo

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																					
Código del atractivo:	0	7	1	0	5	3	A	C	0	1	0	2	0	2	0	0	1				
	Provincia	Cantón			Parroquia			Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía			Atractivo							
1. DATOS GENERALES																					
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																					
Santuario Católico Jesús del Gran Poder y María Auxiliadora																					
1.2 Categoría				1.3 Tipo				1.4 Subtipo													
MANIFESTACIONES_CULTURALES				ARQUITECTURA				INFRAESTRUCTURA CULTURAL													
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																					
2.1 Provincia				2.2 Cantón				2.3 Parroquia													
EL_ORO				PIÑAS				MOROMORO (CAB. EN EL VADO)													
2.4 Barrio, Sector o Comuna				2.5 Calle Principal				2.6 Número				2.7 Transversal									
Moromoro				La Florida				S/N				S/N									
2.8 Latitud (grados decimales)				2.9 Longitud (grados decimales)				2.10 Altura (msnm)													
S3°41'3.77800"				W79°44'35.54200"				857m													
2.11 Información del administrador																					
a. Tipo de Administrador: Público						b. Nombre de la Institución: Gad Parroquial de Moromoro															
c. Nombre del Administrador: Kelvin José Zambrano Zambrano						d. Cargo que ocupa: Presidente															
e. Teléfono / Celular: (+593) 096 808 9483						f. Correo Electrónico: texto															
Observaciones:																					
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																					
3.1 Características climatológicas <input type="checkbox"/>																					
a. Clima: Cálido y húmedo						b. Temperatura(°C): 26°				c. Precipitación Pluviométrica (mm): 0.5											
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input type="checkbox"/>																					
a. Cultura <input checked="" type="checkbox"/>						b. Naturaleza <input type="checkbox"/>				c. Aventura <input type="checkbox"/>											
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>																					
a. Pristino <input type="checkbox"/>				b. Primitivo <input type="checkbox"/>				c. Rústico Natural <input type="checkbox"/>				d. Rural <input checked="" type="checkbox"/>				e. Urbano <input type="checkbox"/>					
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input type="checkbox"/>																					
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención				c. Atención															
		Ingreso	Salida	Todos los días		Fines de semana y feriados		Solo días hábiles		Otro						Especificar					
Libre <input checked="" type="checkbox"/>		6:15	7:15	<input checked="" type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>						<input type="checkbox"/>					
Restringida <input type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>						texto					
Pagado <input type="checkbox"/>		0:00	0:00	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>						texto					
d. Maneja un sistema de reservas: <input type="checkbox"/>				f. Forma de Pago:		Efectivo <input type="checkbox"/>		Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>		Deposito Bancario <input type="checkbox"/>		Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>									
e. Precio: Desde 0:00 Hasta 0:00		Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>				Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>		Cheque <input type="checkbox"/>													
g. Meses recomendables de visita:				Enero																	
Observaciones: Fiestas de Parroquialización																					
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/>																					
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):												MOROMORO (CAB. EN EL VADO)									
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		0 km		c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		0:00 h/min		d. Coordenadas (grados decimales): Lat.: 3°41'3.77800" Long.: W79°44'35.54200"													
Observaciones: El atractivo turístico se encuentra en el centro del poblado																					
4.2 Vías de Acceso (M) <input type="checkbox"/>																					
a. Terrestre (M) <input checked="" type="checkbox"/>		Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado									
		a. Primer orden <input checked="" type="checkbox"/>		-3.269078		-79.957.519		81 km		Asfalto		Bueno									
		b. Segundo orden <input type="checkbox"/>		0		0		0		tiesto											

Ministerio de Turismo

	c. Tercer orden <input type="checkbox"/>	0	0	0	texto		
Observaciones: Carretera en buen estado							
b. Acuático (U) <input type="checkbox"/>	Marítimo <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto	Estado	Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Lacustre <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
	Fluvial <input type="checkbox"/>	Puerto / Muelle de partida	texto		Puerto / Muelle de Llegada	texto	
Observaciones: texto							
c. Aéreo (U) <input type="checkbox"/>	Nacional: <input type="checkbox"/>			Internacional: <input type="checkbox"/>			
Observaciones: texto							
4.3 Servicio de transporte (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Bus <input checked="" type="checkbox"/>	b. Buseta <input type="checkbox"/>	c. Transporte 4x4 <input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi <input checked="" type="checkbox"/>	e. Moto taxi <input type="checkbox"/>	f. Teleférico <input type="checkbox"/>		
g. Lancha <input type="checkbox"/>	h. Bote <input type="checkbox"/>	i. Barco <input type="checkbox"/>	j. Canoa <input type="checkbox"/>	k. Avión <input type="checkbox"/>	l. Avioneta <input type="checkbox"/>		
m. Helicóptero <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	Especifique					
Observaciones: Se puede llegar en bus solo hasta el redondel "El Amiero"							
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)	
		Diaria	Semanal	Mensual	Eventual		
Cooperativa 8 de Noviembre	Via Moromoro	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Via Moromoro a Moromoro	
Cooperativa Piñas	Terminal Heróses de Machala Carlos Fajquez	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Machala hacia Piñas	
Cooperativa TAC	Terminal Heróses de Machala Carlos Fajquez	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Machala hacia Piñas	
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	
texto	texto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	texto	
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
General <input checked="" type="checkbox"/>	Discapacidad Física <input checked="" type="checkbox"/>	Discapacidad Visual <input type="checkbox"/>	Discapacidad Auditiva <input type="checkbox"/>	Discapacidad Intelectual o Psicosocial <input type="checkbox"/>	d. No es accesible <input type="checkbox"/>		
Observaciones: La Iglesia cuenta con una rampa							
4.5 Señalización <input type="checkbox"/>							
a. Señalización de aproximación al atractivo <input type="checkbox"/>	Estado (U)	Buena <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Mala <input type="checkbox"/>			
Observaciones: La Iglesia no cuenta con señalización de aproximación							
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS					SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/>
5.1 Planta turística (M) <input checked="" type="checkbox"/>							
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>				b. En la ciudad o poblado cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas	Alojamiento <input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Plazas

Ministerio de Turismo

Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel <input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hostal <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostal <input type="checkbox"/>	0	0	0		
Hosteria <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hosteria <input checked="" type="checkbox"/>	1	8	31		
Hacienda Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística <input type="checkbox"/>	0	0	0		
Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge <input type="checkbox"/>	0	0	0		
Resort <input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort <input type="checkbox"/>	0	0	0		
Refugio <input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio <input type="checkbox"/>	0	0	0		
Campamento Turístico <input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico <input type="checkbox"/>	0	0	0		
Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes <input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones: <small>texto</small>				Observaciones: <small>La Hosteria cuenta con 5 cabañas familiares y 3 matrimoniales</small>					
Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/>		Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas <input checked="" type="checkbox"/>		Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas
Restaurantes <input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes <input checked="" type="checkbox"/>	3	16	82		
Cafeterías <input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías <input type="checkbox"/>	0	0	0		
Bares <input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares <input type="checkbox"/>	0	0	0		
Fuentes de soda <input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda <input type="checkbox"/>	0	0	0		
Observaciones: <small>texto</small>				Observaciones:					
Agencias de Viaje <input type="checkbox"/>		Establecimientos registrados		Agencias de Viaje <input type="checkbox"/>		Establecimientos registrados			
Mayoristas <input type="checkbox"/>	0		Mayoristas <input type="checkbox"/>	0					
Internacionales <input type="checkbox"/>	0		Internacionales <input type="checkbox"/>	0					
Operadoras <input type="checkbox"/>	0		Operadoras <input type="checkbox"/>	0					
Observaciones: <small>texto</small>				Observaciones: <small>texto</small>					
Guía		Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	Aventura	0		
<input type="checkbox"/>		0	0	0	0	0	0		
Observaciones: <small>texto</small>				Observaciones: <small>texto</small>					
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>									
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)			
a. De apoyo a la gestión turística <input type="checkbox"/>	Punto de Información <input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	I-Tur <input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de Interpretación <input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Centro de recepción de visitantes <input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
b. De observación y vigilancia <input type="checkbox"/>	Garitas de guardiana <input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Miradores <input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Torres de avistamiento de aves <input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
c. De recorrido y descanso <input checked="" type="checkbox"/>	Torres de vigilancia para salvavidas <input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Senderos <input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Estaciones de sombra y descanso <input checked="" type="checkbox"/>	1	3°41' 3.77800"	Kahín Zambrano	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Áreas de acampar <input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
d. De servicio <input checked="" type="checkbox"/>	Refugio de alta montaña <input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	Baterías sanitarias <input checked="" type="checkbox"/>	4	3°41' 3.77800"	Kahín Zambrano	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
e. Otros <input type="checkbox"/>	Estacionamientos <input type="checkbox"/>	0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
		0	0	<small>texto</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Ministerio de Turismo

Observaciones: Las estaciones de sombra y descanso y las baterías sanitarias están ubicados a 10 metros del atractivo	
5.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input type="checkbox"/>	
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>	b. En la ciudad o poblado cercano <input type="checkbox"/>
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/> Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/> Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/> Cajero automático <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/> Cajero automático <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>
Especifique: texto	Especifique: texto
Observaciones: No existe ningún tipo de complementario en el atractivo.	
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SII <input type="checkbox"/>	
6.1 Atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>	
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/> c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: La iglesia se encuentra en óptimas condiciones.	
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)	
6.1.1.1 Naturales (M)	6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/> b. Actividades forestales <input type="checkbox"/> c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/> e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/> f. Huaquearías <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/> h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/> i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/> k. Generación de residuos <input checked="" type="checkbox"/> l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/> n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/> o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/> Especifique: texto	
Observaciones: No existen muchos factores de alteración y deterioro.	
6.2 Entorno (U) <input checked="" type="checkbox"/>	
a. Conservado <input checked="" type="checkbox"/>	b. Alterado <input type="checkbox"/> c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/> d. Deteriorado <input type="checkbox"/>
Observaciones: Entorno conservado y saludable.	
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)	
6.2.1.1 Naturales (M)	6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/> b. Actividades forestales <input type="checkbox"/> c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/> e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/> f. Huaquearías <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/> h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/> i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/Fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/> k. Generación de residuos <input checked="" type="checkbox"/> l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/> n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/> o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/> Especifique: texto	
Observaciones: Lo que afecta con poca intensidad al entorno es la generación de residuos por la misma comunidad o turistas.	
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>	
a. Declarante: texto	b. Denominación: texto b. Fecha de declaración: texto c. Alcance: texto
Observaciones: No hay información, no obstante, redicén la esan realizando.	
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input checked="" type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SII <input type="checkbox"/>	
7.1 Servicios Básicos <input checked="" type="checkbox"/>	
a. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>	b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>
Agua: <input checked="" type="checkbox"/>	Agua: <input checked="" type="checkbox"/>
Especifique: texto	Especifique: texto
Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>	Energía eléctrica: <input checked="" type="checkbox"/>
Especifique: texto	Especifique: texto
Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>	Saneamiento: <input checked="" type="checkbox"/>

Ministerio de Turismo

Especifique: <input type="text" value="texto"/>			Especifique: <input type="text" value="texto"/>					
Disposición de desechos <input type="checkbox"/>			Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/>					
Especifique: <input type="text" value="texto"/>			Especifique: <input type="text" value="texto"/>					
Observaciones: <input type="text" value="Moromoro cuenta en su mayoría con toda la higiene y seguridad turística."/>								
7.2 Señalética en el atractivo <input type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictograma de atractivos naturales	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de atractivos culturales	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de actividades turísticas	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictograma de servicios de apoyo	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panels de direccionamiento hacia atractivos	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de atractivos	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Mesas interpretativas	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letreros informativos <input type="checkbox"/>	De información básica	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativos de concienciación	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética interna de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	<input type="text" value="texto"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	<input type="text" value="texto"/>							
Observaciones: <input type="text" value="Moromoro no cuenta con señalética en el atractivo."/>								
7.3 Salud (más cercano) (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>			b. En la ciudad o poblado mas cercano <input checked="" type="checkbox"/>					
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0	Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cantidad	0			
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0			
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0			
Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0	Botiquín de primeros auxilios <input type="checkbox"/>		0			
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input checked="" type="checkbox"/>		1			
Observaciones: <input type="text" value="Moromoro cuenta con un subcentro de salud llamado 'Centro de Salud TFO A - MOROMORO'"/>								
7.4 Seguridad (M) <input type="checkbox"/>								
a. Privado <input type="checkbox"/>	<input type="text" value="texto"/>							
b. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>	<input type="text" value="UPC MOROMORO"/>							

Ministerio de Turismo

c. Policía metropolitana / Municipal <input type="checkbox"/>		<input type="text" value="texto"/>
d. Otra <input type="checkbox"/>		<input type="text" value="texto"/>
Observaciones: <input type="text" value="Moromoro si cuenta con un UPC."/>		
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M) <input type="checkbox"/>		
a. En el atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o poblado mas cercano <input type="checkbox"/>
Teléfono (M) <input type="checkbox"/>		Conexión a internet (M) <input type="checkbox"/>
Fija <input type="checkbox"/>	Linea telefónica <input type="checkbox"/>	Fibra óptica <input type="checkbox"/>
Móvil <input type="checkbox"/>	Satélite <input type="checkbox"/>	Redes inalámbricas <input type="checkbox"/>
Satélite <input type="checkbox"/>	Teléfono móvil <input type="checkbox"/>	
Observaciones: <input type="text" value="Moromoro cuenta con Telefonía y Conexión a Internet."/>		
Radio portátil (U) <input type="checkbox"/>		
De uso exclusivo para el visitante <input type="checkbox"/>		De uso exclusivo para comunicación interna <input type="checkbox"/>
De uso exclusivo en caso de emergencia <input type="checkbox"/>		
Observaciones: <input type="text" value="texto"/>		
7.6 Multiamenazas (M) <input type="checkbox"/>		
Deslaves <input type="checkbox"/>		Sismos <input type="checkbox"/>
Sequia <input type="checkbox"/>		Inundaciones <input type="checkbox"/>
		Enupciones volcánicas <input type="checkbox"/>
		Agujes <input type="checkbox"/>
		Incendios forestales <input type="checkbox"/>
		Tsunami <input type="checkbox"/>
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes? <input type="checkbox"/>		
Institución que elaboró el documento: <input type="text" value="Gobernación Autónoma Descentralizada Municipal de Elías"/>		
Nombre del documento: <input type="text" value="Administración del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2019 - 2023 y"/>		
Año de elaboración: <input type="text" value="2019"/>		
Observaciones: <input type="text"/>		
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES		
		SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/>
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Año de elaboración: <input type="text"/>		
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD 'S')? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: <input type="text" value="texto"/>		
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: <input type="text" value="texto"/>		
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo? SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> Especifique: <input type="text" value="texto"/>		
Observaciones: <input type="text" value="texto"/>		
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)		
		SI <input type="checkbox"/> NO <input checked="" type="checkbox"/> SI/ <input type="checkbox"/>
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M) <input type="checkbox"/>		
9.1.1 En el Agua (M) <input type="checkbox"/>		
a. Buceo <input type="checkbox"/>	b. Kayak de mar <input type="checkbox"/>	c. Kayak lacustre <input type="checkbox"/>
d. Kayak de Río <input type="checkbox"/>	e. Surf <input type="checkbox"/>	f. Kite surf <input type="checkbox"/>
g. Rafting <input type="checkbox"/>	h. Snorkel <input type="checkbox"/>	i. Tubing <input type="checkbox"/>
j. Regata <input type="checkbox"/>	k. Paseo en panga <input type="checkbox"/>	l. Paseo en bote <input type="checkbox"/>
m. Paseo en lancha <input type="checkbox"/>	n. Paseo en moto acuática <input type="checkbox"/>	o. Parasailing <input type="checkbox"/>
p. Esquí acuático <input type="checkbox"/>	q. Banana flotante <input type="checkbox"/>	r. Boya <input type="checkbox"/>
s. Pesca deportiva <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	<input type="text" value="texto"/>
Observaciones: <input type="text" value="texto"/>		
9.1.2 En el Aire (M) <input type="checkbox"/>		
a. Alas Delta <input type="checkbox"/>	b. Canopy <input type="checkbox"/>	c. Parapente <input type="checkbox"/>
d. Otro <input type="checkbox"/>	<input type="text" value="texto"/>	
Observaciones: <input type="text" value="texto"/>		
9.1.3 En Superficie Terrestre (M) <input type="checkbox"/>		
a. Montañismo <input type="checkbox"/>	b. Escalada <input type="checkbox"/>	c. Senderismo <input type="checkbox"/>
d. Cicloturismo <input type="checkbox"/>	e. Canyoning <input type="checkbox"/>	f. Exploración de cuevas <input type="checkbox"/>
g. Actividades Recreativas <input type="checkbox"/>	h. Cabelgata <input type="checkbox"/>	i. Caminata <input type="checkbox"/>
j. Camping <input type="checkbox"/>	k. Picnic <input type="checkbox"/>	l. Observación de flora y fauna <input type="checkbox"/>
m. Observación de astros <input type="checkbox"/>	n. Otro <input type="checkbox"/>	<input type="text" value="texto"/>
Observaciones: <input type="text" value="texto"/>		
9.2 ATRACTIVOS CULTURALES (U) <input type="checkbox"/>		

Ministerio de Turismo

9.2.1 Tangibles e intangibles <input type="checkbox"/>			
a. Recorridos guiados <input type="checkbox"/>	b. Recorrido autoguiados <input type="checkbox"/>	c. Visita a talleres artísticos <input type="checkbox"/>	
h. Participación en talleres artísticos <input type="checkbox"/>	d. Visita a talleres artesanales <input type="checkbox"/>	i. Participación en talleres artesanales <input type="checkbox"/>	
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales <input type="checkbox"/>	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales. <input type="checkbox"/>	l. Actividades vivenciales y/o lúdicas <input type="checkbox"/>	
g. Presentaciones o representaciones en vivo <input type="checkbox"/>	h. Muestras audiovisuales <input type="checkbox"/>	g. Fotografía <input checked="" type="checkbox"/>	
j. Degustación de platos tradicionales <input type="checkbox"/>	l. Participación de la celebración <input type="checkbox"/>	m. Compra de artesanías <input type="checkbox"/>	
n. Convivencia <input checked="" type="checkbox"/>	o. Medicina ancestral <input type="checkbox"/>	Otro <input checked="" type="checkbox"/>	Religión
Observaciones: <input type="text"/>			
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)			
¿Existe un plan de promoción turística cantonal?		SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
		Especifique: <small>ORDENANZA QUE REGULA, PLANIFICA, CONTROLA Y GESTIONA LAS FACULTADES PARA EL DESARROLLO DE LAS</small>	
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales		Periodicidad de la promoción
a. Página WEB <input type="checkbox"/>	URL: <input type="text"/>		Ninguna
b. Red Social <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>		Ninguna
c. Revistas Especializadas <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>		Ninguna
d. Material PDP <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>		Ninguna
e. Oficina de Información Turística <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>		Ninguna
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>		Ninguna
g. Asistencia a ferias turísticas <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>		Ninguna
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre: <input type="text"/>		Ninguna
Observaciones: <input type="text"/>			
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico)		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: <input type="text"/>			
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M)		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos <input type="checkbox"/>			
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>
		Tipo: Digital <input type="checkbox"/>	Papel <input type="checkbox"/>
		Años de registro: 0	
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo?		SI <input type="checkbox"/>	NO <input checked="" type="checkbox"/>
		Frecuencia de los reportes: Ninguna	
c. Temporalidad de visita al atractivo			
Alta (meses) <input checked="" type="checkbox"/>	Especifique	<input type="text"/>	Número de visitantes
Baja (meses) <input type="checkbox"/>		<input type="text"/>	
d. Llegada de turistas			
<input checked="" type="checkbox"/> Turista nacional		Llegadas mensuales	Total anual
Ciudades de origen	Piñas	200	2400
	Machala	100	1200
	Balsas	50	600
<input type="checkbox"/> Turista extranjero		Llegadas mensuales	Total Anual
Países de origen		<input type="text"/>	0
		<input type="text"/>	0
		<input type="text"/>	0
Observaciones: <input type="text"/>			
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave		<input checked="" type="checkbox"/>	
Nombre del Informante Clave: <input type="text"/>		Contactos: <input type="text"/>	
Demanda según días de visita <input checked="" type="checkbox"/>		Demanda según frecuencia de visita <input checked="" type="checkbox"/>	
Lunes a viernes <input checked="" type="checkbox"/>	Fines de semana <input type="checkbox"/>	Permanente <input checked="" type="checkbox"/>	Estacional <input type="checkbox"/>
80	Días feriados <input type="checkbox"/>	100	Esporádica <input type="checkbox"/>
Inexistente <input type="checkbox"/>			
Observaciones: <input type="text"/>			

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS																				
Código del atractivo:	0	7	1	0	5	3	A	N	0	6	0	5	0	3	0	0	1			
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo												
1. DATOS GENERALES																				
1.1 Nombre del Atractivo Turístico																				
RESERVA BUENAVENTURA																				
1.2 Categoría			1.3 Tipo			1.4 Subtipo														
ATRATIVOS NATURALES			BOSQUES			HÚMEDO TROPICAL														
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO																				
2.1 Provincia			2.2 Cantón			2.3 Parroquia														
EL ORO			PIÑAS			MOROMORO (CAB. EN EL VADO)														
2.4 Barrio, Sector o Comuna			2.5 Calle Principal			2.6 Número			2.7 Transversal											
TRUJE			VIA PIÑAS			S/N			MARCABELI											
2.8 Latitud (grados decimales)			2.9 Longitud (grados decimales)			Click			2.10 Altura (msnm)											
-3.6602			-79.7703						520											
2.11 Información del administrador																				
a. Tipo de Administrador:			PRIVADO			b. Nombre de la Institución:			FUNDACIÓN JOCOTOCO											
c. Nombre del Administrador:			LEOVIGILDO CABRERA			d. Cargo que ocupa:			ADMINISTRADOR											
e. Teléfono / Celular:			0992499550			f. Correo Electrónico:			leovigildo84@gmail.com											
Observaciones:																				
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO																				
3.1 Características climatológicas																				
a. Clima:			TROPICAL			b. Temperatura(°C):			27			c. Precipitación Pluviométrica (mm):								
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U)																				
a. Cultura			b. Naturaleza			x			c. Aventura											
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico																				
TRUE			b. Primitivo			c. Rústico Natural			x			d. Rural			e. Urbano					
TRUE																				
a. Tipo de Ingreso		b. Horario de Atención			c. Atención															
		Ingreso	Salida		Todos los días			Fines de semana y feriados			Solo días hábiles			Otro			Especificar			
Libre																				
TRUE																				
TRUE		7,00	16,00																	
d. Maneja un sistema de reservas:			f. Forma de Pago:			Efectivo			x			Dinero Electrónico			Depósito Bancario			Tarjeta de Débito		
e. Precio:		Desde	3,00	Hasta	15,00	Tarjeta de Crédito			Transferencia Bancaria			Cheque								
g. Meses recomendables de visita:			AGOSTO-SEPTIEMBRE																	
TRUE																				
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO																				
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (Que presente condiciones mínimas de servicios):												MOROMORO (CAB. EN EL VADO)								
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano:		13	km	c. Tiempo estimado de desplazamiento en auto:		16.20	h/min	d. Coordenadas (grados decimales):			Lat.:			Long.:						
Observaciones:																				
TRUE																				
Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material		Estado										

a. Terrestre (M)	a. Primer orden	x					
	b. Segundo orden						
	c. Tercer orden						
Observaciones:							
b. Acuático (U)	Marítimo	Puerto / Muelle de partida		Estado		Puerto / Muelle de Llegada	
	Lacustre	Puerto / Muelle de partida				Puerto / Muelle de Llegada	
	Fluvial	Puerto / Muelle de partida				Puerto / Muelle de Llegada	
Observaciones:							
c. Aéreo (U)	Nacional:			Internacional:			
Observaciones:							
4.3 Servicio de transporte (M)							
TRUE	b. Buseta	x	c. Transporte 4x4	x	d. Taxi	e. Moto taxi	f. Teleférico
TRUE	h. Bote		i. Barco		j. Canoa	k. Avión	l. Avioneta
TRUE	n. Otro		Especifique				
Observaciones:							
TRUE							
a. Nombre de la cooperativa o asociación que presta el servicio	b. Estación / terminal	c. Frecuencia				d. Detalle (Traslado origen / destino)	
		Diaria	Semanal	Mensual	Eventual		
TAC	TERMINAL DE MACHALA					SE TOMA EL BUS DEL TERMINAL DE MACHALA HASTA EL SITI	
PIÑAS	TERMINAL DE MACHALA					SE TOMA EL BUS DEL TERMINAL DE MACHALA HASTA EL SITI	
TRUE							
FALSE							
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)							
General	Discapacidad Física	Discapacidad Visual	Discapacidad Auditiva	Discapacidad intelectual o Psicosocial		d. No es accesible	
Observaciones:							
4.5 Señalización							
a. Señalización de aproximación al atractivo	Estado (U)	Bueno	Regular	Malo			
Observaciones:							
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS					SI	NO	S/I
TRUE							
TRUE				b. En la ciudad o poblado cercano			
Alojamiento	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Piazas	Alojamiento	Establecimientos registrados	Número de Habitaciones	Número de Piazas

Hotel				Hotel			
Hostal				Hostal			
TRUE				Hostería	1	8	31
Hacienda Turística				Hacienda Turística			
TRUE				Lodge			
Resort				Resort			
Refugio				Refugio			
Campamento Turístico				Campamento Turístico			
TRUE	3	7	15	Casa de Huéspedes			
TRUE	Observaciones:						
TRUE	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas	Alimentos y bebidas	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Plazas
Restaurantes	1	5	22	Restaurantes	3	16	82
Cafeterías				Cafeterías			
Bares				Bares			
TRUE				Fuentes de soda			
TRUE	Observaciones:						
Agencias de Viaje	Establecimientos registrados			Agencias de Viaje	Establecimientos registrados		
Mayoristas				Mayoristas			
Internacionales				Internacionales			
Operadoras				Operadoras			
Observaciones:				Observaciones:			
Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado	Guía	Local	Nacional	Nacional Especializado
			Aventura				Aventura
Observaciones:				Observaciones:			
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo							
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U)	
						B	R M
a. De apoyo a la gestión turística	Punto de Información	1			x		x
	I-Tur						
	Centro de Interpretación						
	Centro de facilitación turística						
b. De observación y vigilancia	Centro de recepción de visitantes						
	Garitas de guardianía						
	Miradores	1			x		x
	Torres de avistamiento de aves	1			x		x
c. De recorrido y descanso	Torres de vigilancia para salvavidas						
	Senderos	3			x		x
	Estaciones de sombra y descanso						
	Áreas de acampar						
d. De servicio	Refugio de alta montaña						
	Baterías sanitarias	1			x		x
	Estacionamientos	1			x		x
e. Otros							

Observaciones:					
5.3 Complementarios a la actividad turística (M)					
a. En el Atractivo		b. En la ciudad o poblado cercano			
Alquiler y venta de equipo especializado	Venta de artesanías y merchandising	Alquiler y venta de equipo especializado	Venta de artesanías y merchandising		
Casa de cambio	Cajero automático	Otro	Casa de cambio		
			Cajero automático		
			Otro		
Especifique:		Especifique:			
Observaciones: NO EXISTEN LOS SERVICIOS COMPLEMENTARIOS MENCIONADOS TANTO EN EL ATRACTIVO COMO EN EL POBLADO MAS CERCANO.					
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO					
		SI	x	NO	S/I
6.1 Atractivo (U)					
a. Conservado	x	b. Alterado	x	c. En proceso de deterioro	d. Deteriorado
Observaciones:					
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)					
6.1.1.1 Naturales (M)			6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)		
a. Erosión		a. Actividades agrícolas y ganaderas	b. Actividades forestales	c. Actividades extractivas / minería	
b. Humedad		d. Actividades industriales	e. Negligencia / abandono	f. Huaquearía	
c. Desastres naturales	x	g. Conflicto de tenencia	h. Condiciones de uso y exposición	i. Falta de mantenimiento	
d. Flora/Fauna		j. Contaminación del ambiente	k. Generación de residuos	l. Expansión urbana	
e. Clima	x	m. Conflicto político / social	n. Desarrollo industrial / comercial	o. Vandalismo	
Otro		Especifique:			
Observaciones:					
6.2 Entorno (U)					
a. Conservado		b. Alterado	x	c. En proceso de deterioro	d. Deteriorado
Observaciones:					
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)					
6.2.1.1 Naturales (M)			6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)		
a. Erosión		a. Actividades agrícolas y ganaderas	b. Actividades forestales	c. Actividades extractivas / minería	
b. Humedad		d. Actividades industriales	e. Negligencia / abandono	f. Huaquearía	
c. Desastres naturales	x	g. Conflicto de tenencia	h. Condiciones de uso y exposición	i. Falta de mantenimiento	
d. Flora/Fauna		j. Contaminación del ambiente	k. Generación de residuos	l. Expansión urbana	
e. Clima		m. Conflicto político / social	n. Desarrollo industrial / comercial	o. Vandalismo	
Otro		Especifique:			
Observaciones:					
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo					
a. Declarante:	ROBERT S. RIOGLET	b. Denominación:	RESERVA ECOLÓGICA BUENAVENTURA	b. Fecha de declaración:	20/06/1905
				c. Alcance:	INTERNACIONAL
Observaciones:					
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA					
		SI	x	NO	S/I
7.1 Servicios Básicos					
a. En el atractivo			b. En la ciudad o poblado mas cercano		
Agua:	Entubada		Agua	Potable	
Especifique:			Especifique:		
Energía eléctrica:	Red eléctrica de servicio público		Energía eléctrica	Red eléctrica de servicio público	
Especifique:			Especifique:		
Saneamiento:	Pozo séptico		Saneamiento:	Red pública	

Especifique:		Especifique:						
Disposición de desechos Terreno baldío o quebrada		Disposición de desechos Cano Recolector						
Especifique:		Especifique:						
Observaciones:								
7.2 Señalética en el atractivo								
7.2.1 Ambiente	7.2.2. Tipo	7.2.3. Materialidad				7.2.4. Estado		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especifique	B	R	M
En áreas urbanas	Pictograma de atractivos naturales	x	x			x		
	Pictograma de atractivos culturales							
	Pictograma de actividades turísticas							
	Pictograma de servicios de apoyo							
	Pictogramas de restricción							
	Tótem de atractivos turísticos							
	Tótem de sitio							
	Tótem direccionales	x	x					x
En áreas naturales	Pictograma de atractivos naturales	x	x			x		
	Pictograma de atractivos culturales							
	Pictograma de actividades turísticas							
	Pictograma de servicios de apoyo	x	x					
	Pictogramas de restricción	x	x					
	Señales turísticas de aproximación			x	PIEDRAS PINTADAS	x		
	Paneles de direccionamiento hacia atractivos							
	Panel informativo de atractivos							
	Panel informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades							
	Mesas interpretativas	x						x
	Tótem de sitio	x						x
Tótem de direccionamiento	x						x	
Letreros informativos	De información botánica							
	Normativos de concienciación							
Señalética interna de seguridad	Protección de los elementos del atractivo							
Otros								
Observaciones:								
7.3 Salud (más cercano) (M)								
a. En el atractivo		b. En la ciudad o poblado mas cercano						
Hospital o Clínica	Cantidad	Hospital o Clínica	Cantidad					
Puesto / Centro de salud		Puesto / Centro de salud		1				
Dispensario médico		Dispensario médico						
Botiquín de primeros auxilios		Botiquín de primeros auxilios		1				
Otros		Otros						
Observaciones:								
7.4 Seguridad (M)								
a. Privada								

c. Policía metropolitana / Municipal		Det					
d. Otra							
Observaciones:							
7.5 Servicio de comunicación de uso público (M)							
a. En el atractivo			b. En la ciudad o poblado mas cercano				
Telefonía (M)		Conexión a internet (M)		Telefonía (M)			
Fija	Línea telefónica	Fibra óptica		Fija	Línea telefónica		
Móvil	Satélite	Redes inalámbricas		Móvil	Satélite		
Satélite		Telefonía móvil		Satélite	Telefonía móvil		
Observaciones:							
Radio portátil (U)							
De uso exclusivo para el visitante		De uso exclusivo para comunicación interna x		De uso exclusivo en caso de emergencia			
Observaciones:							
7.6 Multiamenazas (M)							
Deslaves x		Sismos		Erupciones volcánicas			
Sequía		Inundaciones		Aguajes			
				Tsunami			
¿Existe un plan de contingencia en caso de catástrofes?		Institución que elaboró el documento:		Nombre del documento:			
				Año de elaboración:			
Observaciones: NO EXISTE UN PLAN DE CONTINGENCIA EN EL CASO DE CATÁSTROFES							
8. POLÍTICAS Y REGULACIONES							
				SI	x	NO	S/I
a. ¿El GAD cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico Territorial?		SI	NO	Año de elaboración:		2022	
b. ¿El atractivo se encuentra dentro de la planificación turística territorial (GAD 'S)?		SI	x	NO	Especifique:		
c. ¿Existen normativas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI	x	NO	Especifique:		
d. ¿Existen ordenanzas que se apliquen para el desarrollo de la actividad turística en el atractivo?		SI	x	NO	Especifique:		
Observaciones:							
9. ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN (U)							
				SI	x	NO	S/I
9.1 ATRACTIVOS NATURALES (M)							
9.1.1 En el Agua (M)							
a. Buceo	b. Kayak de mar	c. Kayak lacustre	d. Kayak de Río	e. Surf			
f. Kite surf	g. Rafting	h. Snorkel	l. Tubing	j. Regata			
k. Paseo en panga	l. Paseo en bote	m. Paseo en lancha	n. Paseo en moto acuática	o. Parasailing			
p. Esquí acuático	q. Banana flotante	r. Boya	s. Pesa deportiva	Otro			
Observaciones:							
9.1.2 En el Aire (M)							
a. Alas Delta	b. Canopy	c. Parapente	d Otro				
Observaciones:							
9.1.3 En Superficie Terrestre (M)							
a. Montañismo	b. Escalada	c. Senderismo	x	d. Cicloturismo	x		
f. Exploración de cuevas	g. Actividades Recreativas	h. Cabalgata	l. Caminata	x	j. Camping		
k. Fronic	l. Observación de flora y fauna	m. Observación de astros	n. Otro				
Observaciones: ANTES SE REALIZABA CAMPING							

9.2.1 Tangibles e intangibles							
a. Recorridos guiados	b. Recorrido autoguiados	c. Visita a talleres artísticos					
h. Participación en talleres artísticos	d. Visita a talleres artesanales	i. Participación en talleres artesanales					
e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales	f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales.	i. Actividades vivenciales y/o lúdicas					
g. Presentaciones o representaciones en vivo	h. Muestras audiovisuales	g. Fotografía	x				
j. Degustación de platos tradicionales	l. Participación de la celebración	m. Compra de artesanías	x				
n. Convivencia	o. Medicina ancestral	Otro					
Observaciones:							
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO SI x NO S/I							
10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)							
¿Existe un plan de promoción turística cantonal? SI x NO Especifique:							
¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turístico cantonal? SI NO							
Medio Promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales			Periodicidad de la promoción			
a. Página WEB	URL:						
b. Red Social x	Nombre: FACEBOOK-INSTAGRAM			Todas			
c. Revistas Especializadas x	Nombre: YO* APOYO A LA CONSERVACIÓN*			Anual			
d. Material POP	Nombre:						
e. Oficina de Información Turística x	Nombre: FUNDACIÓN JOCOTOCO			Todas			
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) x	Nombre: ECUAVISA - GAMA TV- ECUADOR TV			Ninguna			
g. Asistencia a ferias turísticas	Nombre:						
h. Otro	Nombre:						
Observaciones:							
10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) SI NO Especifique:							
Observaciones:							
11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) SI x NO S/I							
11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos							
a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? SI x NO Tipo: Digital Papel x Años de registro							
b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? SI x NO Frecuencia de los reportes: Mensual							
c. Temporalidad de visita al atractivo							
Alta (meses)	Especifique	NOVIEMBRE - ABRIL			Número de visitantes	800	
Baja (meses)		EXISTEN VISITAS FRECUENTES				300	
d. Llegada de turistas							
Turista nacional		Llegadas mensuales	Total anual	Turista extranjero		Llegadas mensuales	Total Anual
Ciudades de origen	MACHALA	150	1800	Países de origen	ESTADOS UNIDOS	60	720
	PIÑAS	150	1800		INGLATERRA	70	850
	CUENCA	80	160		HOLANDA	50	600
Observaciones:							
11.2. Frecuencia de visita según informantes clave							
Nombre del Informante Clave: LEODAN AGUILAR			Contactos: 0986697428				
Demanda según días de visita			Demanda según frecuencia de visita				
Lunes a viernes	Fines de semana x	Días feriados	Permanente	Estacional	Esporádica	Inexistente	
Observaciones:							