

PLAN INSTITUCIONAL 2021- 2025

Ministerio de Turismo



Contenido

| | | |
|-------|---|----|
| 1 | INTRODUCCIÓN..... | 5 |
| 2 | DESCRIPCIÓN DE LA INSTITUCIÓN | 7 |
| 2.1 | BREVE DESCRIPCIÓN HISTÓRICA DE LA INSTITUCIÓN | 7 |
| 2.2 | MARCO LEGAL INSTITUCIONAL..... | 10 |
| 2.3 | Competencias, facultades, atribuciones y rol del ministerio de turismo | 18 |
| 3 | DIAGNÓSTICO INSTITUCIONAL | 22 |
| 3.1 | DESCRIPCIÓN FACTORES INTERNOS | 22 |
| 3.1.1 | Planificación y Seguimiento..... | 22 |
| 3.1.2 | Servicios de la Institución..... | 27 |
| 3.1.3 | Estructura Organizacional | 28 |
| 3.1.4 | Talento Humano | 30 |
| 3.1.5 | Tecnologías de la Información y Comunicaciones | 31 |
| 3.1.6 | Procesos, Servicios, Calidad y Gestión del Cambio | 32 |
| 4 | ANÁLISIS SITUACIONAL..... | 36 |
| 4.1 | ANÁLISIS DE CONTEXTO – MACROENTORNO | 36 |
| 4.1.1 | Contexto Económico | 36 |
| 4.1.2 | Contexto Social | 41 |
| 4.1.5 | Contexto Cultural..... | 47 |
| 4.2 | Análisis sectorial y diagnóstico territorial | 48 |
| 4.2.1 | Impacto de la pandemia COVID-19, en el sector turístico | 52 |
| 4.3 | MAPA DE ACTORES..... | 54 |
| 5 | VINCULACIÓN AL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2021-2025 | 55 |
| 6 | DIAGNOSTICO INSTITUCIONAL -ANALISIS FODA..... | 58 |
| 6.1 | ANALISIS FODA | 58 |
| 7 | ELEMENTOS ORIENTADORES..... | 60 |
| 7.1 | MISIÓN..... | 60 |
| 7.2 | VISIÓN..... | 60 |
| 7.3 | VALORES..... | 61 |
| 7.4 | PRINCIPIOS ESTRATÉGICOS..... | 61 |
| 8 | OBJETIVOS ESTRATÉGICOS | 62 |
| 8.1 | Alineación de los objetivos institucionales al plan creación de oportunidades 2021-2025 | 65 |
| 8.2 | EJES TRANSVERSALES..... | 66 |

| | | |
|-------|--|----|
| 8.2.1 | Estrategias Eje transversal: Calidad, Seguridad y Sostenibilidad..... | 67 |
| 8.2.2 | Estrategias Eje transversal: Seguridad y bienestar | 67 |
| 8.2.3 | Estrategias Eje transversal: Marco legal favorable | 68 |
| 8.2.4 | Estrategias Eje transversal: Coordinación interinstitucional..... | 68 |
| 8.2.5 | Estrategias Eje transversal: Cooperación internacional..... | 69 |
| 8.3 | OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS | 69 |
| 8.4 | OBJETIVO 1: INCREMENTAR LA PROMOCIÓN EN MERCADOS RECEPTIVOS Y DOMÉSTICOS FAVORABLES AL TURISMO SOSTENIBLE. | 72 |
| 8.4.1 | EJE 1: Promoción priorizada y segmentada por emisores y por especialización, para trade y directo, receptivo y doméstico..... | 72 |
| 8.4.2 | EJE 2: Generación de herramientas agregadoras de valor para la promoción y mercadeo del portafolio..... | 73 |
| 8.4.3 | EJE 3: Creación de un Sistema de Inteligencia Turística y Gestión del Conocimiento..... | 74 |
| 8.5 | OBJETIVO 2: INCREMENTAR Y DIVERSIFICAR EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y DESTINOS SOSTENIBLES | 75 |
| 8.5.1 | EJE 1: Programa destinos sostenibles | 75 |
| 8.5.2 | EJE 2: Programa productos sostenibles..... | 77 |
| 8.6 | OBJETIVO 3: INCREMENTAR Y FORTALECER UN ENTORNO FAVORABLE A LA INVERSIÓN, LA INNOVACIÓN Y LA GESTIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE..... | 79 |
| 8.6.1 | EJE 1: Ecosistema innovación | 79 |
| 8.6.2 | EJE2: Fomento Conectividad y Facilitación | 81 |
| 8.6.3 | EJE3: Fomento de Inversiones | 81 |
| 8.7 | OBJETIVO 4. FORTALECER LAS CAPACIDADES INSTITUCIONALES | 82 |
| 8.7.1 | EJE: Gestión y Fortalecimiento de estructura institucional..... | 83 |
| 8.7.2 | EJE: Gestión y Fortalecimiento de las capacidades del talento humano | 83 |
| 8.7.3 | EJE: Gestión y fortalecimiento Administrativo y financiero | 84 |
| 8.7.4 | EJE: Transparencia y lucha contra la corrupción | 84 |
| 8.8 | INDICADORES | 84 |
| 8.8.1 | Objetivo 1: Incrementar la promoción en mercados receptivos y domésticos favorables al turismo sostenible | 85 |
| 8.8.2 | Objetivo 2: Incrementar y diversificar el portafolio de productos y destinos sostenibles | 85 |
| 8.8.3 | Objetivo 3: Incrementar y fortalecer un entorno favorable a la inversión, la innovación y la gestión del turismo sostenible..... | 85 |
| 8.9 | IMPLEMENTACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA CON ENFOQUE TERRITORIAL | 85 |

| | | |
|----|---|----|
| 9 | ESTRATEGIA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN AL PLAN INSTITUCIONAL 2021-2025..... | 90 |
| 10 | PROGRAMACION DE LA POLÍTICA PÚBLICA..... | 91 |

1 INTRODUCCIÓN

La Ley de Turismo del Ecuador, publicada en el Registro Oficial el 22 de diciembre del 2002 (con su última modificación emitida el 29 de diciembre del 2014), en su artículo 4 establece que “la política estatal con relación al sector del turismo debe cumplir los siguientes objetivos:

- a) 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”.

5

En los últimos años han existido considerables logros en la aplicación de política pública en lo que a turismo respecta, varios elementos del turismo mundial han ido configurando esta nueva etapa que incorpora aspectos relacionados estrechamente con la vida cotidiana de la sociedad, sus riquezas ancestrales, así como el rescate de los saberes y costumbres locales, las cuales deben ser considerados en una visión de conjunto, que produzca propuestas colectivas que generen un mayor impacto en el turismo.

El turismo es una actividad económica y social de enorme importancia para muchos países en el mundo, se ha convertido en un instrumento eficaz para un desarrollo integral e inclusivo, con su rol protagónico en la generación de oportunidades de empleo y mejora la calidad de vida de la población de los territorios turísticos, desarrollo de emprendimientos, infraestructura, divisas, etc. Además, este creciente sector económico promueve la innovación, y el desarrollo de conocimiento y tecnología aplicada, que responde a la acelerada globalización de la actividad turística.

Las propuesta de Política de Turismo en los últimos años han estado encaminadas a consolidar el turismo como un elemento dinamizador del desarrollo económico y social del Ecuador, con la participación del sector público bajo la rectoría del Ministerio de Turismo (MINTUR), el

involucramiento activo de otras entidades gubernamentales, tales como los gobiernos autónomos descentralizados parroquiales, municipales y metropolitanos, y provinciales; y, la participación de los actores del sector privado y comunitario a través de todos y cada uno de los establecimientos y personas vinculadas a las actividades turísticas a nivel nacional.

En este contexto, el Ministerio de Turismo a través de la implementación de planes, programas y proyectos planifica la realización de acciones que permitan el logro de metas comunes y objetivos específicos, con la participación de todos los actores relevantes para el desarrollo del sector.

Con fecha 11 de marzo de 2020, la Organización Mundial de la Salud, declara el brote de Coronavirus COVID-19 como una pandemia global. Con fecha de 16 marzo de 2020, El Presidente de la República del Ecuador, mediante Decreto Ejecutivo 1017 declara Estado de excepción/emergencia sanitaria por calamidad pública en todo el territorio nacional.

De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo el impacto asestado por la COVID-19 en el turismo internacional hasta mayo del 2020 fue tres veces mayor que la crisis económica global del 2009, tanto en la pérdida de ingresos como en la disminución del número de turistas.

Según datos de la OMT, entre enero y mayo de 2021, las llegadas de turistas internacionales fueron menores en un 85% con relación al 2019, la aparición de nuevas variantes de la COVID-19 y constantes restricciones impuestas por los gobiernos han provocado que el turismo interno se recupere a un mayor ritmo que al de los viajes internacionales.

Las perspectivas para reiniciar el turismo a nivel mundial y restablecer la confianza abarcan un proceso de vacunación acelerado mundial, moderación en las restricciones de viajes e implementación de herramientas digitales como certificado COVID como requisito de viajes; medidas que permitirán la recuperación gradual del turismo.

Con Acuerdo Ministerial Nro. 2020-014 de 08 de junio de 2020 se emite la aprobación al nuevo Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos del Ministerio de Turismo, el cual contempla la estructura institucional, atribuciones y competencias de las Direcciones, Coordinaciones y Subsecretarías.

Con fecha 24 de mayo de 2021, asumió la Presidencia de la República del Ecuador el Sr. Guillermo Lasso para el período 2021-2025. En concordancia con los derechos que le otorga la Constitución del Ecuador el Presidente de la Republica designó nuevas autoridades que liderarán las distintas instancias gubernamentales, entre ellas el Ministerio de Turismo.

Los esfuerzos ministeriales en esta etapa compleja se encuentran direccionados a la generación de planificación estratégica sectorial e institucional, planes, programas, proyectos y actividades cuyo enfoque direcciona esfuerzos para la reactivación del turismo nacional, fomentando el trabajo articulado entre el sector público y el privado; promoviendo la vacunación para actores del turismo, el respiro financiero, los incentivos tributarios, la actualización del marco regulatorio, el fomento al turismo rural y comunitario, desarrollo de productos y destinos, la promoción nacional e internacional, la apertura y fortalecimiento de la conectividad, el fomento a la innovación, emprendimientos y apoyo a Mipymes, la atracción de nuevas inversiones y la simplificación de trámites, son premisas que forman parte del ideal estratégico institucional a corto, mediano y largo plazo; todo esto en busca de un Turismo sostenible en el Ecuador.

Pero los esfuerzos deben estar enmarcados en instrumentos planificados, con objetivos, indicadores, metas y estrategias claras; razón por la cual se ha formulado el Plan Institucional del Ministerio de Turismo 2021 – 2025, alineado al Plan Nacional de Desarrollo, a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y con un profundo amor y compromiso para con el sector.

2 DESCRIPCIÓN DE LA INSTITUCIÓN

2.1 BREVE DESCRIPCIÓN HISTÓRICA DE LA INSTITUCIÓN

El Ministerio de Turismo fue creado a inicios del Gobierno de Sixto Durán Ballén en el año 1992, mediante Decreto Ejecutivo Nro. 04 del 10 de agosto de 1992. Inicialmente, fue nombrado como Ministerio de Información y Turismo e inició sus funciones tras suprimir la Secretaría Nacional de Comunicación -SENAC-, entidad dependiente de la Presidencia de la República, con la visión de, posicionar al turismo como una actividad fundamental para el desarrollo económico y social.

En 1994 observando el crecimiento del sector turístico, el Gobierno toma la decisión de separar al turismo de la información, con el objetivo de impulsar y fortalecer esta actividad. El 29 junio de 1994 con Decreto Ejecutivo No. 2841, se modifica el Decreto Nro. 04 y se cambia la denominación al Ministerio de Información y Turismo por Ministerio de Turismo.

Para el año 1998, durante el Gobierno de Jamil Mahuad, mediante el Decreto Ejecutivo Nro. 412, se fusiona la Corporación Ecuatoriana de Turismo con el Ministerio de Turismo, a fin de optimizar la gestión turística en el país.

En 1999 mediante Decreto Ejecutivo No. 1323, se realiza nuevamente una fusión entre los Ministerios de Comercio Exterior, Turismo e Industrialización y Pesca; creando así una sola entidad, que se denomina Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Turismo - MICIP.

En el Gobierno de Gustavo Noboa, en enero del año 2000 a través del Decreto Ejecutivo Nro. 26, se devuelve la categoría de Ministerio a la entonces Subsecretaría de Turismo del MICIP y se fusiona al Ministerio de Ambiente en una entidad denominada Ministerio de Turismo y Ambiente. Durante este mismo año en el mes de abril, con Decreto Ejecutivo Nro. 259, se deroga el Decreto Nro. 26 e individualiza el funcionamiento de las dos áreas turismo y ambiente con total independencia jurídica, financiera y administrativa, dejándolos como Ministerio de Turismo y Ministerio de Ambiente, lo cual se mantiene en efecto hasta la fecha.

Con Acuerdo Ministerial No. 119 suscrito por la Sra. Rocío Vásquez y constante en el Registro Oficial 114 de 6 de julio de 2000, se expidió el Manual de Organizaciones y Funciones del Ministerio de Turismo. Con el Acuerdo Ministerial No.20090026 de 24 de marzo de 2009, publicado en la Edición Especial 113 del Registro Oficial de 31 de marzo de 2009, la Ministra Verónica Sión emite el Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos del Ministerio de Turismo.

Para mayo de 2011 el Ministerio de Turismo introduce en el contexto turístico nacional y mundial la propuesta de “Turismo Consciente”, el mismo que se fundamenta en principios de sostenibilidad y ética promoviendo los valores esenciales para la práctica turística. En este año se expide un nuevo Estatuto Orgánico mediante el Acuerdo Ministerial No. 20110048 de 7 de julio de 2011, suscrito por el Señor Freddy Ehlers y publicado en la edición especial del Registro Oficial No. 177 del 4 de agosto de 2011.

En el año 2013, se produce un giro en la visión del Ministerio de Turismo, enfocado hacia convertir al *Ecuador en Potencia Turística y Destino de Excelencia*, para lo cual se direcciona la gestión del Ministerio de Turismo hacia la contribución en el cumplimiento de los Objetivos de Cambio de la Matriz Productiva, contemplada en el Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017. Este año nuevamente se reforma el estatuto orgánico institucional mediante el Acuerdo Ministerial No. 20130200 de 18 de noviembre de 2013, suscrito por el Sr. Vinicio Alvarado, y publicado en el suplemento No. 85 del Registro Oficial de fecha 20 de diciembre de 2013.

En el año 2014, el Ministerio de Turismo decide enfocar sus esfuerzos a convertir el sector turístico en la primera fuente de ingresos no petroleros del país y hacer del turismo un poderoso instrumento para el desarrollo social y económico del Ecuador.

En el año 2016, el Ministerio de Turismo para cumplir con las disposiciones emitidas por el Presidente de la República en la “Reorganización de instituciones y supresión de órganos de la Función Ejecutiva en razón de las restricciones presupuestarias”; expide la Reforma al Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos del Ministerio de Turismo, mediante Acuerdo Ministerial 2016-045, de 29 de diciembre 2016, suscrito por el Sr. Fernando Alvarado y, publicado en el Registro Oficial Edición Especial Nro. 889, de 10 de febrero de 2017.

En diciembre de 2017, se decide reformar el estatuto vigente con el fin de desconcentrar los procesos administrativos y jurídicos de planta central hacia las coordinaciones zonales del MINTUR, razón por la cual se emite el Acuerdo Ministerial No. 2017044 de 28 de diciembre de 2017 por parte del Dr. Enrique Ponce de León.

Con Acuerdo Ministerial Nro. 2020-014 de 08 de junio de 2020, la Sra. Ministra de Turismo Rosa Prado Moncayo aprueba el nuevo Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos del Ministerio de Turismo, alineado a los Decreto Ejecutivos Nro. 135 publicado con registro oficial 76 de 11 de septiembre de 2017 y Acuerdo Interministerial Nro. SENPLADES-MEF-MDT-001-2019 de 4 de junio de 2019, sobre normas de optimización y austeridad del gasto público y directrices para la reorganización de la presencia institucional en territorio y la reestructura orgánica de la administración pública central, respectivamente, se propuso una reingeniería institucional a nivel central y desconcentrado.

El proceso de reformas al Estatuto Orgánico Funcional del Ministerio de Turismo, correspondiente al período 2000-2020, se muestra a continuación:

Tabla 1: Reformas Ministerio de Turismo

| AUTORIDAD | ACUERDO MINISTERIAL | FECHA | PUBLICACIÓN | FECHA |
|--------------------------|---------------------|-------------------------|---------------------------|-------------------------|
| Rocío Vásquez | 119 | - | R.O. 114 | 6 de julio de 2000 |
| Verónica Sión | 2009-0026 | 24 de marzo de 2009 | Edición Especial R.O.113 | 31 de marzo de 2009 |
| Freddy Ehlers | 2011-0048 | 7 de julio de 2011 | Edición Especial R.O. 177 | 4 de agosto de 2011 |
| Vinicio Alvarado | 2013-0200 | 18 de noviembre de 2013 | Suplemento 85 | 20 de diciembre de 2013 |
| Fernando Alvarado | 2016-045 | 29 de diciembre de 2016 | Edición Especial R.O. 889 | 10 de febrero de 2017 |
| Enrique Ponce de | 2017-044 | 28 de diciembre de | Edición Especial | 9 de abril de 2018 |

| AUTORIDAD | ACUERDO MINISTERIAL | FECHA | PUBLICACIÓN | FECHA |
|-------------------|---------------------|---------------------|-------------|-------------------------|
| León | | 2017 | R.O. 400 | |
| Rosa Prado | 2020-014 | 08 de junio de 2020 | R.O. 1400 | 16 de diciembre de 2020 |

Elaborado por: Dirección de Planificación Seguimiento y Evaluación

El Ministerio de Turismo en la actualidad está presente en las cuatro regiones del país, representado por las respectivas Direcciones Zonales y Oficinas Técnicas, las que cubren la totalidad de las provincias, alineado a la estrategia de planificación nacional y a criterios de desconcentración en la prestación de servicios.

10

2.2 MARCO LEGAL INSTITUCIONAL

A continuación se detalla a manera de resumen, la base legal de mayor importancia en la cual se enmarca la gestión del Ministerio de Turismo.

a) Constitución de la República del Ecuador:

Publicada mediante Registro Oficial Nro. 449 de 20 de Octubre 2008

“Art. 154.- A las ministras y ministros de Estado, además de las atribuciones establecidas en la ley, les corresponde:

- 1. Ejercer la rectoría de las políticas públicas del área a su cargo y expedir los acuerdos y resoluciones administrativas que requiera su gestión.*
- 2. Presentar ante la Asamblea Nacional los informes que les sean requeridos y que estén relacionados con las áreas bajo su responsabilidad, y comparecer cuando sean convocados o sometidos a enjuiciamiento político”.*

“Art. 226.- Las instituciones del Estado, sus organismos, dependencias, las servidoras o servidores públicos y las personas que actúen en virtud de una potestad estatal ejercerán solamente las competencias y facultades que les sean atribuidas en la Constitución y la ley. Tendrán el deber de coordinar acciones para el cumplimiento de sus fines y hacer efectivo el goce y ejercicio de los derechos reconocidos en la Constitución”.

b) Código Orgánico Administrativo

Publicada mediante Segundo Suplemento del Registro Oficial Nro. 31 de 7 de Julio 2017

“Art. 20.- Principio de control. Los órganos que conforman el sector público y entidades públicas competentes velarán por el respeto del principio de juridicidad, sin que esta actividad implique afectación o menoscabo en el ejercicio de las competencias asignadas a los órganos y entidades a cargo de los asuntos sometidos a control.

Los órganos y entidades públicas, con competencias de control, no podrán sustituir a aquellos sometidos a dicho control, en el ejercicio de las competencias a su cargo.

Las personas participarán en el control de la actividad administrativa a través de los mecanismos previstos”.

11

c) Ley de Turismo

Publicada mediante Suplemento del Registro Oficial Nro. 733 de 27 de Diciembre 2002

“Art. 15.- El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

- 1. Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional;*
- 2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país;*
- 3. Planificar la actividad turística del país;*
- 4. Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información;*
- 5. Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de la institución;*
- 6. Presidir el Consejo Consultivo de Turismo;*
- 7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades;*
- 8. Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes;*
- 9. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional;*
- 10. Calificar los proyectos turísticos;*
- 11. Dictar los instructivos necesarios para la marcha administrativa y financiera del Ministerio de Turismo; y,*

12. Las demás establecidas en la Constitución, esta Ley y las que le asignen los Reglamentos.”

“Art. 16.- Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley”.

“Art. 19.- El Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría”.

“Art. 20.- Será de competencia de los Ministerios de Turismo y del Ambiente, coordinar el ejercicio de las actividades turísticas en las áreas naturales protegidas; las regulaciones o limitaciones de uso por parte de los turistas; la fijación y cobro de tarifas por el ingreso, y demás aspectos relacionados con las áreas naturales protegidas que constan en el Reglamento de esta Ley.”

“Art. 39.- El ministerio rector de la política turística determinará y regulará a través de Acuerdo Ministerial los siguientes recursos:

- a) Tarifas y contribuciones que se creen para fomentar el turismo;
- b) La contribución del uno por mil sobre el valor de los activos fijos que deberán pagar anualmente todos los establecimientos prestadores de servicios al turismo, conforme se disponga en el Reglamento a esta Ley;
- c) Los valores por concesión de registro de turismo; y,
- d) La tasa por la emisión de cada pasaje aéreo para viajar desde el Ecuador hacia cualquier lugar en el extranjero”

“Art. 42.- Corresponde al Ministerio de Turismo la defensa de los derechos del usuario de servicios turísticos en los términos que señala la Constitución de la República, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y esta Ley”.

d) Reglamento General a la Ley de Turismo

Publicada mediante Registro Oficial Nro. 244 de 5 de Enero 2004

"Art. 4.- Funciones y atribuciones del Ministerio de Turismo.- A más de las atribuciones generales que les corresponden a los ministerios contenidas en el Título VII, Capítulo III de la Constitución Política de la República del Ecuador y el Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, en virtud de la Ley de Turismo le corresponde al Ministerio de Turismo:

- 1. Preparar y expedir con exclusividad a nivel nacional las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional. Esta potestad es intransferible.*
- 2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país, previo las consultas y actividades de coordinación previstas en este reglamento.*
- 3. Planificar la actividad turística del país, previo las consultas y actividades de coordinación previstas en este reglamento.*
- 4. Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información, potestad que la ejercerá por sí mismo, desconcentradamente, en coordinación con las instituciones del régimen seccional autónomo a favor de las cuales se han transferido competencias en materias turísticas, y en cualquier caso, podrá contratar con la iniciativa privada en los términos establecidos en este reglamento.*
- 5. Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de la institución.*
- 6. Presidir el Consejo Consultivo de Turismo.*
- 7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo interno y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades. Las instituciones del Estado no podrán ejercer las actividades de turismo definidas en la ley y en este reglamento.*
- 8. Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes.*
- 9. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional de conformidad con los procedimientos de consulta y coordinación previstos en este reglamento.*
- 10. Calificar los proyectos turísticos; esta potestad podrá ser ejercida en forma desconcentrada hasta un nivel de Subsecretaría.*
- 11. Dictar los instructivos necesarios para la marcha administrativa y financiera del Ministerio de Turismo.*
- 12. A nivel nacional y con el carácter de privativa, la ejecución de las siguientes potestades:*
 - a. La concesión del registro de turismo;*

- b. *La clasificación, reclasificación y categorización y recategorización de establecimientos;*
- c. *El otorgamiento de permisos temporales de funcionamiento;*
- d. *El control del ejercicio ilegal de actividades turísticas por parte de entidades públicas o sin fines de lucro; y,*
- e. *La expedición de la licencia única anual de funcionamiento en los municipios en los que no se ha descentralizado sus competencias.*

13. *Las demás establecidas en la Constitución, la Ley de Turismo y las que le son asignadas en este Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo”.*

14

e) Resolución Nro. 0001-CNC-2016

Publicado mediante Tercer Suplemento del Registro Oficial Nro.718 de 23 de Marzo 2016.

“Art. 3.- Facultades del gobierno central.- En el marco del desarrollo de actividades turísticas le corresponde al gobierno central, a través de la Autoridad Nacional de Turismo, elaborar y expedir las políticas públicas nacionales de turismo, así como definir los lineamientos y directrices generales del sector turístico.

Art. 4.- Rectoría nacional. En el marco del desarrollo de actividades turísticas, le corresponde al gobierno central, a través de la Autoridad Nacional de Turismo, elaborar y expedir las políticas públicas nacionales de turismo, así como definir los lineamientos y directrices generales del sector turístico.

Art. 5.- Planificación nacional.- En el marco del desarrollo de actividades turísticas, le corresponde al gobierno central, a través de la Autoridad Nacional de Turismo, formular la planificación nacional del sector turístico.”

f) Plan Nacional de Desarrollo

El artículo 34 del Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas señala:

“El Plan Nacional de Desarrollo es la máxima directriz política y administrativa para el diseño y aplicación de la política pública y todos los instrumentos, dentro del ámbito definido en este código. Su observancia es obligatoria para el sector público e indicativa para los demás sectores...”

“Art. 54.- Planes institucionales.- Las instituciones sujetas al ámbito de este código, excluyendo los Gobiernos Autónomos Descentralizados, reportarán al Ente rector de la planificación nacional sus instrumentos de planificación institucionales, para verificar

que las propuestas de acciones, programas y proyectos correspondan a las competencias institucionales y los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo...”

“Con Resolución Nro. 002-2021-CNP del 20 de septiembre de 2021, El Consejo Nacional de Planificación da por conocido y aprueba el Plan Nacional de Desarrollo denominado para el presente periodo de gobierno: Plan Creación de Oportunidades 2021-2025.

“El Plan Nacional de Desarrollo en su estructura final está constituido por 5 ejes, 16 objetivos, 55 políticas y 130 metas. Adicionalmente en este instrumento, a través de un ejercicio técnico riguroso, se reporta la alineación de cada uno de sus objetivos, políticas y metas con la Agenda 2030 y sus Objetivos de Desarrollo Sostenible”.

15

g) Norma Técnica del Sistema Nacional de Planificación Participativa

Publicada con Acuerdo Ministerial Nro. SNP-SNP-2021-0006-A de 29 de septiembre de 2021, establece en el artículo 19:

Planes Institucionales.- Los planes institucionales son instrumentos de planificación y gestión, a través de los cuales, cada entidad del sector público, en el ámbito de sus competencias, identifica y establece las prioridades institucionales de mediano y corto plazo, que orienten la toma de decisiones y el curso de acción encaminado a la generación y provisión de productos (bienes y/o servicios) a la ciudadanía o usuarios externos, debidamente financiados (recursos permanentes y/o no permanentes), a fin de contribuir al cumplimiento de las prioridades establecidas en los Planes Sectoriales y/o Plan Nacional de Desarrollo.

Art. 20.- Formulación.- Corresponde a las entidades del sector público previstas en la Constitución de la República, excepto los Gobiernos Autónomos Descentralizados, el proceso de elaboración, actualización y aprobación de los planes institucionales conforme lo establecido en la presente norma técnica.

Art. 21.- Para el proceso de construcción de los Planes Institucionales, las entidades se sujetarán a los instrumentos metodológicos establecidos por el ente rector de la planificación nacional.

Art. 22.- *Elaboración y/o actualización.- La elaboración y/o actualización de planes institucionales, será liderada por la Coordinación General de Planificación y Gestión Estratégica de cada entidad, o quien haga sus veces; en coordinación con todas áreas y unidades institucionales. Para el efecto se podrá solicitar la asistencia técnico - metodológica del ente rector de la planificación nacional.*

Los planes institucionales se actualizarán en los siguientes casos:

- 1. Una vez aprobado y/o actualizado el Plan Nacional de Desarrollo.*
- 2. En caso de actualización del Plan Sectorial respectivo y que ésta afecte a la entidad.*

16

(...) *Art. 23.- Vigencia.- Los planes institucionales tendrán la misma vigencia del Plan Nacional de Desarrollo. En lo referente al nivel operativo se actualizará cada año.*

Art. 24.- *Validación.- Los planes institucionales, previo a su aprobación, deberán ser remitidos al ente rector de la planificación, quien realizará una validación metodológica, dentro del ámbito de su competencia. Una vez que no existan observaciones, el ente rector de la planificación nacional emitirá un informe favorable de validación técnica.*

Art. 25.- *Aprobación.- Para la aprobación de los planes institucionales, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:*

(...) *2. Entidades rectoras de política pública: los planes institucionales de estas entidades deberán cumplir con las guías metodológicas, directrices, lineamientos del ente rector de la planificación nacional, y la aprobación final de su máxima autoridad.*

(...) *Art. 26.- Registro de Planes Institucionales.- Los planes institucionales serán entregados al ente rector de la planificación para su registro, en un máximo de 45 días a partir de la publicación del Plan Nacional de Desarrollo en el Registro Oficial”.*

h) Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible

Con Decreto Ejecutivo Nro. 371 de 19 de abril de 2018 se establece:

“Artículo 1.- Declarar como política pública del Gobierno Nacional la adopción de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, orientada al cumplimiento de sus objetivos y metas en el marco de su alineación a la planificación y desarrollo nacional.”

Artículo 2.- El Gobierno Nacional se compromete a velar por la implementación efectiva de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Para este propósito, la administración pública central y la administración pública institucional de la Función Ejecutiva, en el ámbito de sus competencias, establecerán sus instrumentos tanto normativos, como de planificación y gestión hacia el cumplimiento de esta Agenda (...).”

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

También conocidos como Objetivos Mundiales, son un llamado universal a la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad. Dichos objetivos son fruto del acuerdo alcanzado por los Estados miembros de las Naciones Unidas en 2015 en la Cumbre de Desarrollo Sostenible donde se aprobó la Agenda 2030 y se componen de una Declaración que consta de 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible y 169 metas.

17

Gráfico 1: Objetivos de Desarrollo Sostenible



Fuente: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) se gestaron en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible, celebrada en Río de Janeiro en 2012. El propósito era crear un conjunto de objetivos mundiales relacionados con los desafíos ambientales, políticos y económicos con que se enfrenta el mundo, son 17 objetivos que a su vez contienen 169 metas.

Los ODS sustituyen a los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), con los que se emprendió en 2000 una iniciativa mundial para abordar la indignidad de la pobreza. Los ODM eran objetivos medibles acordados universalmente para hacer frente a la pobreza extrema y el hambre, prevenir las enfermedades mortales y ampliar la enseñanza primaria a todos los niños, entre otras prioridades del desarrollo.

Estos objetivos se pusieron en marcha en enero de 2016, el Programa para las Naciones Unidas ha establecido un Plan Estratégico centrado en esferas clave, incluidas la mitigación de la pobreza, la gobernabilidad democrática y la consolidación de la paz, el cambio climático y el riesgo de desastres, y la desigualdad económica.

La consecución de los ODS requiere la colaboración de los gobiernos, el sector privado, la sociedad civil y los ciudadanos por igual para asegurar que se deje un mejor planeta a las generaciones futuras. A pesar de que los ODS no son jurídicamente obligatorios, se espera que los gobiernos los adopten como propios y establezcan marcos nacionales para su logro.

De acuerdo a la matriz de alineación Plan Nacional de Desarrollo 2021-2025- Agenda 2030 de la Secretaría Nacional de Planificación el Ministerio de Turismo se alinea al siguiente Objetivo de Desarrollo Sostenible.

Objetivo ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico

Meta 8.9: De aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales

2.3 COMPETENCIAS, FACULTADES, ATRIBUCIONES Y ROL DEL MINISTERIO DE TURISMO

Las competencias, facultades y atribuciones que se detallan a continuación constan en la Matriz de Competencias aprobada por el Ministerio de Trabajo el 05 de junio de 2020.

Facultades

Corresponden a las capacidades para el ejercicio de una competencia por parte de un nivel de gobierno.

Tabla2: Facultades del MINTUR

| Nivel | Facultad |
|---|--|
| Planta Central | Rectoría, regulación, planificación, coordinación, gestión, control y evaluación |
| Direcciones Zonales y Oficinas técnicas | Planificación, gestión, coordinación, control y evaluación. |

Fuente: Matriz de Competencias MINTUR 2020

Competencias

Son las acciones que realizan legítimamente uno o varios niveles de gobierno. Las competencias del Ministerio de Turismo, en el ámbito del sector, se detallan a continuación:

- Acreditación de servicios y modalidades
- Desarrollo turístico
- Promoción turística

Atribuciones

Corresponden a las actividades que el Ministerio de Turismo desarrolla para la ejecución de sus competencias y en función de sus productos y servicios.

- Elaborar y expedir las políticas públicas nacionales de turismo
- Determinar el marco legal que regirá para la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.
- Expedir la normativa para la regulación de las actividades y servicios turísticos a nivel nacional.
- Expedir los reglamentos especiales y normas técnicas por actividad y modalidad, instrumentos de calificación y clasificación, e incluso el régimen tarifario en los términos establecidos en esta ley.
- Expedir normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría.
- Establecer privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional.
- Regular la prestación del servicio de guianza turística.
- Expedir normas jurídicas secundarias, normas técnicas y de ser el caso normas de calidad y el otorgamiento de derechos, la expedición de autorizaciones administrativas en general y la potestad sancionadora.
- Establecer el pago de tasas por los servicios de control, inspecciones, autorizaciones, permisos, licencias u otros de similar naturaleza.
- Definir los requisitos y procedimientos para aplicar beneficios tributarios en el ámbito turístico
- Determinar y regular: las tarifas y contribuciones, contribución del uno por mil sobre el valor de los activos fijos que deberán pagar anualmente todos los establecimientos prestadores de servicios al turismo; los valores por concesión de registro de turismo; la tasa por la emisión de cada pasaje aéreo para viajar desde el Ecuador hacia cualquier lugar en el extranjero.
- Regular el tarifario de la licencia única anual de funcionamiento.
- Establecer los requisitos y estándares para el otorgamiento de los distintos permisos de operación en el ámbito turístico.
- Planificar la actividad turística del país;
- Coordinar el ejercicio de las actividades turísticas en las áreas naturales protegidas; las regulaciones o limitaciones de uso por parte de los turistas; la fijación y cobro de tarifas por el ingreso, y demás aspectos relacionados con las áreas naturales protegidas.
- Conceder el registro de turismo.

- Recaudar los valores por concepto de imposición de sanciones por el incumplimiento del registro de turismo y los requisitos para su obtención.
- Elaborar y administrar el catastro de actividades y establecimientos turísticos a nivel nacional.
- Otorgar la clasificación, reclasificación, categorización y recategorización de establecimientos; y permisos temporales de funcionamiento.
- Clasificar, re clasificar, pre categorizar, categorizar y re categorizar a los prestadores de servicios turísticos.
- Otorgar los permisos, patentes y licencias para el desarrollo de las actividades turísticas dentro de las distintas áreas reconocidas en el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado, así como sus zonas de amortiguamiento
- Potenciar la actividad turística nacional con estándares de calidad.
- Expedir la licencia única anual de funcionamiento en los municipios en los que no se ha descentralizado sus competencias.
- Ubicar en la lista de empresarios incumplidos, en caso de faltas comprobadas, graves y repetidas
- Controlar e inspeccionar las actividades y servicios turísticos dentro de las distintas áreas reconocidas en el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado, así como en sus zonas de amortiguamiento, en apego al plan de manejo de cada Área Natural Protegida.
- Disponer en cualquier momento sin notificación previa, inspecciones a los establecimientos turísticos a fin de verificar el cumplimiento de las condiciones y obligaciones que corresponden a la categoría o clasificación que se le otorgó.
- Controlar el ejercicio ilegal de actividades turísticas por parte de entidades públicas o sin fines de lucro.
- Controlar la prestación del servicio de guianza turística.
- Determinar si el servicio turístico prestado cumple con la calidad ofrecida.
- Ejercer la potestad de juzgamiento administrativo y sancionadora
- Aplicar las sanciones correspondientes por el incumplimiento del registro de turismo y los requisitos para su obtención, a cargo de la Autoridad Nacional de Turismo, siguiendo el debido proceso.
- Ejercer el control sobre el cumplimiento de las obligaciones que tienen los prestadores de servicios turísticos.
- Realizar seguimiento y monitoreo al cumplimiento y aplicación de la normativa nacional vigente correspondiente, a cargo de la Autoridad Nacional de Turismo.
- Elaborar y expedir las políticas públicas nacionales de turismo.
- Determinar el marco legal que regirá para el desarrollo del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.
- Establecer los lineamientos básicos de diseño arquitectónico de las facilidades turísticas.
- Promover todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades
- Planificar la actividad turística del país como herramienta para el desarrollo armónico, sostenible y sustentable del turismo; así como la planificación nacional del sector turístico; la formulación y elaboración material de los planes, programas y proyectos
- Coordinar con los organismos seccionales la información estadística del turismo.

- Coordinar con las autoridades locales o seccionales la conformación de comités de turismo en los sitios que considere necesario
- Coordinar con otras instituciones del sector público las políticas y normas a implementarse, a fin de no afectar el desarrollo del turismo.
- Fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades.
- Actualizar y administrar las Áreas Turísticas Protegidas del Ecuador
- Elaborar las estadísticas nacionales de turismo.
- Elaborar y administrar un sistema nacional de información turística.
- Consolidar las estadísticas de turismo locales y elaborar las estadísticas nacionales.
- Designar el área turística protegida que comprende los centros turísticos existentes y áreas de reserva turística
- Administrar el inventario de atractivos turísticos nacionales, que incluye el inventario de atractivos turísticos de áreas naturales protegidas remitido por la Autoridad Nacional Ambiental.
- Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información.
- Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística
- Otorgar asistencia técnica y capacitación a los prestadores de servicios turísticos.
- Consolidar las denuncias de turistas remitidas por los gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos.
- Defender los derechos del usuario de servicios turísticos en los términos que señala la Constitución Política, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y la Ley de Turismo.
- Receptar quejas, por parte de los usuarios en el Centro de Protección del Turista
- Fiscalizar a objeto de verificar las inversiones o reinversiones que gocen de beneficios tributarios en materia de turismo
- Calificar los proyectos turísticos.
- Otorgar la viabilidad técnica a los proyectos nacionales de inversión turística para los prestadores de servicios, así como inversionistas nacionales y extranjeros que soliciten acogerse a los beneficios que establece la normativa correspondiente.
- Dictar las políticas y el marco referencial a efectos de posicionar al país como destino turístico.
- Formular y elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país.
- Determinar el marco legal que regirá para la promoción del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.
- Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional.
- Coordinar respecto a la formulación y elaboración de las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país.
- Coordinar, la planificación de la actividad turística del país; la formulación y elaboración de los planes de promoción turística nacional e internacional.
- Orientar a la gestión de facilidades turísticas y la promoción turística del Ecuador.
- Realizar la promoción turística internacional del país.

- Controlar la aplicación adecuada de la promoción turística del país en el exterior y los elementos empleados para ello, sean signos distintivos, marcas, colores y símbolos, de acuerdo a la normativa nacional vigente.

Rol del Ministerio de Turismo

Expedir las políticas públicas nacionales de turismo, normas jurídicas secundarias, normas técnicas y de ser el caso normas de calidad y el otorgamiento de derechos, la expedición de autorizaciones administrativas en general y la potestad sancionadora; y, definir los requisitos y procedimientos para aplicar beneficios tributarios en el ámbito turístico.

3 DIAGNÓSTICO INSTITUCIONAL

22

3.1 DESCRIPCIÓN FACTORES INTERNOS

3.1.1 Planificación y Seguimiento

Con base al Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas se ha diseñado el uso de los instrumentos de planificación detallados a continuación:

Plan Institucional (PEI): La Guía Metodológica de Planificación Institucional de la Secretaría Nacional de Planificación, los lineamientos que las instituciones públicas deben seguir para la construcción del Plan Institucional.

Programación Anual de la Política Pública (PAPP): El Ministerio cuenta con una PAPP, en la cual se refleja la porción correspondiente a cada ejercicio fiscal en relación a sus proyectos de inversión en ejecución y que cuentan con dictamen de prioridad. Adicionalmente, se incorpora el gasto permanente que cada una de las coordinaciones, subsecretarías y Direcciones zonales programa anualmente.

Este documento representa un instrumento de gran importancia para la toma de decisiones, ya que muestra información actualizada de los movimientos presupuestarios, realizados en función de las acciones planificadas para cada ejercicio fiscal, así como los indicadores y metas previstas.

Programación Plurianual de la Política Pública (PPPP): La consolidación de los programas anuales de la política pública, junto con su desagregación lógica de los Planes Operativos Anuales realizada con los documentos de proyectos de inversión, además del gasto permanente que cada una de las Coordinaciones, Subsecretarías y Direcciones Zonales, permite ejecutar en cada uno de los períodos, da como resultado la Programación Plurianual de la Política Pública.

Plan Operativo Anual (POA): El Ministerio de Turismo cuenta con un Plan Operativo Anual, el que muestra de forma consolidada la programación anual realizada por la Institución en cada ejercicio fiscal, correspondiente a gasto permanente y no permanente, mismo que incluye indicadores y metas de gestión.

Plan Anual de Inversiones (PAI): El Plan Anual de Inversión, es presentado cada año en función de las directrices emitidas por la Secretaría Nacional de Planificación. En el mismo se integran los proyectos nuevos y/o de arrastre, priorizados por la citada entidad y que cuentan con financiamiento.

Es importante mencionar que el ejercicio realizado en la planificación anual, está ligado de manera directa con la asignación presupuestaria del Ministerio de Economía y Finanzas. El presupuesto del Ministerio de Turismo se encuentra conformado por dos tipos de gasto: permanente y no permanente; el primero se emplea para cubrir todos aquellos rubros necesarios para la gestión diaria institucional, mientras que el Gasto No Permanente se asigna a los proyectos de inversión postulados y priorizados por la Secretaría Nacional de Planificación, constantes en el Plan Anual de Inversiones (PAI). En función de ello, se muestra a continuación los gráficos y tablas que reflejan la evolución de la ejecución del presupuesto total del Ministerio durante el período 2008-2021.

Tabla 3: Evolución del Presupuesto MINTUR (2008-2021)

| AÑO | TIPO DE GASTO | CODIFICADO (Miles de USD) | DEVENGADO (Miles de USD) | % EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA |
|------|---------------|------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|
| 2008 | Permanente | 3.305.490,45 | 3.099.395,07 | 93,77% |
| | No Permanente | 19.969.645,41 | 17.127.601,09 | 85,77% |
| | TOTAL | 23.275.135,86 | 20.226.996,16 | 86,90% |
| 2009 | Permanente | 4.232.378,31 | 4.112.499,73 | 97,17% |
| | No Permanente | 18.224.596,76 | 14.786.554,40 | 81,14% |
| | TOTAL | 22.456.975,07 | 18.899.054,13 | 84,16% |
| 2010 | Permanente | 5.161.745,01 | 4.431.254,09 | 85,85% |
| | No Permanente | 21.194.800,05 | 13.548.267,13 | 63,92% |
| | TOTAL | 26.356.545,06 | 17.979.521,22 | 68,22% |
| 2011 | Permanente | 9.824.302,16 | 9.291.636,86 | 94,58% |
| | No Permanente | 32.905.854,65 | 28.134.543,43 | 85,50% |
| | TOTAL | 42.730.156,81 | 37.426.180,29 | 87,59% |
| 2012 | Permanente | 11.194.354,67 | 10.176.403,66 | 90,91% |
| | No Permanente | 40.955.444,81 | 36.201.377,16 | 88,39% |
| | TOTAL | 52.149.799,48 | 46.377.780,82 | 88,93% |
| 2013 | Permanente | 11.063.797,88 | 10.728.026,50 | 96,97% |
| | No Permanente | 38.122.127,29 | 25.836.614,95 | 67,77% |

| AÑO | TIPO DE GASTO | CODIFICADO (Miles de USD) | DEVENGADO (Miles de USD) | % EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA |
|-------------|---------------|------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|
| | TOTAL | 49.185.925,17 | 36.564.641,45 | 74,34% |
| 2014 | Permanente | 17.032.113,16 | 16.695.860,29 | 98,03% |
| | No Permanente | 57.764.684,53 | 51.437.380,30 | 89,05% |
| | TOTAL | 74.796.797,69 | 68.133.240,59 | 91,09% |
| 2015 | Permanente | 15.386.240,32 | 14.793.543,59 | 96,15% |
| | No Permanente | 33.984.759,45 | 29.934.380,09 | 88,08% |
| | TOTAL | 49.370.999,77 | 44.727.923,68 | 90,60% |
| 2016 | Permanente | 18.534.188,56 | 18.074.488,04 | 97,52% |
| | No Permanente | 7.796.197,99 | 6.938.069,87 | 88,99% |
| | TOTAL | 26.330.386,55 | 25.012.557,91 | 95,00% |
| 2017 | Permanente | 15.087.170,57 | 13.867.890,54 | 91,92% |
| | No Permanente | 5.256.801,37 | 5.226.417,81 | 99,42% |
| | TOTAL | 20.343.971,94 | 19.094.308,35 | 93,86% |
| 2018 | Permanente | 16.060.989,49 | 15.835.272,04 | 98,59% |
| | No Permanente | 1.866.366,81 | 1.306.531,77 | 70,00% |
| | TOTAL | 17.927.356,30 | 17.141.803,81 | 95,62% |
| 2019 | Permanente | 13.193.276,79 | 12.887.663,55 | 97,68% |
| | No Permanente | 3.227.762,82 | 1.807.877,90 | 56,01% |
| | TOTAL | 16.421.039,61 | 14.695.541,45 | 89,49% |
| 2020 | Permanente | 9.596.379,06 | 9.406.130,39 | 98,02% |
| | No Permanente | 3.968.715,03 | 3.390.463,03 | 85,43% |
| | TOTAL | 13.565.094,09 | 12.796.593,42 | 94,33% |
| 2021 | Permanente | 8.188.413,00 | 6.152.327,41 | 75,13% |
| | No Permanente | 964.371,79 | 152.242,54 | 15,79% |
| | TOTAL | 9.152.784,79 | 6.304.569,95 | 69,88% |

Fuente: Reportes Anuales Esigef diciembre 2008- 2019 y al 31 de octubre de 2021

Elaborado por: Dirección de Planificación, Seguimiento y Evaluación

Nota: Incluye el presupuesto de anticipo de ejercicios anteriores (998)

Como se puede apreciar, en el 2014 el Ministerio de Turismo registró la mayor cantidad de presupuesto codificado, con USD 74.796.797,69 de los cuales se devengó el valor de USD 68.133.240,59. El menor monto codificado se registra en el 2021 con USD 9.152.784,79, de los cuales se ha devengado USD 6.304.569,95 hasta el 31 de octubre de 2021.

En el año 2021, el Ministerio de Turismo cuenta con un presupuesto codificado de USD 9.152.784,79 (con corte a 31 de octubre de 2021), distribuido de la siguiente manera:

Tabla 4: Presupuesto MINTUR - 2021

| PROGRAMA | CUP | PROYECTO | MONTO CODIFICADO* |
|--|-----------------------|--|---------------------|
| 01. Administración Central | - | Gasto Permanente | 8.061.937,54 |
| | 30400000.1780.7402 | Programa de Reforma Institucional de la Gestión Pública | 53.100,00 |
| Subtotal Programa 01 | | | 8.115.809,48 |
| 55. Fomento al Desarrollo Turístico | 16510.0000.000.382671 | Desarrollo de Destinos y Servicios Turísticos | - |
| | 16510.0000.000.376675 | Fomento al emprendimiento turístico y mejoramiento de las MIPYMES turísticas de la TEA | 168.245,57 |
| | 165100000.0000.376632 | Implementación del Sistema Nacional de Señalización Turística | - |
| | - | Gasto Permanente | 467,04 |
| Subtotal Programa 55 | | | 168.712,61 |
| 56. Participación Económica del Turismo | 16510.0000.000.382657 | Inversión y clima de negocios | 743.026,22 |
| | 16510.0000.000.382673 | Innovación de Producto, Mercadeo Estratégico y Promoción Turística del Destino Ecuador | - |
| | - | Gasto Permanente | 126.008,42 |
| Subtotal Programa 56 | | | 869.034,64 |
| TOTAL PRESUPUESTO CODIFICADO 2021 | | | 9.152.784,79 |

Fuente: Reporte Esigef al 31 de octubre de 2021

Elaborado por: Dirección de Planificación, Seguimiento y Evaluación

Tal como se muestra en la Tabla No. 3 en el año 2021, el presupuesto del MINTUR fue asignado a tres macro programas presupuestarios, 89.46% de participación en el presupuesto es utilizado para cubrir gasto corriente y 10.54% para cubrir la programación anual de actividades dentro de cada uno de los proyectos de inversión o gasto no permanente.

Plan Anual Comprometido (PAC): En cumplimiento de las disposiciones emitidas por la Secretaría Nacional de Planificación, el Plan Anual Comprometido GPR del MINTUR es presentado en los plazos establecidos, mismo que cuenta con objetivos, estrategias, indicadores, metas y proyectos consolidados en un solo documento de planificación estratégica.

La gestión de la planificación se registra y monitorea a través del Sistema Gobierno por Resultados –GPR y SIPLANEIO, herramienta interna que permite vincular la planificación con el presupuesto pues debe ser concordante con el sistema financiero Esigef.

El seguimiento al plan institucional (corriente e inversión) se lo realiza de manera mensual y semestral respecto a su ejecución presupuestaria y cumplimiento de metas e indicadores.

Por otra parte, existen dos temáticas importantes en el ámbito de la Planificación que son:

Inclusión y participación ciudadana: El Ministerio de Turismo conformó su primer Consejo Ciudadano Sectorial de Turismo en el año 2012, el mismo que consta en el Acuerdo Ministerial No. 272, mismo que fue publicado en el Registro Oficial No. 839, del 27 de noviembre del 2012; luego de haberlo conformado se convocó a una reunión, en la que sus miembros levantaron las necesidades que requieren sean atendidas por parte del MINTUR y con ello contribuir a su mejor accionar en el sector.

En el 2015, con el fin de dar cumplimiento a lo estipulado en el Decreto Ejecutivo 656 “Reglamento para el funcionamiento de los Consejos Ciudadanos Sectoriales” se realizó la convocatoria para la reconfirmación el nuevo Consejo Ciudadano Sectorial de Turismo, iniciando sus funciones el 26 de octubre de 2015, el mismo concluyó en el 2019.

Mediante Acuerdo Ministerial No. 045 de 02 de diciembre de 2020, se expide una actualización al Reglamento para el funcionamiento del Consejo Ciudadano Sectorial de Turismo, el cual establece como corresponsables a la Coordinación General de Planificación y Gestión Estratégica y a la Dirección de Planificación y Desarrollo Territorial. En concordancia a las atribuciones establecidas en el Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos reformado, se ha iniciado el proceso de conformación del Consejo Ciudadano Sectorial de Turismo para el periodo 2021- 2025.

Seguimiento

Con Acuerdo Ministerial Nro. 2020-014 de 08 de junio de 2020 se emite la aprobación al nuevo Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos del Ministerio de Turismo, en el cual se unifican la Dirección de Seguimiento y Evaluación y la Dirección de Planificación e Inversión formando la Dirección de Planificación, Seguimiento y Evaluación.

El objetivo principal del seguimiento actual es encaminar a las unidades administrativas al cumplimiento de la planificación estratégica mediante la emisión de alertas y de informes a las autoridades con la finalidad de que se tomen decisiones oportunas que permitan alcanzar los resultados y objetivos propuestos a nivel institucional.

a) Norma técnica del Sistema Nacional de Planificación Participativa

Publicada con Acuerdo Ministerial Nro. SNP-SNP-2021-0006-A de 29 de septiembre de 2021, establece en el artículo 46:

“Seguimiento a los planes institucionales.- El seguimiento a los planes institucionales de las entidades del sector público previstas en la Constitución de la República, excepto los Gobiernos Autónomos Descentralizados, se hará de acuerdo a las guías metodológicas, directrices y lineamientos que emita el ente rector de la planificación nacional.

Art. 47.- Alcance del seguimiento a los planes institucionales.- El seguimiento a la Planificación Institucional se enfocará en la planificación del nivel estratégico de las entidades del sector público (...)

Art. 48.- Actores del seguimiento a los planes institucionales.- Las entidades del sector público (...) serán responsables de entregar la información del avance al cumplimiento de los planes institucionales, con base en los lineamientos y metodologías definidos por el ente rector de la planificación nacional.

Art. 49.- Productos del seguimiento a los planes institucionales.- El ente rector de planificación nacional elaborará informes periódicos sobre los resultados del seguimiento al avance de cumplimiento de los Planes Institucionales, generando las respectivas alertas”.

3.1.2 Servicios de la Institución

Los servicios que se detallan a continuación corresponden a aquellos que el Ministerio de Turismo brinda en la actualidad, estos fueron aprobados por el Ministerio de Trabajo.

Tabla 5: Servicios del Ministerio de Turismo

| Código | Servicio | Usuario del servicio | Responsable | Estado |
|-------------------|---|---|--|-----------|
| MINTUR-001 | Regulación del Sector Turístico | Establecimientos que ejercen las siguientes actividades: Alimentos y Bebidas, Alojamiento, Hipódromos y Parques de atracciones Estables; Transporte Turístico, Centros Turísticos Comunitarios, Operación e Intermediación y Guías Turísticos Gobiernos Autónomos Descentralizados | Dirección de Acreditación y Control Dirección de Asesoría Jurídica Dirección Financiera Unidad de Acreditación y Control Zonal Unidad Jurídica Zonal Unidad Administrativa Financiera Zonal | Operación |
| MINTUR-002 | Protección al Usuario de Servicios Turísticos | Ciudadanía / Comunidad Empresas Públicas Gobiernos Autónomos Descentralizados | Dirección de Protección al Usuario de Servicios Turísticos Unidad Jurídica Zonal | Operación |

| Código | Servicio | Usuario del servicio | Responsable | Estado |
|------------|---|----------------------------|--|-----------|
| MINTUR-003 | Gestión y Desarrollo de Destinos Turísticos | Ciudadanía / Comunidad | Dirección de Fomento | Operación |
| | | Industria turística | Dirección de Información Turística y | |
| | | Academia | Análisis Económico | |
| | | Gremios Asociados | Dirección de Productos y Destinos | |
| | | Gobiernos | Unidad de Desarrollo y Competitividad | |
| MINTUR-004 | Gestión de Calidad, Capacitación y Asesoría | Autónomos Descentralizados | Turística Zonal | Operación |
| | | Ministerios | Dirección de Acreditación y Control | |
| | | Secretarías Nacionales | Dirección de Fomento Turístico | |
| | | | Dirección de Inteligencia de Mercados | |
| | | | Dirección de Inversiones y Conectividad | |
| | | | Dirección de Normativa | |
| | | | Dirección de Promoción y Mercadeo | |
| | | | Dirección de Protección al Usuario de Servicios Turísticos | |
| | | | Dirección Financiera | |
| | | | Unidad de Acreditación y Control Zonal | |
| MINTUR-005 | Generación de la Oferta y Mercados Turísticos | Ciudadanía / Comunidad | Unidad de Desarrollo y Competitividad Turística Zonal | Operación |
| | | | | |
| MINTUR-006 | Promoción de la Oferta Turística | Ciudadanía / Comunidad | Dirección de Información y Medios Digitales Dirección de Promoción y Mercadeo | Operación |

Fuente: Taxonomía de Servicios aprobada por el Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información (julio 2021)

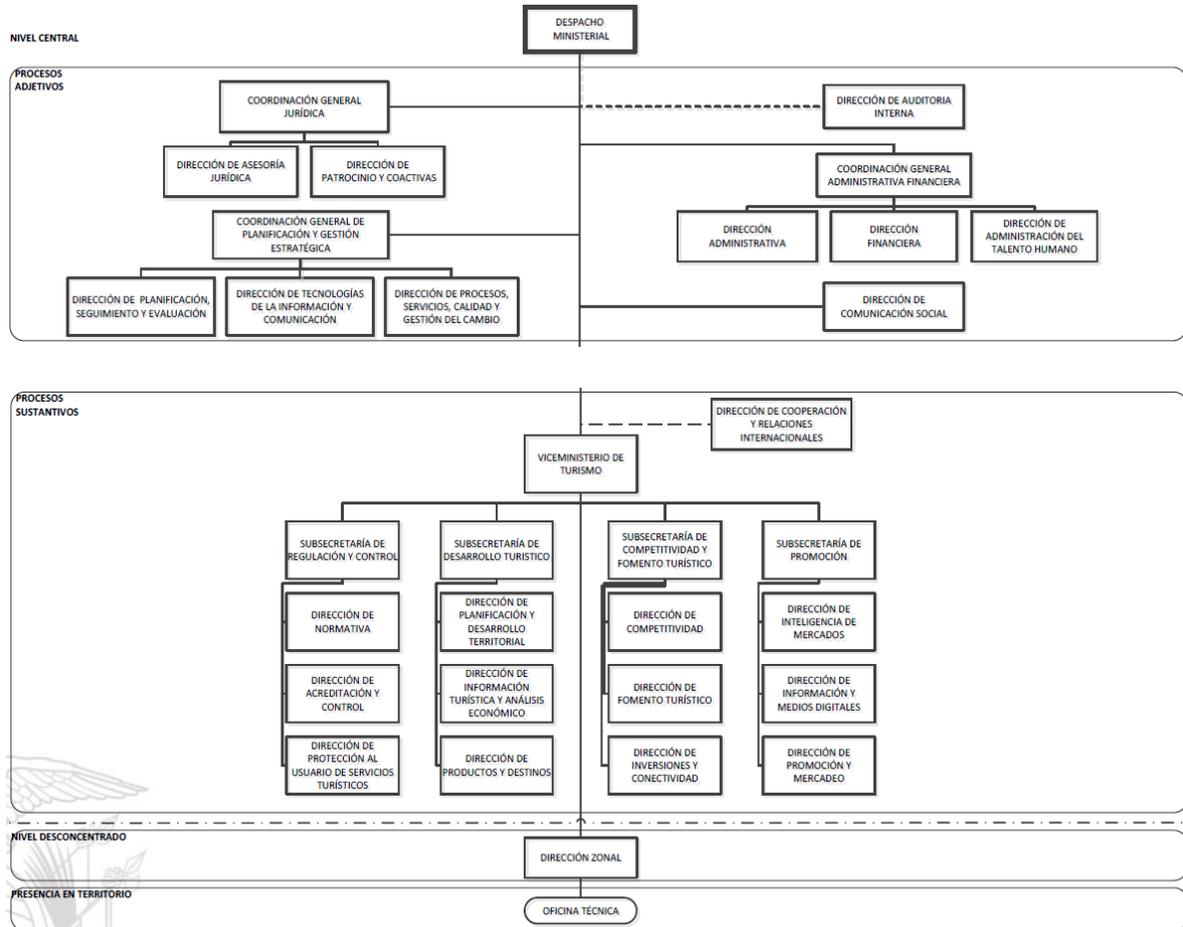
Elaborado por: Dirección de Procesos, Servicios, Calidad y Gestión del Cambio

3.1.3 Estructura Organizacional

Con Acuerdo Ministerial Nro. 2020-014 de 08 de junio de 2020 se emitió la aprobación al nuevo Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos del Ministerio de Turismo, con la siguiente estructura orgánica institucional a nivel central y desconcentrada

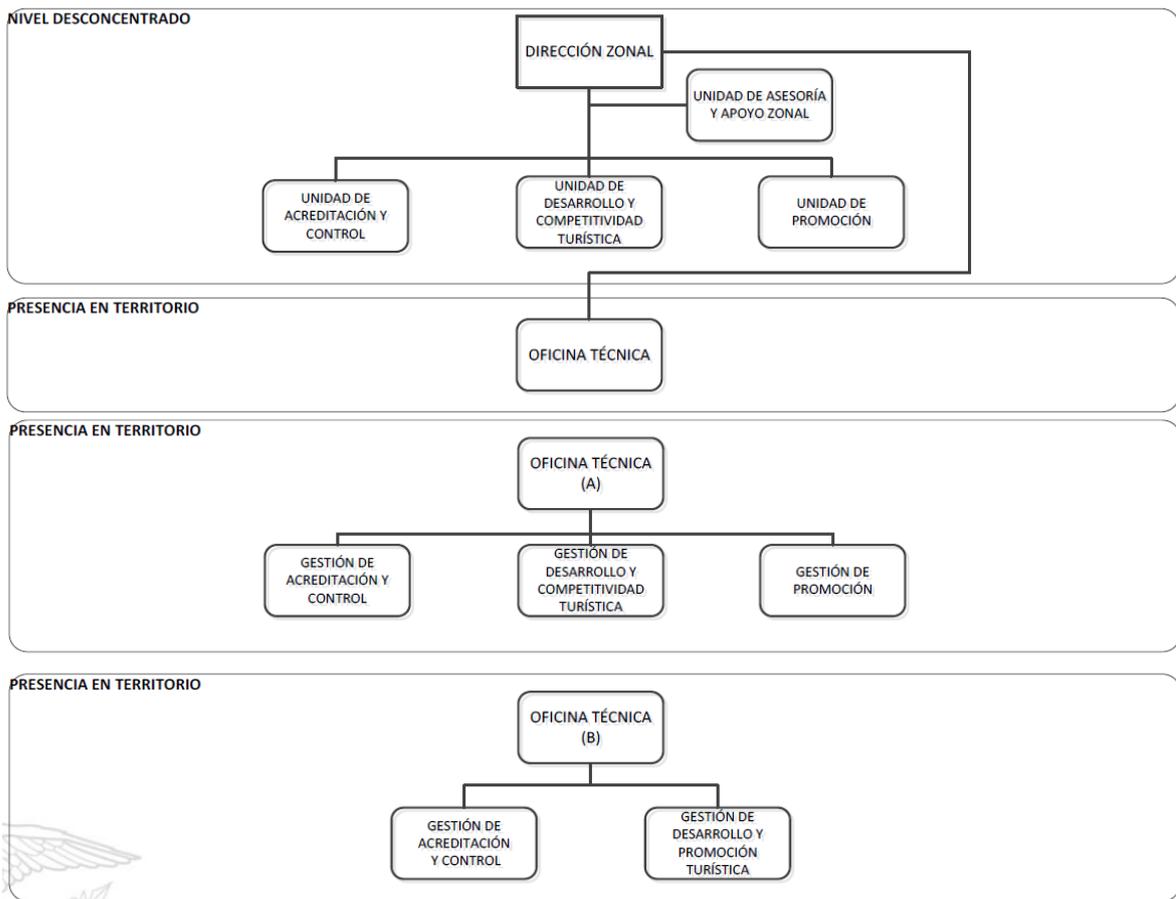
El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística en el Ecuador en la actualidad y está presente en las cuatro regiones del país, representado por la Dirección Zona 1, Dirección Zona 6, Dirección Zona 8 y Dirección Zona Insular, las que cubren la totalidad de las provincias, alineado a la estrategia de planificación nacional.

Gráfico 2: Estructura Organizacional



Fuente: Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos MINTUR, año 2020

Gráfico 3: Estructura Organizacional Nivel Desconcentrado



Fuente: Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos MINTUR, año 2020

3.1.4 Talento Humano

En el ámbito de la administración del talento humano, el Ministerio de Turismo desarrolla sus actividades con base a la normativa dictada por el Ministerio de Trabajo como ente rector en temas laborales y organizacionales, en este aspecto damos cumplimiento a las directrices normadas para los subsistemas de Talento Humano a través de los procesos contemplados en el Estatuto Orgánico de Gestión Institucional por Procesos expedido mediante Acuerdo Ministerial Nro. 2020-014, de 08 de junio de 2020.

Es importante mencionar que el MINTUR en el año 2020 realizó un proceso de optimización y racionalización del talento humano con la finalidad de cubrir las necesidades institucionales desvinculando a varios servidores de nivel operativo de esta Cartera de Estado.

Así también, se encuentra en aplicación una política de austeridad institucional desde talento humano, como la subrogación y/o encargo de los puestos del nivel jerárquico superior al mismo

nivel, con el propósito de no generar mayor impacto presupuestario, acciones que han permitido disminuir el déficit inicial por concepto de nómina institucional.

Actualmente el Ministerio de Turismo cuenta con una nómina de personal de 341 funcionarios (gasto corriente e inversión) de los cuales 212 laboran en áreas gobernantes y sustantivas lo cual representa un 62,17% del total y 129 en áreas adjetivas, equivalente a 37.83%. Respecto al tipo de contratación, de los 341 funcionarios, 293 laboran a través de LOSEP y 48 regidos por el Código de Trabajo.

3.1.5 Tecnologías de la Información y Comunicaciones

31

Los sistemas internos y externos en los cuales el Ministerio de Turismo brinda su servicio diario, se detallan a continuación:

Tabla 6: Sistemas Internos Propios

| SISTEMAS INTERNOS PROPIOS DEL MINISTERIO DE TURISMO | |
|---|---|
| Nombre | Descripción |
| AUTOGESTIÓN | Sistema de Registro de Ingresos por Autogestión para los Módulos de EcoDelta y Potencia Turística |
| GLPI | Sistema de Inventario Informático |
| ITSM | Mesa de Ayuda Servicio de Gestión de Tickets para el servicio técnico. |
| OCS INVENTORY | Sistema de Inventario de Equipos |
| PNCT / MOODLE | Sistema de Capacitaciones |
| SIETE | Sistema de Información Estratégica para el Turismo del Ecuador. |
| | Módulo de Guianza. |
| SIIT | Sistema Integrado de Información Turística |
| SIPLANE0 | Sistema de Planificación y Ejecución Operativa Anual |
| CONTACTOS | Sistema de Registro de Contactos |
| SEGUIMIENTO DE CONVENIOS | Sistema Seguimiento de Convenios |
| ALIMENTOS Y BEBIDAS | Sistema SIETE |
| SISTEMA DE TURISMO INTELIGENTE | Sistema SITURIN |
| | <input type="checkbox"/> Módulo de Alojamiento |
| | <input type="checkbox"/> Módulo de Alimentos y Bebidas |
| | <input type="checkbox"/> Módulo de Operación e Intermediación |
| | <input type="checkbox"/> Módulo GAD |
| | <input type="checkbox"/> Módulo de Actualización Técnico Acreditación y Control |
| <input type="checkbox"/> Módulo de Catastro | |
| SISTEMAS EXTERNOS USADOS POR EL MINISTERIO DE TURISMO | |
| TABLEAU | Sistema Estadístico |
| DSM | Sistema de Registro de Documentación |
| ZIMBRA | Servicio de Correo Electrónico |

| | |
|--|---|
| ALFRESCO | Sistema de Gestión Documental y Gestor de Contenidos para MINTUR |
| ASISTENCIA | Sistema de Control de Asistencia |
| ROL DE PAGOS | Sistema de Carga de Roles de Pago |
| INTRANET | Intranet Institucional |
| PORTAL DE SERVICIOS | Portafolio de Servicios del Ministerio de Turismo |
| PLATAFORMA DE VIDEOCONFERENCIAS WEBEX | Plataforma para la comunicación y reuniones virtuales de uso del personal del Ministerio de Turismo |
| SISTEMAS EXTERNOS AL MINISTERIO DE TURISMO DE USO INSTITUCIONAL | |
| QUIPUX | Sistema de Gestión Documental |
| GPR | Sistema de Gobierno por Resultados |
| ESIGEF | Sistema Integrado de Gestión Financiera |
| INFODIGITAL - DATO SEGURO | Plataforma gubernamental donde se aloja la información publicada |

Fuente: Informe de Diagnóstico Dirección de TIC

Elaborado por: Dirección de TIC 2021

En la actualidad, las Tecnologías de la Información y Comunicaciones representan el motor para el funcionamiento de cualquier tipo de Institución, mucho más si la entidad es la responsable por su rectoría, de cierto sector, tal es el caso del Ministerio de Turismo que debe velar por el buen servicio al sector turístico, para lo cual requiere de la provisión de recursos tecnológicos que optimicen la respuesta ministerial a la ciudadanía.

3.1.6 Procesos, Servicios, Calidad y Gestión del Cambio

Procesos

A la fecha, el ministerio cuenta con 127 procesos sustantivos y 118 procesos adjetivos; con el insumo del levantamiento de procesos realizado durante el año 2020, en año 2021 se actualizaron los planos de servicios institucionales que evidencian la vinculación de las atribuciones de las unidades en la prestación de los seis servicios institucionales que presta esta Cartera de Estado al ciudadano, beneficiario y/o usuario.

Durante el año 2021, se realizan acciones que permitan fortalecer y estandarizar los procesos sustantivos mediante la elaboración de manuales de procesos donde consta el detalle de acciones que realizan las unidades para cumplir con sus competencias; con corte al mes de noviembre de 2021 se cuenta con 75 manuales con la meta para el presente año está que es en 95.

La conformación del Comité de Gestión de Calidad del Servicio y el Desarrollo Institucional, se encuentra dispuesto en el artículo 138 del Reglamento General a la Ley Orgánica del Sector Público (LOSEP); y en la Norma Técnica para la Mejora Continua e Innovación de Procesos y Servicios, en donde define también que, éste tendrá la responsabilidad de proponer, monitorear y evaluar la aplicación de las políticas, normas y prioridades relativas al mejoramiento de la eficiencia institucional.

En cumplimiento a esta disposición, para los años, 2015, 2016, 2017, 2018 y 2019, se suscribe el “Acta de Conformación del Comité de Gestión de Calidad de Servicios y Desarrollo Institucional del Ministerio de Turismo”, presidido por la máxima autoridad de dichas administraciones; para el año 2021, se continuará con la conformación del citado comité.

La conformación del referido comité fue ratificado por el Sr. Ministro de Turismo con memorando Nro. MT-MT-2021-0132-M de 28 de julio de 2021.

Taxonomía de Servicios

Durante el 2018, el Ministerio de Turismo realizó el levantamiento de la Taxonomía de Servicios (clasificación u organización de trámites en grupos por características comunes y requisitos diferentes) en la que se identificaron, 3 competencias, 6 servicios, 28 casos y 123 trámites institucionales, dicha información en su momento reportada al Ministerio de Telecomunicaciones a través del sistema GOB.EC, sirvió como línea base para el año 2021, que se ha dado cumplimiento a la Norma Técnica de Eliminación de Trámites Administrativos, optimizando 50 trámites en la taxonomía elaborada respecto al 2018.

El listado de trámites institucionales del Ministerio de Turismo, publicado el 30 de septiembre de 2021 paso de 123 a 73 trámites aprobados en todas sus fases de eliminación por el Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, institución rectora en materia de Simplificación de Trámites. Dicho listado puede ser verificado en el siguiente link: <https://www.gob.ec/mintur>

El proceso de selección de nuevos trámites por consolidación, nombres, descripciones, requisitos, procedimientos y formularios asociados fue liderado por la Dirección de Procesos, Servicios, Calidad y Gestión del Cambio en coordinación con todas las unidades responsables

de los trámites administrativos; en estricto apego a la normativa vigente y al cronograma establecido por el ente rector.

Evaluación de la Calidad de los Servicios y Procesos Institucionales

De acuerdo al Reglamento General a la Ley Orgánica del Servicio Público – LOSEP, que en su artículo 138 establece proponer, monitorear y evaluar la aplicación de las políticas, normas y prioridades relativas al mejoramiento de la eficiencia institucional; la Norma Técnica del Subsistema de Evaluación del Desempeño expedida mediante Acuerdo Ministerial No. 41, publicado el 10 de abril de 2018 señala en su artículo 12 que para realizar de evaluación del desempeño de los servidores públicos de todas las instituciones del Estado, se considera como uno de los factores la evaluación de los niveles de satisfacción de usuarios externos.

34

La Guía metodológica para la medición y evaluación de la percepción de la calidad de los servicios públicos, establece se realicen la medición y evaluación de la percepción de la calidad de los servicios públicos, misma que será parte del indicador homologado “Satisfacción de la calidad de los servicios” dispuesto por el Ministerio de Trabajo, de cumplimiento obligatorio y reportado por la máxima autoridad de esta Cartera de Estado.

En este sentido y en apego a la atribución establecida mediante Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos del Ministerio de Turismo a la Coordinación General de Planificación y Gestión Estratégica, que señala *“Dar seguimiento la administración por procesos, gestión de la calidad de la institución y tecnologías de la información y comunicación”*, la Dirección de Procesos, Servicios, Calidad y Gestión del Cambio, a través de los funcionarios que tienen contacto directo con el usuario, aplica permanente la “Encuesta de Satisfacción de los Servicios del Ministerio de Turismo” a los usuarios que son atendidos por esta Cartera de Estado, en la búsqueda de mejoras en la calidad de prestación de servicios del Ministerio de Turismo. Dicha información es tabulada y monitoreada con corte mensual; y, puesta en conocimiento de las unidades de la institución.

A partir del segundo semestre del año 2021, se implementó además el análisis a detalle de las observaciones remitidas por los usuarios en las encuestas, esta información, adicional a la cantidad de encuestas y calificaciones obtenida, son remitidas las unidades para que se realicen acciones correctivas al respecto. La meta para el 2022 es reducir la incidencia de posibles quejas remitidas por los usuarios en las encuestas, respecto a la prestación de servicios.

Comité de Transparencia

El Comité de Transparencia del Ministerio de Turismo se basa en lo dispuesto en la Resolución No. 007-DPE-CGAJ de fecha 15 de enero de 2015, emitida por la Defensoría del Pueblo, en la cual resuelve “*Expedir los parámetros técnicos para el cumplimiento de las obligaciones de transparencia activa establecidas en el Art. 7 de la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública – LOTAIP*”. Esta resolución, entre sus características más importantes, indica lo referente a los Comités de Transparencia, señalando que las autoridades de las entidades poseedoras de la información pública, deberán establecer mediante acuerdo o resolución la conformación del Comité de Transparencia así como su integración y funciones.

35

En base a la Resolución indicada, se emite el Acuerdo Ministerial 2015 0030 de 26 de marzo de 2015, en el cual se crea el Comité de Transparencia del Ministerio de Turismo integrado por los titulares dueños de la información, quedando su conformación de en:

- Coordinadora General Administrativa Financiera (Literales a1, a3, b1, b2, c, e, g, i, j, n y l)
- Coordinador General de Planificación y Gestión Estratégica (Literales a4 y k)
- Coordinador General de Asesoría Jurídica (Literal a2)
- Subsecretaría de Promoción Turística (Literales d, f1, f2, o y m)

Se nombra en calidad de Presidente del Comité de Transparencia del MINTUR, a la Subsecretaría de Promoción Turística y al Coordinador General de Asesoría Jurídica, en calidad de Secretario del Comité de Transparencia de la institución.

Dentro de las responsabilidades del Comité de Transparencia del Ministerio de Turismo está la recopilación, revisión y análisis de la información, así como la aprobación y autorización para publicar dicha información en los link de transparencia de los sitios web institucionales y, la elaboración y presentación del informe anual a la Defensoría del Pueblo, sobre el cumplimiento del derecho de acceso a la información pública. Además, el Presidente del Comité de Transparencia se obliga a presentar un informe mensual que certifique el cumplimiento de las obligaciones dispuestas por la LOTAIP, las alertas respecto a particularidades que requieran la toma de decisiones o correctivos, dicho informe incluirá la puntuación obtenida por la Institución producto de la autoevaluación realizada.

Con Acuerdo Ministerial Nro. 2016 0019 de fecha 12 de abril de 2016, se realiza una modificación al Acuerdo Ministerial 2015 0030, en la conformación del Comité de Transparencia del MINTUR quedando de la siguiente manera:

- Coordinación General Administrativa Financiera (Literales a1, a3, b2, c, d, e, f1, f2, g, i, j, l y n)
- Coordinación General de Planificación y Gestión Estratégica (Literales a4, b1, k, m y o)
- Coordinación General de Asesoría Jurídica (Literal a2)
- Dirección de Auditoría Interna (Literal h)

Fungirá como Presidente del Comité de Transparencia del Ministerio de Turismo, el Coordinador General de Planificación y Gestión Estratégica y, se nombra a la Coordinadora General de Asesoría Jurídica en calidad de Secretaria del Comité de Transparencia de la Institución.

Hasta la fecha actual el Comité de Transparencia ha cumplido con las obligaciones encomendadas por la LOTAIP y ha emitido los respectivos informes a la máxima autoridad del Ministerio de Turismo, referente a la autoevaluación por la información publicada mensualmente en la página web institucional dentro del módulo de transparencia.

4 ANÁLISIS SITUACIONAL

4.1 ANÁLISIS DE CONTEXTO – MACROENTORNO

Se detalla en los siguientes párrafos una breve descripción y análisis de los factores externos en los campos económicos, sociales, tecnológicos, culturales, laborales y propios del sector, que influyen en el desarrollo de las funciones institucionales.

4.1.1 Contexto Económico

El turismo contribuye al desarrollo y dinamización económica, tiene impacto en el área social y cultural de los países, se orienta hacia un proceso incluyente y de sostenibilidad ambiental, genera empleo y mejora la calidad de vida de la población de los territorios turísticos, fortalece los emprendimientos, crea infraestructura, etc. Entre las industrias que se benefician en forma directa del turismo, además de las características del sector como son alojamiento, servicio de comidas y bebidas, transporte y agencias de viajes, se encuentran las industrias conexas, esto es, comercio al menor y servicios de intermediación financiera y seguros, y en forma adicional hay otras industria que también se benefician, tales como las actividades inmobiliarias, los servicios

de telefonía celular, servicios de salud, publicidad, entre otras, es decir existe un beneficio para todas las industrias que participan en la cadena de valor del turismo, que son quienes suministran los insumos para la producción de bienes y servicios que demandan los visitantes.

Se evidencia claramente el impacto que tuvo la pandemia del COVID-19 en el país en general, y en el turismo en particular, en donde cambió el panorama económico del sector y anuló las condiciones para su funcionamiento.

De acuerdo a cifras del Consejo Mundial de Viajes y Turismo – WTTC-, en el año 2020 el turismo contribuyó con el 5,5% del PIB mundial, además de generar uno de cada 11 empleos en el mundo.

Gráfico 4: Llegadas de turistas internacionales por región, 2019



Fuente y Elaboración: OMT Informe Panorama de turismo internacional, Edición 2020

Los 10 principales destinos reciben el 40% de las llegadas mundiales se detallan a continuación.

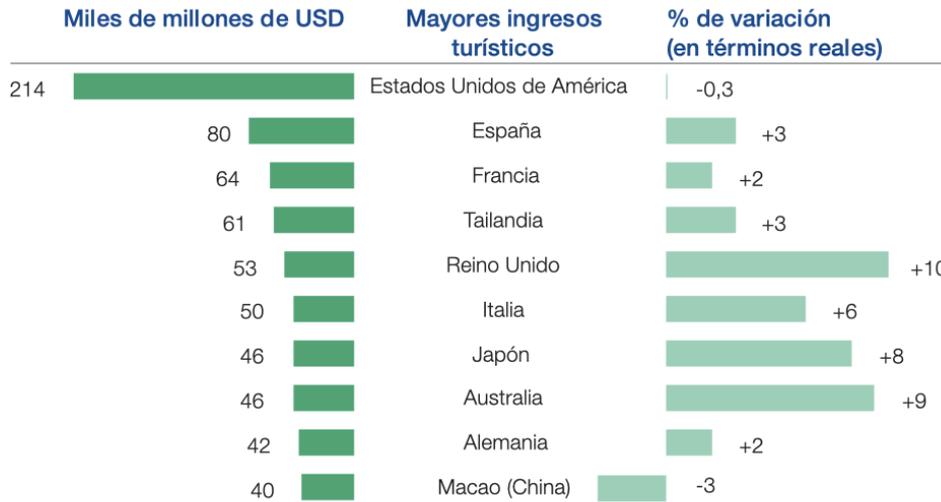
Gráfico 5: Diez destinos principales por llegadas de turistas internacionales, 2019



Fuente y Elaboración: OMT Informe Panorama de turismo internacional, Edición 2020

De acuerdo a la dinámica del turismo en los últimos años y a las movilizaciones de personas a nivel mundial, las acciones de promoción y comercialización que se han desarrollado han marcado que los Estados Unidos sea quién más ingresos por turismo ha recibido, aproximadamente 214 miles de millones de dólares en 2019.

Gráfico 6: 10 primeros países por ingreso de turismo internacional, 2019



Fuente y Elaboración: OMT Informe Panorama de turismo internacional, Edición 2020

Contribución del turismo a la economía ecuatoriana

En 2020, se estima que el turismo contribuye de manera directa con el 1,2% del PIB nacional -valoración corriente-, en este contexto, según datos obtenidos del WTTC, en el año 2020 la industria del turismo en Ecuador contribuyó en forma total –directa, indirecta e inducida- con el 2% a la economía nacional y aportó con 304.600 plazas de empleo en el sector turístico.¹

De la misma manera, en cuanto a la llegada de extranjeros al país en el año 2020, se registraron 468.894, es decir que por efectos de la pandemia del COVID-19 existió una disminución del 77,1% respecto a las llegadas contabilizadas en 2019.²

Durante el período 2010-2020 el sector turístico del Ecuador, medido por la participación del gasto de consumo del turismo receptor³ en el Producto Interno Bruto (PIB), refleja la menor participación en el año 2020 al registrar 0,7% al alcanzar un gasto de consumo de turismo receptor de USD 704,7 millones dentro de la balanza de servicios.

¹Ecuador – Investigación anual WTTC

²Instituto Nacional de Estadística y Censos

³ Es el conjunto del gasto realizado por el colectivo de visitantes no residentes (entrante o receptor) en la economía de referencia.

Tabla 7: Participación porcentual del consumo turístico receptor en el PIB
Período: 2010-2020

| Año | Consumo Turístico Receptor Millones USD | PIB Millones USD | Participación % en el PIB |
|------|--|---------------------|------------------------------|
| 2010 | 786,6 | 69.555,4 | 1,1 |
| 2011 | 849,7 | 79.276,7 | 1,1 |
| 2012 | 1.038,8 | 87.924,5 | 1,2 |
| 2013 | 1.251,2 | 95.129,7 | 1,3 |
| 2014 | 1.487,2 | 101.726,3 | 1,5 |
| 2015 | 1.557,4 | 99.290,4 | 1,6 |
| 2016 | 1.728,9 | 99.937,7 | 1,7 |
| 2017 | 2.018,4 | 104.295,9 | 1,9 |
| 2018 | 2.279,3 | 107.562,0 | 2,1 |
| 2019 | 2.287,5 | 108.108,0 | 2,1 |
| 2020 | 704,7 | 98.808,0 | 0,7 |

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Dirección de Información Turística y Análisis Económico

De igual manera, la participación relativa del gasto de consumo turístico receptor en el valor de las exportaciones de servicios, representa alrededor del 39% en 2020, lo cual muestra una cifra inferior a la registrada en el año 2019 que superó el 68%. En contrapartida, la participación del gasto turístico emisor en el valor de las importaciones de servicios representa el 19% en 2020, participación menor a la contabilizada en 2019 que fue del 40%.

El turismo se convirtió en una de las principales actividades generadoras de divisas en el país, hasta el año 2019 se ubicó como la tercera fuente de ingresos no petroleros, sin embargo al año 2020 se desplaza al sexto lugar.

En el año 2020, en lo que respecta a los productos de exportación de Ecuador (petroleros y no petroleros) que generan más divisas para el país, en primer lugar se ubica la exportación de petróleo crudo con el 22%, seguido de la industria del camarón y la del banano y plátano con el 18% que les ubican en segundo y tercer lugar, y en séptimo lugar, el TURISMO con el 3%, siendo superado por otros productos del mar, flores naturales y cacao que ocupan la cuarta, quinta y sexta posición en su orden.

Tabla 8: Ingreso de divisas por concepto de exportaciones

| Rubro de exportación (Millones de USD) | 2019 | 2020 |
|---|----------|----------|
| Petróleo Crudo | 7.731,16 | 4.684,79 |
| Camarón | 3.890,53 | 3.823,53 |
| Banano y plátano | 3.295,16 | 3.668,99 |

| | | |
|------------------------------------|----------|----------|
| Otros productos elaborados del mar | 1.221,81 | 1.217,62 |
| Flores naturales | 879,78 | 827,14 |
| Cacao | 656,70 | 815,50 |
| Turismo | 2.287,53 | 704,67 |
| Derivados de petróleo | 948,40 | 565,58 |
| Otros | 3.705,90 | 4.623,40 |

Fuente: Banco Central del Ecuador – Balanza de Pagos

Elaborado por: Dirección de Información Turística y Análisis Económico – MINTUR

Estas cifras muestran la dependencia estructural de la economía ecuatoriana de la producción de bienes primarios y por tanto su orientación primaria exportadora reflejada tanto en el mercado interno como en el extranjero. En tal sentido, es importante reducir la dependencia de las actividades extractivas y fortalecer el aparato productivo local mediante el fomento de industrias de servicios, intensivas en el uso de conocimiento, con márgenes de utilidad superiores a otras industrias y generadoras de empleo como lo son las actividades características del turismo.

Por otro lado, el turismo como generador de empleo en 2020 registró 462.964 plazas de trabajo, en las actividades de alojamiento y servicios de alimentos y bebidas.

Así mismo, se contabilizó en la balanza turística en términos económicos, que el gasto realizado por los residentes en el exterior, en su conjunto, es menor al gasto total efectuado por los no residentes en el país. Al relacionar el ingreso y egreso de divisas por turismo al año 2020 se observa que la balanza turística tiene saldo positivo de USD 171,4 millones de dólares, cifra inferior a la registrada en 2019 que alcanzó un saldo neto de 637,5 millones de dólares.

Es necesario señalar que el saldo de la Balanza Turística en el año 2020 tiene un considerable decrecimiento del 73,1% respecto al año anterior, esto se atribuye a la medida de suspensión de todos los vuelos de compañías de aviación de transporte de pasajeros desde destinos internacionales hacia el Ecuador, del 17 de marzo a junio de 2020 por la emergencia originada por el COVID-19.

Tabla 9: Balanza Turística

| Año | Ingreso de divisas por turismo | Egreso de divisas por turismo | Saldo Millones |
|------|--------------------------------|-------------------------------|----------------|
| | Millones USD | Millones USD | USD |
| 2015 | 1557,37 | 993,91 | 563,46 |
| 2016 | 1728,86 | 1454,00 | 274,86 |
| 2017 | 2018,37 | 1462,87 | 555,50 |
| 2018 | 2279,25 | 1523,26 | 755,99 |

| | | | |
|------|---------|---------|--------|
| 2019 | 2287,53 | 1650,06 | 637,47 |
| 2020 | 704,67 | 533,24 | 171,43 |

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Dirección de Información Turística y Análisis Económico

Se estima que el incremento de divisas en el sector turismo puede explicarse al menos en un 70% por el comportamiento en la llegada de visitantes y un 30% por cambios en el nivel de gasto.

Es importante señalar que las industrias de alojamiento y servicio de comidas se ubican dentro de los sectores denominados motor de la economía nacional, esto es, con mayores encadenamientos hacia atrás que hacia adelante. Por lo que dichas industrias vinculadas al turismo, requieren grandes cantidades de insumos del resto de sectores económicos para su proceso productivo y proveen pocos insumos al resto de sectores.

Dentro de la Balanza de Servicios, los rubros de transporte de pasajeros y viajes conformaron alrededor del 40 % de las exportaciones de servicios en el año 2020. De igual manera, el ingreso de divisas por exportación de servicios llegó a USD 1,779.5 millones.⁴

Flujos migratorios en Ecuador

Los flujos de entradas de extranjeros al país y salidas de ecuatorianos al exterior muestran una balanza negativa para el Ecuador de – 51.461 a 2020, con un total de 456.634 ingresos sin considerar llegadas de ciudadanos venezolanos al país vs 508.095 salidas.⁵

En el año 2019, se registraron 1'534.708 llegadas de extranjeros por nacionalidad mientras que se contabilizaron 1'544.708 salidas de ecuatorianos al exterior, generando una balanza negativa de -10.000, sin considerar llegadas de ciudadanos venezolanos.⁶

4.1.2 Contexto Social

El Turismo contribuye a la reducción de la pobreza a través de la creación de puestos de trabajo, durante el período 2013-2020, se registra un incremento en las plazas de empleo del 31% al pasar de 353.913 a 462.964 personas empleadas en las actividades de alojamiento y servicio de comidas.

⁴Balanza de Pagos – Servicios – Banco Central del Ecuador.

⁵Instituto Nacional de Estadística y Censos

⁶Instituto Nacional de Estadística y Censos

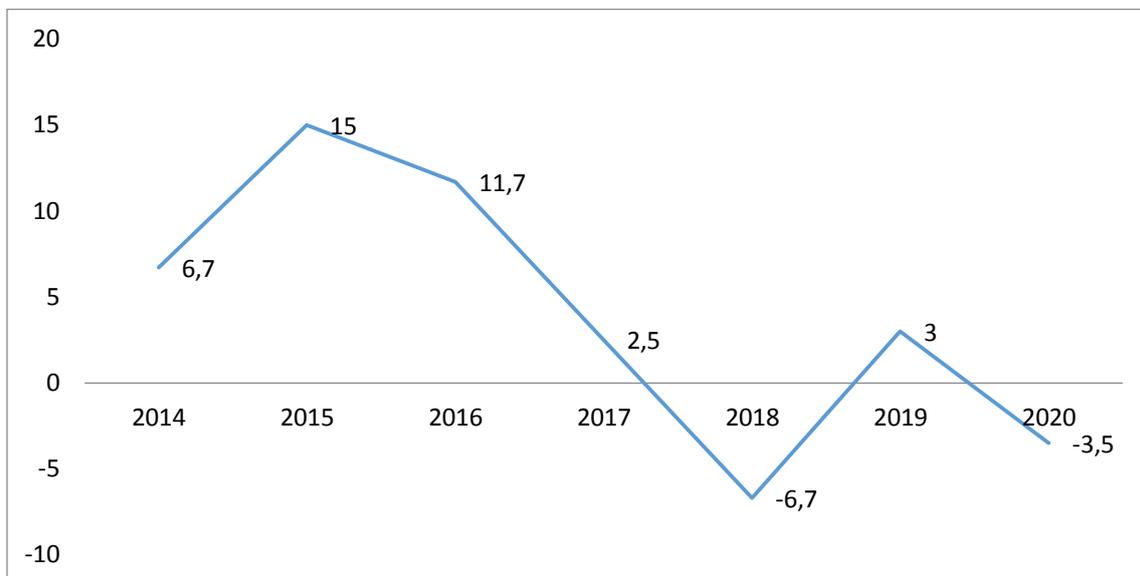
Tabla 10: Empleo en actividades turísticas

| Año | Empleo Directo | Variación % |
|------|----------------|-------------|
| 2014 | 377.633 | |
| 2015 | 434.249 | 14,99 |
| 2016 | 484.884 | 11,66 |
| 2017 | 496.833 | 2,46 |
| 2018 | 463.320 | -6,75 |
| 2019 | 477.382 | 3,04 |
| 2020 | 462.964 | -3,02 |

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaboración: Dirección de Información Turística y Análisis Económico – Subsecretaría de Desarrollo Turístico – Ministerio de Turismo

Gráfico 7: Evolución anual del empleo en actividades turísticas (variación % anual)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaboración: Dirección de Información Turística y Análisis Económico – Subsecretaría de Desarrollo Turístico – Ministerio de Turismo

El desarrollo de MIPYMES contribuye a un empleo inclusivo y además, es un factor que ayuda a reducir la desigualdad económica. De acuerdo al Catastro Nacional de Establecimientos Turísticos 2020, de 24.392 establecimientos registrados son microempresas 21.756 (89,2%), son pequeñas empresas 2.535 (10,4%), 92 son medianas empresas (0,4%) y 9 (0,04%) son grandes empresas.

El turismo y empleo por género

Según la Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo -ENEMDU- realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC, en el año 2020, estuvieron empleadas en actividades de Alojamiento y Servicios de Comida 462.964 personas, desagregados entre 302.929 (65,4%) mujeres y 160.035(34,6%) hombres. La proporción mujeres-hombres en estas actividades se ha mantenido relativamente estable a través del tiempo, por lo menos en los últimos cuatro años.

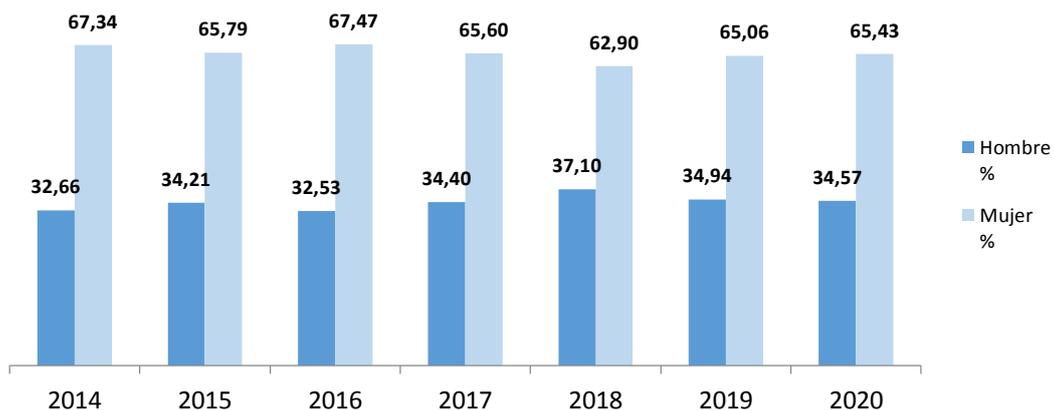
Tabla 11: Empleo en actividades turísticas según sexo

| Año | Hombres | Mujeres |
|------|---------|---------|
| 2014 | 123.330 | 254.303 |
| 2015 | 148.550 | 285.699 |
| 2016 | 157.714 | 327.170 |
| 2017 | 170.931 | 325.902 |
| 2018 | 171.879 | 291.441 |
| 2019 | 166.794 | 310.588 |
| 2020 | 160.035 | 302.929 |

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaboración: Dirección de Información Turística y Análisis Económico – Subsecretaría de Desarrollo Turístico – Ministerio de Turismo

Gráfico 8: Participación porcentual (%) del empleo en actividades turísticas según sexo



Fuente: Base de datos ENEMDU – INEC.

Elaboración: Dirección de Información Turística y Análisis Económico – Subsecretaría de Desarrollo Turístico – Ministerio de Turismo

El Turismo y el empleo juvenil

De acuerdo a la ENEMDU al cuarto trimestre de 2020, los empleados en todas las actividades económicas en el país registran como edad promedio 31 años, en tanto que en las actividades de alojamiento y servicios de comida el promedio de edad asciende a 38 años.

El Turismo y la diversidad étnica cultural

De acuerdo a la ENEMDU, los empleados se auto identifican en el año 2020, como indígena 10.906 (2,36%) afro ecuatoriano o afro descendiente 14.093 (3,04%), negro, 8.665 (1,87%) mulato 10.691 (2,31%) montubio 28.213 (6,09%) mestizo 383.121 (82,75%) y blancos 7.274 (1,57%).

Tabla 12: Empleados en actividades turísticas según grupo étnico cultural

| Año | Indígena | Afroecuatoriano/a | Negro/a | Mulato/a | Montubio/a | Mestizo/a | Blanco/a | Otro |
|------|----------|-------------------|---------|----------|------------|-----------|----------|-------|
| 2014 | 10.475 | 5.332 | 5.091 | 6.517 | 13.425 | 326.465 | 10.327 | 0 |
| 2015 | 14.522 | 8.332 | 11.027 | 7.937 | 19.409 | 365.001 | 7.918 | 103 |
| 2016 | 12.238 | 10.833 | 11.014 | 4.685 | 16.159 | 416.842 | 13.008 | 106 |
| 2017 | 19.973 | 12.776 | 8.610 | 9.416 | 21.227 | 411.759 | 11.347 | 1.725 |
| 2018 | 16.298 | 6.757 | 8.993 | 4.755 | 21.112 | 400.420 | 4.858 | 127 |
| 2019 | 23.956 | 19.161 | 3.024 | 9.632 | 32.705 | 382.266 | 6.229 | 409 |
| 2020 | 10.906 | 14.093 | 8.665 | 10.691 | 28.213 | 383.121 | 7.274 | 0 |

Fuente: Bases de datos ENEMDU – INEC.

Elaboración: Dirección de Información Turística y Análisis Económico – Subsecretaría de Desarrollo Turístico – Ministerio de Turismo

Las tendencias del Turismo

El mercado turístico ha evolucionado mucho en los últimos años, los turistas son más exigentes y quieren una mejor calidad en el servicio que provoque nuevas experiencias. La estrategia es enfocarse en las necesidades de los turistas, ya que sus gustos y necesidades pueden ser variados.

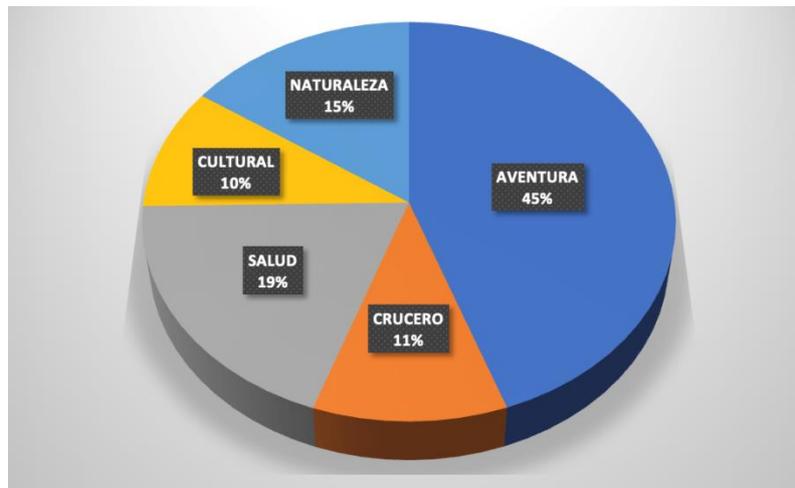
En este sentido, basados en la herramienta *Google Trends*, se realizó un análisis de la demanda mundial por categoría de productos turísticos⁷, tomando como base lo definido por la OMT se han identificado 5 categorías de productos turísticos globales, excluyendo a “Sol y Playa” y “Parques Temáticos” ya que causan una distorsión y además pueden estar contenidas en otras categorías. En un primer vistazo de lo ocurrido durante el 2021, las búsquedas se filtraron para analizar los períodos comprendidos entre enero-octubre de 2020 y 2021 en la categoría de *trend*

⁷Para este análisis se considera criterios de búsqueda de palabras clave en español e inglés.

“Viajes”. Se considera que esta es una buena referencia para contar con un proxy de la potencial demanda turística a nivel mundial ya que permite enfocar los esfuerzos a los mercados que más buscan este tipo de actividades e identificar cual es el nivel de interés o importancia para cada una de ellas.

Con el análisis de cada actividad se pueden definir las estrategias de articulación comercial y promoción que potencialmente se podrían ejecutar. El índice de popularidad de búsquedas por *Google Trends* es considerado como un indicador aproximado a la demanda potencial para cada actividad de la industria turística.

Gráfico 9: Interés a nivel mundial por actividades



Fuente: Google Trends (www.google.com/trends), 2021.

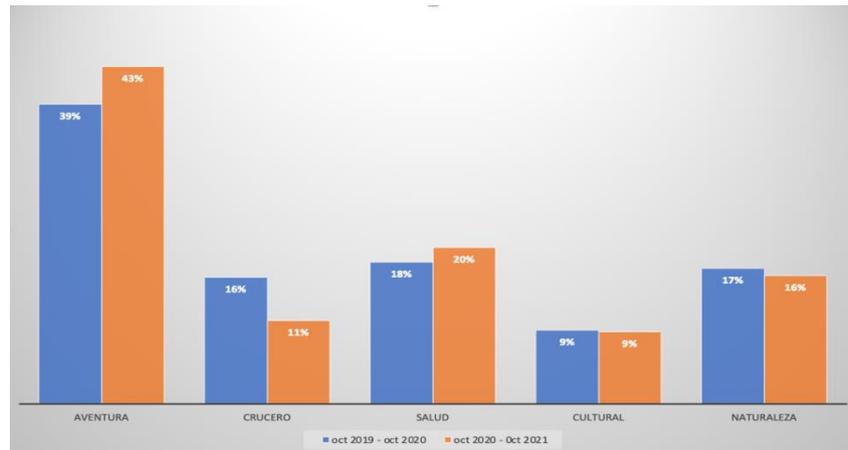
Elaborado por: Dirección de Inteligencia de Mercados, Subsecretaría de Promoción -Ministerio de Turismo.

Centrando nuestro análisis en los mercados prioritarios definidos por el Ministerio de Turismo en 2021, se realizó un comparativo entre octubre 2019 a 2020 y de 2020 a 2021, se identificó bajo los mismo criterios de análisis a nivel mundial que las tendencias de búsqueda para el turismo cultural se mantiene en 9%. Del mismo modo se incrementó las búsquedas de turismo de salud, pero este incremento es el más pronunciado con 2pp⁸, para el último período las búsquedas son del 20%.

Por otra parte las búsquedas de turismo de aventura crecieron en 4pp a diferencia del turismo de cruceros, que decreció en 5pp, siendo para el período comprendido entre octubre 2020 y 2021 del 43% y 11% respectivamente.

⁸Se define “pp” como puntos porcentuales.

Gráfico 10: Interés a nivel mundial por actividades de Naturaleza



Fuente: Google Trends (www.google.com/trends), 2021

Elaborado por: Dirección de Inteligencia de Mercados, Subsecretaría de Promoción. Ministerio de Turismo

Como se puede apreciar en el gráfico -en el periodo analizado- la potencial demanda de actividades se ha modificado estos últimos 2 años, probablemente como una de las resultantes de la pandemia a nivel mundial.

Ecuador, es uno de los países más biodiversos a nivel mundial y goza de diversas ventajas comparativas, las que deben ser aprovechadas para atraer a turistas que desean conocer destinos en los que se pueda tener una experiencia única y auténtica en contacto directo con áreas naturales y bajo las nuevas tendencias para este año 2021.

El Turismo Comunitario

En lo que corresponde al turismo comunitario en el Ecuador, su desarrollo ha sido uno de los ejes de esta Cartera de Estado. A este tipo de turismo se lo entiende como el tipo de turismo rural en el que la gestión de recursos y los beneficios está a cargo de las comunidades donde se encuentran las atracciones turísticas. Este tipo de turismo promueve actividades que respeten al patrimonio cultural y al medio ambiente, con el fin de impulsar un turismo sustentable, que ayude a la mejora en la calidad de vida en las zonas visitadas.

El Turismo Comunitario está contemplado dentro de la Política 4.4 “*Desarrollar el sector turístico rural y comunitario a través de la revalorización de las culturas, saberes ancestrales y sus recursos naturales*” del Objetivo 4. “*Generar nuevas oportunidades y bienestar para las zonas rurales, con énfasis en pueblos y nacionalidades*” del Plan Nacional de Desarrollo 2021-2025.

Bajo este contexto, el Ministerio de Turismo ha emprendido programas de asistencia técnica especializada y promoción para fomentar este tipo de turismo. Algunos de los beneficios

contemplados por el programa del Ministerio incluyen el acceso a líneas de crédito, asistencia en la elaboración de planes de negocios, difusión de las atracciones y dotación de material promocional.

4.1.5 Contexto Cultural

La Constitución de la República reconoce los derechos culturales de la población (Art. 1), declarando que el Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. En el Art. 21, se declara que las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

En este sentido, para la generación y fortalecimiento de destinos turísticos en el Ecuador se debe considerar al elemento cultural desde la integralidad que representa la pluriculturalidad mencionada en la Constitución de la República del Ecuador, es decir, que se integren desde la gestión turística variables determinantes como la cultura de: calidad, de servicio, de fomento y emprendimiento, independientemente del tipo de conformación empresarial (privada, pública, mixta o comunitaria).

La interculturalidad es una realidad que vive el Ecuador y que ha tenido una manifestación importante en relación al desarrollo del turismo; el patrimonio cultural en general en sus diversas manifestaciones forma parte del inventario nacional de atractivos turísticos. La ley de turismo del 2002, incluye entre sus principios la práctica del turismo desde las comunidades, adicional a las otras actividades turísticas existentes. Se establece al turismo comunitario como un modelo de gestión, de acuerdo a lo establecido en el reglamento de los Centros de Turismo Comunitario – CTC (2010).

El patrimonio cultural ecuatoriano es amplio y diverso, pueblos amazónicos fronterizos, aldeas pesqueras en la Costa del Pacífico, antiguas haciendas andinas en la Sierra, mercados indígenas, ciudades coloniales y más, son algunos de los ingredientes que conforman el amasijo cultural ecuatoriano. Entre los grupos indígenas presentes en el país, muchos de los cuales aún conservan sus idiomas precolombinos, el grupo más numeroso es el de los quichuas andinos, con más de 2 millones de individuos. Otros grupos andinos menos numerosos son los

Caranquis, Otavaleños, Cayambis, Panzaleos, Chimbuelos, Salasacas, Tungurahuas, Tuguas, Warankas, Puruhaes, Cañaris, y Saraguros (Explorer, 2018).

La Cuenca Amazónica es tan rica en culturas indígenas como lo es la Sierra, a pesar de las crecientes presiones ejercidas sobre ellos por parte de la industrialización, aún muchas de sus tradiciones ancestrales se mantienen vivas, como es el caso del chamanismo. Las etnias indígenas de la Amazonía son: huaoranis, záparos, cofanes, quichuas amazónicos, sionas, secoyas, shuares y achuares (Explorer, 2018).

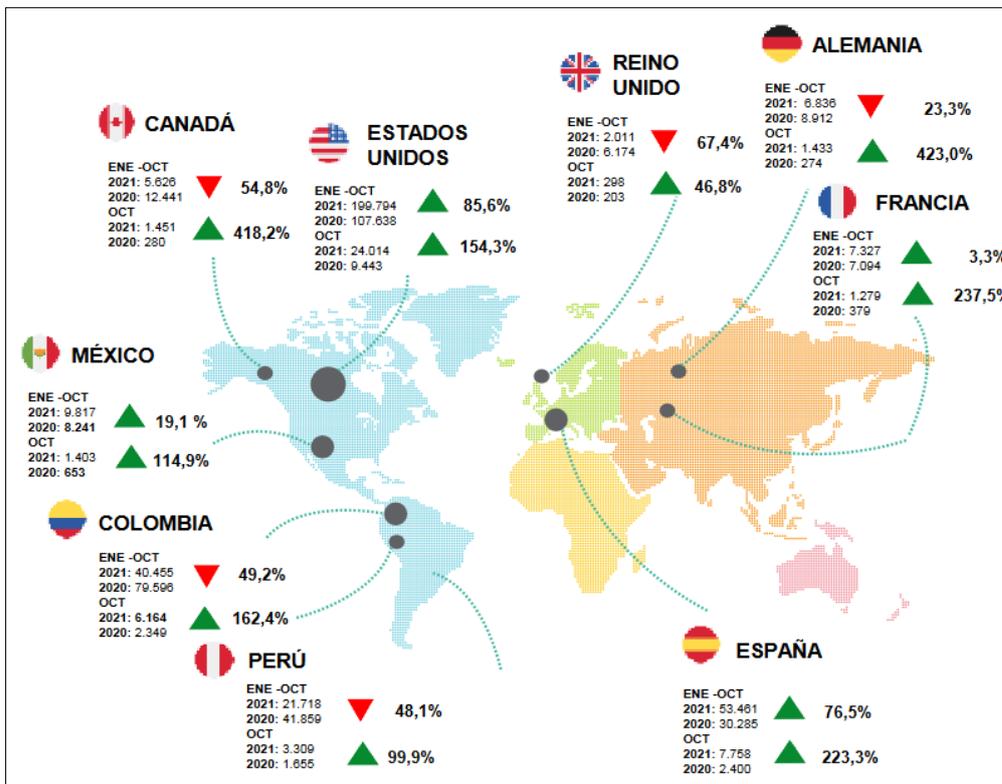
4.2 ANÁLISIS SECTORIAL Y DIAGNOSTICO TERRITORIAL

A continuación se presenta un análisis de las principales variables que permiten determinar las condiciones del sector:

Llegadas Internacionales al Ecuador

En el periodo enero- octubre de 2021 se registraron 434.620 llegadas internacionales, que equivale a un incremento del 8,6%, respecto al año 2020 (400.063 llegadas). El 55% del total de llegadas fueron de género masculino y 45% de género femenino. En el Gráfico se evidencia que el mayor número de entradas internacionales corresponde a Estados Unidos, seguido de España y Colombia.

Gráfico 11: Llegadas internacionales por destino



Fuente: Visualizador de información turística del Ecuador enero-octubre 2021

Nota: El tamaño del círculo representa el tamaño relativo de llegadas internacionales a Ecuador

Ventas de actividades por industria relacionada al turismo

La Ley de Turismo establece en su Art. 5.- “Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de 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”

Desde enero a octubre de 2021, las actividades por industria relacionadas al turismo alcanzaron USD 2.603,9 millones, en relación a USD 2.160,5 millones en el 2020, es decir experimentó un aumento de 20,5%.

Tabla 13: Ventas enero-octubre 2021

| Detalle | Ventas Enero-Octubre 2021 |
|------------------------------|---------------------------|
| Alimentación | 1.303,90 |
| Alojamiento | 185,30 |
| Operaciones e intermediación | 219,30 |
| Transporte aéreo | 540,10 |
| Transporte marítimo | 24,10 |
| Transporte Terrestre | 331,00 |
| Total | 2.603,70 |

Fuente: Visualizador de información turística del Ecuador enero-octubre 2021

50

Feridos Nacionales

Los el gasto turística comprende el dinero que destina un turista a los servicios de transporte, operadoras turísticas, alojamiento, alimentos y bebidas. Según datos del visualizador de información el feriado más largo fue de cinco días por el Día de Difuntos y la Independencia de Cuenca, y se registraron 1,2 millones de viajes de familias en el país. El gasto por turismo en esas fechas ascendió a USD 71 millones, registrando un incremento del 100% en relación al mismo feriado del año 2020.

Tabla 14: Feriados Nacionales 2021

| | Miles de dólares de gasto turístico | Ocupación | Ocupantes promedio por habitación | Pernoctación Promedio | Tarifa promedio | Miles de viajes | Días feriado |
|-----------------------|-------------------------------------|------------|-----------------------------------|-----------------------|-----------------|-----------------|--------------|
| 1. Carnaval | 38.189 | 33% | 2,0 | 1,1 | 57 | 688 | 4 |
| 4. 24 de Mayo | 19.671 | 27% | 1,9 | 1,1 | 48 | 392 | 3 |
| 5. 10 de Agosto | 42.329 | 40% | 2,1 | 1,0 | 56 | 826 | 3 |
| 6. 9 de Octubre | 33.708 | 37% | 2,0 | 1,0 | 55 | 635 | 3 |
| 7. 2 y 3 de Noviembre | 71.033 | 44% | 2,1 | 1,0 | 59 | 1.243 | 5 |
| Total general | 204.829 | 36% | 2,0 | 1,1 | 56 | 3.784 | |

Fuente: Visualizador de información turística del Ecuador enero-noviembre 2021

Empleo en actividades Turísticas

En el periodo enero-septiembre de 2021 se registran 4,3 millones de empleos vinculados a actividades turísticas.

Tabla 15: Empleo en actividades turísticas

| Mes | Número de empleos en actividades turísticas |
|--------------|---|
| enero | 441.270,00 |
| febrero | 501.383,00 |
| marzo | 429.990,00 |
| abril | 449.298,00 |
| mayo | 545.052,00 |
| junio | 433.929,00 |
| julio | 409.398,00 |
| agosto | 612.724,00 |
| septiembre | 545.588,00 |
| Total | 4.368.632,00 |

Fuente: Dirección de Análisis Económicos- INEC

Ingreso de divisas por concepto de turismo receptor

Hasta el segundo semestre del año 2021, se registra un ingreso de divisas por concepto de turismo receptor de USD 354,2 millones.

Tabla 16: Ingreso de divisas

| Trimestre | Ingreso Millones USD |
|--------------|----------------------|
| I Trimestre | 154,6 |
| I Trimestre | 199,6 |
| Total | 354,20 |

Fuente: Dirección de Análisis Económicos- BCE

Establecimientos por actividad turística

De acuerdo al visualizador de información turística del Ecuador existen 22.051 establecimientos registrados en el catastro turístico con fecha 8 de noviembre de 2021, de los cuales la mayoría de establecimientos se encuentra registrada en la categoría alimentos y bebidas

Tabla 17: Establecimientos por actividad turística

| ACTIVIDAD TURÍSTICA | NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS |
|------------------------------------|----------------------------|
| ALIMENTOS Y BEBIDAS | 14.087,00 |
| ALOJAMIENTO | 4.309,00 |
| AGENCIAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS | 2.456,00 |
| TRANSPORTE TURÍSTICO | 562,00 |
| ESTABLECIMIENTOS DE INTERMEDIACIÓN | 368,00 |
| PARQUES DE ATRACCIÓN ESTABLES | 230,00 |
| CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO | 39,00 |
| TOTAL | 22.051,00 |

Fuente: Catastro turístico nacional 2021 – corte 8 de noviembre de 2021

4.2.1 Impacto de la pandemia COVID-19, en el sector turístico

El sector turístico es uno de los más afectados por el brote de COVID-19, con repercusiones tanto en la oferta como en la demanda de viajes. La situación plantea un riesgo negativo adicional en un contexto de debilidad de la economía mundial, tensiones geopolíticas, sociales y comerciales, así como un comportamiento desigual de los principales mercados emisores de viajes.

La emergencia sanitaria cambió el panorama económico y anuló las condiciones para el funcionamiento del sector. El cierre de aeropuertos y fronteras en numerosos países repercutió en la demanda de visitantes y residentes, quienes reordenaron sus prioridades y debieron cancelar reservaciones. El ingreso de divisas por concepto de turismo cayó afectando a toda la cadena del negocio y a los correspondientes ingresos fiscales

El Banco Central del Ecuador registró una caída del 8,6% del PIB en el año 2020 respecto al año 2019 en términos corrientes y del 7,8% en términos constantes, de igual forma prevé un crecimiento para al año 2021 en el orden de 3,7% en términos corrientes y 2,75% en valores constantes.

Para el año 2020, bajo los efectos de la pandemia las ventas netas en actividades vinculadas al sector turismo alcanzaron en el período marzo – diciembre USD 2.018,23 millones, lo cual demuestra un fuerte impacto frente a las ventas contabilizadas en 2019 que fueron de USD 4.760,38 millones, es decir se registra una disminución en ventas de USD 2.742,15 millones en el período marzo – diciembre.

Para evitar contagios frente a la Pandemia del COVID.19 varios países como Ecuador, Uruguay, Paraguay, Perú, Italia, Colombia, Chile, El Salvador, Honduras, España, República Checa, Eslovaquia, Canadá y Rusia, cerraron sus fronteras a la entrada y salida de personas, lo que paralizó la actividad económica en gran medida.

El Gobierno Nacional tomó medidas a fin de contrarrestar el rápido avance del coronavirus en Ecuador, para lo cual mediante acuerdo Ministerial Nro. 00126-2020 emitido el 11 de marzo de 2020, la Ministra de Salud declaró Estado de Emergencia Sanitaria en el Sistema Nacional de Salud.

La cuarentena decretada el 16 de marzo, redujo al mínimo la circulación y reunión de personas e implicó la paralización del turismo en todo el país, para lo cual se tomaron las siguientes

medidas:

- Régimen de aislamiento domiciliario obligatorio por catorce días para viajeros provenientes de China (Guangdong y Hubei), Corea del Sur, España, Francia, Italia e Irán, Estados Unidos (Declaratoria del Estado de Emergencia).
- Aislamiento preventivo obligatorio (APO) para todo viajero ecuatoriano o extranjero al ingresar al territorio (Acuerdos Interministeriales No. 001 y No. 002 suscritos por el Ministro de Gobierno y Ministro de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana).
- Cierre de pasos fronterizos (14 de marzo de 2020).
- Suspensión total, desde las 00h00 del 17 de marzo de 2020, de todos los vuelos de compañías de aviación que transporten pasajeros desde destinos internacionales hacia el Ecuador (Acuerdo Interministerial No. 003).
- Aislamiento preventivo obligatorio (APO) ininterrumpido por 14 días y presentación de examen de laboratorio acreditado de no poseer COVID-19 con un máximo de 48 horas antes del ingreso a las islas Galápagos, a partir del 17 de marzo. Restricción del acceso de visitantes al Parque Nacional y la Reserva Marina de Galápagos (Resolución Nro. CGREG-ST-2020-0465-R).

Por su parte, el Ministerio de Turismo emitió cinco protocolos para el manejo de casos sospechosos de COVID-19 en negocios turísticos, catorce protocolos para la reactivación del sector (alimentos & bebidas, alojamiento, operación, transporte turístico, guías de turismo, industria de reuniones, destino de playas, centros de turismo comunitario, uso de piscinas y áreas húmedas como servicio complementario de alojamiento, ingreso al país vía aérea, vuelos en parapente biplaza, bares y discotecas, etc.).

El Ministerio de Turismo en consenso con los representantes de los gremios de la industria, realizó un análisis del impacto económico en Ecuador frente a la emergencia Sanitaria causada por el COVID-19 en el mes de marzo de 2020, en el que se detalla que en el caso del Turismo, no existe exclusivamente una cuenta específica que describa las relaciones productivas de ese sector; por lo que, desde la perspectiva de la oferta, se identificaron las actividades económicas que constituyen la actividad turística, estas son:

- Alojamiento.
- Alimentos y bebidas.
- Operadores turísticos.
- Agencias de servicios turísticos.
- Transporte de pasajeros en sus diferentes modalidades.

El impacto de la pandemia del coronavirus en el Ecuador, estaría sobrepasando pérdidas registradas en eventos previos tales como la crisis económica de los períodos 2015-2016 y 2008-2009.

Tabla 18: Pérdidas sector Turismo en ventas entre marzo – diciembre 2020

| Actividad Económica | Ventas (mar - dic) Millones USD | | Disminución en Ventas Millones USD | Variación anual mar-dic 2020 vs. mar-dic 2019 |
|----------------------------|------------------------------------|-----------------|--|---|
| | 2019 | 2020 | 2020/2019 | % |
| Alimentación | 2.052,81 | 1.154,98 | - 897,83 | - 43,74 |
| Alojamiento | 409,03 | 136,03 | - 273,00 | - 66,74 |
| Operación e intermediación | 667,53 | 136,40 | - 531,14 | - 79,57 |
| Transporte | 1.631,01 | 590,82 | - 1.040,19 | - 63,78 |
| Total | 4.760,38 | 2.018,23 | - 2.742,15 | - 57,60 |

Fuente: Servicio de Rentas Internas - SRI

Elaborado por: Dirección de Información Turística y Análisis Económico – Subsecretaría de Desarrollo Turístico- Ministerio de Turismo

El sector de transporte de pasajeros registra en términos absolutos la mayor pérdida en 2020 respecto al año 2019 en el periodo marzo-diciembre.

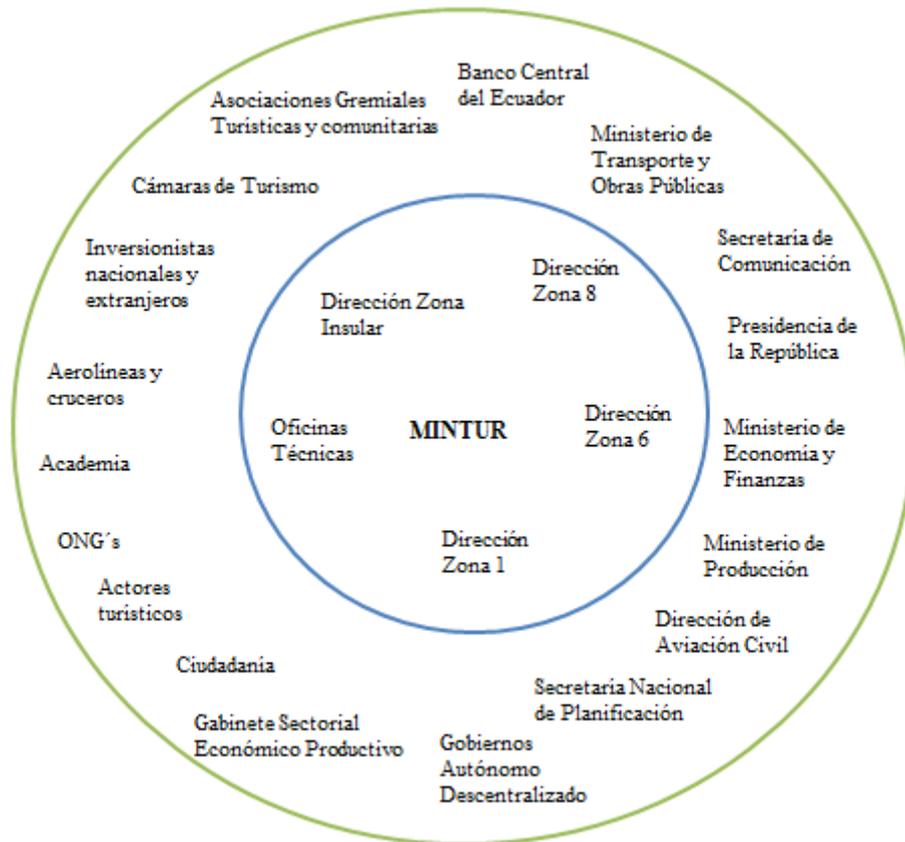
De acuerdo a los datos publicados por el Servicio de Rentas Internas, las ventas en actividades vinculadas al sector turístico alcanzaron un monto de US\$ 2.603,9 millones en el periodo enero-septiembre de 2021, lo que representa un crecimiento del 33,8% en relación a las ventas registradas en el mismo período del año 2020.

4.3 MAPA DE ACTORES

Los actores son personas o instituciones que se relacionan en el medio que se desenvuelve el Ministerio de Turismo. A continuación se detalla el mapa de actores para el MINTUR⁹.

⁹El sector turístico es un eje transversal de la economía en este sentido el Ministerio de Turismo como ente rector del sector se relaciona con varias instituciones públicas.

Gráfico 12: Mapa de actores Ministerio de Turismo

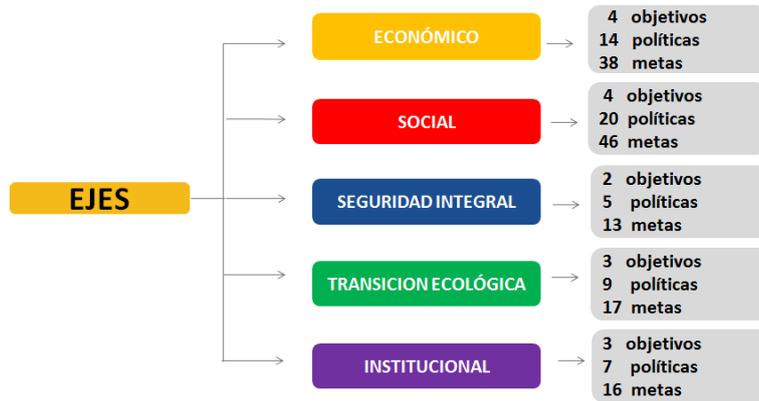


Fuente y elaboración: Dirección de Planificación, Seguimiento y Evaluación- MINTUR

5 VINCULACIÓN AL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2021-2025

El Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025, establece las prioridades para la presente administración, mediante políticas que a partir de un abordaje integral buscan dar solución a los principales problemas del país en corresponsabilidad entre el Estado, sector privado y ciudadanía. Se estructura en 5 ejes, 16 objetivos, 55 políticas y 130 metas:

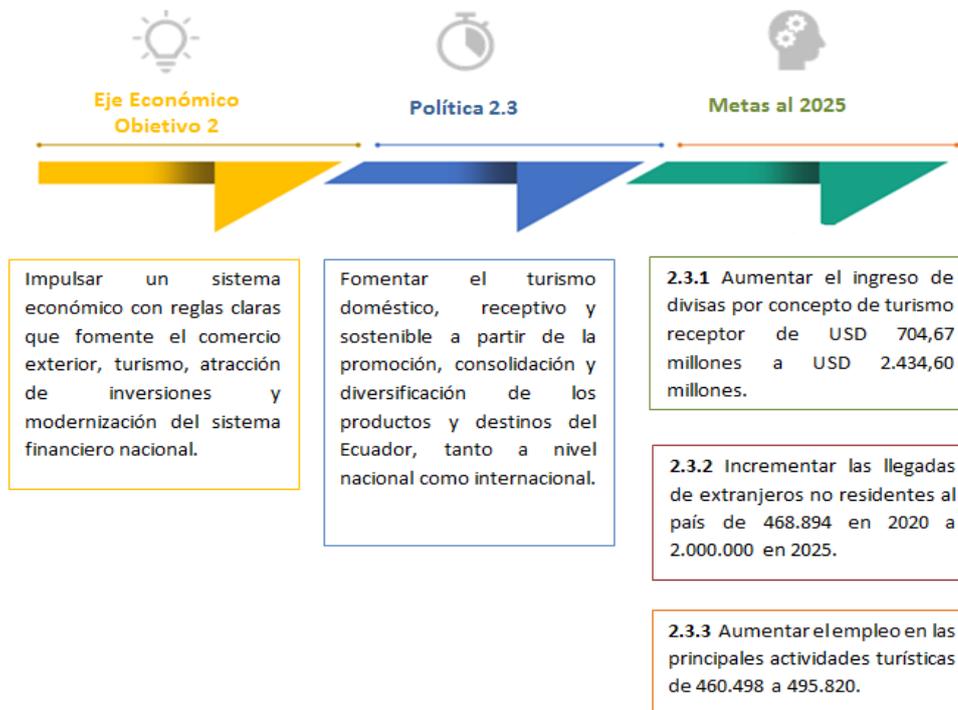
Gráfico 13: Ejes Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025



Fuente: Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025.

La gestión del Ministerio de Turismo está orientada a posicionar al Ecuador como un destino turístico preferente por su excepcional diversidad cultural, natural y vivencial como actividad generadora de desarrollo socio económico y sostenible, en este sentido el MINTUR se vincula directamente al Eje Económico, Objetivo 2, Política 2.3 del Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025.

Gráfico 14: Vinculación Directa Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025



Fuente: Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025.

A continuación el detalle de metas anuales para el período 2021-2025:

Tabla 19: Metas anuales 2021-2025

| Indicador | Año Base (2020) | Meta 2021 | Meta 2022 | Meta 2023 | Meta 2024 | Meta 2025 |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 2.3.1. Ingreso de divisas por concepto de turismo receptor | 704,67 Millones USD | 695,30 Millones USD | 812,07 Millones USD | 1.148,90 Millones USD | 1.710,75 Millones USD | 2.434,60 Millones USD |
| 2.3.2. Número de entradas internacionales | 468.894 | 571.185 | 667.110 | 943.811 | 1.405.365 | 2.000.000 |
| 2.3.3. Población con empleo en las principales actividades turísticas (15 y más años de edad) | 460.498 | 477.015 | 488.771 | 484.995 | 489.320 | 495.820 |

Fuente: Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025.

Adicional a lo mencionado, al ser el Ministerio de Turismo el ente rector de la actividad turística se vincula indirectamente al Eje Social, Objetivo 8, Política 8.3 del Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025. Es preciso mencionar que el Ministerio de Turismo se vincula a nivel de política más no a nivel de indicador, puesto que el indicador 8.3.1., es reportado directamente por el Ministerio de Cultura y Patrimonio.

Gráfico 15: Vinculación Indirecta Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025



Fuente: Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025.

Es importante señalar que el cumplimiento de las metas definidas para cada indicador estará vinculado a factores externos tales como la recuperación del sector del turismo, viajes, y a factores internos como la estabilidad a nivel país, y sobre todo contar con presupuesto suficiente.

Es fundamental orientar el accionar del Ministerio de Turismo, hacia la consecución de los objetivos mencionados: incrementar los ingresos procedentes del turismo que se transforman en ingresos y empleos tanto directos como indirectos que generan bienestar en la población de una forma sostenible, responsable e inclusiva.

Para el logro de las metas planteadas utilizaremos herramientas técnicas y estrategias basadas en el fortalecimiento de la cadena de valor desde los requerimientos del mercado.

Un incremento en el volumen de llegadas y de ingresos procedentes del turismo receptivo tendrá un impacto más rápido y profundo en las otras dos metas: generación de empleo e incremento en la participación en el PIB.

6 DIAGNOSTICO INSTITUCIONAL - ANALISIS FODA

58

De acuerdo a las directrices establecidas en la Guía Metodológica de Planificación Institucional emitida por la Secretaría Nacional de Planificación, se levantó el Análisis FODA que contiene las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, y constituye el punto de partida de la presente planificación estratégica.

6.1 ANALISIS FODA

La identificación de los factores positivos y negativos, internos y externos que tienen efecto sobre la gestión institucional permitieron elaborar un diagnóstico que sirvió como insumo esencial para la formulación de la planificación estratégica de la institución, con los siguientes resultados:

Fortalezas

- Ser ente rector de la actividad turística.
- Representatividad del Ministerio en territorio a través de las oficinas técnicas.
- Personal del Ministerio de Turismo capacitado para el cumplimiento de atribuciones y responsabilidades asignadas.
- Conocimiento de la normativa legal vigente.
- Personal del ministerio inmunizado al 90%
- Capacidad de articulación interinstitucional con el sector público y privado.

Oportunidades

- Alianzas estratégicas para el desarrollo del sector turístico y la Institución (academia, GAD, actores del sector público y privado).

- Incentivos tributarios en la normativa legal vigente de turismo para aplicación en inversión Turística.
- Colaboración directa con Gobiernos Autónomos Descentralizados.
- El sector turístico es un eje transversal para la reactivación económica del país
- Uso eficiente de las últimas tendencias tecnológicas mundiales (oferta, promoción, procesamiento de datos)
- Incremento de la demanda de turismo especializado post pandemia
- País de 4 regiones (4 mundos en 1 de rápida conexión)
- Vacunación de la población nacional y extrajera contra COVID-19 genera confianza para realizar viajes de turismo.

Debilidades

- Falta de planificación estratégica y visión para el desarrollo turístico a largo plazo, por la temporalidad de cargos públicos
- Déficit de personal técnico y administrativo a nivel institucional versus la carga de trabajo
- Falta de capacitación e incentivos (no monetarios) para los funcionarios del Ministerio de Turismo
- Obsolescencia de equipos tecnológicos.
- Canales de comunicación internos no funcionan adecuada y oportunamente.
- Deficiente gestión documental y archivo
- Exceso de burocracia Institucional para la ejecución de procesos técnicos y administrativos.
- Frecuentes cambios en el nivel jerárquico de la institución.

Amenazas

- Baja asignación de recursos presupuestarios o disminución de los mismos, para la gestión institucional y el ejercicio de funciones.
- Nuevos procesos laborales y de servicios implementados frente a la pandemia.
- Desconocimiento y/o ineficiencia en la aplicación de la normativa turística vigente por parte de los prestadores de servicios y GAD.
- Gobierno seccional toma decisiones políticas en perjuicio de la actividad realizada.
- Falta de planes de desarrollo turístico en los GAD.
- Demora en los procesos administrativos de otras entidades con las que mantiene relación el MINTUR
- Cambios negativos en el entorno macroeconómico.

7 ELEMENTOS ORIENTADORES

Los elementos orientadores constituyen una guía para la Institución, en el sentido permiten determinar el direccionamiento de la entidad hacia los objetivos y políticas del Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025 como su otros elementos de planificación que le atañen al Ministerio de Turismo.

Como parte de los elementos orientados de la Institución, están la misión, visión y valores, los que fueron construidos a partir de un proceso participativo a nivel técnico y validados por el nivel directivo del Ministerio de Turismo; estos son el resultado del análisis institucional, el análisis del contexto que rodea a la Entidad, así como de la visión de la Máxima Autoridad del Ministerio.

60

El Ministerio de Turismo iniciará en el 2022 un proceso de reforma al Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos del Ministerio de Turismo, publicado el 8 de junio de 2020 mediante acuerdo Ministerial Nro. 2020-014. En este sentido el nuevo estatuto incorporará la misión, visión y valores que se detallan a continuación.

7.1 MISIÓN

La misión abarca al ámbito de acción de la institución en todos sus niveles y está enmarcado en la naturaleza de las actividades institucionales y a la población a la que sirve; en función de las competencias, atribuciones y facultades otorgadas a través de las disposiciones legales para la creación y existencia de la entidad; es decir, la Misión describe la razón para la cual fue creada la Institución.

“Convertir al Ecuador en un destino sostenible y competitivo, líder en Latinoamérica en un nuevo modo de hacer turismo, más natural, más sostenible, más inclusivo y sobre todo, más beneficioso tanto para turistas como para comunidades residentes, garantizando en todo momento la protección del ambiente, las poblaciones locales y del turista como consumidor.”

7.2 VISIÓN

La Visión, es una imagen proyectada del futuro deseado por el Ministerio como ente rector del turismo en el Ecuador, es una declaración general que describe la situación a la que la institución desea llegar dentro de los próximos años.

“Convertir a Ecuador en el destino turístico pionero en Latinoamérica en la nueva era del turismo”

7.3 VALORES

Los valores dentro de una institución constituyen un conjunto de normas y creencias consideradas deseables y las cuales guían la gestión de la entidad; los valores deben ser un camino e inspiración para los servidores y servidoras de la institución.

Los principales valores definidos para la Institución y que fueron identificados en los diferentes talleres realizados con los funcionarios técnicos del Ministerio de Turismo son:

- **Respeto.-** Quienes conformamos el Ministerio de Turismo, actuamos con consideración, atención y deferencia hacia la ciudadanía en general y entre los funcionarios de la entidad.
- **Compromiso.-** Los funcionarios y servidores del Ministerio de Turismo realizamos nuestras labores para beneficiar al país, al sector turístico y al Ministerio, erradicando intereses individuales o sectoriales, fomentando un proceso de mejora continua.
- **Honestidad.-** Quienes hacemos el Ministerio, actuamos con decencia, recato, razón y justicia, procurando siempre prestar un servicio transparente a la ciudadanía ecuatoriana.
- **Colaboración.-** El Ministerio de Turismo ayuda y sirve de manera desinteresada los servicios que por competencia debe entregar a la ciudadanía en general.
- **Profesionalismo.-** Los funcionarios y servidores del Ministerio de Turismo desarrollamos nuestras actividades con mesura y responsabilidad, con altos estándares de calidad acorde a la formación específica y siguiendo las pautas emitidas por las autoridades de la Institución.
- **Orientación al Resultado.-** Es la capacidad para actuar con rapidez en la toma de decisiones importantes para alcanzar los objetivos institucionales planteados así como fortalecer y mejorar la gestión realizada en el servicio brindado para el turista.

61

7.4 PRINCIPIOS ESTRATÉGICOS

En este nuevo periodo, el turismo en Ecuador se convierte en una herramienta de generación de riqueza y bienestar en el territorio. Este objetivo se logra a través del fortalecimiento de un turismo sostenible que es ambientalmente amigable, socialmente responsable y económicamente inclusivo.

- **Sostenible y Responsable:** El Ministerio de Turismo basa su estrategia en un enfoque amplio de la sostenibilidad turística, entendida como la responsabilidad asumida de minimizar los impactos negativos del turismo y amplificar y extender las oportunidades y los impactos positivos para la industria, los territorios, las poblaciones y los visitantes, a través de un uso responsable del potencial turístico del país. El Ministerio fomentará el

turismo sostenible y responsable entre todos los actores a través del fortalecimiento y diversificación de un portafolio de productos y destinos sostenibles de alta calidad

- **Articulado en el territorio desde el mercado:** Estimular las condiciones favorables que impulsen el turismo sostenible como fuente de generación de divisas en el caso del turismo receptivo y fortalecimiento y redistribución de rentas territoriales en el caso del turismo doméstico, asegurando que las oportunidades de generación de empleo y riqueza se extienden a toda la población sin ningún tipo de discriminación y priorizando la focalización territorial con un enfoque de cooperación en clúster, circuitos o corredores a partir de las potencialidades locales y las prioridades de los mercados.
- **Basado en el Conocimiento:** Decisiones basadas en el rigor técnico, datos confiables, inteligencia de mercados, y con objetivos e indicadores medibles y relevantes.
- **Digital e innovador:** Fomentar de manera activa la transformación digital de las empresas y servicios turísticos, con atención a las nuevas tendencias que ofrecen oportunidades para la diversificación del turismo sostenible y la mejora de su aporte a la competitividad de las empresas, la creación de empleo de calidad y la economía del Ecuador.

8 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

El turismo post-pandemia, buscará principalmente destinos con baja densidad, sin aglomeraciones, que faciliten y promuevan el contacto con la naturaleza, que ofrezcan experiencias innovadoras con inmersión cultural y enfoque en la biodiversidad.

Esto presenta un escenario indudablemente favorable para Ecuador. Capitalizar esta oportunidad va a requerir una presencia intensa y constante en los mercados internacionales para visibilizar la condición de Ecuador como el destino preferido de la nueva demanda post pandemia.

Esta situación define claramente los parámetros que deben ser la prioridad de la estrategia de inversión del MINTUR:

1. Incrementar la promoción internacional de manera segmentada, priorizada y consistente, para alcanzar niveles mayores de llegadas de turistas.
2. Fomentar la innovación en productos y destinos existentes y novedosos para adaptar la oferta a las prioridades de la nueva demanda y así incrementar la capacidad de atracción de nuevos segmentos de demanda y nuevos mercados.

3. Incrementar la estadía y el gasto promedio de los turistas fomentando la inversión en proyectos de alto valor agregado en segmentos de alto crecimiento de turismo internacional como el ecoturismo, generando inversión en infraestructuras turísticas que atraigan nuevos segmentos de demanda de alto valor agregado; además de mejorar la conectividad para poder incrementar los volúmenes de pasajeros que arriba al Ecuador al incrementar las conexiones, destinos y frecuencias.

Para ello se requiere de una estrategia de promoción turística basada en inteligencia de mercados, que nos ayude a priorizar y segmentar para conseguir los mejores resultados.

Es importante en este punto indicar de manera breve el funcionamiento del mercado turístico, la comercialización de los productos y destinos turísticos se realiza principalmente a través de:

- ✓ **Mayoristas en Origen:** Compran volumen empaquetan y venden al mercado en el mercado de origen a través de las redes de agencias de viaje minoristas.
- ✓ **Agentes de Viaje:** Venden el producto de las mayoristas o directamente arman productos a medida para el cliente final.
- ✓ **Operadores en destino:** Empaquetan productos y destinos para cliente final o agentes de viaje. También existe la comercialización directa, es decir aquellos viajeros que organizan el viaje por su cuenta, adquiriendo los servicios directamente en los proveedores.

Usualmente el cliente que contrata a través de agencia de viajes es el cliente que busca mayor profesionalidad y seguridad, mayor gasto, mayor calidad en el servicio, y por ende, el que genera un mayor impacto económico en el territorio y un mejor reparto de ese ingreso.

Eso, unido a que el canal de distribución profesional actúa como agente de ventas del destino, informando y generando interés a través de sus propias promociones y acciones de mercadeo, ayuda de una forma muy eficiente a multiplicar la presencia del destino Ecuador en los mercados priorizados, mientras que intentar llegar al público directo sin mayor segmentación requiere de inversiones mucho más elevadas.

Con lo mencionado la estrategia definida por el MINTUR se basa en fortalecer las llegadas desde los mercados ya asentados con una combinación entre cadena de distribución y “push” al cliente directo, a través de la contratación de oficinas de representación que permitan, desde los mercados de origen, segmentar y priorizar no solo el canal de distribución sino los segmentos directos (vía presstrips, y otras acciones) a los que se pueda interesar para generar la compra.

En este sentido, el proceso de construcción del Plan Institucional establece tres objetivos estratégicos sustantivos y un objetivo estratégico de Fortalecimiento Institucional, además de la

generación de diversos ejes transversales, en los cuales se enfocará el trabajo a realizar por cada una de las áreas que componen la Entidad, a fin de cumplir con los objetivos que se plantean dentro del Plan Nacional de Desarrollo.

Gráfico 16: Objetivos Estratégicos y Ejes Transversales



Elaborado por: Dirección de Planificación, Seguimiento y Evaluación, Nov 2021

Objetivo 1: Incrementar la promoción en mercados receptivos y domésticos favorables al turismo sostenible. Fortalecer la promoción en dichos mercados de manera continua e intensiva para visibilizar las oportunidades existentes en el país, a través de una promoción priorizada geográficamente y segmentada de acuerdo a preferencias y prioridades a partir del análisis estadístico, de mercados, perfiles y tendencias.

Objetivo 2: Incrementar y Diversificar el portafolio de productos y destinos sostenibles. De acuerdo al análisis de mercados y tendencias, el portafolio deberá fortalecerse y diversificarse innovando destinos y productos maduros e incorporando otros que satisfagan tendencias de demanda previamente identificadas y que contribuyan al fortalecimiento del turismo sostenible en el Ecuador y la distribución de sus beneficios en el territorio a través de la generación de empleo e ingresos

Objetivo 3: Incrementar y fortalecer un entorno favorable a la inversión, la innovación y la gestión del turismo sostenible: El logro de los objetivo planteados en el Plan Nacional de Desarrollo depende de la mejora en la competitividad del sector, para lo que es necesario

generar un entorno favorable en términos de incentivos, marco legal, trámites, pero sobre todo facilitar acceso a financiación, asistencia técnica y capacitación, entre otros. Este esfuerzo debe permitir a las empresas y destinos mejorar su atractividad de cara al mercado. El fortalecimiento de la colaboración privada y público privada será una prioridad, así como la coordinación interinstitucional que el Ministerio de Turismo deberá intensificar para lograr mejoras en todos los ámbitos de gestión que contribuyan a facilitar la competitividad de Ecuador y sus empresas como destino turístico.

Todo ello sustentado en una base de empresas y destinos que cumplen con las normativas aplicables y han realizado procesos de fortalecimiento de la sostenibilidad salubridad y calidad del destino turístico, y han incorporado procesos de innovación y digitalización a su gestión.

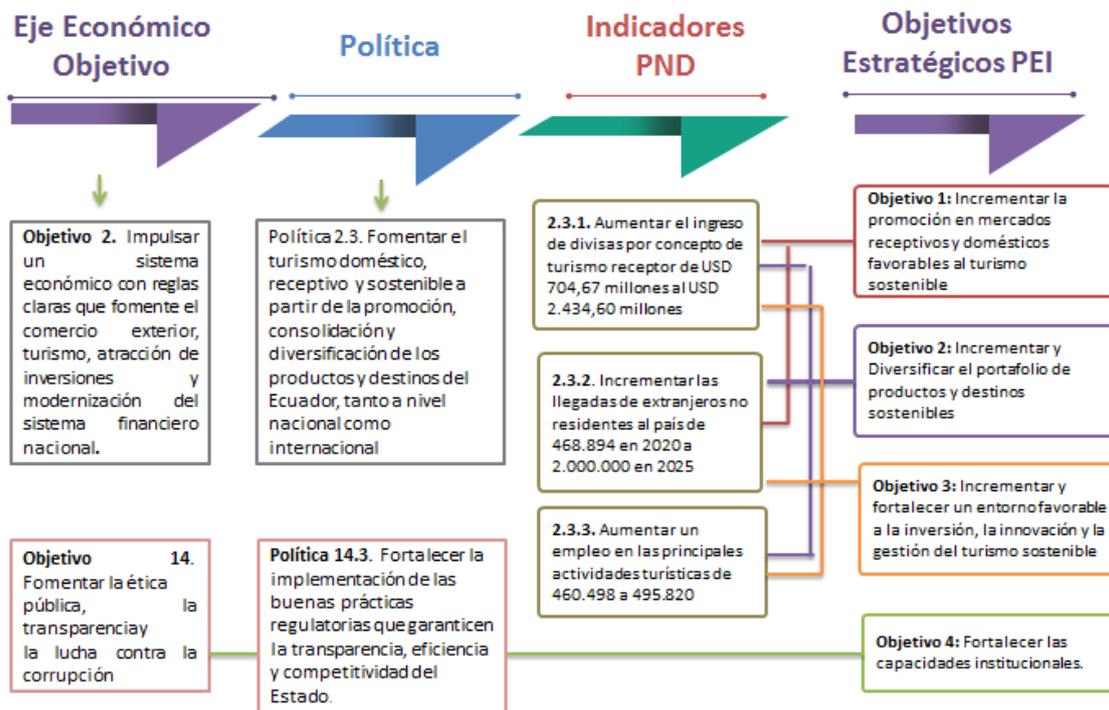
Objetivo 4: Fortalecer las capacidades institucionales. Corresponde al planteamiento de estrategias que permitan mejorar la parte operativa y de gestión institucional, a través del desarrollo del talento humano, del uso eficiente del presupuesto y de la eficiencia institucional de la entidad de una manera integral.

La Guía Metodológica de Planificación Institucional emitida por la Secretaría Nacional de Planificación establece que *“Conforme el ámbito definido en el Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas, formularán en su planificación institucional de forma obligatoria, el objetivo estratégico referente al fortalecimiento institucional, denominado “Fortalecer las capacidades institucionales”.*

8.1 ALINEACIÓN DE LOS OBJETIVOS INSTITUCIONALES AL PLAN CREACIÓN DE OPORTUNIDADES 2021-2025

Los 4 objetivos estratégicos del Plan Institucional 2021-2025 se alinean a los indicadores del Plan de Creación de Oportunidades conforme el siguiente detalle.

Gráfico 17: Vinculación PND con OEI



El objetivo 4 del PEI se alinea al Objetivo 14 del PND.

8.2 EJES TRANSVERSALES

Estos componentes estratégicos estarán apalancados en pilares transversales que entregarán insumos complementarios y que permitirán alcanzar los objetivos y metas planteadas en el presente instrumento de planificación.

Los pilares transversales son:

- Sostenibilidad, salud y calidad:** Para garantizar una reactivación sólida y sostenida en el tiempo, los productos y destinos deberán trabajar en asegurar pilares básicos que corresponden a las prioridades de los mercados emisores.

El Mintur definirá los lineamientos mínimos que destinos y productos deberán cumplir para ser priorizados en las estrategias de mercados receptivos.

- Seguridad y bienestar:** Destinos y productos, con la colaboración del MINTUR, generarán mecanismos para garantizar la seguridad y bienestar de los turistas de acuerdo a las competencias de cada nivel de gobierno.

- c) **Marco legal favorable.** Para el cumplimiento de las metas se generará el marco legal favorable que permita el cumplimiento de las estrategias formuladas al tiempo que se garantiza el bienestar del turista y la protección de sus derechos como consumidor.
- d) **Coordinación interinstitucional.** Para asegurar que las necesidades del sector son atendidas y priorizadas en aquellos aspectos que son competencia de otras carteras de estado
- e) **Cooperación Internacional Alineada.** Para garantizar que los programas e intervenciones contribuyen a fortalecer de manera orgánica las metas y estrategias país.

8.2.1 Estrategias Eje transversal: Calidad, Seguridad y Sostenibilidad

Acciones transversales:

- i. Mapeo de certificaciones y sistemas de calidad para establecer unos requisitos básicos.
- ii. Mapeo de buenas prácticas de bioseguridad y establecimiento de requisitos mínimos.
- iii. Mapeo de certificaciones y sistemas de gestión de la sostenibilidad turística, para establecer unos requisitos básicos.
- iv. Incentivar y orientar a los GAD y gremios para implementar certificaciones o buenas prácticas en los 3 campos de bioseguridad calidad y sostenibilidad

8.2.2 Estrategias Eje transversal: Seguridad y bienestar

Acciones transversales:

- i. Coordinar en conjunto con Ministerio de Gobierno, GAD el fortalecimiento y seguimiento a la policía turística y a los programas y acciones de fortalecimiento de la seguridad turística.
- ii. Diseñar e implementar protocolos de atención al turista doméstico en coordinación con Secretaría de Riesgos, Ministerio de Gobierno y GAD a fin de fortalecer los protocolos existentes de atención al turista receptivo.
- iii. Diseñar e implementar protocolos de atención seguimiento y resolución de quejas, reclamos y denuncias de turistas tanto nacionales como extranjeros.
- iv. Mejorar la calidad de la información al turista a través de medios electrónicos, asegurando la vigencia y pertinencia de la misma.

- v. Trabajar en conjunto con gremios, GAD y Secretaria de Riesgos para el desarrollo de planes y protocolos de contingencia de destinos y empresas, así como capacitaciones específicas tanto en protocolos de emergencia como en comunicación de la misma para la industria.
- vi. Trabajar en conjunto con la industria, tanto operadores como prestadores de servicio para mejorar y transparentar los derechos de los pasajeros en caso de catástrofes y “actos de dios” para minimizar la incertidumbre a la hora de viajar derivada de los efectos del cierre mundial derivado de la pandemia en 2020.

8.2.3 Estrategias Eje transversal: Marco legal favorable

Acciones transversales:

- i. Simplificación normativa, trámites y reglamentación.
- ii. Control de informalidad y regulación de informales.
- iii. Generación de marcos favorables a la actividad turística.
- iv. Reglamentación de nuevas actividades turísticas

8.2.4 Estrategias Eje transversal: Coordinación interinstitucional

Acciones transversales:

- i. Coordinación con Ministerio de Producción para incorporarnos a la agenda de competitividad.
- ii. Coordinación con Ministerio de Producción para establecer coordinación permanente con las Oficinas de COMEX como apoyo a la gestión de promoción internacional.
- iii. Coordinación con Ministerio de Producción/ Ministerio de Finanzas para el establecimiento de un fondo para crédito con condiciones favorables adaptadas al turismo.
- iv. Coordinación con Ministerio de agricultura para el fortalecimiento del programa Ecuador Raíces
- v. Coordinación con MIES para el fortalecimiento y formalización de emprendimientos.
- vi. Coordinación con Ministerio de Gobierno para los temas de Seguridad Turística
- vii. Coordinación con MAATE para el fortalecimiento del turismo en áreas protegidas, mejora de infraestructuras, promoción, calidad de experiencia etc.
- viii. Coordinación con Ministerio de Finanzas y SRI para alivio financiero e implantación de IVA 0 en alojamiento para turistas extranjeros.

- ix. Coordinación con Ministerio de Trabajo para implementar estrategia de empleo decente y empleos verdes.

8.2.5 Estrategias Eje transversal: Cooperación internacional

Acciones transversales:

- i. Identificar y alinear proyectos y programas de cooperación a los objetivos del MINTUR a requerimiento de las áreas técnicas.

69

8.3 OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS

A continuación se presenta la matriz de estrategias por Objetivo Estratégico Institucional:

Tabla Nro. 20. Matriz Objetivos- Estrategias

| Objetivo Estratégico Institucional | Eje y Estrategias | Relación con la problemática, necesidades o potencialidades detectadas |
|---|---|---|
| <p>OBJETIVO 1: INCREMENTAR LA PROMOCIÓN EN MERCADOS RECEPTIVOS Y DOMÉSTICOS FAVORABLES AL TURISMO SOSTENIBLE</p> | <p>EJE 1: Promoción priorizada y segmentada por emisores y por especialización, para trade y directo, receptivo y doméstico.</p> <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estrategia de promoción trade receptivo ✓ Estrategia de promoción Directo Receptivo ✓ Estrategia de promoción trade doméstico ✓ Estrategia de promoción Directo Doméstico <p>EJE 2: Generación de herramientas agregadoras de valor para la promoción y mercadeo del portafolio.</p> <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estrategia de Marca País ✓ Estrategia Web ✓ Estrategia de mentorías | <p>Problemas: Promoción sin una adecuada segmentación de mercado, no contar con una marca país, pocas o nulas estadísticas turísticas disponibles para la toma de decisiones.</p> |

| | | |
|---|--|--|
| | <p>receptivo</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estrategia de mentorías doméstico ✓ Estrategia de generación de herramientas de promoción (ej. media kit, trade kit, video & storytelling) <p>EJE 3: Creación de un Sistema de Inteligencia Turística y Gestión del Conocimiento</p> <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Observatorio de turismo sostenible ✓ Generación y difusión de conocimiento | |
| <p>OBJETIVO 2: INCREMENTAR Y DIVERSIFICAR EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y DESTINOS SOSTENIBLES</p> | <p>EJE 1: Programa destinos sostenibles</p> <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estrategia de Articulación Territorial ✓ Estrategia de Rincones Mágicos ✓ Estrategia de Calidad en Playas ✓ Estrategia de Turismo Urbano <p>EJE 2: Programa productos sostenibles</p> <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estrategia de programa Ecuador desde sus Raíces ✓ Estrategia de Ecoturismo ✓ Estrategia de Producto Turismo, Deportivo y Aventura | <p>Problemas relacionados: No existe una clasificación de categorías de productos y destinos del Ecuador.</p> |
| <p>OBJETIVO 3: INCREMENTAR Y FORTALECER UN ENTORNO FAVORABLE A LA INVERSIÓN, LA INNOVACIÓN Y LA GESTIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE</p> | <p>EJE 1: Ecosistema innovación</p> <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ecosistema Tecnológico ✓ Ecosistema Financiero ✓ Ecosistema de Conocimiento <p>EJE 2: Fomento Conectividad y</p> | <p>Problemas relacionados: Poca competitividad en el sector generada por la falta de incentivos, acceso a la financiación, asistencia técnica,</p> |

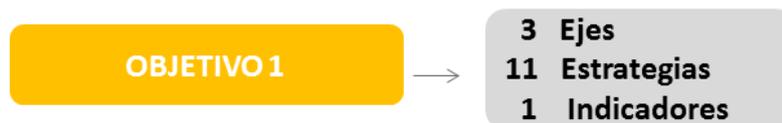
| | | |
|--|--|--|
| | <p>Facilitación</p> <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estrategia de Promoción para mejora en la Conectividad ✓ Estrategia de articulación para la mejora de la facilitación turística <p>EJE3: Fomento de Inversiones</p> <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estrategia de Promoción Ecuador destino de Inversión | <p>capacitaciones y promoción.</p> |
| <p>OBJETIVO 4. FORTALECER LAS CAPACIDADES INSTITUCIONALES</p> | <p>EJE 1: Gestión y Fortalecimiento de estructura institucional</p> <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estrategia de fortalecimiento de la estructura institucional <p>EJE 2: Gestión y Fortalecimiento de las capacidades del talento humano</p> <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estrategia de mejora en perfiles profesionales ✓ Estrategia de mejora en el clima laboral ✓ Estrategia de mejora de competencias y capacidades <p>EJE 3: Gestión y fortalecimiento administrativo y financiero</p> <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estrategia de fortalecimiento a la planificación y seguimiento institucional ✓ Estrategia de mejora en la gestión administrativa y financiera ✓ Estrategia de mejora en | <p>Problemas relacionados: coordinación deficiente entre las direcciones zonales y planta central.</p> |

| | | |
|--|---|--|
| | <p>tecnologías de la información y comunicación</p> <p>EJE 4: Transparencia y lucha contra la corrupción</p> <p>Estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estrategia de fortalecimiento a la transparencia y lucha contra la corrupción | |
|--|---|--|

A continuación una breve explicación de las estrategias por objetivo estratégico institucional:

8.4 OBJETIVO 1: INCREMENTAR LA PROMOCIÓN EN MERCADOS RECEPTIVOS Y DOMÉSTICOS FAVORABLES AL TURISMO SOSTENIBLE.

Gráfico 18: Objetivo Estratégico 1



Elaborado por: Dirección de Planificación, Seguimiento y Evaluación, Nov 2021

8.4.1 EJE 1: Promoción priorizada y segmentada por emisores y por especialización, para trade y directo, receptivo y doméstico.

❖ Estrategia de promoción trade receptivo

La estrategia con el trade receptivo contempla la realización de diversas acciones como la presentación del país a medios de comunicación e industria de países que son mercados seleccionados, en conjunto con el sector privado de Ecuador, a través de RoadShows.

Además la realización de viajes de familiarización donde se invita a determinados operadores a que conozcan y experimenten un destino en concreto por razones de mercado, o bien en que se haya implementado innovación y se desee presentar al mercado, o que se trate de operadores que aún no venden destino Ecuador a los que se quiera dar a conocer.

Así como el establecimiento de un sistema de entrenamiento, apoyo y fidelización a travelagents por afiliaciones, entre otras acciones.

❖ **Estrategia de promoción Directo Receptivo**

Contempla la realización de diversas acciones promocionales dirigidas directamente hacia el visitante extranjero a fin de que visite el Ecuador y sus regiones, por tanto se realizarán estrategias de comunicación por medios digitales y social media, promoción con la participación de influencers, campañas publicitarias a través de diversos medios de comunicación, fomento a la realización de visitas virtuales a los diferentes destinos turísticos del Ecuador, identificación de empresarios ecuatorianos exitosos en el exterior para convertirse en embajadores de destino con apoyo DMCs/Oficinas Comex, entre otras acciones

73

❖ **Estrategia de promoción trade doméstico**

Esta estrategia está encaminada a fortalecer al trade doméstico respecto a las rutas, corredores, atractivos y destinos turísticos que el ecuatoriano podría visitar en fomento del turismo, y como medio de distribución de la economía. Es así, que por medio de mentoring, famtrips, ruedas de negocio, y demás acciones se espera cumplir con dicha estrategia.

❖ **Estrategia de promoción Directo Doméstico**

La estrategia de promoción directo doméstico contempla la segmentación de los turistas nacionales respecto a sus intereses y preferencias, contempla la promoción por medio de redes sociales, comunicación con Influencers, realización de concursos y campañas definidas por actividades/segmentos/productos para incentivar fines de semana, feriados, eventos.

8.4.2 EJE 2: Generación de herramientas agregadoras de valor para la promoción y mercadeo del portafolio.

• **Estrategia Marca País**

Formulación de una marca país integral que dota de profundidad a la estrategia de posicionamiento en el exterior fortaleciendo y retroalimentando a todos los sectores de exportación.

• **Estrategia Web**

Rediseño de la estructura web para que se convierta en una vitrina efectiva del portafolio de productos y destinos sostenibles del país, así como una herramienta confiable de información

actualizada sobre condiciones, últimas noticias, eventos, redireccionamiento confiable a los diferentes productos y destinos del portafolio, integrado y vinculado con las redes sociales de MINTUR con una estrategia clara dirigida a incrementar las ventas de directos tanto domésticos como de receptivo.

- **Estrategia de mentorías receptivo**

Desarrollo de kits para comercialización con trade que incluya: Presentación del producto, material fotográfico, videos, Fact Sheets de destino y/o producto, guía informativa de actividades turísticas, mapas de acceso o actividades. Para kits de prensa: boletines de prensa que incluya concepción del proyecto, premios y reconocimientos, buenas prácticas y ventaja competitiva.

- **Estrategia de mentorías doméstico**

Estrategia encaminada al fortalecimiento de los conocimientos promocionales con el trade doméstico, lo cual puede incluir presentaciones del producto, material fotográfico, videos, FactSheets de destino y/o producto, guía informativa de actividades turísticas, mapas de acceso o actividades.

- **Estrategia de generación de herramientas de promoción (ej.media kit, trade kit, video & storytelling)**

Se generan los lineamientos y requerimientos mínimos en cuanto a kits de promoción y se coordinan programas de capacitación para que los productos/destinos cuenten con banco de imágenes y video de alta calidad, estrategia digital, storytelling, parrilla de contenidos por segmentos/temporadas, así como medios digitales de reserva y pagos, tarifas variables de acuerdo a canales, y facilidades para empaquetamiento.

8.4.3 EJE 3: Creación de un Sistema de Inteligencia Turística y Gestión del Conocimiento

- ✓ **Observatorio de turismo sostenible**

Ecuador es un lugar turístico referente en el mundo que recibe millones de turistas cada año. Con motivo de proteger y preservar este destino, es necesario conocer el impacto del turismo en el medio ambiente, la geografía y la población

Facilitar la información necesaria para la toma de decisiones de los diferentes agentes económicos implicados en el sector turístico, a la vez que se evalúa el impacto que las políticas

públicas pudiesen tener sobre la industria turística, es un aspecto importante en el desarrollo del Observatorio de Turismo Sostenible.

Dirigir la información disponible, procesarla y analizarla mediante un Observatorio, permitiría medir el impacto generado por el turismo a nivel general y específico. En este sentido, el Observatorio Turístico, sería la herramienta que facilitaría homologar la información presente y futura, transparentando la metodología de levantamiento de información, permitiendo el manejo estadístico de los datos y la formulación de políticas y estrategias por parte de los actores públicos y privados del sector turístico del país.

✓ **Generación y difusión de conocimiento**

Esta estrategia tiene relación con el observatorio del turismo sostenible, en razón que los datos estadísticos y estudios actualizados en temas de turismo serán útiles para la toma de decisiones en beneficio y conocimiento del sector turístico.

8.5 **OBJETIVO 2: INCREMENTAR Y DIVERSIFICAR EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y DESTINOS SOSTENIBLES**

Gráfico 19: Objetivo Estratégico 2



Elaborado por: Dirección de Planificación, Seguimiento y Evaluación, Nov 2021

8.5.1 **EJE 1: Programa destinos sostenibles**

❖ **Estrategia de Articulación Territorial**

Uno de los planteamientos para lograr desarrollo es implementar proceso de especialización productiva, para lo cual es necesario incentivar la generación de factores o fuentes de ventajas competitivas en el territorio. Es así que en un esfuerzo conjunto de los actores involucrados, se definirán lineamientos para la articulación de Corredores y Clúster, definido este “marco” técnico se deberá realizar socializaciones donde serán comunicados los lineamiento de su priorización y articulación, para lo cual se implementarán actividades de seguimiento y asistencia técnica.

Una actividad fundamental también será la de dar acompañamiento a la identificación de necesidades de mejora en atractivos, conectividad y servicios.

❖ **Estrategia de Rincones Mágicos**

A nivel territorial se crea el programa de micro-destinos “Rincones Mágicos o Ecuador Mágico” que reemplazará al programa “Pueblos Mágicos” con una estrategia más inclusiva y adaptada a nuestra realidad geográfica, urbanística y sociocultural.

El portafolio “Rincones Mágicos” incorpora a aquellos espacios en municipios urbanos, parroquias o comunidades en los que se realizan intervenciones de carácter integral en entornos claramente delimitados con el objetivo de convertirlos en micro destinos turísticos a partir de un atractivo turístico claramente identificable y categorizado.

Este programa idealmente delimita e identifica un área sobre la que se han realizado intervenciones de carácter urbanístico, ambiental, de ordenamiento, señalética, acondicionamiento de atractivos turísticos, ornato, seguridad y limpieza, mejora y especialización de oferta turística y que cuenta con un plan específico de mantenimiento y mejora continua con la participación de vecinos y sector privado además del municipio.

❖ **Estrategia de Calidad en Playas**

Por la variedad de actividades que ofrece los destinos de sol y playa son de gran atractivo para los visitantes, por lo que implementar procesos Calidad Turística en playas es de suma importancia, los que deben incluir elementos de ordenamiento, seguridad, limpieza y mantenimiento del recurso, potenciará la belleza de su entorno natural y les permitirá ser más competitivos.

De esta manera se determinará lineamientos para priorización de destinos de calidad en playa, se apoyará la difusión del programa “Blue Flag”, además de coordinar con BEDE la inclusión de criterios de calidad en playas dentro del programa de créditos de turismo. El capital humano es fundamental en este proceso para lo cual se brindará apoyo en la identificación de las necesidades de capacitación, mejora, identificación de brechas, para la formulación del Plan de Mejora (Modelo de gestión).

Finalmente se creará un portafolio de promoción de Playas, que se articularán al eje estratégico uno de este plan, de forma particular a las actividades de creación e implementaciones estrategia

de promoción del portafolio corredores turísticos, vinculación con mentoría al trade, asistencia técnica para media y trade kits, difusión y socialización del portafolio Playas.

❖ Estrategia de Turismo Urbano

La Estrategia de Turismo Urbano involucra la realización de diversas acciones enmarcadas en la reactivación de las ciudades como destinos turísticos, resaltando sus atractivos y espacios para la visita de diversos turistas. Una de las acciones a realizarse contempla el mercado MICE, lo cual requerirá la creación de un portafolio único de sedes y actividades innovadoras para MICE, así como fortalecer el ecosistema de empresas de servicios a la producción MICE —OPCs.

77

8.5.2 EJE 2: Programa productos sostenibles

❖ Estrategia de programa Ecuador desde sus Raíces

Es el fortalecimiento de la oferta de alojamiento y experiencias rurales: Haciendas, Turismo Comunitario y Turismo Rural. A través de reformas normativas se facilitará que estas modalidades de alojamiento se conviertan en núcleos de experiencias turísticas vinculadas a la naturaleza y las actividades productivas del mundo rural, poniendo en valor su respectiva singularidad y potencial.

Contar con un portafolio de experiencias que permiten al turista conocer y experimentar la realidad productiva del sector agrícola, ganadero o forestal, desde las rosas al cacao pasando por las frutas, el café, viveros forestales, cannabis o miel de manglar. La variedad de experiencias permiten a toda la familia no solo descubrir y aprender de actividades ancestrales sino contribuir a proteger la biodiversidad y los ecosistemas frágiles, evitar la deforestación y preservar nuestro patrimonio cultural inmaterial a través de usos turísticos. La creación y puesta en valor del portafolio requerirá al menos las siguientes acciones: lineamientos y normativa básicas, coordinación a nivel territorial para difusión y asistencia técnica, portafolio de experiencias de agroturismo, portafolio de visitas a producciones artesanales, portafolio experiencias ancestrales.

❖ Estrategia de Ecoturismo

Ecuador cuenta con 50 Áreas Protegidas que suponen el 19% de su territorio, lo que le convierte en el segundo país de Suramérica con mayor superficie incluida en alguna figura de protección;

esto nos convierte en un destino privilegiado para la práctica del ecoturismo y sus actividades asociadas. Además, se trata de uno de los segmentos más dinámicos y con mayor y más sostenido crecimiento a nivel internacional en los últimos años.

El portafolio del producto naturaleza busca mejorar la calidad de la experiencia en las áreas protegidas y así incrementar el nivel de protección, mejorar la conservación y reducir la deforestación en estos ecosistemas. En alianza con el MAATE vamos a visibilizar y poner en el mercado iniciativas productivas de la cadena de valor asociada a cada territorio. Se trata de iniciativas que contribuyen a evitar la presión turística sobre ecosistemas frágiles.

78

Se pondrá en valor producciones singulares y sostenibles de manglar, de páramo, de bosque seco, de Amazonía vamos a involucrar a las poblaciones locales, a las empresas y a los turistas en los esfuerzos de conservación. Asimismo en conjunto con el MAATE mejoraremos la infraestructura y la experiencia turística no solo de las áreas protegidas sino también de las zonas de amortiguamiento a través de un novedoso concepto de colaboración público privada, que también involucra a las comunidades, las juntas parroquiales, municipios y prefecturas en las zonas de amortiguamiento y que ayudará a que se redistribuyan los flujos hacia las comunidades aledañas a través de atractivos, servicios, señalética y promoción.

Además se propone impulsar el turismo fotográfico, para lo cual se creará la especialidad guía fotográfico de naturaleza, su respectiva certificación de guía fotográfico, lo que permitirá plantear “Itinerarios Fotográficos del Ecuador” y concurso de alcance mundial de Fotografía de Naturaleza.

❖ Estrategia de Producto Turismo, Deportivo y Aventura

Los cuatro mundos en los que se ha basado por años el posicionamiento turístico del Ecuador ofrecen una cantidad y variedad extraordinaria de espacios para la práctica de actividades y deportes de aventura adaptados a todos los niveles de experiencia.

Lamentablemente el nivel de identificación de sitios aptos, su equipamiento, puesta en valor, oferta empresarial y desarrollo del talento humano y entorno favorable no han ido al ritmo que el enorme potencial del país ofrece, por lo que sigue siendo una actividad marginal.

Se establecerá el primer club de producto en torno al turismo deportivo, en coordinación con aquellos GAD y empresas de la cadena de valor interesados en su fortalecimiento y desarrollo.

Se trabajará en la mejora del entorno normativo, la capacitación y habilitación de guías, identificación, habilitación y señalización de lugares para la práctica de actividades deportivas de montaña, aguas continentales y marítimas, entre otras, lo que permitirá a los territorios desarrollar su potencial de una forma económicamente viable, ambientalmente segura y responsable y socialmente inclusiva.

Se priorizará la mejora en la capacitación formal de guías a niveles internacionales, así como los mecanismos de seguridad, aseguramiento y rescate, que permitan elevar el atractivo del país en su conjunto como destino seguro para actividades deportivas y de aventura en la naturaleza.

8.6 OBJETIVO 3: INCREMENTAR Y FORTALECER UN ENTORNO FAVORABLE A LA INVERSIÓN, LA INNOVACIÓN Y LA GESTIÓN DEL TURISMO SOSTENIBLE

Gráfico 20: Objetivo Estratégico 3



Elaborado por: Dirección de Planificación, Seguimiento y Evaluación, Nov 2021

8.6.1 EJE 1: Ecosistema innovación

✓ Ecosistema Tecnológico

Según un estudio desarrollado por la OEA Ecuador es uno de los países en el cual las micro empresas tienen un escaso posicionamiento en medios digitales, lo que quiere decir que las micro empresas no están haciendo uso de la tecnología para adaptarse a las tendencias de consumo actual.

Asimismo, según un estudio realizado por google el porcentaje de consumidores que acuden a internet para comenzar o acabar su proceso de compra supera el 75%, por lo cual se identifica la necesidad de mejorar la oferta digital de los prestadores de servicios del sector turístico.

En este sentido, se quiere impulsar la reactivación económica de las Mipymes turísticas por medio del comercio electrónico y herramientas digitales que aporten a la competitividad y exposición en el mercado digital nacional y mundial.

Por otra parte, se realizarán estudios de brechas, estudios de necesidades del sector, y con los resultados que se obtengan desarrollaremos desafíos con empresas tecnológicas que puedan

brindar soluciones a las necesidades tecnológicas que se puedan encontrar y de esta manera apoyar al desarrollo, innovación y competitividad del sector turístico.

✓ **Ecosistema Financiero**

Así, es una prioridad para el MINTUR el coordinar el acceso del sector a fondos con condiciones específicas para turismo, garantizando acceso a créditos para reactivación, innovación y modernización, emprendimiento y capital semilla. Se priorizan los proyectos que incluyan componentes de sostenibilidad, tecnología e inclusión. El acceso a crédito para proyectos de los GAD se canaliza a través del BDE, incluyendo criterios que aseguren la sostenibilidad y el retorno económico y social de los proyectos.

Las estrategias tienen un enfoque de sostenibilidad y responsabilidad social.

✓ **Ecosistema de Conocimiento**

Se realizarán programas de Mentoring con trade internacional y doméstico para innovación en productos y destinos existentes o productos /destinos innovadores. Si bien la identificación tanto de productos/destinos e innovaciones como de los potenciales mentores se realiza desde promoción, el área de competitividad apoya a la identificación de brechas, la formulación del plan de mejora y la coordinación del mismo, dentro de los procesos de mentoring “Tourismwith a purpose” y “Mi Ecuador”.

Por otra parte, actualmente existen en el país 42 universidades y 26 centros tecnológicos que imparten carreras relacionadas con el Turismo. La coordinación de esfuerzos permitirá apoyarse en estas instituciones para extender el alcance en el territorio tanto en temas de emprendimiento, como de capacitación e investigación.

Adicionalmente, a través de la colaboración con las instituciones educativas y direcciones de turismo de GAD, así como otras instituciones públicas encargadas de del fortalecimiento emprendedor y empresarial, queremos crear centros de apoyo al emprendimiento a nivel local que puedan apoyar con asistencia técnica, y también generar propuestas de capacitaciones para mejorar la calidad y competitividad del sector.

8.6.2 EJE2: Fomento Conectividad y Facilitación

❖ Estrategia de Promoción para mejora en la Conectividad

Esta estrategia considera la participación en ferias y eventos especializados en conectividad, cuyo fin es el relacionamiento a través de reuniones de alto nivel que se pueda generar con gerentes y tomadores de decisiones de aeropuertos, aerolíneas y líneas de cruceros; estos eventos ofrecen al Ministerio de Turismo un escenario de corta duración con una gran concentración de actividades de networking y reuniones especializadas, diseñadas para acelerar la creación de relaciones y vinculación con el grupo objetivo al que se quiere llegar. Así también, estos espacios constituyen un espacio para el desarrollo de alianzas estratégicas con actores de conectividad.

Por otra parte, también considera la ejecución de Convenios con líneas de cruceros para el incremento de recaladas se realizará un trabajo en conjunto con entidades públicas y privadas vinculadas al segmento de los cruceros y turismo para incentivar la demanda turística, mediante un trabajo colaborativo para promover el turismo de las ciudades puerto.

Además esta estrategia considera el levantamiento previo de posibles candidatos vinculados al segmento de conectividad con los cuales se ejecutará el fam y presstrip con la finalidad de promocionar al Ecuador como destino y potencializar la conectividad en el Ecuador. Se realizarán traslados a nivel nacional con el objetivo de brindar acompañamiento a los actores de la conectividad en viajes de familiarización y a prensa especializada en viajes de prensa y visitas de inspección a puertos, aeropuertos y GAD

❖ Estrategia de articulación para la mejora de la facilitación turística

Se efectuarán acciones de alto impacto en los mercados definidos, para el incremento, recuperación y/o mantenimiento de nuevas rutas y /o frecuencias existentes, aportando así al desarrollo de Ecuador como destino turístico e incrementando el flujo de turistas al País.

Adicionalmente contempla la realización de un plan de digitalización, el cual servirá para levantar y actualizar datos sobre conectividad e implementación de segmentadores turísticos, que permitan al usuario tener información turística en tiempo real con la finalidad de promocionar el destino con data al día del sector.

8.6.3 EJE3: Fomento de Inversiones

✓ Estrategia de Promoción Ecuador destino de Inversión

Se fortalecerá el portafolio de oportunidades de inversión en pro de la reactivación del sector turístico, con proyectos, infraestructura turística, terrenos, predios y otras oportunidades de alto impacto que impulsan la innovación. Para ello es imprescindible contar con un portafolio actualizado y dinámico que nos permita ampliar la cartera de oportunidades de inversión y difundir datos económicos y turísticos atractivos para los inversores.

Es importante realizar un levantamiento de información y contar con una cartera de potenciales inversionistas, así como gestionar las relaciones con potenciales inversionistas, proponentes, cadenas hoteleras, fondos de inversión, desarrolladores de proyectos y demás actores importantes de la industria interesados en invertir en nuevos proyectos turísticos.

82

Por otra parte, para gestionar de una manera eficiente la base de datos de inversionistas, así como mantener segura la misma; es necesario contar con una herramienta que permita tener una base de datos, un seguimiento y análisis de la información, así como que permita segmentar la información de acuerdo al tipo de interés de los potenciales inversionistas.

Para gestionar, incrementar y mantener la atracción de inversiones en turismo, se deben implementar estrategias para la asistencia a inversionistas existentes y el acercamiento con los potenciales inversores.

Dentro de las acciones para la atracción de nuevos inversionistas internacionales se propone las misiones de alto nivel, en las cuales se coordinará y ejecutará una agenda de reuniones B2B entre la Máxima autoridad con los CEOs y altos directivos de fondos de inversión, desarrolladores de proyectos, resorts, marcas y cadenas internacionales que permitan la interrelación directa con estos importantes actores y a la vez estas acciones reforzarán la confianza de los inversionistas internacionales hacia el Ecuador como un país destino de inversiones hoteleras y turísticas a corto, mediano y largo plazo.

8.7 OBJETIVO 4. FORTALECER LAS CAPACIDADES INSTITUCIONALES

Gráfico 21: Objetivo Estratégico 4



Elaborado por: Dirección de Planificación, Seguimiento y Evaluación, Nov 2021

La mejora de la eficiencia y la eficacia a nivel organizacional con enfoque a resultados, debe ser concebido y como un eje altamente representativo; la búsqueda de una institución ágil, dinámica

y oportuna, tanto en su gestión como en sus resultados son premisas que, de cara a la reactivación del turismo, el ente público rector de la materia debe propender.

La estructura institucional, los procesos, procedimientos, herramientas técnicas, así como el uso adecuado y oportuno del presupuesto, gestionado bajo las mejores prácticas realizadas bajo la administración de un talento humano capacitado e interesado en contribuir al desarrollo del sector, son premisas del eje vinculado a la eficiencia institucional; se busca mejorar aspectos vinculados a:

- Gestión y fortalecimiento de la estructura institucional
- Gestión y fortalecimiento de las capacidades del talento humano
- Gestión y fortalecimiento de los Procesos Administrativos y financieros
- Transparencia y lucha contra la corrupción

83

8.7.1 EJE: Gestión y Fortalecimiento de estructura institucional

- ✓ Estrategia de fortalecimiento de la estructura institucional

El accionar del Ministerio de Turismo se sustenta en la correcta organización de sus unidades, en razón de lo cual con la finalidad de fortalecer la coordinación interna y los servicios que se brindan a la ciudadanía, turistas y establecimientos turísticos, es necesario el fortalecimiento orgánico institucional a nivel nacional, con mecanismos que propendan a la eficiencia y eficacia de acciones en materia de rectoría, y de articulación territorial para la prestación de productos y servicios.

8.7.2 EJE: Gestión y Fortalecimiento de las capacidades del talento humano

Contar con un talento humano idóneo y con altos niveles de competencia, comprometido y proactivo, que garantice el funcionamiento eficiente y eficaz de la institución frente a las necesidades y compromisos para la reactivación y fortalecimiento del sector, posibilitando la prestación de servicios de calidad, son fundamentales para la concepción del presente eje.

Estrategias:

- ✓ Estrategia de mejora en perfiles profesionales
- ✓ Estrategia de mejora en el clima laboral
- ✓ Estrategia de mejora de competencias y capacidades

8.7.3 EJE: Gestión y fortalecimiento Administrativo y financiero

Comprende el desarrollo institucional en lo relativo a la planificación, lo administrativo-financiero y de las tecnologías de la información y comunicación, bajo criterios de gestión por resultados; considerando preceptos de mejores prácticas de gestión, fortalecimiento en la administración de recursos logísticos, operacionales y presupuestarios relacionados a bienes y servicios inmobiliarios, mobiliarios y tecnológicos y financieros.

Estrategias:

- ✓ Estrategia de fortalecimiento a la planificación y seguimiento institucional
- ✓ Estrategia de mejora en la gestión administrativa y financiera
- ✓ Estrategia de mejora en tecnologías de la información y comunicación

84

8.7.4 EJE: Transparencia y lucha contra la corrupción

El Ministerio de Turismo considerando el contenido del objetivo 15 del Plan Nacional de Desarrollo 2021 – 2025 *“Fomentar la ética pública, la transparencia y la lucha contra la corrupción”* y alineado a las políticas *“Fomentar la integridad pública y la lucha contra la corrupción en coordinación interinstitucional efectiva entre todas las funciones del Estado y la participación ciudadana”*, así como *“Impulsar el Gobierno Abierto que propicie la transparencia y el acceso a la información oportuna y cercana a la ciudadanía”*, propone la siguiente estrategia:

- ✓ Estrategia de fortalecimiento a la transparencia y lucha contra la corrupción

8.8 INDICADORES

Es necesario por tanto reorientar el accionar del Ministerio de Turismo, desde su propósito, misión y visión, objetivos estratégicos y estructura hacia la consecución de los objetivos mencionados: incrementar los ingresos procedentes del turismo que se transforman en ingresos y empleos tanto directos como indirectos que generan bienestar en la población de una forma sostenible, responsable e inclusiva.

Los indicadores conforme los objetivos estratégicos son:

8.8.1 Objetivo 1: Incrementar la promoción en mercados receptivos y domésticos favorables al turismo sostenible

| Responsable reporte | Indicador | Línea Base | Meta 2022 | Meta 2023 | Meta 2024 | Meta 2025 |
|----------------------------|------------------------------------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Subsecretaría de Promoción | Número de entradas internacionales | 468.894 | 667.110 | 943.811 | 1.405.365 | 2.000.000 |

8.8.2 Objetivo 2: Incrementar y diversificar el portafolio de productos y destinos sostenibles

| Responsable reporte | Indicador | Línea Base | Meta 2022 | Meta 2023 | Meta 2024 | Meta 2025 |
|---------------------------------------|--|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Subsecretaría de Regulación y Control | Número de municipios capacitados en el plan integral de asistencia al turista (PIAT) | 10 | 10 | 20 | 20 | 20 |
| | Número de mesas de seguridad turística implementadas en las provincias | 10 | 10 | 15 | 20 | 24 |
| Subsecretaría de Desarrollo turístico | Número de corredores listos para promocionar (acumulativa) | 0 | 0 | 1 | 2 | 4 |

85

8.8.3 Objetivo 3: Incrementar y fortalecer un entorno favorable a la inversión, la innovación y la gestión del turismo sostenible

| Responsable reporte | Indicador | Línea Base | Meta 2022 | Meta 2023 | Meta 2024 | Meta 2025 |
|---|---|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Subsecretaría de Competitividad y Fomento turístico | Número de proyectos de innovación turística implementados | 5 | 5 | 7 | 9 | 12 |
| | Número de nuevas frecuencias aéreas internacionales | 133 | 6 | 8 | 9 | 9 |
| | Inversión privada en infraestructura turística - millones USD (acumulativa) | 200.95 | 50 | 100 | 150 | 250 |

8.9 IMPLEMENTACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA CON ENFOQUE TERRITORIAL

El Ministerio de Turismo tiene representación en territorio a través de la Dirección Zona 1, Dirección Zona 6, Dirección Zona 8 y Dirección Zona Insular. Las Unidades

Direcciones Zonales del Ministerio de Turismo, tienen como principales atribuciones la implementación de la política sectorial de turismo, la planificación de la actividad turística; la coordinación del ejercicio de las actividades turísticas en las áreas naturales protegidas¹⁰, que incluye: otorgar los permisos, patentes y licencias para el desarrollo de las actividades turísticas así como el cobro de tarifas por el ingreso a dichas áreas; así como debe suscribir el certificado de registro de turismo; otorgar la clasificación, reclasificación, categorización y recategorización al registro de turismo de los establecimientos catastrados; establecer el plan de control al cumplimiento y aplicación de la normativa nacional vigente y normas de calidad turísticas correspondientes a la prestación de servicios y modalidades turísticas en cada una de las actividades turísticas.

A continuación se describen los criterios planteados para definir presencia a través de unidades desconcentradas zonales con desglose de datos a nivel provincial:

Catastro Turístico

El Catastro Turístico, recauda toda la información de los prestadores de servicios turísticos, que se han registrado formalmente ante el Ministerio de Turismo, en las diferentes actividades que determina la Ley de Turismo: Alojamiento, Alimentos y Bebidas, Operación e Intermediación, Transporte, Hipódromos y Parques de Atracciones Estables.

Siendo relevante debido a que la entidad es la encargada de administrar el catastro el cual está sujeto a actualización permanente debido a solicitudes de registro, reclasificación, recategorización, inactivación, reingreso o actualización ante el MINTUR, estos procesos son realizados con la debida inspección para la verificación de cumplimiento de requisitos al final de la inspección, se emitirá un acta suscrita entre el funcionario de la Autoridad Nacional de Turismo y el propietario, representante legal, administrador o encargado del establecimiento donde se dejará constancia de la diligencia realizada. En caso de que los resultados de la inspección, determinen que el establecimiento es turístico, el Ministerio de Turismo le extenderá el Certificado de Registro de Turismo

¹⁰ El Ministerio de Turismo coordina con el Ministerio de Ambiente, Agua y Transición Ecológica los temas relacionados a la política ambiental del Ecuador.

Atractivos Turísticos Levantados

Los atractivos turísticos son los lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que, por sus características propias (naturales y/o culturales), atraen el interés de un visitante motivando su desplazamiento. Estos pueden ser tangibles o intangibles y constituyen uno de los componentes que integra el patrimonio turístico; y son un elemento primordial de la oferta turística.

Es relevante este criterio, dado que el MINTUR, levanta, administra y valida los atractivos turísticos de cada provincia; así como también y en coordinación con los GAD valida (in situ) los atractivos levantados por dichas instituciones, en este sentido, para el cumplimiento de este objetivo, el personal del Ministerio visita in situ los atractivos turísticos levantados; con el propósito de validarlos y actualizarlos en el catálogo.

Por otra parte es importante mencionar que el catálogo de atractivos turísticos es dinámico, pues de acuerdo a la metodología dispuesta por esta Cartera de Estado, un atractivo turístico está facultado, en base al cumplimiento de requisitos, a modificar su categoría (recategorizarse) registrada y validada al momento de inscribirse en el catálogo. Por ejemplo un atractivo turístico de categoría 1, al mejorar sus facilidades (carreteras, accesos, señalética, etc.) podrá postularse a una categoría superior, lo que conllevaría una nueva visita al atractivo turístico

La información del Catálogo de Atractivos Turísticos, permite fomentar el desarrollo y diversificación de la oferta turística a nivel territorial y nacional.

Visitas Técnicas

Se refiere a las actividades realizadas en un lugar turístico por determinado tiempo. Este indicador, es relevante ya que los turistas son usuarios directos de Ministerio de Turismo, demandan servicios de asesoría, promoción, bienestar y seguridad.

Trámites atendidos

Gestión de trámites del catálogo de servicios brindados en territorio, es la sumatoria de todos los trámites a los que un usuario puede acceder según sus necesidades.

El catálogo está integrado por los siguientes servicios:

- a) Regulación del Sector Turístico.- Servicio orientado a dirigir y coordinar las distintas acciones relacionadas con la regulación, registro y control de las diferentes actividades, modalidades, Centros de Turismo Comunitario y servicios turísticos.
- b) Gestión de Bienestar y Seguridad Turística.- Servicio orientado a diseñar estrategias, lineamientos y procedimientos de articulación y coordinación con los actores del sector público, privado, comunitario, académico y organizaciones no gubernamentales, para propiciar un entorno seguro, de bienestar y apropiado para el turista; mediante la recepción de denuncias realizadas por los turistas y la ejecución de protocolos, acciones o estrategias de prevención y atención a turistas en situaciones de emergencia y vulnerabilidad.
- c) Gestión y Desarrollo de Destinos Turísticos.- Servicio orientado al fortalecimiento de la gestión de calidad, en las actividades y modalidades turísticas; fomentando la innovación en productos, servicios, destinos y proyectos, con el propósito de incrementar y potenciar el desarrollo del turismo en el Ecuador.
- d) Gestión de Calidad, Capacitación y Asesoría.- Servicio orientado a desarrollar mecanismos y herramientas para la capacitación, formación y sistemas de gestión dirigidos a personas, empresas y destinos para elevar los estándares de servicio y calidad del sector.
- e) Generación de la Oferta y Mercados Turísticos.- Servicio orientado a la gestión de atracción de la inversión turística, diversificación, priorización de mercados, desarrollo de conectividad y relaciones internacionales; mediante, el fortalecimiento de los canales de comercialización, redes de distribución nacional e internacional y mecanismos de inserción de oferta productos turísticos, en el marco de convenios internacionales y articulación de vínculos de cooperación nacional e internacional.
- f) Promoción de la Oferta Turística.- Servicio orientado a la promoción de destinos turísticos del país, a través de campañas digitales, de videos y de difusión de información y gestión del ministerio de turismo.

Oportunidades de inversión

Es relevante este criterio porque el MINTUR, identifica oportunidades de inversión in situ, según la realidad territorial, permisos, propiedades, interés turístico y propone mecanismos para atraer inversiones y estimular la presencia en el país de empresas turísticas para incrementar el turismo del país.

Ferriados y días festivos

Los feriados y días festivos son espacios para promover los diferentes atractivos a fin de consolidar los destinos turísticos del Ecuador. A mayor cantidad de festividades territoriales, las unidades desconcentradas deben activar su gestión de promoción, que amerita desplazamiento in situ; así también, hay mayor presencia de turistas y prestadores de servicios turísticos, que requieren acompañamiento, asesoría, permisos y defensa del Ministerio de Turismo.

La presencia en territorio de la Unidad Desconcentrada Zonal y su posible sede, se determinó mediante el análisis a nivel provincial con las variables de injerencia directa, media y baja respecto a la prestación de servicios y atención a turistas y usuarios en territorio; y, reflejan acciones de Planificación, Coordinación, Control, Gestión y Evaluación.

Con los resultados obtenidos, y de la información recopilada, se determina la necesidad de contar con una unidad desconcentrada en las zonas 1,6,8 e Insular distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 21: Direcciones Zonales por Provincia

| UNIDADES DESCONCENTRADAS | PROVINCIA |
|---|--|
| UNIDAD DESCONCENTRADA ZONA 1 | Imbabura, Pichincha, Carchi, Esmeraldas, Napó, Orellana, Sucumbíos |
| UNIDAD DESCONCENTRADA ZONA 8 | Guayas, Santo Domingo de los Tsáchilas, Manabí, Bolívar, Los Ríos, Santa Elena |
| UNIDAD DESCONCENTRADA ZONA 6 | Azuay, Chimborazo, Cotopaxi, Pastaza, Tungurahua, Cañar, Morona Santiago, Loja, El Oro, Zamora Chinchipe |
| UNIDAD DESCONCENTRADA PARA EL RÉGIMEN ESPECIAL DE GALÁPAGOS | Galápagos |

9 ESTRATEGIA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN AL PLAN INSTITUCIONAL 2021-2025

90

El seguimiento y evaluación al Plan Institucional tiene como propósito verificar cumplimiento de las metas anuales, mediante el seguimiento a los indicadores y acciones estratégicas, con el objetivo de realizar los correctivos necesarios para lograr la eficiencia y mejorar la gestión institucional.

De manera general el Plan Institucional 2021 – 2025 se estructura con cuatro objetivos estratégicos que contienen sus respectivos indicadores y metas anuales. El cálculo del cumplimiento de las metas es la relación entre lo ejecutado y lo planificado para el periodo en el que se realiza la evaluación. Para el cumplimiento del Plan Institucional se tendrá en cuenta el plazo del plan, las metas y acciones ejecutadas sobre las metas y acciones planteadas.

Para el seguimiento y evaluación de los objetivos estratégicos, se deberán incorporar al Sistema de Gobierno por Resultados (GPR) en el nivel N1, los indicadores estratégicos del Plan Institucional y se establecerá la periodicidad para su reporte por parte de las áreas responsables, las mismas que no sobrepasarán el semestre. Se verificará la información de los anexos reportados en dicha herramienta los cuales deben respaldar los resultados registrados y se complementará con la información adicional que se solicite a las áreas involucradas.

Para realizar el seguimiento y evaluación del Plan Institucional, es importante que los actores involucrados en la ejecución, sean quienes contribuyan en esta tarea, incorporando indicadores que permitan medir el cumplimiento de las estrategias.

El Informe de Seguimiento y Evaluación Anual del Plan, incorporará la información del cumplimiento de metas a nivel estratégico y seguimiento de las acciones estratégicas, con sus respectivas conclusiones y recomendaciones, encaminando el cumplimiento del Plan Institucional.

10 PROGRAMACION DE LA POLÍTICA PÚBLICA

A continuación se presenta la desagregación anual de la programación plurianual de la política pública conforme lo establece la Guía de Planificación Institucional:

ANEXO 1. PROGRAMACIÓN PLURIANUAL DE LA POLÍTICA PÚBLICA

91

Tabla a. Matriz Elaboración Programación Plurianual de la Política Pública

| Matriz Elaboración Programación Plurianual de la Política Pública 1era Parte (Alineación) | | | |
|--|--|--|--|
| Programación Plurianual de la Política Pública | OEI 1: Incrementar la promoción en mercados receptivos y domésticos favorables al turismo sostenible | Plan Nacional de Desarrollo | Objetivo 2 Impulsar un sistema económico con reglas claras que fomente el comercio exterior, turismo, atracción de inversiones y modernización del sistema financiero nacional. |
| | | | Política 2.3. Fomentar el turismo doméstico, receptivo y sostenible a partir de la promoción, consolidación y diversificación de los productos y destinos del Ecuador, tanto a nivel nacional como internacional |
| | | | 2.3.1. Aumentar el ingreso de divisas por concepto de turismo receptor de USD 704,67 millones a USD 2.434,60 millones. |
| | | | 2.3.1. Ingreso de divisas por concepto de turismo receptor |
| | | | 2.3.2. Incrementar las llegadas de extranjeros no residentes al país de 468.894 en 2020 a 2.000.000 en 2025. |
| | | | 2.3.2. Número de entradas internacionales |
| | | | 2.3.3. Aumentar el empleo en las principales actividades turísticas de 460.498 a 495.820 |
| | | 2.3.3. Población con empleo en las principales actividades turísticas (15 y más años de edad). | |
| | | Política Sectorial ¹¹ | El Plan Sectorial se encuentra en proceso de construcción |
| | | Planificación Institucional | Prioridad: 1 |
| | | | Objetivo 1: Incrementar la promoción en mercados receptivos y domésticos favorables al turismo sostenible |
| | | | Indicador: Número de entradas internacionales |
| | | | Línea base: 468.894 |
| Meta al 2025: 2.000.000 | | | |

¹¹ Con Oficio Nro. SNP-SPN-2021-0867-OF, de 18 de noviembre de 2021, la Secretaría Nacional de Planificación informa que se encuentra en proceso de revisión y validación de la “Guía Metodológica para la Formulación de Planes Sectoriales”, la cual será debidamente socializada una vez se cuente con el pronunciamiento de la Procuraduría General del Estado.

Se elimina el apartado Agenda Intersectorial puesto que no es un instrumento contemplado en la última actualización de la Norma Técnica del Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa

| | | |
|--|--|--|
| OEI 2: Incrementar y diversificar el portafolio de productos y destinos sostenibles | Plan Nacional de Desarrollo | Objetivo 2 Impulsar un sistema económico con reglas claras que fomente el comercio exterior, turismo, atracción de inversiones y modernización del sistema financiero nacional. |
| | | Política 2.3. Fomentar el turismo doméstico, receptivo y sostenible a partir de la promoción, consolidación y diversificación de los productos y destinos del Ecuador, tanto a nivel nacional como internacional |
| | | 2.3.1. Aumentar el ingreso de divisas por concepto de turismo receptor de USD 704,67 millones a USD 2.434,60 millones. |
| | | 2.3.1. Ingreso de divisas por concepto de turismo receptor |
| | | 2.3.2. Incrementar las llegadas de extranjeros no residentes al país de 468.894 en 2020 a 2.000.000 en 2025. |
| | | 2.3.2. Número de entradas internacionales |
| | | 2.3.3. Aumentar el empleo en las principales actividades turísticas de 460.498 a 495.820 |
| | 2.3.3. Población con empleo en las principales actividades turísticas (15 y más años de edad). | |
| | Política Sectorial | El Plan Sectorial se encuentra en proceso de construcción |
| | Planificación Institucional | Prioridad: 2 |
| | | OEI 2: Incrementar y Diversificar el portafolio de productos y destinos sostenible |
| | | Indicador 1: Número de municipios capacitados en el plan integral de asistencia al turista (PIAT) |
| | | Línea base: 10 |
| | | Meta al 2025: 20 |
| Indicador 2: Número de mesas de seguridad turística implementadas en las provincias | | |
| Línea base: 10 | | |
| Meta al 2025: 24 | | |
| Indicador 3: Número de corredores listos para promocionar | | |
| Línea base: 0 | | |
| Meta al 2025: 4 | | |
| OEI 3: Incrementar y Fortalecer un entorno favorable a la inversión y la gestión del turismo sostenible | Plan Nacional de Desarrollo | Objetivo 2 Impulsar un sistema económico con reglas claras que fomente el comercio exterior, turismo, atracción de inversiones y modernización del sistema financiero nacional. |
| | | Política 2.3. Fomentar el turismo doméstico, receptivo y sostenible a partir de la promoción, consolidación y diversificación de los productos y destinos del Ecuador, tanto a nivel nacional como internacional |
| | | 2.3.1. Aumentar el ingreso de divisas por concepto de turismo receptor de USD 704,67 millones a USD 2.434,60 millones. |
| | | 2.3.1. Ingreso de divisas por concepto de turismo receptor |
| | | 2.3.2. Incrementar las llegadas de extranjeros no residentes al país de 468.894 en 2020 a 2.000.000 en 2025. |
| | | 2.3.2. Número de entradas internacionales |

| | | | |
|---|-----------------------------|---|--|
| | | 2.3.3. Aumentar el empleo en las principales actividades turísticas de 460.498 a 495.820 | |
| | | 2.3.3. Población con empleo en las principales actividades turísticas (15 y más años de edad). | |
| | Política Sectorial | El Plan Sectorial se encuentra en proceso de construcción | |
| | Planificación Institucional | Prioridad: 3 | |
| | | OEI 3: Incrementar y fortalecer un entorno favorable a la inversión y la gestión del turismo sostenible | |
| | | Indicador 1: Número de proyectos de innovación turísticas implementados | |
| | | Línea base: 5 | |
| | | Meta al 2025: 12 | |
| | | Indicador 2: Número de nuevas frecuencias aéreas internacionales | |
| | | Línea base: 133 | |
| Meta al 2025: 9 | | | |
| OEI 4: Fortalecer las capacidades institucionales | Plan Nacional de Desarrollo | Objetivo 14 Fortalecer las capacidades del Estado con énfasis en la administración de justicia y eficiencia en los procesos de regulación y control, con independencia y autonomía. | |
| | | Política 14.3. Fortalecer la implementación de las buenas prácticas regulatorias que garanticen la transparencia, eficiencia y competitividad del Estado. | |
| | Política Sectorial | El Plan Sectorial se encuentra en proceso de construcción | |
| | Planificación Institucional | Prioridad: 4 | |
| | | OEI 4: Fortalecer las capacidades institucionales | |

Tabla b. Matriz para elaborar la Programación Plurianual de la Política Pública

| Programación Plurianual de la Política Pública 2da parte | | | | | | | | | | | |
|---|--|-------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------|--|----------------------|------------------|----------|-----------|----------|-----------|
| Planificación Institucional | AÑO | Presupuesto Inversión (PI) | | | | | | | | | |
| | | Cup del Programa | Programas | Cup del Proyecto | Proyectos de Inversión | Presupuesto | Articulación PND | Zona | Provincia | Cantón | Parroquia |
| OEI 1. Incrementar la promoción en mercados receptivos y domésticos favorables al turismo sostenible | 2022 | 56 | Participación Económica del Turismo | 165100000.0000.387230 | CREACIÓN DE UNA NUEVA MARCA PAIS | 219.520,00 | 01020302 | Nacional | Nacional | Nacional | Nacional |
| | | | | 165100000.0000.387216 | PROMOCIÓN PARA LA REACTIVACIÓN TURÍSTICA DEL ECUADOR | 5.155.836,92 | 01020301 | Nacional | Nacional | Nacional | Nacional |
| | | Total PI - del OEI1 Año 2022 | | | | 5.375.356,92 | | | | | |
| | 2023 | 56 | Participación Económica del Turismo | 165100000.0000.387216 | PROMOCIÓN PARA LA REACTIVACIÓN TURÍSTICA DEL ECUADOR | 7.554.901,04 | 01020301 | Nacional | Nacional | Nacional | Nacional |
| | | | | | | | | | | | |
| | 2024 | 56 | Participación Económica del Turismo | 165100000.0000.387216 | PROMOCIÓN PARA LA REACTIVACIÓN TURÍSTICA DEL ECUADOR | 11.533.895,03 | 01020301 | Nacional | Nacional | Nacional | Nacional |
| | | | | | | | | | | | |
| | 2025 | 56 | Participación Económica del Turismo | 165100000.0000.387216 | PROMOCIÓN PARA LA REACTIVACIÓN TURÍSTICA DEL ECUADOR | 17.404.175,31 | 01020301 | Nacional | Nacional | Nacional | Nacional |
| | | | | | | | | | | | |
| | TOTAL PRESUPUESTO INVERSIÓN OEI 1 | | | | | 41.868.328,30 | | | | | |
| OEI 2. Incrementar y Diversificar | 2022 | 56 | Participación Económica del Turismo | 165100000.0000.387216 | PROMOCIÓN PARA LA REACTIVACIÓN TURÍSTICA DEL ECUADOR | 771.877,02 | 01020301 | Nacional | Nacional | Nacional | Nacional |

| | | | | | | | | | | | |
|---|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------|--|---------------------|----------|--------------|----------|--------------|----------|
| el portafolio de productos y destinos sostenibles | Total PI - del OEI2 Año 2022 | | | | 771.877,02 | | | | | | |
| | 2023 | 56 | Participación Económica del Turismo | 165100000.0000.387216 | PROMOCIÓN PARA LA REACTIVACIÓN TURÍSTICA DEL ECUADOR | 507.857,82 | 01020301 | Nacional | Nacional | Naciona 1 | Nacional |
| | | Total PI - del OEI2 Año 2023 | | | | 507.857,82 | | | | | |
| | 2024 | 56 | Participación Económica del Turismo | 165100000.0000.387216 | PROMOCIÓN PARA LA REACTIVACIÓN TURÍSTICA DEL ECUADOR | 507.857,82 | 01020301 | Nacional | Nacional | Naciona 1 | Nacional |
| | | Total PI - del OEI2 Año 2024 | | | | 507.857,82 | | | | | |
| | 2025 | 56 | Participación Económica del Turismo | 165100000.0000.387216 | PROMOCIÓN PARA LA REACTIVACIÓN TURÍSTICA DEL ECUADOR | 507.857,82 | 01020301 | Nacional | Nacional | Naciona 1 | Nacional |
| | | Total PI - del OEI2 Año 2025 | | | | 507.857,82 | | | | | |
| TOTAL PRESUPUESTO INVERSIÓN CUATRIANUAL DE LA INSTITUCIÓN OEI 2 | | | | | 2.295.450,48 | | | | | | |
| OEI 03 Incrementar y fortalecer un entorno favorable a la inversión y la gestión del turismo sostenible | 2022 | 56 | Participación Económica del Turismo | 165100000.0000.387216 | PROMOCIÓN PARA LA REACTIVACIÓN TURÍSTICA DEL ECUADOR | 610.348,10 | 01020302 | Nacional | Nacional | Naciona 1 | Nacional |
| | | Total PI - del OEI3 Año 2022 | | | | 610.348,10 | | | | | |
| | 2023 | 56 | Participación Económica del Turismo | 165100000.0000.387216 | PROMOCIÓN PARA LA REACTIVACIÓN TURÍSTICA DEL ECUADOR | 800.934,66 | 01020302 | Nacional | Nacional | Naciona 1 | Nacional |
| | | Total PI - del OEI3 Año 2023 | | | | 800.934,66 | | | | | |
| | 2024 | 56 | Participación Económica del Turismo | 165100000.0000.387216 | PROMOCIÓN PARA LA REACTIVACIÓN TURÍSTICA DEL ECUADOR | 1.156.286,80 | 01020302 | Naciona 1 | Nacional | Naciona 1 | Nacional |
| | | Total PI - del OEI3 Año 2024 | | | | 1.156.286,80 | | | | | |
| | 2025 | 56 | Participación Económica del Turismo | 165100000.0000.387216 | PROMOCIÓN PARA LA REACTIVACIÓN TURÍSTICA DEL ECUADOR | 868.777,29 | 01020302 | Naciona 1 | Nacional | Naciona 1 | Nacional |

| | | | | |
|--|--|--|-----------------------------------|--|
| | | Total PI - del OEI3 Año 2025 | 868.777,29 | |
| | | TOTAL PRESUPUESTO INVERSIÓN OEI 3 | 3.436.346,84 | |
| | | TOTAL PRESUPUESTO INVERSIÓN CUATRIANUAL DE LA INSTITUCIÓN | 47.600.125,62¹² | |

Tabla c. **Matriz para elaborar la Programación Plurianual de la Política Pública (Desglose de la meta anual)**

| Programación Plurianual de la Política Pública 3ra parte | | | | |
|---|---------------------|------------------------------------|-----------|--------|
| OEI 01. Incrementar la promoción en mercados receptivos y domésticos favorables al turismo sostenible | Desglose anual meta | Número de entradas internacionales | | |
| | | Línea Base | 468.894 | Número |
| | | Meta cuatrianual | 5.485.180 | Número |
| | | Valor absoluto | 5.016.286 | Número |
| | | Meta Año 1: | 667.110 | Número |
| | | Meta Año 2 | 943.811 | Número |
| | | Meta Año 3 | 1.405.365 | Número |
| | | Meta Año 4 | 2.000.000 | Número |

Nota: El indicador “Número de entradas internacionales” corresponde al indicador 2.3.2 del Objetivo 2 del Plan Nacional de Desarrollo 2021-2025.

¹² El presupuesto 2022 de gasto corriente fue tomando del techo presupuestario establecido por el MEF en el Sistema de Administración Financiera (e-sigef). El presupuesto de inversión corresponde al techo presupuestario informado por el MEF para el año 2022. Los montos de inversión de los años 2023, 2024 y 2025 son iguales a los montos contenidos en el proyecto “Promoción para la reactivación económica del Ecuador” y serán gestionados por el Ministerio de Turismo ante los entes responsables de la asignación presupuestaria.

Programación Plurianual de la Política Pública
3ra parte

| OEI 02. Incrementar y Diversificar el portafolio de productos y destinos sostenibles | Número de municipios capacitados en el plan integral de asistencia al turista (PIAT) | | Número de mesas de seguridad turística implementadas en las provincias | | | Número de corredores listos para promocionar | | | | |
|--|--|----|--|------------------|----|--|------------------|---|--------|--------|
| | Línea Base | 10 | Número | Línea Base | 10 | Número | Línea Base | 0 | Número | |
| | Meta cuatrianual | 80 | Número | Meta cuatrianual | 79 | Número | Meta cuatrianual | 4 | Número | |
| | Valor absoluto ¹³ | 70 | Número | Valor absoluto | 69 | Número | Valor absoluto | 4 | Número | |
| | Meta Año 1: | 10 | | Número | 10 | | Número | 0 | | Número |
| | Meta Año 2 | 20 | | Número | 15 | | Número | 1 | | Número |
| | Meta Año 3 | 20 | | Número | 20 | | Número | 1 | | Número |
| | Meta Año 4 | 20 | | Número | 24 | | Número | 2 | | Número |

¹³ La Guía de Planificación Institucional establece que “Es importante mencionar que la sumatoria de las metas de los cuatro años debe ser igual al valor absoluto” y el cálculo es del valor absoluto se define como: “Si la línea base es mayor a la meta cuatrianual, “X” debe ser igual a la diferencia entre la línea base menos la meta, caso contrario “X” será igual a la diferencia entre la meta menos la línea base”. En este sentido se aclara que la línea base es el punto de partida de cada indicador; el Ministerio de Turismo ha tomado como punto de partida lo alcanzado en el año 2021. Adicionalmente, la meta cuatrianual corresponde a la sumatoria de las metas anuales de los cuatro años más la línea base.

Programación Plurianual de la Política Pública
3ra parte

| OEI 03 Fortalecer un entorno favorable a la inversión y la gestión del turismo sostenible | Desglose anual meta | Número de proyectos de innovación turística implementados | | | Número de nuevas frecuencias aéreas internacionales | | | Inversión privada en infraestructura turística | | |
|---|---------------------|---|----|--------|---|--------------|--------|--|--------|--------------|
| | | Línea Base | 5 | Número | Línea Base | 133 | Número | Línea Base | 200,95 | millones USD |
| | | Meta cuatrianual | 38 | Número | Meta cuatrianual | 165 | Número | Meta cuatrianual | 450,95 | millones USD |
| | | Valor absoluto | 33 | Número | Valor absoluto | 32 | Número | Valor absoluto | 250 | millones USD |
| Meta Año 1: | 5 | Número | 6 | Número | 50 | millones USD | | | | |
| Meta Año 2 | 7 | Número | 8 | Número | 50 | millones USD | | | | |
| Meta Año 3 | 9 | Número | 9 | Número | 50 | millones USD | | | | |
| Meta Año 4 | 12 | Número | 9 | Número | 100 | millones USD | | | | |

ANEXO 2 PROGRAMACIÓN ANUAL DE LA POLÍTICA PÚBLICA

Tabla d. Programación Anual de la Política Pública 2022

| Programación Anual de la Política Pública 2022 | | | | | | | | | | |
|---|---------------------------------------|----------------------------|-------------------------------------|--|---------------------|------------------|----------|-----------|----------|-----------|
| Planificación Institucional | Semestre | Presupuesto Inversión (PI) | | | | | | | | |
| | | Cup del Programa | Programas de Inversión | Proyectos de Inversión | Presupuesto | Articulación PND | Zona | Provincia | Cantón | Parroquia |
| OEI 01: Incrementar la promoción en mercados receptivos y domésticos favorables al turismo sostenible | 1 | 56 | Participación Económica del Turismo | Creación de una nueva marca país | 219.520,00 | 01020302 | Nacional | Nacional | Nacional | Nacional |
| | | | | Promoción para la reactivación turística del Ecuador | 2.479.687,03 | 01020301 | Nacional | Nacional | Nacional | Nacional |
| | | | | Gasto Permanente | 85.830,51 | 01140300 | Nacional | Nacional | Nacional | Nacional |
| | Total PI - del OEI1 Semestre 1 | | | | 2.785.037,54 | | | | | |
| | 2 | 56 | Participación Económica del Turismo | Promoción para la reactivación turística del Ecuador | 2.676.149,89 | 01020302 | Nacional | Nacional | Nacional | Nacional |
| | | | | Gasto Permanente | 3.524,00 | 01140300 | Nacional | Nacional | Nacional | Nacional |
| Total PI - del OEI1 Semestre 2 | | | | 2.679.673,89 | | | | | | |
| OEI 02: Incrementar y diversificar el portafolio de productos y destinos sostenibles | 1 | 56 | Participación Económica del Turismo | Promoción para la reactivación turística del Ecuador | 181.478,44 | 01020302 | Nacional | Nacional | Nacional | Nacional |
| | | 55 | Fomento al Desarrollo Turístico | Gasto Permanente | 6.900,00 | 01140300 | Nacional | Nacional | Nacional | Nacional |
| | Total PI - del OEI2 Semestre 1 | | | | 188.378,44 | | | | | |
| | 2 | 56 | Participación Económica del Turismo | Promoción para la reactivación turística del Ecuador | 590.398,58 | 01020302 | Nacional | Nacional | Nacional | Nacional |
| | | 55 | Fomento al Desarrollo Turístico | Gasto Permanente | 9.600,00 | 01140300 | Nacional | Nacional | Nacional | Nacional |

| Programación Anual de la Política Pública 2022 | | | | | | | | | | |
|--|----------|---------------------------------------|-------------------------------------|--|---------------------|------------------|----------|-----------|----------|-----------|
| Planificación Institucional | Semestre | Presupuesto Inversión (PI) | | | | | | | | |
| | | Cup del Programa | Programas de Inversión | Proyectos de Inversión | Presupuesto | Articulación PND | Zona | Provincia | Cantón | Parroquia |
| | | Total PI - del OEI2 Semestre 2 | | | 599.998,58 | | | | | |
| OEI 03: Incrementar y Fortalecer un entorno favorable a la inversión, la innovación y la gestión del turismo sostenible | 1 | 56 | Participación Económica del Turismo | Promoción para la reactivación turística del Ecuador | 182.004,21 | 01020302 | Nacional | Nacional | Nacional | Nacional |
| | | Total PI - del OEI3 Semestre 1 | | | 182.004,21 | | | | | |
| | 2 | 56 | Participación Económica del Turismo | Promoción para la reactivación turística del Ecuador | 428.343,89 | 01020302 | Nacional | Nacional | Nacional | Nacional |
| | | Total PI - del OEI3 Semestre 2 | | | 428.343,89 | | | | | |
| OEI 04: Fortalecer las capacidades institucionales | 1 | 1 | Administración Central | Gasto Permanente | 3.877.672,07 | 01140300 | Nacional | Nacional | Nacional | Nacional |
| | | Total PI - del OEI4 Semestre 1 | | | 3.877.672,07 | | | | | |
| | 2 | 1 | Administración Central | Gasto Permanente | 4.216.528,87 | 01140300 | Nacional | Nacional | Nacional | Nacional |
| | | Total PI - del OEI4 Semestre 2 | | | 4.216.528,87 | | | | | |
| TOTAL PRESUPUESTO INVERSIÓN ANUAL DE LA INSTITUCIÓN | | | | 6.757.582,04 | | | | | | |
| TOTAL PRESUPUESTO ANUAL DE GASTO CORRIENTE | | | | 8.200.055,45 | | | | | | |
| TOTAL PRESUPUESTO ANUAL INSTITUCIONAL¹⁴ | | | | 14.957.637,49 | | | | | | |

¹⁴ El presupuesto 2022 de gasto corriente fue tomando del techo presupuestario establecido por el MEF en el Sistema de Administración Financiera (e-sigef). El presupuesto de inversión corresponde al techo presupuestario informado por el MEF para el año 2022.

Tabla e. Matriz Programación Anual de la Política Pública 2022 (Desglose meta semestral)

| Programación Anual de la Política Pública 2da parte | | | | |
|---|---------------------|------------------------------------|-----------|--------|
| OEI 01. Incrementar la promoción en mercados receptivos y domésticos favorables al turismo sostenible | Desglose anual meta | Número de entradas internacionales | | |
| | | Línea Base | 468.894 | Número |
| | | Meta cuatrianual | 5.485.180 | Número |
| | | Valor absoluto | 5.016.286 | Número |
| | | Meta anual | 667.110 | Número |
| | Meta semestre 1 | 321.179 | | Número |
| | Meta semestre 2 | 345.931 | | Número |

| Programación Anual de la Política Pública 2da parte | | | | | | | |
|--|---------------------|--|----|--------|--|----|--------|
| OEI 02. Incrementar y diversificar el portafolio de productos y destinos sostenibles | Desglose anual meta | Número de municipios capacitados en el plan integral de asistencia al turista (PIAT) | | | Número de mesas de seguridad turística implementadas en las provincias | | |
| | | Línea Base | 10 | Número | Línea Base | 10 | Número |
| | | Meta cuatrianual | 80 | Número | Meta cuatrianual | 79 | Número |
| | | Valor absoluto | 70 | Número | Valor absoluto | 69 | Número |
| | | Meta anual | 10 | Número | Meta anual | 10 | Número |
| | Meta semestre 1 | 4 | | Número | 5 | | Número |
| | Meta semestre 2 | 6 | | Número | 5 | | Número |

Programación Anual de la Política Pública
2da parte

| OEI 03 Fortalecer un entorno favorable a la inversión y la gestión del turismo sostenible | Desglose anual meta | Número de proyectos de innovación turística implementados | | Número de nuevas frecuencias aéreas internacionales | | | Inversión privada en infraestructura turística | | | |
|---|---------------------|---|----|---|------------------|--------------|--|------------------|--------|--------------|
| | | Línea Base | 5 | Número | Línea Base | 133 | Número | Línea Base | 200,95 | millones USD |
| | | Meta cuatrianual | 38 | Número | Meta cuatrianual | 165 | Número | Meta cuatrianual | 450,95 | millones USD |
| | | Valor absoluto | 33 | Número | Valor absoluto | 32 | Número | Valor absoluto | 250 | millones USD |
| | | Meta anual | 5 | Número | Meta anual | 6 | Número | Meta anual | 50 | millones USD |
| Meta semestre 1 | - | Número | 2 | Número | 15 | millones USD | | | | |
| Meta semestre 2 | 5 | Número | 4 | Número | 35 | millones USD | | | | |