



El Nuevo
Ecuador

NO SE

DETIENE

**RENDICIÓN DE
CUENTAS 2024**

Ministerio de Turismo

RENDICIÓN DE CUENTAS 2024

Contenido

1.	INTRODUCCIÓN	2
1.1	Antecedentes	2
1.2	Breve descripción histórica del Ministerio de Turismo	3
1.3	Direccionamiento estratégico del Ministerio de Turismo	4
1.4	Organigrama del Ministerio de Turismo-Ecuador	7
2.	HITOS 2024.....	10
2.1	Hitos 2024	10
2.2	Reconocimientos 2024	15
2.2.1	Reconocimientos a nivel internacional:	15
2.2.2	Reconocimientos a nivel nacional:.....	17
3.	TURISMO EN CIFRAS.....	19
3.1	Ingresos No Mineros.....	19
3.2	Llegada de no residentes al país.....	20
3.3	Turismo Interno en Feriados	22
3.4	Ingreso de divisas por turismo.....	22
3.5	Balanza Turística	23
3.6	Empleo Turístico	23
3.7	Ventas.....	24
3.8	Publicaciones del Visualizador de Información Turística	25
4.	ACTIVIDADES REALIZADAS – PERÍODO 2024	29
4.1	Actividades realizadas en Promoción Turística.....	30
4.1.1	Promoción Internacional del Destino Ecuador	30
4.1.2	Promoción Nacional del Destino Ecuador.....	55
4.2	Actividades realizadas en Desarrollo Turístico	74
4.2.1	Acciones de Desarrollo Turístico.....	75
4.2.2	Acciones de Productos y Destinos	92
4.3	Actividades realizadas en Competitividad y Fomento Turístico	109
4.3.1	Acciones de Competitividad.....	110
4.3.2	Acciones de Inversiones y Conectividad	118
4.3.3	Acciones de Fomento Turístico.....	127
4.4	Actividades realizadas en Regulación y Control.....	138
4.4.1	Acciones o estrategias de Prevención Turística	139
4.4.2	Seguridad Turística.....	142
4.4.3	Acreditación y Control Turístico.....	145
4.4.4	Normativa para la regulación a la actividad turística	156

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Antecedentes

El Consejo de Participación Ciudadana y Control Social en su Resolución No. CPCCS- PLE-SG-069-2021-476 de 10 de marzo de 2021, expide el *“Reglamento de Rendición de Cuentas”* que en su artículo 1, establece *“(...) los mecanismos de rendición de cuentas: procedimientos, cronogramas, contenidos y herramientas, que deben implementar los sujetos obligados a rendir cuentas con la participación de la ciudadanía para evaluar la gestión pública.”*

En su artículo 2 indica que *“Las disposiciones del presente Reglamento son aplicables para todos los sujetos obligados a rendir cuentas; al Consejo de Participación Ciudadana y Control Social; y, a la ciudadanía en general, cada uno en los roles de demanda el proceso de rendición de cuentas.”*

En el artículo 3, se refiere sobre los sujetos obligados a rendir cuentas, por lo cual el Ministerio de Turismo se enmarca en el literal a) Instituciones y entidades del sector público y en el numeral 1 que dice: *“Los organismos y dependencias de las funciones Ejecutiva, Legislativa, Judicial, Electoral y de Transparencia y Control Social.”*

Cabe recalcar lo indicado en su artículo 4, en la que define a la Rendición de Cuentas como *“(...) un proceso participativo, periódico, oportuno, claro y veraz, con información precisa, suficiente y con lenguaje asequible, que permite someter a evaluación de la ciudadanía la gestión de lo público. La rendición de cuentas se realizará al menos una vez al año y su convocatoria será amplia, a todos los sectores de la sociedad relacionados y debidamente publicitada.”*

El 11 de marzo de 2025, el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social (CPCCS) informa que mediante resolución del Pleno CPCCS- PLE-SG-007-E-2025-0070, se ha aprobado el Cronograma de Rendición de Cuentas correspondiente al período 2024, estableciéndose las siguientes fases del proceso:

- Organización interna institucional del proceso - Del 14 de abril al 13 de mayo.
- Elaboración del Informe preliminar de Rendición de cuentas - Del 14 de mayo al 13 de junio.
- Deliberación del Informe de Rendición de cuentas con la ciudadanía - Del 14 de junio al 13 de julio.

- Incorporación de aportes ciudadanos y entrega del Informe de Rendición de Cuentas al CPCCS - Del 14 de julio al 14 de agosto.

1.2 Breve descripción histórica del Ministerio de Turismo¹

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 denominado 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 de 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 Nro. 1323, se realiza nuevamente una fusión entre el Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca y el Ministerio de Turismo, creando así una sola entidad, que se denomina Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Turismo – MICIPT.

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 del 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 tal independencia jurídica, financiera y administrativa, dejándolos como Ministerio de Turismo y Ministerio de Ambiente, lo cual se mantiene en efecto hasta la fecha.

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

¹ Tomado del Plan Institucional 2021 – 2025 del Ministerio de Turismo del Ecuador

Tabla 1: Reformas al Estatuto Orgánico Funcional del Ministerio de Turismo

ACUERDO MINISTERIAL	FECHA	PUBLICACIÓN	FECHA
119	-	R.O. 114	06/jul/2000
2009 – 0026	24/mar/2009	E.E. – R.O. 113	31/mar/2009
2011 – 0048	04/jul/2011	E.E. – R.O. 177	04/ago/2011
2013 – 0200	18/nov/2013	Suplemento 85	20/dic/2013
2016 – 045	29/dic/2016	E.E. – R.O. 889	10/feb/2017
2017 – 044	28/dic/2017	E.E. – R.O. 400	06/abr/2018
2020 – 014	08/jun/2020	R.O. 1400	16/dic/2020

Fuente: Registro Oficiales

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.

1.3 Direccionamiento estratégico del Ministerio de Turismo²

El Ministerio de Turismo se alinea con su misión y define su estructura institucional sustentada en su base legal y direccionamiento estratégico determinados en su matriz de competencias, planificación institucional y modelo de gestión.

Con Resolución Nro. 2024-105 de 18 de septiembre de 2025 se aprobó el Plan Institucional 2024 – 2025, en el cual se actualiza el direccionamiento estratégico institucional.

Misión

“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.”

² Tomado del Plan Institucional 2024-2025 del Ministerio de Turismo de Ecuador

Visión

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

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 son:

- Respeto
- Compromiso
- Honestidad
- Colaboración
- Profesionalismo
- Orientación al Resultado

Principios Estratégicos³

En este nuevo período, el turismo en Ecuador se convierte en una herramienta de generación de riqueza y bienestar en el territorio. Este objetivo se logra a través de:

- Turismo Sostenible y Responsable
- Articulación en el territorio desde el mercado
- Basado en el Conocimiento
- Digital e innovador

Objetivos Estratégicos⁴

El Plan Institucional 2024 – 2025 del Ministerio de Turismo 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.

³ Tomado del Plan Institucional 2021-2025 del Ministerio de Turismo de Ecuador

⁴ Tomado del Plan Institucional 2021-2025 del Ministerio de Turismo de Ecuador

Gráfico 1: Objetivos Estratégicos y Ejes Transversales



Fuente: Plan Institucional 2024-2025. Septiembre 2024

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 con 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 con el 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 objetivos 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 atractivo 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.

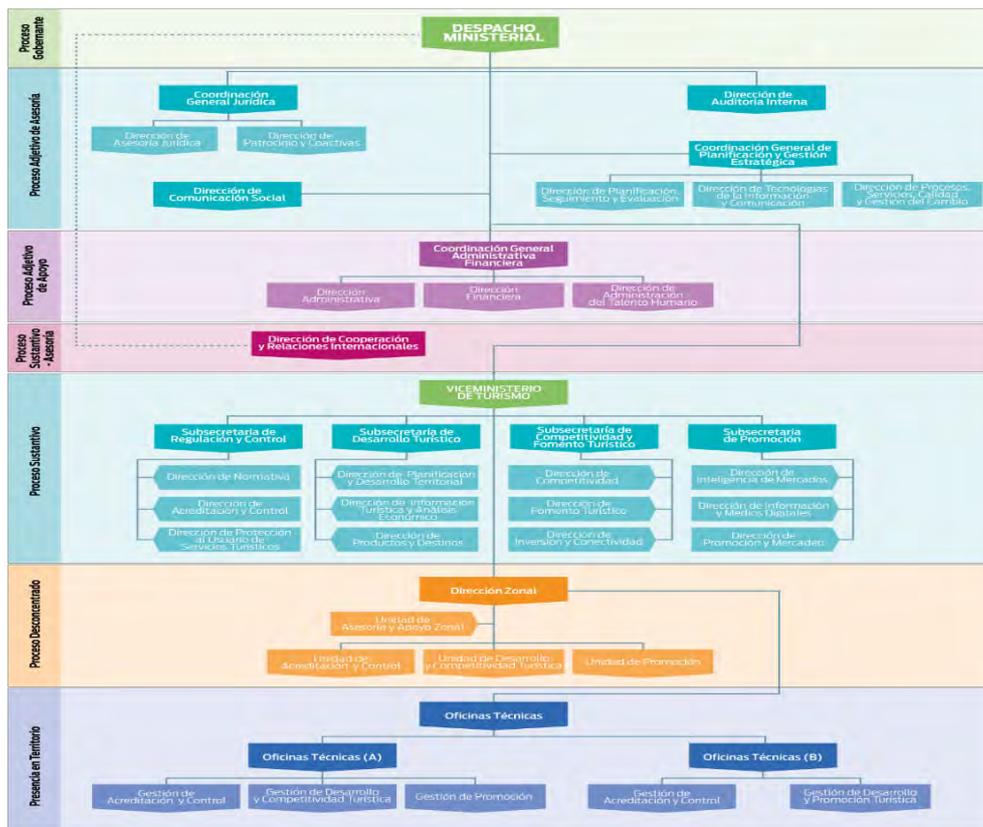
1.4 Organigrama del Ministerio de Turismo-Ecuador

Mediante Acuerdo Ministerial 2020-014 del 08 de junio de 2020, se reforma el Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos del Ministerio de

Turismo, publicado en el Registro Oficial Edición Especial Nro. 1400 de 16 de diciembre de 2020.

En su artículo 1 se establece: “El Ministerio de Turismo se alinea con su misión y define su estructura institucional sostenida en su base legal y direccionamiento estratégico institucional determinados en su matriz de competencias, planificación institucional y modelo de gestión.”

Gráfico 2: Organigrama del Ministerio de Turismo



Fuente: Acuerdo Ministerial 2020-014 de 08 de junio de 2020

Presencia institucional en territorio

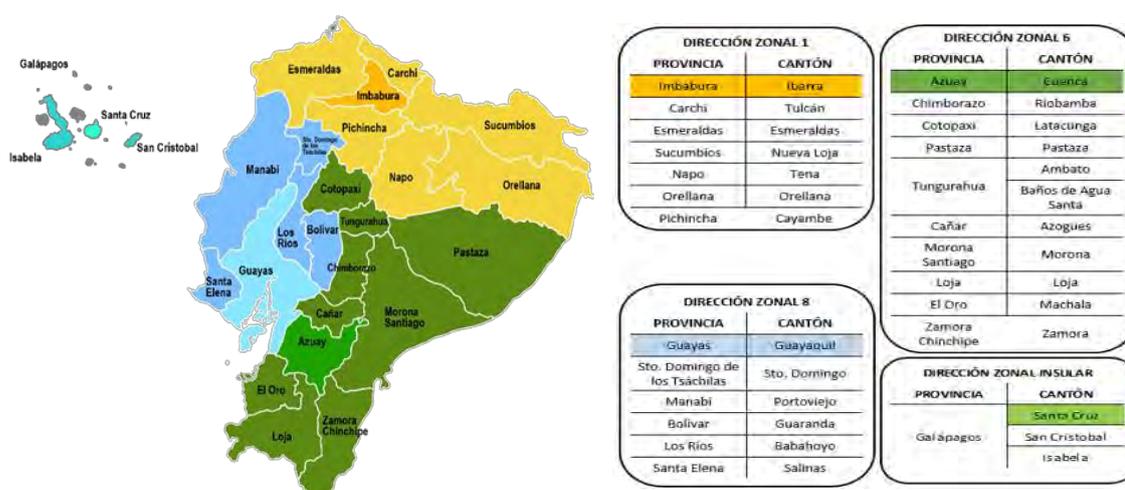
El Ministerio de Turismo mantiene presencia a nivel nacional a través de sus 4 Direcciones Zonales que estratégicamente cubren las 24 provincias del país.

Estas Direcciones Zonales mantienen sus sedes en las siguientes ciudades:

- Dirección Zonal 1 – Sede en la ciudad de Ibarra de la provincia de Imbabura

- Dirección Zonal 6 – Sede en la ciudad de Cuenca de la provincia del Azuay
- Dirección Zonal 8 – Sede en la ciudad de Guayaquil de la provincia del Guayas.
- Dirección Zonal Insular – Sede en la Isla Santa Cruz del Archipiélago de Galápagos.

Gráfico 3: Cobertura Nacional



Fuente: Ministerio de Turismo, Presencia Territorial

Cabe indicar que mediante oficio Nro. SNP-SGP-SPN-2023-0965-OF de 25 de septiembre de 2023, la Secretaría Nacional de Planificación, emitió el informe de Pertinencia del Análisis de Presencia Institucional en Territorio del Ministerio de Turismo con Nro. SPN-APIT-2023-018, actualizando la presencia de la Oficina Baños de Agua Santa en la provincia de Tungurahua, lo que permitirá la prestación de los servicios a la ciudadanía mediante la cobertura física en las 24 provincias del país, estableciendo la creación de 4 unidades desconcentradas con nivel de Dirección que ejercen las facultades de planificación, coordinación, gestión, control y evaluación, las cuales a su vez replican las directrices nacionales.

2. HITOS 2024

2.1 Hitos 2024

Regulación y Control:

- Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fortalecimiento del Empleo, fue aprobada por la Asamblea Nacional el día 23 de marzo de 2024 y publicada en el Registro Oficial Suplemento No. 525 de 25 de marzo de 2024.
- Reglamento General de aplicación a la Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento del Empleo, mismo que se emitió mediante Decreto Ejecutivo 333 de 12 de julio de 2024, publicado en el Registro Oficial Suplemento No. 600 de 15 de julio de 2024.

Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador:

Mediante Suplemento del Registro Oficial Nro. 525 de 25 de marzo 2024, se promulgó la Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento del Empleo, que reformó la Ley de Turismo incorporando un artículo innumerado después del artículo 39 en el cual se creó el “Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador”.

Con fecha 15 de julio de 2024, en el Tercer Suplemento del Registro Oficial Nro. 600, se promulgó el Reglamento General de Aplicación a la Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento del Empleo, que reformó el Reglamento de aplicación a la Ley de Turismo, en cuyos artículos 76 y 77 se detallan las características del “Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador”.

Mediante Acuerdo Ministerial Nro. 2024-12 de 31 de diciembre de 2024, se emitió el “Instructivo para la Administración del Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador”.

Desarrollo Turístico:

- **Rincones Mágicos.** – Reconocimiento de 6 rincones: a) **Olón** (14/03/2024); b) **Otavalo** (02/04/2024); c) **Orellana** (21/04/2024); d) **La Punta de Montañita** (26/04/2024); e) **Ambato** (29/07/2024); y, f) **Calle Panamá en Guayaquil** (30/10/2024).

- **Pueblo Mágico.** – Reconocimiento de 1 pueblo: a) **Gualaquiza** (12/10/2024)
- **Best Tourist Villages.** – Reconocimiento de 3 localidades: **San Rafael de la Laguna** (Imbabura), **Mindo** (Pichincha) y **El Tambo** (Cañar) (14/11/2024).
- **Renovación de reconocimiento de Pueblos Mágicos.** - Se obtuvo la renovación de 20 pueblos.
- **Playas turísticas sostenibles.** - Reconocimiento de 2 playas: **San Lorenzo** y **Ligüiqui** el 24/12/2024.
- **Renovación de reconocimiento de Playas Turísticas Sostenibles.** - Se obtuvo la renovación de "*Playa Turística Sostenible Ecuador - Plata*", a las playas de **Los Frailes** y **Ayampe**. 31/12/2024.
- **Corredores de Potencialidad Turística.** - 1 Reconocimiento del Corredor de Potencialidad Turística del Pacífico Ecuatorial "**MANPANOR**", cuyos cantones que forman parte son: Pedernales, Jama, San Vicente y Sucre, 19/10/2024 y 1 Reconocimiento del Corredor de Potencialidad Turística "**Ruta del Agua**", cuyos cantones que forman parte son: Quijos, El Chaco, Gonzalo Pizarro, Cascales, Lago Agrio, Cuyabeno y Putumayo, 08/12/2024.
- **Plan de Regulación Hotelera para la provincia de Galápagos (PRHOGA):** El Ministerio de Turismo presentó esta herramienta técnica de planificación territorial que tiene como misión generar los programas y proyectos que permitan resolver problemas existentes relacionados al sector de alojamiento turístico en la provincia de Galápagos. Plan de Regulación Hotelera para la Provincia de Galápagos, mediante resolución No. 008-CGREG-24-06-2024 de 24 de junio del 2024, el Pleno del Consejo de Gobierno del Régimen Especial de la Provincia de Galápagos resolvió: "*Aprobar el Plan de Regulación Hotelera para la provincia de Galápagos presentado por el Ministerio de Turismo.*"
- **Actualización de la tasa de ingreso al Parque Nacional Galápagos:** Mediante Resolución Nro. 002-CGREG-24-02-2024, en sesión del Pleno del Consejo de Gobierno de Galápagos del 24 de febrero de 2024 se aprobó la actualización de la tasa de ingreso por conservación de áreas naturales protegidas que rige a partir del 01 de agosto de 2024. Con el impulso y seguimiento por parte del Ministerio de Turismo este cuerpo colegiado actualizó la tasa de ingreso luego de 26 años de mantener los valores. La recaudación de la nueva tasa de ingreso permite fortalecer la gestión de conservación de las áreas protegidas de Galápagos.

- **Acciones previas para la suscripción del Convenio de Cooperación Técnica No Reembolsable con el Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe (CAF):** Durante el año 2024, se llevaron a cabo varias acciones preparatorias fundamentales para la concreción de dicho convenio. Entre ellas, se destaca la articulación técnica e institucional con la CAF, orientada a establecer los lineamientos de cooperación y objetivos estratégicos de apoyo al sector turístico nacional. Se elaboró el borrador del Informe Técnico Motivado, mediante el cual se justificó la viabilidad técnica, operativa y administrativa de la suscripción del convenio. En paralelo, se desarrolló la estructura técnica y conceptual del **Proyecto Estrategia Nacional de Turismo**, incluyendo una hoja de ruta orientada al quinquenio 2025–2030, acogiendo los principios de sostenibilidad, inclusión e innovación. Adicionalmente, como parte de este proceso, se diseñaron los términos de referencia preliminares, que establecieron el modelo de ejecución, la metodología participativa, los entregables esperados y los criterios técnicos para su evaluación. Estas actividades fueron acompañadas de una coordinación interinstitucional y validación interna, que permitieron sentar las bases técnicas necesarias para la formalización del instrumento de cooperación internacional.

Inversiones y Conectividad:

- **Conectividad aérea.** - La *“Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento del Empleo”*, publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 525 de 25 de marzo 2024, establece la exoneración del 5% a las transferencias, envíos o traslados de divisas que realicen las aerolíneas nacionales y extranjeras autorizadas a operar en el país. Adicionalmente, se incluyó la reducción progresiva del impuesto al 5% sobre el valor de cada galón de combustible y lubricantes para las aeronaves que prestan el servicio aéreo comercial internacional, hasta llegar al 0%. Para diciembre de 2024 se obtuvo el 92% de la conectividad aérea internacional, frente a marzo de 2020, con 318 frecuencias directas semanales, 14 aerolíneas que operan 28 rutas conectando a 17 destinos internacionales.
- **Inversiones turísticas.** - Se logró otorgar el registro de inversiones turísticas a 11 proyectos, por un monto de 42.9 millones de dólares que generaron 816 fuentes de empleo hasta diciembre de 2024. Así mismo se logró suscribir 2 contratos de inversión por un monto de 18.2 millones de dólares generando un total de 146 fuentes de empleo.

Fomento Turístico:

- **Formación y Capacitación a emprendedores.** - El Ministerio de Turismo ha brindado capacitación a 14.348 prestadores de servicios turísticos, empresas y emprendedores de la cadena de valor turística de forma presencial y virtual a través de la plataforma e-learning del MINTUR y Bootcamps de Turismo.
- **Crédito 5% a Microempresas Turísticas.** - Se continuó con la línea de crédito para Mipymes turísticas con un interés del 5% mediante el producto financiero “*Reactiva Turismo*” destinando un total de USD 20 millones para la colocación. Desde el año 2023 se benefició con esta línea de crédito a 604 negocios turísticos por un monto de USD 11.130.751, de los cuales a 166 negocios turísticos a nivel nacional corresponden al año 2024, con un monto de USD 3’068.301,00 y una subvención entregada de USD 375.015,65.
- **Entrega de capital semilla a cinco ganadores del Programa Emprende Turismo.** - En el año 2023 - 2024 se obtuvieron 613 postulaciones en la convocatoria que impulsa el emprendimiento y la innovación en el sector turístico “Emprende Turismo”, en el cual 215 emprendedores fueron capacitados y 47 emprendimientos recibieron procesos de asistencia técnica personalizada por 6 meses (incubación, aceleración o gestión de la innovación).

En esta edición, por primera vez, el programa contó con un componente de capital semilla para apoyar las propuestas más innovadoras de las categorías: puesta en marcha y consolidación; es así, que 5 propuestas recibieron un total de US\$ 301.398,85 de fondo de capital semilla para financiar sus proyectos.

Competitividad Turística:

- **Programa Turismo Futuro.** - Esta Cartera de Estado organizó en Quito dos Eventos Foros: “Innovatur”, el 6 de agosto de 2024, en el Auditorio de la Universidad Andina Simón Bolívar y “Turismo, Paz y Competitividad”, el 27 de septiembre de 2024 y contaron con la asistencia de alrededor de 400 personas y con la presencia de panelistas de primer orden que resaltaron la competitividad en el Turismo y la seguridad. Se expusieron temas como la adopción de nuevas tecnologías que han permitido mejorar su gestión, organización, operación y/o comercialización, y además la importancia del valor de la experiencia turística convirtiéndose una ventaja competitiva en el mercado.

- **Encuentro de Competitividad Laboral.** – Se desarrolló en la ciudad de Manta, el 21 de septiembre de 2024 y contó con el apoyo de 20 empresas que ofertaron 530 empleos y 38 pasantías, asistieron 200 personas de manera presencial y 320 personas ingresaron su información en la página de registro de perfiles.
- **Eventos de innovación gastronómica.** – El Ministerio de Turismo realizó 4 eventos en las ciudades de: Quito, el 14 de agosto, Loja, el 22 de agosto, Manta, el 28 de agosto y Cuenca el 04 de septiembre de 2024. La ejecución de la final de retos de Innovación Gastronómica se desarrolló en Ambato, el 18 de octubre de 2024, con la participación de 8 delegaciones finalistas y más de 200 personas asistentes. La Universidad de Cuenca fue seleccionada como la mejor propuesta de innovación gastronómica.

Promoción Turística:

- **Posicionamiento del destino Ecuador a nivel internacional:**
Participación en 23 ferias y eventos de turismo internacional, con destacada participación en:

País Socio Anfitrión en la Feria Internacional de Turismo - FITUR 2024.- Por primera vez, lo que representó una oportunidad histórica para posicionar al país como un destino turístico de clase mundial. Esta alianza estratégica permitió maximizar la visibilidad de Ecuador en uno de los eventos de turismo más importantes del mundo, destacando su diversidad cultural, su riqueza natural y su oferta turística única. Además, fortaleció la presencia del destino en el mercado europeo, impulsando el interés de inversores, tour operadores y viajeros, lo que se traduce en un impacto positivo para el desarrollo del sector y la economía nacional.

La realización de la feria **Adventure Elevate Latin America 2024** en Quito fue un hito clave para el posicionamiento de Ecuador como un destino líder en turismo de aventura y naturaleza en la región. Este evento, organizado por la Adventure Travel Trade Association (ATTA), reunió a expertos, operadores y líderes de la industria turística a nivel mundial, generando un espacio estratégico para el intercambio de conocimientos, la creación de alianzas comerciales y la promoción de experiencias auténticas en destinos sostenibles. La elección de Ecuador como sede resaltó la riqueza de su biodiversidad, la autenticidad de sus comunidades y su compromiso con el turismo responsable, fortaleciendo su atractivo en el mercado global y

consolidando al país como un referente en la industria del turismo de aventura.

- **Posicionamiento del destino Ecuador a nivel nacional:**
- Campaña de promoción nacional “Esto es Ecuador” la misma que tuvo un total de 2’203.125 impresiones reflejadas en las cuentas de promoción turística Viaja Ecuador y Ecuador Travel.
- Miniserie documental en redes sociales para la promoción de destinos gastronómicos del Ecuador, denominada “Ecuador a la Carta” donde participaron 29 influencers ecuatorianos que recorrieron 8 provincias del país (Manabí, Azuay, Guayas, Pichincha, Imbabura, Zamora, Napo, Galápagos) registrando cifras récord en contenido orgánico con 10’079.433 de impresiones y 692.227 interacciones durante los meses de noviembre y diciembre.
- **Nueva Marca País del Ecuador.** - Declarada mediante Decreto Ejecutivo Nro. 299 de 12 de junio de 2024.

2.2 Reconocimientos 2024

2.2.1 Reconocimientos a nivel internacional

- **Al Mejor Stand:**
 - Primer Premio al Stand de Ecuador en la feria FITUR 2024 en España, Madrid en reconocimiento a su diseño, uso de los colores y texturas para representar al país.
 - Tercer puesto al Ministerio de Turismo a Ecuador como Mejor Stand del pabellón Latinoamérica de la feria ITB Berlín 2024 en reconocimiento a su diseño, uso de los colores y texturas para representar al país.
 - Premio al Ministerio de Turismo a Ecuador Mejor Stand de la feria FIE expo 2024 Panamá, Panamá en reconocimiento a su diseño, uso de los colores y texturas para representar al país.

- **A Destinos Turísticos:**
 - **San Rafael de la Laguna** (Imbabura), **Mindo** (Pichincha) y **El Tambo** (Cañar), obtuvieron el **reconocimiento Best Tourism Villages**, otorgado por la ONU Turismo el 14 de noviembre de 2024.
 - **Galápagos** ganó el **Premio de Oro** en los **Wanderlust Reader Travel Awards 2024** siendo la región más deseada para visitar en el mundo.
 - Ecuador, ganó el **Premio de Bronce** en la categoría **“Destino más deseable para la vida salvaje y la naturaleza”**, en los **Wanderlust Reader Travel Awards 2024**.
 - ONU Turismo entregó a la ciudad de **Cuenca** un reconocimiento por su fuerte compromiso con la **sostenibilidad ambiental, económica y social, y su apuesta por el turismo** como fuerza transversal para el beneficio de las comunidades.
 - **Cuenca** recibió la **Certificación Internacional «Culinary Capitals»** de la **World Travel Association**, hecho que marca un hito para la cocina cuencana y las experiencias gastronómicas que ofrece.
 - **La Ciudad Mitad del Mundo**, recibió el **Premio Internacional Excelencias Turísticas** por convertirse en un centro de experiencias con actividades claves para promover más visitas a este atractivo, mientras que el Museo Solar Quitsato obtuvo el Premio Excelencias Turísticas otorgado por el público debido a su impulso a la visita de turistas para que puedan conocer y vivir la experiencia más íntegra de la Mitad del Mundo a través de una serie de actividades interactivas.

- **A establecimientos turísticos:**
 - Los restaurantes **Quitú**, **Identidad Culinaria** (nº 97) **Tributo**, (nº92), **Clara** (nº88) y **Nuema** (nº11) ubicados en la ciudad de Quito formaron parte del **listado de los mejores restaurantes de Latinoamérica** de la franquicia **The World 's 50 Best Restaurants**.
 - El **restaurante Clara** ubicado en la ciudad de Quito obtiene el **premio Latin America's One to Watch 2024**
 - El restaurante **Zero Lab**, ubicado en la ciudad de Quito, liderado por los chefs **Carlos Gallardo** y **Juan Sebastián Gallardo**, fue nombrado el mejor restaurante del Ecuador en los **World Culinary Awards 2024** en Dubái.

- **Gastronomía ecuatoriana:**
 - ONU Turismo otorgó a la **chef ecuatoriana, Alejandra Espinoza**, del **restaurante SOMOS** ubicado en la ciudad de Quito el nombramiento

como **Embajadora Especial del Turismo Gastronómico**, con lo que se dio un mayor impulso a la promoción gastronómica y del turismo de Ecuador ante el mundo.

- **El plato del encebollado** fue reconocido como **Patrimonio Cultural Inmaterial del Ecuador** el 25 de julio de 2024. Este reconocimiento fue impulsado por la marca Alimentos Real.
 - **Manabí** fue declarada como **Región Gastronómica Mundial** por el **Instituto Internacional de Gastronomía, Cultura, Artes y Turismo (IGCAT)**, el 10 de diciembre de 2024.
 - Ecuador ganó el **Torneo Mundial de Asadores 2024** en Uruguay, que se celebró en Montevideo. El equipo ecuatoriano "**Brasa y Selva**" obtuvo el **primer lugar**.
 - La chef cuencana **Claudia Merchán**, el 26 de noviembre de 2024, recibió una **estrella Michelin** con su restaurante Simpar en España.
- **Protección al turista:**
 - ONU Turismo entregó un **reconocimiento al Ecuador** por ser el primer país en adherirse al **Código Internacional para la Protección de Turistas (CIPT)**.

2.2.2 Reconocimientos a nivel nacional

- El concurso de Prácticas Ejemplares Ecuador 2024 reconoció con el premio de **BUENAS PRÁCTICAS** al programa **Emprende Turismo**, en la categoría de **Fortalecimiento de Pequeños Productores y Emprendedores**.
- El concurso de Prácticas Ejemplares Ecuador 2024 reconoció con el premio de **PRÁCTICA EJEMPLAR** al programa **Fomento a la Inversión Productiva de las Microempresas Turísticas** en la categoría de **Fortalecimiento de Pequeños Productores y Emprendedores**



- El Ministerio de Trabajo, notificó al **Ministerio de Turismo**, la **obtención del Segundo Nivel de Madurez Institucional denominado “Organizado” dentro del Programa Nacional de Excelencia a la Calidad – PROEXCE** que aplica la estrategia del diseño del Modelo Ecuatoriano Excelencia - MECE, reconocimiento que evaluó la aplicación buenas prácticas institucionales a nivel sustantivo y adjetivo, criterios de gestión de calidad, estableciendo estándares de desempeño y niveles de madurez en la gestión ministerial, asociados a la generación de productos y servicios e incremento del índice de percepción de calidad en el servicio prestado.
- El Ministerio de Trabajo notificó al Ministerio de Turismo, la **obtención del reconocimiento a la mejora continua del proceso “Acreditación de actividades turísticas para Centros Turísticos Comunitarios”**, la mejora consistió en la inclusión de las tecnologías de la información en la gestión del proceso para atención a la ciudadanía, partiendo desde la evaluación y reforma al marco normativo, elaboración de diseño funcional y diseño de arquitectura, desarrollo informático, pruebas de funcionalidad, hasta la puesta en producción y difusión del sistema informático institucional SITURIN, con la cual se otorga de manera inmediata el Registro de Turismo a los prestadores de servicios turísticos, previo al inicio de actividades, esto con la finalidad de mejorar la experiencia del usuario a través del uso de tecnologías de la información e interoperación de información, promoviendo el incremento de los niveles de automatización en el proceso y servicio, disminuyendo costos, interacciones, tiempos al usuario externo.



3. TURISMO EN CIFRAS

En este apartado se observa el comportamiento de la actividad turística del país durante el año 2024 mediante las principales cifras estadísticas.

3.1 Ingresos No Mineros

En el año 2024, el turismo registró un impacto negativo en comparación con el mismo período de 2023. A pesar de ello, se mantuvo como la principal fuente de ingresos dentro de la balanza de servicios. Durante este período, el sector aportó USD 1.788,55 millones, consolidándose como la cuarta fuente de exportaciones no mineras del país.

Tabla 2: Ingresos No Mineros

Producto	Posición Productos	Aporte en divisas Ene – Dic 2024 (USD Millones)
	Camarones	6.991,74
	Banano y plátano	3.838,70
	Cacao	3.351,21
	Turismo	1.788,55
	Otros productos elaborados de productos del mar	1.761,77

Cifras definitivas a diciembre de 2024, su reproceso se realiza conforme a la recepción de documentos fuente de las operaciones de comercio exterior.

Fuente: Balanza de pagos del Ecuador (Cuentas Viajes y Transporte de Pasajeros – Banco Central del Ecuador – Dirección de Información Turística y Análisis Económico – Ministerio de Turismo con corte al 09 de abril de 2025.

Nota: Mineras = minas y petróleos

3.2 Llegada de no residentes al país

En un mundo postpandemia, Ecuador ha continuado su proceso de recuperación con pasos firmes, a pesar del contexto de inseguridad que ha venido desarrollándose desde 2023. No obstante, en el año 2024 se registraron 1.262.664 arribos internacionales, lo que representa una variación negativa del 11,5% en comparación con 2023, cuando se alcanzaron 1.426.514 llegadas.

Pese a esta disminución puntual, la llegada de visitantes mantiene una tendencia general al alza y un comportamiento de crecimiento sostenido a lo largo del tiempo. A continuación, se presenta el ranking de países según la nacionalidad de los visitantes extranjeros que arribaron a Ecuador durante el año 2024:

Tabla 3: Llegada por país de residencia – ranking 2024

Posición	País	Entradas	Participación%
1	Estados Unidos de América	482.602	38,2%
2	Colombia	180.677	14,3%
3	España	114.014	9,0%
4	Perú	101.150	8,0%
5	Canadá	31.532	2,5%
6	Chile	31.307	2,5%
7	México	25.652	2,0%
8	Argentina	24.948	2,0%
9	Panamá	24.547	1,9%
10	Alemania	23.562	1,9%
	Otros países	222.763	17,6%
	Total	1.262.664	100,0%

Fuente: Subsecretaría de Migración. Cifras provisionales año 2024.

Nota: Incluye todos los medios de transporte aéreo, fluvial, marítimo, terrestre.

A continuación, se muestra un comparativo respecto a la llegada de turistas en el 2024 vs. el 2023.

Gráfico 4: Comparativo de Mercados

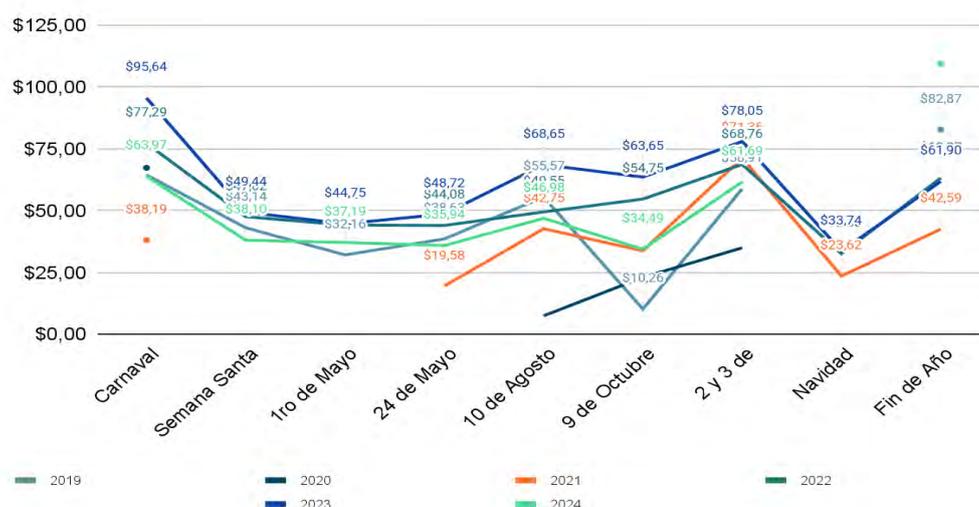
	2023	510.780			2023	33.601	
	2024	482.602	- 5,5%		2024	31.307	- 6,8%
	2023	214.952			2023	32.752	
	2024	180.677	- 15,9%		2024	25.652	- 21,7%
	2023	119.206			2023	26.029	
	2024	114.014	- 4,4%		2024	24.948	- 4,2%
	2023	115.306			2023	22.923	
	2024	101.150	- 12,3%		2024	24.547	7,1%
	2023	34.661			2023	31.020	
	2024	31.532	- 9,0%		2024	23.562	- 24,0%

Fuente: Ministerio de Turismo – Dirección de Inteligencia de Mercados (Corte a diciembre 2024).

3.3 Turismo Interno en Feriados

La Encuesta de Viajes y Gasto en Feriados Nacionales ejecutada por el Ministerio de Turismo tiene por objeto cuantificar el número de viajes realizados por turistas y excursionistas (nacionales y extranjeros) y estimar el gasto efectuado durante el feriado a nivel provincial, a partir de información recopilada en los establecimientos de alojamiento al final de cada feriado.

Gráfico 5: Gasto Total Feriados (millones de dólares)



Fuente: [Visualizador Feriados Nacionales](#) Encuesta de alojamiento y gasto en feriados nacionales

En el año 2024, se alcanzaron 427.86 millones de dólares en gasto turístico durante los 8 feriados desplegados durante el año.

3.4 Ingreso de divisas por turismo

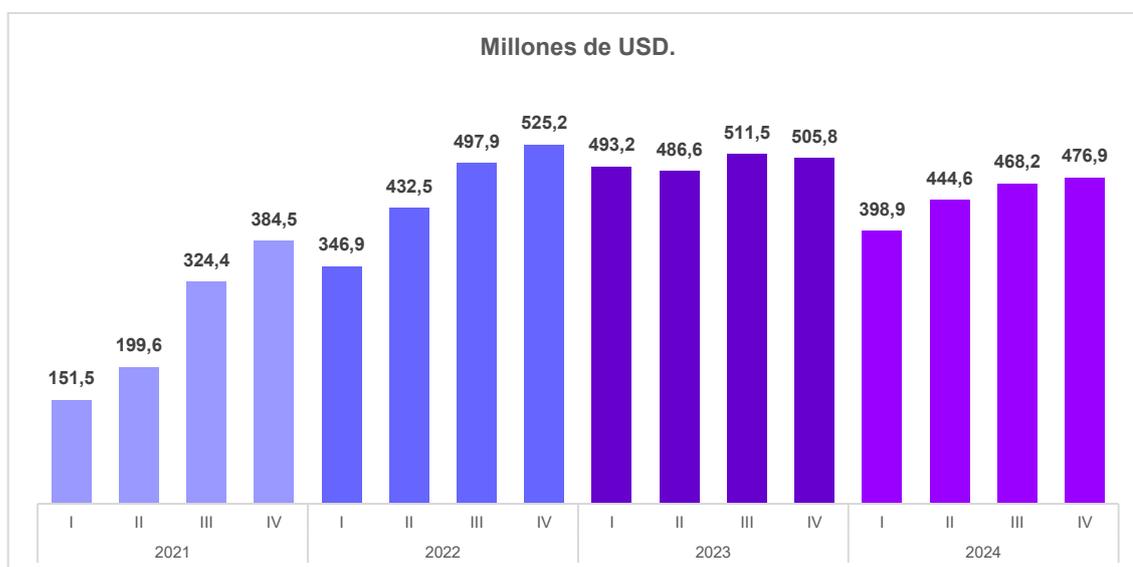
Entre el I y IV trimestre del 2024 se acumulan USD 1.788,55 millones de dólares por ingresos de divisas por concepto de turismo, lo que representa una reducción del -10,4% en comparación al mismo período en el año 2023.

Tabla 4: Ingresos de Divisas por Turismo

I al IV trimestre (millones de dólares)					
2019	2020	2021	2022	2023	2024
2.193,38	703,83097	1060,0665	1.802,63	1.997,05	1.788,55

Fuente: Banco Central del Ecuador – Balanza de Pagos

Gráfico 6: Ingresos de Divisas por Turismo – Trimestral



Fuente: Banco central del Ecuador – Balanza de Pagos.

Nota: Incluye cuenta viajes y transporte de pasajeros vía aérea.

3.5 Balanza Turística

Corresponde a la diferencia entre el ingreso de divisas que recibe el país por la adquisición de bienes y servicios de los visitantes no residentes y el egreso de divisas de los residentes en sus viajes al exterior.

Para el periodo I a IV trimestre 2024 se presenta un saldo **positivo** por USD 54,2 millones de dólares.

Tabla 5: Balanza Turística (Millones de dólares)

Ingreso	Egreso	Saldo
\$ 1.788,55	\$ 1.734,33	\$ 54,23

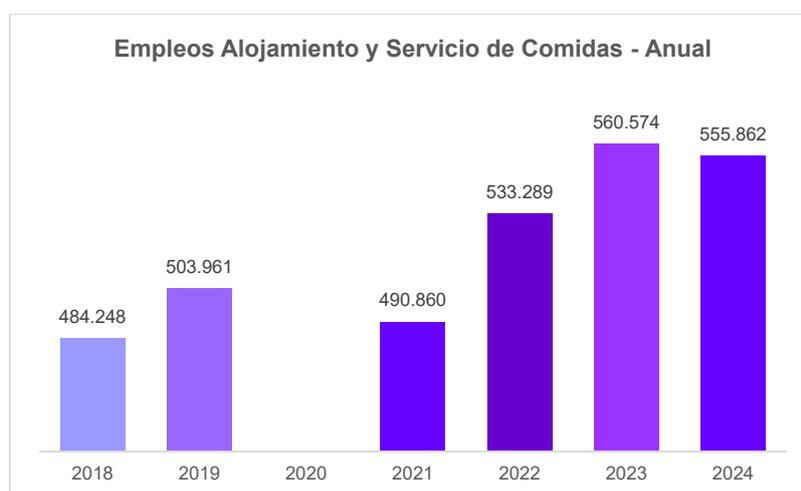
Fuente: Banco Central del Ecuador – Balanza Turística

3.6 Empleo Turístico

De acuerdo con la información difundida por el Instituto Nacional de Estadística y Censos al año 2024 a partir de la Encuesta Anual de Empleo, Desempleo y Subempleo, son **555.862** los empleados en la categoría de Alojamiento y Servicios de Comidas que se identifica en actividades relacionadas al turismo; lo cual es

inferior a lo registrado en el año 2023, como se puede apreciar en el siguiente gráfico:

Gráfico 7: Empleo en el Sector Turístico



Fuente: INEC (Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo).

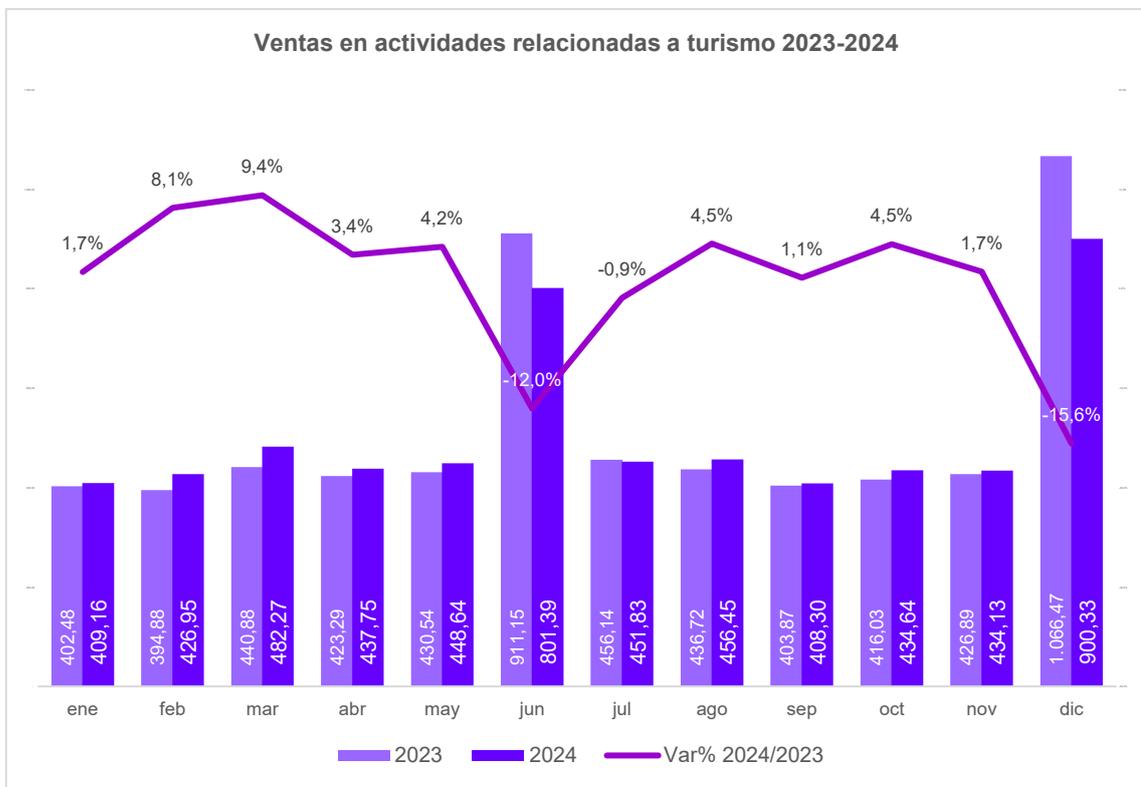
Corresponde al empleo de alojamiento y alimentos y bebidas. Incluye empleo turístico y no turístico.

Nota: Base de datos anual 2020 no fue publicado por INEC por eventos de la Pandemia COVID-19

3.7 Ventas

A la fecha de la realización del presente documento, las ventas en el período enero – diciembre de 2024 alcanzaron los **USD 6.091,85 millones**, y en el mismo período de 2023 alcanzaron los **USD 6.209,32 millones**, lo que significa un -1,9% en ventas, representando una reducción por **USD -166,14 millones** en los períodos analizados.

Gráfico 8: Evolución Mensual de Ventas 2023 y 2024



Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI) – SAIKU D104), descargado el 27/03/2025

Nota: Los valores están propensos a cambios en el tiempo.

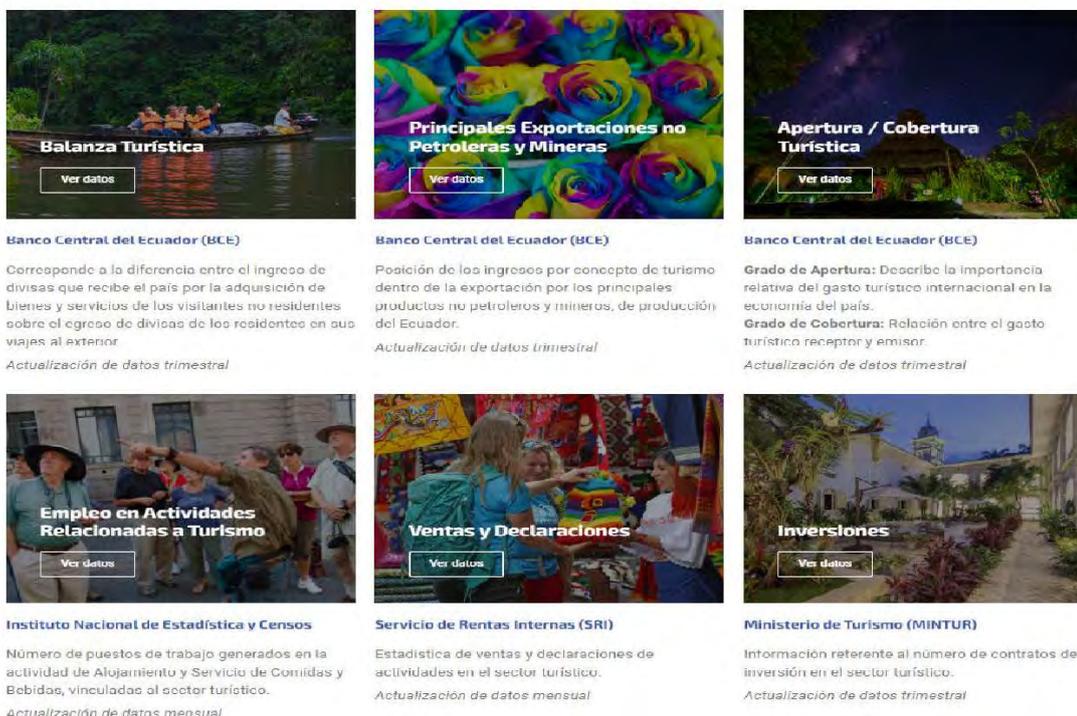
Elaboración: Dirección de Información Turística y Análisis Económico

3.8 Publicaciones del Visualizador de Información Turística

Visualizador de Información Turística

Gráfico 9: Visualizador de Información Turística

Economía



Este visualizador fue diseñado con el objetivo de presentar información económica, entradas y salidas de viajeros, ventas de las actividades turísticas, conectividad aérea y marítima, índice de competitividad, inversiones, catastro turístico de establecimientos registrados, feriados nacionales, indicadores de alojamiento, Observatorio Nacional de Turismo y el ingreso de indicadores del Plan Nacional de Desarrollo, etc.

Durante el año 2024, se han realizado actualizaciones de información en el visualizador de información turística del Ecuador con la finalidad de mantener una plataforma amigable para el usuario final de tal manera que se presente la información relevante de forma clara y concisa.

Se encuentra disponible para toda la ciudadanía, empresarios, academia, estudiantes, turistas extranjeros y nacionales, en el siguiente enlace general y por secciones específicas:

<https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/>

- <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/balanza-turistica/>

- <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/principales-exportaciones-no-petroleras-y-mineras/>
- <https://servicios.turismo.gob.ec/apertura-cobertura-turistica/>
- <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/empleo-en-actividades-relacionadas-a-turismo/>
- <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/inversiones/>

Revista Panorama Turístico Ecuador 2024

- Durante el año 2024 se elaboraron 4 ediciones de la revista, edición 17, 18, 19 y 20.
- La revista Panorama Turístico Ecuador 2024 posee contenido que muestra la importancia del sector en la parte **económica, estadística, desarrollo de productos y promoción de los lugares turísticos del país**, así como también, relevante información del sector de viajes.
- Se publica a través de la página a través de descarga directa en el siguiente enlace: <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/publicaciones/>

Gráfico 10: Revista Panorama Turístico Ecuador 2024

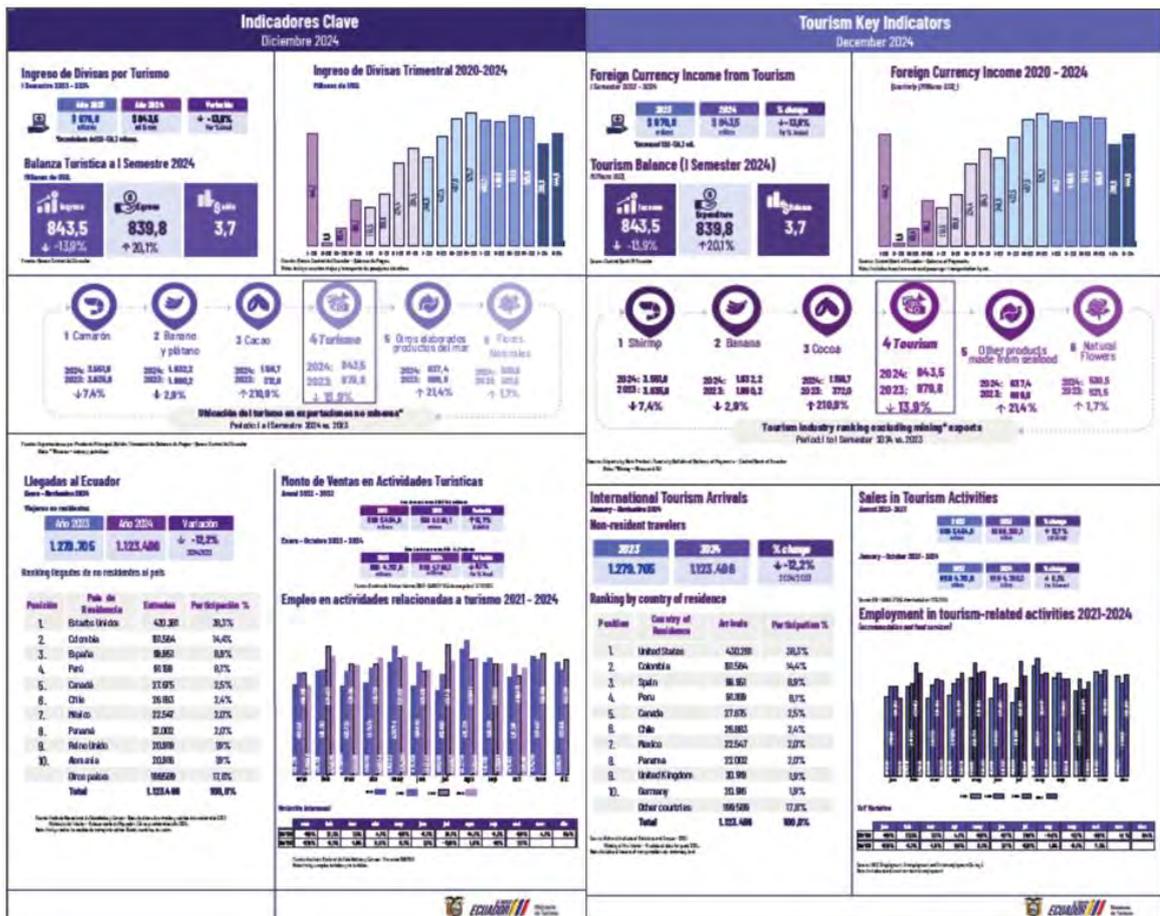


Infografías Resumen Ejecutivo – Indicadores Clave de Turismo:

Las infografías contienen **información** de ventas, conectividad, inversiones, balanza de pagos, empleo, ingreso de divisas por concepto de turismo, posición del turismo en la exportación de principales industrias no petroleras y mineras, lo cual corresponde de insumo para publicaciones mensuales establecidas en la Dirección de Información Turística y Análisis Económico y para informes ad-hoc realizada por esta dirección para soporte de requerimientos de unidades dentro del MINTUR o de personas naturales y/o jurídicas fuera del Ministerio de Turismo.

Las infografías se desarrollan mensualmente en dos versiones: inglés y en español en el que se presentan los principales indicadores económicos, por lo que en el año 2024 se tuvo 24 publicaciones.

Gráfico 11: Infografías Indicadores Clave 2024



Presentación mensual de los principales indicadores de Turismo en formato presentación y PDF

La presentación mensual contiene los principales indicadores de Turismo en el que se presenta la información más detallada por cada actividad económica, durante el 2024 se realizaron 12 publicaciones, los cuales se publican mes a mes en la página de turismo en cifras, en la sección varios y publicaciones (Presentación Mensual de Indicadores del Sector Turístico), se lo puede encontrar través del siguiente enlace: <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/publicaciones/>

Gráfico 12: Presentación Mensual – Información Sector Turístico



4. ACTIVIDADES REALIZADAS – PERÍODO 2024

En este apartado se describen las actividades realizadas por las Subsecretarías del Ministerio de Turismo, sus acciones son ejecutadas a nivel nacional por lo que la participación de las cuatro Direcciones Zonales, en conjunto con sus Oficinas Técnicas, en las 24 provincias del país juegan un papel importante en el desarrollo de las actividades en territorio.

4.1 Actividades realizadas en Promoción Turística

La Promoción tiene como misión: Dirigir y coordinar las acciones estratégicas de promoción del destino Ecuador, a través, de la producción de material comunicacional, promocional, publicitario, análisis de contenidos filmicos, con el fin de consolidar al país como una potencia turística a nivel nacional e internacional.

Sus acciones se enmarcan en el Objetivo Estratégico 1 del Plan Institucional: *“Incrementar la promoción en mercados receptivos y domésticos favorables al turismo sostenible.”*

4.1.1 Promoción Internacional del Destino Ecuador

Posicionar el destino Ecuador en mercados estratégicos mediante acciones de promoción y comercialización en España, Alemania, Francia, Reino Unido, Estados Unidos, Canadá y Latinoamérica.

Ejecutores:

- **Ministerio de Turismo:** Subsecretaría de Promoción, Dirección de Promoción y Mercadeo

Entidades Externas:

- **Empresarios Turísticos:** Agencias de Viajes, Tour Operadores, Empresas de Gestión de Destinos, Hoteles, Aerolíneas, Centros de Convenciones.
- **Empresas Públicas:** Gobiernos Autónomos Descentralizados y Empresas Públicas de Turismo.

Tiempo de implementación: Enero a diciembre del 2024

Objetivo o meta alcanzada: A fin de generar un espacio apropiado para la promoción y comercialización del Destino Ecuador para los mercados de mayor importancia de entrada de turistas y aportar con el desarrollo turístico y económico del Ecuador, así como destacar las bondades turísticas que ofrece el país ante, medios de prensa, agentes de viajes y operadores turísticos, y, proveer a estos dos último con las herramientas necesarias para que puedan incluir en sus portafolios y vender al destino, se realizaron acciones de promoción para que la industria turística ecuatoriana pueda comercializar la oferta turística del Ecuador en los mercados de España, Alemania, Francia, Reino Unido, Estados Unidos, Canadá y varios países en Latinoamérica.

4.1.1.1 Ferias y Eventos Internacionales

4.1.1.1.1 Participación del Destino Ecuador en Fitur 2024



Lugar: IFEMA-Madrid
España

Fecha de realización: Del 24
al 28 de enero de 2024

Delegados: Sr. Niels Olsen -
Ministro de Turismo del
Ecuador, Sra. María Belén
Arcos- Asesora Ministerial,
Srta. Gabriela Vásquez
Asesora Ministerial, Sr.
Diego Andrade -
Subsecretario de
Promoción, Sr. Christian

Norris - Director de Cooperación y Relaciones Internacionales, Sr. Christian Moscoso - Director de Comunicación Social, Sra. Ana Ontaneda - Directora de Promoción y Mercadeo, Sra. María Victoria Carrillo - Analista Senior de Mercados Internacionales.

Costo: US\$ 779.985,30 (Gasto inversión)

Logros obtenidos:

- La Feria Internacional de Turismo (FITUR) 2024, fue el escenario para que Ecuador, País Socio de esta edición, muestre ante el mundo su oferta turística, destacándose al recibir varios galardones y generar una serie de acercamientos para beneficio del turismo ecuatoriano.
- La participación de Ecuador en la Feria Internacional de Turismo (FITUR) se destacó por la belleza y creatividad de su pabellón, el más grande que ha tenido en este espacio de exhibición mundial. Las orquídeas, las mariposas de Mindo y las rosas fueron la carta de presentación de la biodiversidad y los atractivos del país, llevando al país a obtener el reconocimiento como uno de los tres mejores stands internacionales, junto a Ghana y Marruecos, entre 52 naciones participantes, contando con la presencia del señor presidente Daniel Noboa Azín.
- Se promocionó al Ecuador como destino turístico sostenible, con un enfoque en turismo de naturaleza y aventura; gastronomía y cultura; ruralidad y comunitario.

- El stand ecuatoriano recibió más de 4.000 visitas durante los cinco días de feria, se propició espacios idóneos de comercialización entre la industria turística local (48 empresarios ecuatorianos), (14 Gobiernos Autónomos Descentralizados) y los compradores internacionales (empresarios españoles y del mercado europeo en general) para dinamizar la economía, durante los 3 días de feria para networking, con aproximadamente 1.728 citas.
- Se actualizó la base de datos con 200 nuevos contactos de información de agencias de viajes, tour operadoras, potenciales compradores y demás contactos relevantes para la industria en España.

4.1.1.1.2 Participación del Destino Ecuador en ITB Berlín 2024



Lugar: Berlín, Alemania

Fecha de realización: Del 05 al 07 de marzo de 2024.

Delegados: Sr. Niels Olsen - Ministro de Turismo del Ecuador, Sra. María Belén Arcos- Asesora Ministerial, Srta. Gabriela Vásquez Asesora Ministerial, Sr. Diego Andrade - Subsecretario de Promoción

Costo: US\$ 318.860,00

(Gasto inversión)

Logros obtenidos:

- ITB Berlín 2024 contó con casi 100.000 asistentes y más de 5.500 expositores de 170 países.
- Participación destacada en la feria de turismo internacional ITB Berlín 2024, cumpliendo con todos los objetivos de promoción del destino Ecuador en el mercado global.
- Promoción gastronómica auténtica, presentando exclusivamente productos ecuatorianos y resaltando la riqueza culinaria del país a través de degustaciones especializadas.
- Conexiones estratégicas con el trade turístico nacional e internacional, incluyendo buyers, suppliers y prestadores de servicios.

- Reuniones de alto nivel del Sr. Subsecretario de Promoción con medios de prensa, agencias de viajes, tour operadoras y potenciales compradores.
- Ampliación de la base de datos de buyers interesados en el destino Ecuador.
- Impulso al turismo sostenible, reforzando la estrategia de promoción para incrementar llegadas e ingresos turísticos.

4.1.1.1.3 Participación del Destino Ecuador en World Travel Market Latin América 2024



Lugar: Expo Center Norte, São Paulo - Brasil.

Fecha realización: Del 15 al 17 de abril de 2024

Delegados: Sr. Diego Andrade - Subsecretario de Promoción, Sra. Ana Ontaneda - Directora de Promoción y Mercadeo, Sr. Andrés Carrillo - Analista Senior de Mercados

Internacionales.

Costo: US\$ 247.600,00 (Gasto inversión)

Logros obtenidos:

- La feria contó con 29.247 participantes (considerando todas las categorías) – Un crecimiento del 8,1% vs. el año 2023.
- Se generó espacios para la promoción y comercialización de los productos turísticos ecuatorianos ante tour operadoras en general en el mercado brasilero a fin de que el país sea reconocido como un destino atractivo por la demanda internacional.
- Se aportó al éxito en la participación de la misión comercial turística del Ecuador, como de la demanda turística de Brasil con el fin de que ambas partes cumplan con sus expectativas de intercambio de información para contribuir al posicionamiento del Ecuador en el mercado internacional.
- Se logró posicionar al Ecuador como un destino turístico destacado frente a la industria turística de Brasil, mercado priorizado para el Ministerio de Turismo del Ecuador.

- Se potenció la imagen y posicionamiento positivo del organismo nacional de turismo, quien brinda a través de la organización de este tipo de eventos el apoyo y condiciones favorables hacia la Industria Turística local para aportar con el desarrollo del turismo del Ecuador.

4.1.1.1.4 Participación del Destino Ecuador en EMOTIONS 2024



Lugar: Hotel Faena - Buenos Aires - Argentina

Fecha realización: Del 21 al 24 de abril de 2024

Delegados: Sr. Niels Olsen - Ministro de Turismo del Ecuador, Sra. María Belén Arcos - Asesora Ministerial, Sr. Nathan Rugel - Director de Comunicación Social, Sra. Ana Ontaneda - Directora de Promoción y Mercadeo, Sr. Julio Carrión Viteri - Analista Senior de Mercados Internacionales.

Costo: US\$ 58.200,00 (Gasto inversión)

Logros obtenidos:

- Coordinación y acompañamiento técnico a la misión comercial ecuatoriana, mismos que realizaron negociaciones con la industria turística de USA, Canadá, otros destinos participantes en Emotions.
- Ejecución de agenda de citas del “Exhibitor Appointments’Schedule”, correspondientes al Ministerio de Turismo.
- Realización de una presentación de destino y degustaciones gastronómicas, a la industria turística internacional asistente a la feria.
- Obtención de contactos para el desarrollo de la Base de Datos de los participantes en EMOTIONS 2024.
- Realización de una cata de chocolate a 20 medios de prensa de América Latina.

4.1.1.1.5 Participación del Destino Ecuador en el Adventure Elevate Latin America 2024



Lugar: Quito – Ecuador

Fecha realización: Del 06 al 08 de mayo de 2024.

Delegados o Asistentes: Silvana Ramírez - Viceministra de Turismo, Ana Ontaneda, Directora de Promoción y Mercadeo.

Costo: US\$ 139,999.77 (Gasto inversión)

Logros obtenidos:

- 350 profesionales del turismo.
- Se desarrollaron varias ponencias con temas de sostenibilidad, el uso de tecnologías para promover el turismo de aventura y las nuevas tendencias en esta modalidad de viajes.
- Se destacó el papel de las empresas sostenibles y rentables, así como la importancia de las comunidades locales en la conservación a través del turismo de aventura.
- Durante las ruedas de negocios, 40 empresas ecuatorianas se reunieron con buyers de los principales mercados priorizados de Estados Unidos Canadá, sumando alrededor de 1.600 encuentros en los que se presentaron las oportunidades de viaje para la modalidad de aventura disponibles en Ecuador.
- Ecuador destacó el compromiso con el turismo sostenible como generador de recursos y desarrollo social, respetando la biodiversidad y promoviendo el bienestar a través de la conexión entre turismo y sostenibilidad.

4.1.1.1.6 Participación del Destino Ecuador en la Feria Cannes 2024



Lugar: Cannes - Francia

Fecha realización: Del 14 al 22 de mayo de 2024.

Asistentes: Mateo Estrella, Asesor Ministerial

Costo: US\$ 89.294,20 (Gasto inversión)

Logros obtenidos:

- Atención a la agenda de citas con CEOs, asociaciones, creadores de Contenidos fílmicos y medios de prensa.
- Asistencia y participación en foros y conferencias especializadas dentro de MARCHE DU FILM, espacio para promocionar al Destino Ecuador como un potencial destino fílmico.
- Participación en reuniones con la industria turística y audiovisual de categoría internacional.
- Durante el evento se brindó asesoría comunicacional durante las citas con medios de prensa que mantenga el delegado de la Máxima Autoridad.
- Distribución con los medios de prensa internacionales participantes dentro del evento, media kits de prensa que resalten el destino turístico, destacando a la oferta local para así maximizar la cobertura mediática de la participación de Ecuador.
- Promoción del destino Ecuador y sus atractivos turísticos ante la industria fílmica y medios de prensa especializados en producciones audiovisuales en destinos turísticos de Francia y el mundo

4.1.1.1.7 Participación del Destino Ecuador en la Feria especializada en la industria de reuniones FIEXP0 2024



Lugar: Ciudad de Panamá – Panamá

Fecha realización: Del 10 al 13 de junio de 2024.

Delegados: Silvana Ramírez, Viceministra de Turismo, María Victoria Carrillo, Servidor Público 5 y

Antonio Rosero Servidor Público 3

Costo: US\$ 169.000 (Gasto inversión)

Logros obtenidos:

- En este evento, el stand ecuatoriano fue elegido por los invitados, compradores y visitantes como el mejor de la edición 2024, reconocimiento que festejaron los delegados nacionales junto a la viceministra de Turismo, Silvana Ramírez, 26 representantes entre ellas empresas públicas y privadas de turismo provenientes de las localidades de Quito, Manta, Guayaquil y la provincia del Guayas.
- Durante la feria, se realizaron las presentaciones de destino de los sitios mencionados, a la par de más 500 citas de negocios y networking donde se promocionó al Ecuador y su potencial como un destino de reuniones. Además, se realizaron degustaciones gastronómicas con delicias como shots de ceviches y de arroz de leche, mientras que en un almuerzo negocios ofrecido por Ecuador brillaron el ceviche de Jipijapa, el hornado y los higos con queso.
- *“La presencia de Ecuador en Fiexpo permite mostrar todo el potencial que tiene el país para impulsar las actividades del segmento MICE”* dijo la viceministra Ramírez, asegurando que es también una oportunidad para lograr el intercambio de experiencias con otros destinos, así como ir conociendo las nuevas tendencias, tecnología e innovación en la industria de reuniones mundial.

4.1.1.1.8 Participación del Ministerio de Turismo en el Summer Fancy Food Show 2024



Lugar: New York, Estados Unidos

Fecha realización: Del 23 al 25 de junio del 2024

Delegados o Asistentes: Sra. Belén Arcos- Asesora Ministerial, Srta. María Eugenia López - Especialista en Mercados Internacionales

Costo: US\$ 59.400,00 (Gasto inversión)

Logros obtenidos:

- La participación en el Summer Fancy Food Show 2024 permitió que el Ministerio de Turismo exponga la gastronomía local ecuatoriana a los asistentes del evento que reunía a fabricantes, compradores, corredores, distribuidores, foodies y público en general que concurrió al stand de Ecuador durante los 3 días de feria, un total de 300 asistentes que pudieron experimentar de primera mano, las degustaciones, demo testings y catas preparadas por los chefs y baristas asistentes.
- Participar en la edición Nro. 68 del Summer Fancy Food Show, ayudó a promocionar la gastronomía ecuatoriana como un producto turístico atractivo. Con la participación del Destino Ecuador se promociona la gastronomía ecuatoriana y la variedad de productos que genera el país. Lo que hace visibilizar el destino Ecuador como un destino con gran oferta culinaria para el mundo, y se aprovecha para promocionar la gran variedad de productos y platos que ofrece cada región del Ecuador.
- La presencia de Alejandra Espinoza, Luis Fernando Aldana y Raquel Espinoza, chefs ecuatorianos reconocidos a nivel internacional, causó interés en los asistentes de la feria, los mismos que degustaron de platos tradicionales ecuatorianos.
- El destino Ecuador contó con la presencia de baristas ecuatorianos, los mismos que dieron a conocer a los asistentes su oferta, destacando al café ecuatoriano como un producto de calidad.

4.1.1.1.9 Participación del Destino Ecuador en LATA EXPO 2024



Lugar: Londres – Reino Unido

Fecha realización: Del 24 al 26 junio del 2024.

Delegados: Santiago Granda,
Subsecretario de Promoción

Costo: US\$ 90.005,00 (Gasto inversión)

Logros obtenidos:

- Los miembros de LATA representan una comunidad de viajes en constante crecimiento y con un gran conocimiento en América Latina. La asociación está compuesta por más de 360 empresas, entre las que se incluyen juntas de turismo, aerolíneas, hoteles, operadores turísticos, empresas de representación y prensa de viajes
- Ecuador promocionó su oferta turística en la feria internacional LATA EXPO 2024, la más relevante dedicada a Latinoamérica en Europa, que se celebró en Londres del 24 al 26 de junio.
- Se fortaleció la imagen del país como destino turístico ante los CEO, Gerentes de Tour Operadoras.
- Se establecieron contactos de alto nivel, nuevas relaciones profesionales y se afianzó las existentes con principales líderes de la industria turística de Europa y Reino Unido.

4.1.1.1.10 Participación del Destino Ecuador en Global Birdfair 2024



Lugar: Rutland – Reino Unido

Fecha realización: 12 al 14 julio del 2024.

Delegados: Viviana Oñate, Analista de Mercados Internacionales Mercado Europa

Costo: US \$32.112,00 (Gasto inversión)

Logros obtenidos:

- La participación en la Feria Global Birdfair 2024, fue productiva ya que se enfocó en el Mercado de Reino Unido y Europa en general.
- Se consolidó la presencia integral y sólida del Destino Ecuador.
- Al tener el país varias ponencias en los diferentes escenarios por parte del Ministerio de Turismo y otras operadoras de turismo del país, se logró posicionar en la mente de los visitantes un destino ideal para la práctica de aviturismo.
- Se consolidó la imagen del Ministerio de Turismo como un organismo que apoya al desarrollo de la actividad turística y en particular del segmento de aviturismo a través del enfoque en la preservación del medio ambiente a escala internacional.
- Se establecieron contactos estratégicos entre la industria local y la industria internacional, iniciando nuevas relaciones profesionales y así afianzar las existentes con las empresas turísticas internacionales, lo que va a contribuir a dinamizar el negocio turístico, fortaleciendo la cadena de valor de la industria ecuatoriana.

4.1.1.1.11 Participación del Destino Ecuador en la feria NatGeo Food Festival 2024



Lugar: Londres – Reino Unido.

Fecha de realización: Del 20 al 21 julio del 2024

Delegado: Santiago Granda, Subsecretario de Promoción; Ana Ontaneda, Directora de Promoción y

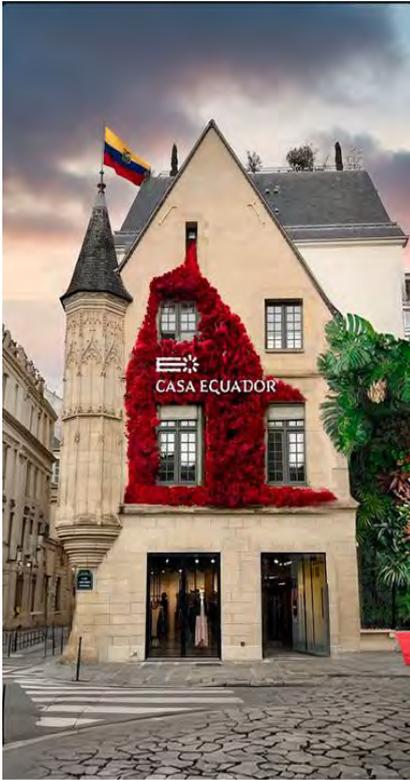
Mercadeo.

Costo: US\$100.564,00 (Gasto inversión)

logros obtenidos:

- Ecuador presentó lo mejor de su cocina en la Feria National Geographic Traveller Food Festival, y que acogió a más de 7.350 visitantes de todo el mundo.
- Se promocionó la gastronomía tradicional de cada región del país, destacando la diversidad de productos que ofrece el Ecuador y resaltando el valor de los mercados gastronómicos.
- La delegación nacional estuvo conformada por representantes del Ministerio de Turismo y Quito Turismo, que organizó un concurso en su ciudad para llevar a los representantes de sus mercados gastronómicos. Los elegidos fueron los mercados de Santa Clara y San Francisco, con sus empanadas de morocho y espumilla respectivamente, contando también con la presencia en la feria de cuatro chefs ecuatorianos expertos en gastronomía local que elaboraron platos de las cuatro regiones del Ecuador.
- Se logró promover la rica y variada gastronomía ecuatoriana es un orgullo muy grande, ya que acerca a los potenciales viajeros no solo a nuestra producción agrícola y a nuestras cocinas sino también a la tradición y al patrimonio nacionales que son generadores de experiencias únicas para quienes nos visitan.

4.1.1.1.12 Participación del Destino Casa Ecuador París 2024



Lugar: París - Francia

Fecha realización: Del 27 de julio al 03 de agosto del 2024

Delegados: N/A

Costo: US\$ 22.000 (Gasto inversión)

Logros obtenidos:

- El Comité Olímpico Ecuatoriano ha creado la iniciativa “Casa Ecuador París 2024”, un proyecto dedicado a celebrar y promover el arte, la cultura, el deporte y el turismo hacia nuestro país, en el marco del evento deportivo más importante del planeta, los juegos Olímpicos.
- Realizar acciones de promoción en la Casa Ecuador en el marco de los Juegos Olímpicos 2024, promovió la visibilidad de Ecuador entre los miles de turistas franceses e internacionales, así como entre los medios de comunicación de Francia y Europa, amplificando la difusión de la activación promocional del Destino Ecuador, esto ha permitido ejecutar estrategias para potenciar a Ecuador como un destino Turístico con los principales actores de la industria turística y potenciales turistas de los mercados priorizados y consumidor final.
- Representó una oportunidad invaluable para la promoción y comercialización del país, presentando una muestra de la oferta turística de Ecuador ante un público internacional ha generado una imagen positiva del destino y sobre todo creó una comunicación efectiva, objetiva y recurrente de lo que esta Cartera de Estado quiere informar a nivel internacional con los objetivos estratégicos actuales.

4.1.1.1.13 Activación BTL de Ecuador en Miami



Lugar: Miami – Estados Unidos

Fecha realización: Del 14 al 18 de agosto del 2024

Delegados: María Eugenia López – Especialista de Promoción y Esteban Jara – Servidor Público 5.

Costo: US\$ 180.000,00 (Gasto inversión)

Logros obtenidos:

- La activación recibió 2.500 personas.
- Fue una estrategia eficaz para conectar directamente con un mercado diverso y receptivo como el americano, fortaleciendo la imagen del país en una de las ciudades más influyentes de los Estados Unidos.
- La ejecución de la activación BTL de Ecuador para el mercado de Estados Unidos, tuvo su primera edición en Miami, misma que permitió que el Ministerio de Turismo exponga lo mejor de sus 4 mundos a través de Photo Booths de las 4 regiones, su gastronomía con degustaciones de platos y bebidas tradicionales, cultura a través de presentaciones de una banda de música y lo mejor de nuestras artesanías, sombrero de paja toquilla, entre otros.

4.1.1.1.14 Participación del Ministerio de Turismo en Roadshow del destino Ecuador en el mercado de Estados Unidos y Canadá 2024



Lugar: Phoenix, Los Ángeles, Denver, Seattle y Vancouver

Fecha realización: Del 27 de agosto al 04 de septiembre del 2024

Delegados: Sr. Santiago Granda-Subsecretario de Promoción, Srta. Estefanía Domínguez- Analista en Mercados Internacionales.

Empresas ecuatorianas asistentes: Condor Travel, Andean Travel

Company, Visiting Galapagos, Rebecca Adventure Travel, GALAGENTS Galapagos

Cruises & DMC, GO GALAPAGOS – KLEINTOURS, Golden Experiences and Travel, Latin Trails - Galapagos & Ecuador, PAMTOURS, GADM ISABELA – GALÁPAGOS.

Costo: US\$ 203.000,00 (Gasto inversión)

Logros obtenidos:

- El Roadshow cumplió con todos los objetivos planteados para este proceso de promoción del destino Ecuador en el mercado internacional.
- Los co-expositores ecuatorianos dieron a conocer su oferta y promocionaron al destino Ecuador para alrededor de 100 buyers e interesados en el destino.
- Las empresas ecuatorianas se sienten respaldadas cuando el destino Ecuador forma parte de eventos importantes en la industria de turismo internacional.
- El Sr. Subsecretario de Promoción mantuvo más de 15 reuniones con medios de prensa, agencias de viajes, tour operadoras, potenciales compradores y demás contactos relevantes para la industria de turismo.
- Se incrementó la base de datos de buyers interesados en el destino Ecuador.
- Las activaciones gastronómicas, culturales contribuyeron al fortalecimiento de la imagen de Ecuador como un país rico en cultura, biodiversidad, gastronomía y sobre todo que cuenta con rutas turísticas seguras, destacando los aspectos positivos y únicos del país, aportando a la mejora de la percepción del Destino en el extranjero.

4.1.1.1.15 Participación del Destino Ecuador en Pure 2024



Lugares: Marrakech, Marruecos. Palais des Congrès

Fecha realización: 09 al 12 de septiembre de 2024

Delegados: Santiago Granda – Subsecretario de Promoción, Nathan Rugel – Asesor Ministerial, Ana Ontaneda – Directora de Promoción y Mercadeo y

Andrés Carrillo – Servidor Público 5.

Costo: US\$ 139.900,00 (Gasto inversión)

Logros obtenidos:

- PURE Life Experiences 2024 reunió a más de 500 empresas y líderes del turismo de lujo en Marrakech.
- Participación estratégica en PURE 2024, conectando a Ecuador con 1,500 expertos en turismo de lujo y tendencias en turismo experiencial.
- Compromiso con la sostenibilidad, mediante conferencias que impulsaron enfoques innovadores y prácticas responsables.
- Relaciones mediáticas clave, con 20 reuniones estratégicas con medios de prestigio como Condé Nast Traveller, National Geographic Travel y Financial Times – HTSI.
- Mayor proyección internacional, posicionando a Ecuador como un destino confiable en turismo sostenible y de lujo.
- Promoción de la diversidad ecuatoriana, destacando su riqueza cultural y natural para atraer turismo responsable.

4.1.1.1.16 Activación BTL del Destino Ecuador - París



Lugar: París - Francia / Noti Plage
6 Port de Suffren, 75015

Fecha de realización: 02 al 06 de
octubre del 2024

Delegados: María Victoria Carrillo
Salazar – Servidor Público 5

Costo: US\$ 156.200 (Gasto
inversión)

Logros obtenidos:

- La ejecución de la activación BTL de Ecuador para el mercado europeo principalmente el francés, tuvo su primera edición en París, misma que permitió que el Ministerio de Turismo exponga lo mejor de sus 4 mundos a través de un Photo Booth digital de las 4 regiones, su gastronomía con degustaciones de platos y bebidas tradicionales, cultura a través de presentaciones de una banda de música y lo mejor de nuestros productos emblemáticos, sombrero de paja toquilla, chocolate ecuatorianos, café, entre otros.

- Con esta campaña BTL en París se contribuye al fortalecimiento de la imagen de Ecuador como un país rico en cultura, biodiversidad, gastronomía y sobre todo que cuenta con rutas turísticas seguras, destacando los aspectos positivos y únicos del país, aportando a la mejora de la percepción del Destino en el extranjero.

4.1.1.1.17 Participación del Destino Ecuador en TRAVELMART LATINAMERICA 2024



Lugar: Jardín Botánico de Quito - Quito - Ecuador.

Fecha de realización: 18 al 20 de septiembre de 2024

Delegados: Sr. Mateo Estrella -

Ministro de Turismo, Industria Turística Ecuatoriana.

Costo: US\$ 54.717,78 (Gasto inversión)

Logros obtenidos:

- Se generaron espacios para la promoción de Ecuador ante el Trade turístico participante en la feria itinerante de turismo “TRAVEL MART LATIN AMERICA 2024” a fin de que el país sea reconocido como un destino atractivo por la demanda internacional.
- Se pudo establecer una relación directa con profesionales de turismo de los mercados de Norteamérica, Europa, y otros, durante las acciones ejecutadas en el Travel Mart Latin America 2024”, correspondientes al Ministerio de Turismo, activaciones gastronómicas, y presentaciones culturales, fortaleciendo la imagen del destino Ecuador frente al trade turístico internacional.

4.1.1.1.18 Activación BTL de Ecuador – Austin



Lugar: Austin – Estados Unidos

Fecha de realización: Del 09 al 13 de octubre del 2024

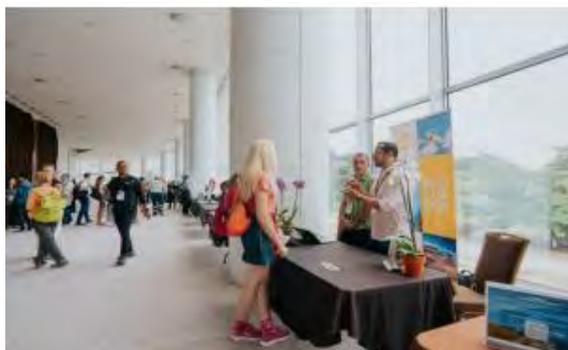
Delegados: Ana Ontaneda Directora de Promoción y Mercadeo y Daniela Ripalda Servidor Público 3

Costo: US\$ 180.000,00 (Gasto inversión)

Logros obtenidos:

- La ejecución de la activación BTL de Ecuador para el mercado de Estados Unidos, tuvo su segunda edición en Austin – Texas, misma que permitió que el Ministerio de Turismo exponga lo mejor de sus 4 mundos a través de Photo Booths de las 4 regiones, su gastronomía con degustaciones de platos y bebidas tradicionales y su cultura a través de la degustación de chocolate ecuatoriano.
- Esta acción promocional se presentó como una estrategia eficaz para interactuar directamente con un mercado diverso y receptivo, la cercanía cultural y geográfica, junto con el impacto directo convirtió a esta campaña en una inversión estratégica clave para fortalecer la imagen del país.

4.1.1.1.19 Participación del Ministerio de Turismo en Adventure Travel World Summit 2024



Lugar: Ciudad de Panamá, Panamá

Fecha de realización: 07-10 de octubre del 2024

Asistentes: Sr. Mateo Estrella-
Ministro de Turismo (E), Sr. Santiago
Granda-Subsecretario de Promoción,
Sr. Emilio Iza-Cobertura y
Comunicación.

Costo: USD \$70.000,00 (Gasto inversión)

Logros obtenidos:

- Este evento permitió dar a conocer las iniciativas que se están implementando para impulsar el turismo en viajes de aventura en Ecuador donde destinos, proveedores y compradores se juntan para intercambiar información sobre productos turísticos.
- El “Adventure Travel World Summit” es el evento más grande del año para los profesionales del turismo de Aventura. Alrededor de 800 operadores turísticos, representantes de destinos, escritores de viajes de aventura y líderes de opinión de todo el mundo se reunieron como una comunidad de ideas afines, explorando tendencias de viajes y desarrollando nuevas conexiones.
- Se transmitió que el destino Ecuador tiene un potencial significativo a nivel mundial, destacando sus operadores turísticos de aventura, hoteles exclusivos y servicios de alta calidad, alineados con las tendencias globales de sostenibilidad y experiencias personalizadas.

4.1.1.1.20 Participación del Destino Ecuador en REMOTE 2024



Lugar: Hotel Termas de Puyehue, Puyehue - Osorno - Chile

Fecha de realización: 14 al 17 de octubre de 2024

Delegado: Sr. Julio Carrión Viteri - Analista Senior de Mercados Internacionales

Costo: US\$ 40.600,00 (Gasto inversión)

Logros obtenidos:

- Se generaron espacios para la promoción de Ecuador ante el Trade turístico participante en “REMOTE IMMERSION – PUYEHUE - CHILE 2024” a fin de que el país sea reconocido como un destino atractivo por la demanda internacional.
- Se establecieron contactos, afianzó y fortaleció relaciones profesionales existentes con el trade del mercado Europa, Estados Unidos, Canadá y Latinoamérica para así contribuir al posicionamiento de la marca Ecuador en un ambiente estrictamente profesional.

4.1.1.1.21 Participación del Destino Ecuador en la feria World Travel Market 2024



Lugar: Londres – Reino Unido

Fecha realización: 05 al 07 noviembre del 2024

Delegados: Mateo Estrella, Ministerio de Turismo; Santiago Granda, Subsecretario de Promoción; Viviana Oñate, Analista de

Mercados Internacionales

Costo: US\$ 519.500,00 (Gasto inversión)

Logros obtenidos:

- La participación en la Feria World Travel Market 2024, se enfocó en el Mercado de Reino Unido y Europa en general, con el fin de consolidar una presencia integral y sólida del Destino Ecuador. Al tener el país varias ponencias en los diferentes escenarios por parte del Ministerio de Turismo.
- Se logró posicionar en la mente de los visitantes un destino ideal en Sudamérica.
- Se consolidó la imagen del Ministerio de Turismo como un organismo que apoya al desarrollo de la actividad turística a través de la participación en la feria en mención.
- Se dio atención de citas con trade partners específicos, mismos que se logró mostrar lo mejor que tiene el Ecuador.
- Se promovió la visibilización del Ecuador y su vez apoyar a los 21 empresarios ecuatorianos que representaron al país, es decir fuimos el país con el mayor número de representantes en la feria, mismos que representaban a tour operadoras, lodges, DMC's empresa pública municipal de Quito y GAD de Otavalo.

4.1.1.1.22 XI Foro Iberoamericano de Marca País



Lugar: Valparaíso, Chile

Fecha de realización: 26 al 28 de noviembre del 2024

Delegados: Santiago Granda, Subsecretario del Ministerio de Turismo

Costo: Gestión Institucional

Logros Obtenidos:

- Se fortaleció los vínculos entre sus miembros, dinamizando las relaciones económicas, comerciales y de inversión entre las empresas de los países iberoamericanos, a través del intercambio de experiencias en el diseño, construcción, gestión y sostenibilidad de las Marcas País y destino.

- Compartir experiencias de gestión entre los miembros del Consejo Iberoamericano de Marca País - CIMAP.
- Se fortaleció la relación con gestores de marcas país, impulsando la protección de marca y marketing global.
- Se compartieron también experiencias sobre estrategias para la promoción de las marcas país y su impacto en el posicionamiento internacional.
- Se fortaleció la imagen de la promoción turística del Ecuador ante el 11º Foro Iberoamericano.
- Ser parte de los 6 expositores que presentaron sus estudios de caso, frente a los demás países de la región.

4.1.1.1.23 Participación del Destino Ecuador en USTOA 2024

Lugar: Isla Marco, Florida JW Marriott Marco Island Beach Resort

Fecha de realización: 09 al 13 de diciembre de 2024

Delegados: Santiago Granda, Subsecretario de Promoción, Andrés Carrillo, Servidor Público 5.

Costo: US\$ 85.000 (Gasto inversión)



Logros obtenidos:

- USTOA 2024 reunió a aproximadamente 700 profesionales del turismo en Florida.
- Ecuador consolidado como destino turístico en un evento clave con líderes de la industria global.
- Alta visibilidad con una pantalla de 60" en la reunión de la Junta Directiva de USTOA, impactando a tomadores de decisiones.
- Activación gastronómica, con degustación de café para 120 invitados y entrega de kits promocionales.
- Gestión eficiente, supervisando personal, validando productos y garantizando la ejecución de actividades.

- Mayor posicionamiento internacional, destacando a Ecuador como destino confiable y atractivo.

4.1.1.2 Oficinas de Relaciones Públicas

4.1.1.2.1 Oficina de Relaciones Públicas para los mercados de Estados Unidos y Canadá 2024

Lugares de ejecución: Estados Unidos y Canadá

Fecha de contratación: Del 20 de junio al 27 de diciembre 2024

Oficina Contratada: Grupo New Link

Costo: US\$ 1.056.061,54 (Gasto inversión)

Logros obtenidos:

- Contar con una oficina de relaciones públicas que ha permitido visibilizar al destino Ecuador en los mercados estratégicos, realizando acciones directas para el trade turístico, así como para el consumidor final, cuyo objetivo fue implementar estrategias de promoción y comercialización para potenciar al Ecuador como un destino turístico en Estados Unidos y Canadá.
- Implementar estrategias de promoción y mercadeo para potenciar al Ecuador como un Destino Turístico, a través de nuestro aliado estratégico GRUPO NEWLINK MEXICO S.R. DE C.V quienes coordinaron y ejecutaron las acciones comerciales en el año 2024, aportaron a la meta del plan estratégico institucional en cuanto a la meta 1 (llegar a 2 millones de arribos internacionales) y 2 (alcanzar 2,500 millones de dólares en divisas generadas por turismo).
- Al estar el Destino visible en la plataforma OTAS y Revistas, Ecuador gana acceso directo a una vasta red de operadores y agentes turísticos globales, incrementando la probabilidad de reservas y flujo de turistas. Esto no solo refuerza la presencia de la marca país, sino también genera ingresos turísticos para la cadena de valor, beneficiando así al sector turístico.

4.1.1.2.2 Oficina de Relaciones Públicas para los mercados de España, Alemania, Francia y Reino Unido 2024

Lugares de ejecución: España, Alemania, Francia y Reino Unido

Fecha realización: del 13 de mayo hasta el 10 de octubre de 2024

Oficina Contratada: Albatros Stands & Events SL

Costo: US\$ 964.266,90 (Gasto inversión)

Logros obtenidos:

- La contratación de una Agencia de Relaciones Públicas en Europa permitió desarrollar Estrategias de promoción y comercialización para potenciar al Ecuador como un Destino Turístico.
- La Agencia de Relaciones Públicas representó un nexo importante en las acciones promocionales que tuvo Ecuador en Europa, ya que tuvo contacto e injerencia directa con los países priorizados al encontrarse en el territorio o cerca al territorio donde se decidió realizar las estrategias promocionales, la cual justifica nuestra representación en dichos mercados.
- Los contactos estratégicos que posee la Agencia de Representación y poder de negociación que tuvo con los diferentes Medios de Comunicación, y Medios dirigidos al Consumidor Final significó una correcta ejecución de las diferentes acciones promocionales, además de tener el conocimiento del idioma de cada mercado priorizado.

4.1.1.2.3 Oficina de Relaciones Públicas para los mercados de LATAM

Lugares: México, Colombia, Brasil, Perú, Chile y Argentina

Fecha realización: Del 11 de abril del 2024 hasta 08 de septiembre del 2024

Oficina Contratada: Albatros Stands & Events SL

Costo: US\$ 376.000,00 (Gasto inversión)

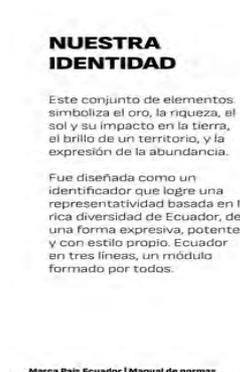
Logros obtenidos:

- Contar con una oficina de relaciones públicas ha permitido visibilizar al destino Ecuador en los mercados estratégicos, realizando acciones directas para el trade turístico, así como para el consumidor final, cuyo objetivo fue

implementar estrategias de promoción y comercialización para potenciar al Ecuador como un destino turístico en Latinoamérica.

- Implementar estrategias de promoción y mercadeo para potenciar al Ecuador como un Destino Turístico.
- Al estar el Destino visible en la plataforma OTAS y Revistas, Ecuador gana acceso directo a una vasta red de operadores y agentes turísticos globales, incrementando la probabilidad de reservas y flujo de turistas. Esto no solo refuerza la presencia de la marca país, sino también genera ingresos turísticos para la cadena de valor, beneficiando así al sector turístico.

4.1.1.3 Estrategia Comunicacional y Diseño de la Marca País



El destello del sol, es el encuentro de los extremos en el centro, donde todos los fenómenos se vinculan orgánicamente, en equilibrio y simetría. De ti depende darle vida, ubicarlo en los contextos adecuados y crearle un universo visual que responda a los valores de nuestra marca.



Ejecutores:

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Promoción Turística.

Entidades Externas: Ministerio de Producción, Inversiones y Pesca y la Secretaría General de Comunicación de la Presidencia de la República.

Costo: US\$ 698.896,00 (Gasto inversión)

Tiempo de implementación: 273 días desde la entrega del anticipo.

Objetivo o meta alcanzada: Crear una marca país para Ecuador que promueva integralmente la imagen a nivel nacional e internacional considerando aspectos de turismo, culturales, gastronómicos, de producción nacional, exportaciones e inversiones.

Resultados alcanzados:

1. Diagnóstico situacional de percepción de marca país

Se analizó y extendió el contexto de la marca, sus comunicaciones, objetivos, audiencias y entorno competitivo, tanto como buenas prácticas y tendencias relevantes con el fin de identificar áreas de oportunidad para encarar los retos del futuro.

2. Desarrollo de la estrategia de la Marca país

Se creó una propuesta de valor / posicionamiento estratégico creíble, relevante, sostenible, diferencial e inspirador para los diferentes sectores y audiencias del país.

3. Diseño y producción de la marca país

Se realizó la creación de la identidad verbal y visual de la marca, delimitando criterios de construcción y aplicación de los elementos que le darán vida, para asegurar la correcta implementación y desarrollar el material clave para el lanzamiento de esta.

El 12 de junio de 2024 mediante Decreto Ejecutivo Nro. 299 se declaró la Marca País y la Comisión Estratégica de Marcas liderada por el Ministerio de Turismo realizó el Reglamento de Uso de la Marca para proceder con el Registro y Protección de la misma ante el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI), dicho registro se realizó el 25 de septiembre de 2024.

Grupo/ gremio/ población beneficiaria: Sector turístico y toda la población de Ecuador

Cobertura (ámbito de acción): A nivel nacional e internacional

4.1.2 Promoción Nacional del Destino Ecuador

Posicionar el destino Ecuador en el mercado nacional mediante la ejecución de acciones de promoción y comercialización.

Ejecutores:

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Promoción, Dirección de Promoción y Mercadeo y Dirección de Información y Medios Digitales.

Empresarios Turísticos: Restaurantes, Agencias de Viajes, Tour Operadores, DMC, Hoteles, Aerolíneas, Centros de Convenciones.

Empresas Públicas: Gobiernos Autónomos Descentralizados y Empresas Públicas de Turismo.

Costo: US\$ 621.050,00 Serie Gastronómica) (Gasto inversión)

Tiempo de implementación: noviembre - diciembre 2024

Objetivo o meta alcanzada: Fomentar la intención de viajes internos mediante la producción de material audiovisual para una miniserie documental sobre los destinos gastronómicos del Ecuador, que resalte las experiencias vivenciales mediante la preparación de platos típicos ecuatorianos y contribuya a la difusión de la oferta turística a través de redes sociales, con el fin de motivar las visitas a los diferentes destinos gastronómicos del Ecuador.

Cobertura (ámbito de acción): Por medio de la promoción orgánica del material realizado dentro de la contratación de la miniserie documental sobre los destinos gastronómicos del Ecuador y la difusión por parte de los influencers contratados en el proceso, se obtuvieron los siguientes resultados: 10'079.433 de impresiones y 692.227 interacciones.

4.1.2.1 Participación del Destino Ecuador en el Press trip de National Geographic 2024

Lugar: Ecuador – Amazonia y Sierra

Fecha realización: Del 03 al 09 de junio del 2024

Asistentes: Periodistas, fotógrafos y videógrafos de National Geographic

Costo: US\$ 10.451,00 (Gasto inversión)

Promotional feature Galápagos Coast Andes Amazon

Discover the four worlds of Ecuador

From the captivating wildlife of the Galápagos to the pristine shores of the mainland, the soaring peaks of the Andes to the lush foliage of the Amazon, here's how to experience Ecuador in four parts...

Words by Ben Westwood



Imagine taking a road trip for just one day. It could be an adventure in any country, but unlikely to compare with a road trip across Ecuador. Wake up on a wild Pacific beach, journey through banana plantations to cloud forests in the Andean foothills



Logros obtenidos:

- Se realizó un press trip dirigido a periodistas con gran experiencia en medios de comunicación turística en la revista turística más importante del mundo como es National Geographic.
- Se realizó la campaña de “Publicación en Revistas “en la página web de la revista National Geographic a través de artículos brand content, banners digitales y newsletters, en donde se dio a conocer los atractivos más icónicos del país, proyectos vanguardistas sustentables para las respectivas publicaciones en los medios de comunicación más influyentes de Europa.



The screenshot shows a National Geographic article with the title "Four of the best ways to experience Ecuador". The article is divided into four sections, each with a numbered icon and a title:

- 1** **Galápagos**: A section about the islands, mentioning Darwin and the Galápagos National Park.
- 2** **Coast**: A section about the coastline, mentioning the Pacific coast and the Amazon.
- 3** **Andes**: A section about the mountains, mentioning the Andes and the Amazon.
- 4** **Amazon**: A section about the rainforest, mentioning the Amazon and the Galápagos.

The article includes several images: a view of the Galápagos Islands, a monkey, a person with a llama, and a view of the Andes mountains.

4.1.2.2 Adquisición de material promocional para el Ministerio de Turismo

Contar con material promocional que contribuya con el posicionamiento del Destino Ecuador a nivel nacional e internacional.

Ejecutores: Ministerio de Turismo: Dirección de Promoción y Mercadeo de la Subsecretaría de Promoción

Costo: US \$239.970,00 (Gasto inversión)

Tiempo de implementación: agosto a diciembre 2024

Objetivo o meta alcanzada: Posicionar al Destino Ecuador a través de la distribución de material promocional en los diversos eventos nacionales e internacionales como ferias y eventos de turismo, workshops, fam trips, press trips y roadshows, que serán llevadas a cabo durante el año 2024 y 2025 por el Ministerio de Turismo; de igual manera, contribuirá con las acciones institucionales de promoción durante las presentaciones del país, programas institucionales, eventos de atracción de inversiones y conectividad fortaleciendo de esta manera la visibilidad del país como un destino turístico altamente competitivo en el mercado nacional e internacional.





4.1.2.3 Contratación de los servicios de creación, producción y difusión de una miniserie documental en redes sociales para la promoción de destinos gastronómicos del Ecuador

Promocionar los destinos turísticos gastronómicos del Ecuador a través de una miniserie documental.



Ejecutores: Ministerio de Turismo: Dirección de Información y Medios Digitales de la Subsecretaría de Promoción

Costo: US \$621.050,00 (Gasto inversión)

Tiempo de implementación: noviembre - diciembre 2024

Objetivo o meta alcanzada: Se fomentó la intención de viajes internos mediante la producción de material

audiovisual para una miniserie documental sobre los destinos gastronómicos del Ecuador, que resaltó las experiencias vivenciales mediante la preparación de platos típicos ecuatorianos y contribuyó a la difusión de la oferta turística a través de redes sociales, con el fin de motivar las visitas a los diferentes destinos gastronómicos del Ecuador.

Grupo/ gremio/ población beneficiaria: Industria turística a nivel nacional (dándole énfasis al sector gastronómico) y el turista interno.

Número de beneficiarios: Más de 10 millones de personas residentes en Ecuador alcanzadas y el catastro turístico.

Cobertura (ámbito de acción): Por medio de la promoción orgánica del material realizado dentro de la contratación de la miniserie documental sobre los destinos gastronómicos del Ecuador y la difusión por parte de los influencers contratados en el proceso, se obtuvieron los siguientes resultados: 10 '079.433 de impresiones y 692.227 interacciones.

4.1.2.4 Campaña ESTO ES ECUADOR

A inicios del año 2024, Ecuador se encontraba en una situación poco favorecedora para atraer turistas internacionales y que se generará intención de viaje en turistas nacionales, debido a la seguridad interna, razón por la cual se decidió generar una estrategia para impulsar el orgullo nacional desde el turismo, denominada “Esto es Ecuador”.

La estrategia buscaba que influencers y ciudadanos publiquen videos donde se muestre las bellezas naturales y experiencias turísticas destacadas que dieran la oportunidad de una reflexión sobre un destino que en ese momento pasaba por momentos difíciles, pero que sin embargo eso no lo definía, porque tenía mucho más que ofrecer.



Ejecutores: Ministerio de Turismo: Dirección de Información y Medios Digitales de la Subsecretaría de Promoción.

Costo: Gestión Institucional

Tiempo de implementación: enero

Objetivo o meta alcanzada: La importancia de la difusión orgánica permite mantener la atención y fidelidad de los seguidores de las redes sociales en los canales promocionales, en los periodos en los que no se cuenta con pauta pagada.

Grupo/ gremio/ población beneficiaria: Industria turística a nivel nacional, turista nacional e

internacional

Número de beneficiarios: La campaña tuvo un total de 2'203.125 impresiones reflejadas en las cuentas de promoción turística Viaja Ecuador y Ecuador Travel.

Cobertura (ámbito de acción): Orientada al territorio nacional y los usuarios internacionales de las cuentas promocionales.

4.1.2.5 Campaña A LA VOZ DEL CARNAVAL

A lo largo del año, Ecuador tiene varios feriados nacionales, mismos que son la oportunidad ideal para viajar. Es por ello que, desde esta cartera de Estado se motiva al viaje de los ecuatorianos antes y durante los feriados, a través de campañas digitales orgánicas orientadas a la promoción de los atractivos, actividades y a dar información sobre cómo viajar.

Los carnavales ecuatorianos son una muestra de la cultura y el mestizaje ecuatoriano. Se celebran en las diferentes regiones del país; sin embargo, cobran mayor fuerza en localidades como Guaranda, Ambato, El Chota, Cuenca, Otavalo, Esmeraldas. Para dar a conocer la diversidad de la oferta en estos destinos, se realizó una campaña digital que incluyó videos, posteos e historias.



Ejecutores: Ministerio de Turismo: Dirección de Información y Medios Digitales de la Subsecretaría de Promoción
Costo: Gestión Institucional
Tiempo de implementación: febrero

Objetivo o meta alcanzada: La importancia de la difusión orgánica permite mantener la atención y fidelidad de los seguidores de las redes sociales en los canales promocionales, en los periodos en los que no se cuenta con pauta pagada.

Grupo/ gremio/ población beneficiaria: Industria turística a nivel nacional, turista nacional e internacional

Número de beneficiarios: La campaña tuvo un total de 60.101 impresiones reflejadas en las cuentas de promoción turística Viaja Ecuador y Ecuador Travel.

Cobertura (ámbito de acción): Orientada al territorio nacional y los usuarios internacionales de las cuentas promocionales.

4.1.2.6 Campaña HACIENDAS Y TURISMO RURAL

Para promocionar el feriado de Semana Santa se realizaron diferentes publicaciones en las cuentas promocionales de alcance nacional e internacional. Las temáticas tratadas giraron en torno a las tradiciones de esta festividad, sus principales procesiones, personajes y gastronomía, en los feriados de Viernes Santo.



Ejecutores:

Ministerio de Turismo:
Dirección de Información y
Medios Digitales de la
Subsecretaría de Promoción
Costo: Gestión Institucional
Tiempo de implementación:
marzo - mayo

Objetivo o meta alcanzada: La
importancia de la difusión

orgánica permite mantener la atención y fidelidad de los seguidores de las redes sociales en los canales promocionales. En este caso, se apuntó a la promoción de la oferta turística brindada por las Haciendas Turísticas y los establecimientos con oferta relacionada con el turismo rural.

Grupo/ gremio/ población beneficiaria: Industria turística a nivel nacional, turista nacional e internacional.

Número de beneficiarios: La campaña tuvo un total de 521.076 impresiones reflejadas en la cuenta de promoción turística Viaja Ecuador.

Cobertura (ámbito de acción): Orientada al territorio nacional.

4.1.2.7 Campaña DATE UNA VUELTA

Para promocionar el feriado de Semana Santa se realizaron diferentes publicaciones en las cuentas promocionales de alcance nacional. Las temáticas tratadas giraron en torno a las diferentes opciones de experiencias turísticas que tiene cada provincia del país. Para ello, se crearon carruseles e historias interactivas que se compartieron con la cuenta del Ministerio de Turismo, para incrementar el alcance de las publicaciones-



Ejecutores: Ministerio de Turismo: Dirección de Información y Medios Digitales de la Subsecretaría de Promoción y Dirección de Comunicación.

Costo: Gestión Institucional

Tiempo de implementación: abril

Objetivo o meta alcanzada: La importancia de la difusión orgánica permite mantener la atención y fidelidad de los seguidores de las redes sociales en los canales promocionales. En este caso, se apuntó a la promoción de la oferta turística de las 24 provincias del Ecuador.

Grupo/ gremio/ población beneficiaria: Industria turística a nivel nacional, turista nacional.

Número de beneficiarios: La campaña tuvo un total de 77.749 impresiones reflejadas en la cuenta de promoción turística Viaja Ecuador.

Cobertura (ámbito de acción): Orientada al territorio nacional.

4.1.2.8 Campaña BEST TOURISM VILLAGES

Para promocionar los destinos reconocidos como Best Tourism Villages, programa donde 3 de nuestros destinos estaban reconocidos hasta el momento por las Naciones Unidas, se realizaron algunos posteos donde dimos a conocer de manera puntual la oferta turística que ofrecía cada uno de ellos, a los viajeros de todo el país y el mundo.



Ejecutores:
Ministerio de Turismo:
Dirección de Información y Medios Digitales de la Subsecretaría de Promoción
Costo: Gestión Institucional
Tiempo de implementación: abril, mayo, junio

Objetivo o meta alcanzada: La importancia de la difusión

orgánica permite mantener la atención y fidelidad de los seguidores de las redes sociales en los canales promocionales. Se logró impulsar la promoción de los destinos turísticos de Angochagua, Oyacachi y Aguarico.

Grupo/ gremio/ población beneficiaria: Industria turística a nivel nacional, turista nacional.

Número de beneficiarios: La campaña tuvo un total de 26.952 impresiones reflejadas en las cuentas de promoción turística Viaja Ecuador y Ecuador Travel

Cobertura (ámbito de acción): Orientada al territorio nacional y turistas internacionales.

4.1.2.9 Campaña INTI RAYMI

Por su ubicación estratégica, Ecuador guarda una relación especial con el sol, misma que ha generado una serie de fiestas en su honor, la más destacada es el Inti Raymi. Por ello, durante el mes de junio, a través de carruseles, historias, reels y una cobertura dimos a conocer de qué se trata el Inti Raymi, su personaje destacado: el Aya Huma y una práctica especial de Cotacachi, el Hatun Puncha y la toma de la plaza.



Ejecutores: Ministerio de Turismo:
Dirección de Información y Medios
Digitales de la Subsecretaría de
Promoción
Costo: Gestión Institucional
Tiempo de implementación: junio

Objetivo o meta alcanzada: Esta celebración promovió la visita de turistas nacionales e internacionales a los destinos donde se realizan ritos, bailes, comidas, etc. La importancia

de la difusión orgánica permite mantener la atención y fidelidad de los seguidores de las redes sociales en los canales promocionales.

Grupo/ gremio/ población beneficiaria: Industria turística a nivel nacional, turista nacional e internacional.

Número de beneficiarios: La campaña tuvo un total de 62.248 impresiones reflejadas en las cuentas de promoción turística Viaja Ecuador y Ecuador Travel.

Cobertura (ámbito de acción): Orientada al territorio nacional y los usuarios internacionales de las cuentas promocionales.

4.1.2.10 Campaña TEMPORADA DE BALLENAS

El avistamiento de las ballenas jorobadas en Ecuador se da cada año entre los meses de junio a septiembre. Durante este período, los viajeros se desplazan a las diferentes playas desde donde parten tours para observar a los cetáceos.



Ejecutores: Ministerio de Turismo: Dirección de Información y Medios Digitales de la Subsecretaría de Promoción
Costo: Gestión Institucional
Tiempo de implementación: junio a agosto

Objetivo o meta alcanzada: Para motivar la visita a los lugares de avistamiento (Esmeraldas, Manabí, Santa Elena, Guayas y El Oro) a través de carruseles, reels y landing page se dio a conocer información sobre el viaje de las ballenas, principales lugares de avistamiento en Ecuador y recomendaciones para realizar esta actividad con seguridad. La importancia de la difusión orgánica permite mantener la atención y fidelidad de los seguidores de las redes sociales en los canales promocionales.

Grupo/ gremio/ población beneficiaria: Industria turística a nivel nacional, turista nacional e internacional.

Número de beneficiarios: La campaña tuvo un total de 43.421 impresiones reflejadas en las cuentas de promoción turística Viaja Ecuador y Ecuador Travel.

Cobertura (ámbito de acción): Orientada al territorio nacional y los usuarios internacionales de las cuentas promocionales.

4.1.2.11 Campaña TEMPORADA DE MONTAÑAS

Durante el verano, la inmensa Avenida de los Volcanes es el lugar perfecto para la aventura en Ecuador ya que en torno a ella se pueden realizar actividades como alta montaña, media montaña, senderismo, ciclismo, fotografía, acampada y más.



Ejecutores: Ministerio de Turismo: Dirección de Información y Medios Digitales de la Subsecretaría de Promoción
Costo: Gestión Institucional
Tiempo de implementación: junio a agosto

Objetivo o meta alcanzada: Dar a conocer estas múltiples

alternativas de turismo en los Andes ecuatorianos a través de carruseles, reels y landing page que permitieron a la audiencia conocer más sobre esta temporada. La importancia de la difusión orgánica permite mantener la atención y fidelidad de los seguidores de las redes sociales en los canales promocionales.

Grupo/ gremio/ población beneficiaria: Industria turística a nivel nacional, turista nacional e internacional.

Número de beneficiarios: La campaña tuvo un total de 78.465 impresiones reflejadas en las cuentas de promoción turística Viaja Ecuador y Ecuador Travel.

Cobertura (ámbito de acción): Orientada al territorio nacional y los usuarios internacionales de las cuentas promocionales.

4.1.2.12 Campaña ECUADOR ORIGEN DEL CACAO

Los ecuatorianos nos sentimos orgullosos de producir un producto exquisito y de calidad. Año tras año los chocolateros ecuatorianos, sus marcas y sus mejores ingredientes son reconocidos internacionalmente por su incomparable calidad y sabor.



Ejecutores:

Ministerio de Turismo: Dirección de Información y Medios Digitales de la Subsecretaría de Promoción

Costo: Gestión Institucional

Tiempo de implementación: todo el año

Objetivo o meta alcanzada:

Socialización del Ecuador como Tierra del Origen del Cacao a través de diferentes piezas promocionales como video, reels, carruseles en las redes sociales nacionales e internacionales. La importancia de la difusión orgánica permite mantener la atención y fidelidad de los seguidores de las redes sociales en los canales promocionales.

Grupo/ gremio/ población beneficiaria: Industria turística a nivel nacional, turista nacional e internacional.

Número de beneficiarios: La campaña tuvo un total de 117.493 impresiones reflejadas en las cuentas de promoción turística Viaja Ecuador y Ecuador Travel.

Cobertura (ámbito de acción): Orientada al territorio nacional.

4.1.2.13 Campaña WORLD TRAVEL AWARDS

Año a año, el Ecuador participa en diferentes categorías de los premios World Travel Awards, un reconocimiento internacional que expone la excelencia de los destinos y establecimientos turísticos.



Ejecutores: Ministerio de Turismo: Dirección de Información y Medios Digitales de la Subsecretaría de Promoción
Costo: Gestión Institucional
Tiempo de implementación: octubre a noviembre

Objetivo o meta alcanzada:

Incentivar la votación de la gente en las categorías en las que está nominado el Ecuador, a través de posteos, reels y tutoriales en las cuentas promocionales de alcance nacional e internacional. Este año Ecuador y sus ciudades ganaron varias categorías de la edición sudamericana y participaron en varias en la edición mundial.

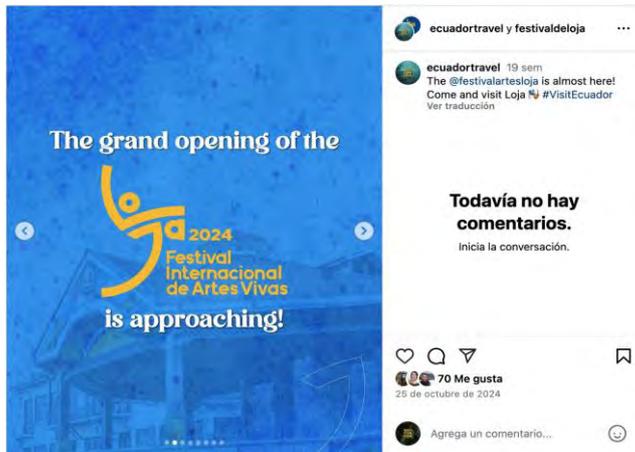
Grupo/ gremio/ población beneficiaria: Industria turística a nivel nacional, turista nacional e internacional.

Número de beneficiarios: La campaña tuvo un total de 40.287 impresiones reflejadas en las cuentas de promoción turística Viaja Ecuador y Ecuador Travel.

Cobertura (ámbito de acción): Orientada al territorio nacional y los usuarios internacionales de las cuentas promocionales.

4.1.2.14 Campaña ARTES VIVAS LOJA

En cada edición, el Festival Internacional de Arte Vivas Loja permite el despliegue artístico ecuatoriano y de varios países del mundo, lo que genera interés en todo el país y movilización a este destino por parte de turistas locales e internacionales.



Ejecutores:

Ministerio de Turismo:
Dirección de Información y
Medios Digitales

Costo: Gestión Institucional

Tiempo de implementación:
octubre a noviembre

Objetivo o meta alcanzada:

Socializar de manera efectiva
las actividades del festival,

recomendaciones para llegar a la ciudad de Loja, actividades turísticas y gastronómicas se pueden hacer en toda la provincia a través de videos y posteos en las redes sociales promocionales.

Grupo/ gremio/ población beneficiaria: Industria turística a nivel nacional, turista nacional e internacional.

Número de beneficiarios: La campaña tuvo un total de 30.622 impresiones reflejadas en las cuentas de promoción turística Viaja Ecuador y Ecuador Travel.

Cobertura (ámbito de acción): Orientada al territorio nacional y los usuarios internacionales de las cuentas promocionales.

4.1.2.15 Campaña RINCONES MÁGICOS

El programa Rincones Mágicos tiene el objetivo de promover el rescate y mantenimiento de la identidad cultural como un pilar primordial para la implementación de servicios, productos y experiencias turísticas en estas localidades.

Ejecutores:

Ministerio de Turismo: Dirección de Información y Medios Digitales de la Subsecretaría de Promoción

Costo: Gestión Institucional

Tiempo de implementación: noviembre a diciembre



Objetivo o meta alcanzada: Socializar los destinos seleccionados como rincones mágicos y mostrar su identidad cultural; además de los atractivos, servicios, actividades y experiencias turísticas, que posibilitan su promoción y acceso a mercados nacionales y extranjeros. La importancia de la difusión orgánica permite mantener la atención y fidelidad de los seguidores de las redes sociales en

los canales promocionales.

Grupo/ gremio/ población beneficiaria: Industria turística a nivel nacional, turista nacional.

Número de beneficiarios: La campaña tuvo un total de 24.014 impresiones reflejadas en la cuenta de promoción turística Viaja Ecuador.

Cobertura (ámbito de acción): Orientada al territorio nacional.

4.1.2.16 Campaña FERIADO DIFUNTOS E INDEPENDENCIA DE CUENCA

La promoción de estos feriados se enmarcó en dar a conocer la cultura, historia y experiencias turísticas en Cuenca y distintos lugares del Ecuador que tienen costumbres alrededor del Día de los Difuntos.



Ejecutores: Ministerio de Turismo: Dirección de Información y Medios Digitales de la Subsecretaría de Promoción
Costo: Gestión Institucional
Tiempo de implementación: noviembre

Objetivo o meta alcanzada: Socializar productos y

experiencias turísticas a través de videos y posteos que muestran la riqueza cultural e histórica. La importancia de la difusión orgánica permite mantener la atención y fidelidad de los seguidores de las redes sociales en los canales promocionales.

Grupo/ gremio/ población beneficiaria: Industria turística a nivel nacional, turista nacional.

Número de beneficiarios: La campaña tuvo un total de 56.347 impresiones reflejadas en la cuenta de promoción turística Viaja Ecuador.

Cobertura (ámbito de acción): Orientada al territorio nacional.

4.1.2.17 Campaña ¿YA LLEGAMOS? - FERIADO FIESTAS OCTUBRINAS

Los feriados son un momento clave para la promoción de servicios, productos y experiencias turísticas en los distintos destinos que tiene el Ecuador. Las fiestas octubrinas son el momento perfecto para la promoción no solo del destino Guayaquil, sino para localidades cercanas a las ciudades con mayor concentración poblacional.

4.2.1 Acciones de Desarrollo Turístico

4.2.1.1 Plan Sectorial de Turismo 2021-2025 (PST) alineado a los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo 2024 – 2025

El Plan Sectorial de Turismo es la herramienta de planificación nacional que orienta la política pública turística e impulsa la promoción de productos y destinos, la innovación e inversión turística y el emprendimiento.

En el primer trimestre del año 2024, la Secretaría Nacional de Planificación, solicita proceder a la actualización de la alineación de los objetivos sectoriales al nuevo Plan Nacional de Desarrollo-PND 2024-2025.

El 15 de marzo de 2024, el Ministerio de Turismo a través de oficio Nro. MT-MT-2024-0251-OF, remitió a la Secretaría Nacional de Planificación la matriz de alineación del Plan Sectorial de Turismo con el Plan Nacional de Desarrollo 2024-2025 suscrita por las autoridades correspondientes.

El ente rector de la Planificación, el 22 de marzo de 2024, a través de oficio Nro. SNP-SNP-SGP-2024-0125-O, procede con la validación de la alineación del Plan Sectorial de Turismo con el nuevo Plan Nacional de Desarrollo 2024-2025.

Por otra parte, la Secretaría Nacional de Planificación en el segundo semestre del año 2024 requiere el envío del "Informe de Evaluación de los Planes Sectoriales, corte 2023", así como, remite las fichas de diseño. El Ministerio de Turismo mediante Oficio Nro. MT-CGPGE-2024-0047-O de fecha 02 de septiembre de 2024, envía a la Secretaría Nacional de Planificación el informe y fichas de reporte de evaluación del Plan Sectorial de Turismo 2021 -2025 debidamente validadas.

Ejecutores:

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Desarrollo Turístico, Dirección de Planificación y Desarrollo Territorial.

Costo: Gestión Institucional.

Tiempo de implementación: Periodo 2021-2025.

Objetivo o meta alcanzada: Los planes sectoriales son herramientas de planificación que deben ser elaboradas al inicio de cada periodo administrativo de gobierno se realizó el seguimiento y evaluación del Plan Sectorial de Turismo 2021-2025 que ayudan en la toma de decisiones y realizar los ajustes necesarios para el cumplimiento de objetivos del Ministerio de Turismo.

Grupo/ gremio/ población beneficiaria: Actores turísticos nacionales y establecimientos turísticos.

Número de beneficiarios: Organizaciones de la sociedad civil, que tengan interés y afinidad con la temática sectorial del Ministerio de Turismo 595 organizaciones según el SUIOS (Directorio de Organizaciones Sociales 2025) y establecimientos turísticos (23.536 establecimientos, Catastro Mintur).

Cobertura (ámbito de acción): Orientada a nivel nacional.

4.2.1.2 Plan de Regulación Hotelera para la provincia de Galápagos (PRHOGA)

La Secretaría Técnica del Consejo de Gobierno de la Provincia de Galápagos a través de oficio Nro. CGREG-ST-2024-0006-OF 08 de enero de 2024 solicitó al Ministerio de Turismo apoyo técnico para socialización del Plan de Regulación Hotelera, el cual es una herramienta de planificación territorial en el cual tendrán que trabajar coordinadamente el Consejo de Gobierno de la Provincia de Galápagos-CCREG y los GAD locales.

El Ministerio a través de Oficio Nro. MT-MT-2024-0038-OF de 10 de enero de 2024, aceptó la solicitud y delegó a un Especialista de la Dirección de Planificación y Desarrollo Territorial, para asistir a las reuniones de socialización programadas del 16 al 26 de enero de 2024, así como a las reuniones de análisis e inclusión de observaciones al Plan de Regulación Hotelera para la provincia de Galápagos a realizarse del 20 al 22 de febrero de 2024.

El Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos (CGREG) a través de Oficio Nro. CGREG-P-2024-0391-OF de 06 de mayo de 2024, solicitó al Ministerio de Turismo una charla de capacitación con aclaraciones y revisión de observaciones

del Plan de Regulación Hotelera de la provincia de Galápagos, a realizarse del 13 al 17 de mayo de 2024.

A través de los Memorandos Nro. MT-DPDT-2024-0035-M, Nro. MT-DPDT-2024-0037-M y Nro. MT-DPDT-2024-0038-M, se delega a un Especialista de la Dirección de Planificación y Desarrollo Territorial del Ministerio de Turismo para las reuniones de trabajo programadas desde el día 15 hasta el 23 de mayo de 2024. Allí se plantearon observaciones que no implican modificación sustancial al objetivo, alcance ni al contenido del Plan de Regulación Hotelera para la provincia de Galápagos – PRHOGA presentado por el Ministerio de Turismo en el cumplimiento del artículo 72 de la Ley Orgánica del Régimen Especial de la provincia de Galápagos.

Según las observaciones realizadas se procedió a realizar las modificaciones del documento Plan de Regulación Hotelera para la Provincia de Galápagos – PRHOGA.

Mediante resolución No. 008-CGREG-24-06-2024 del 24 de junio del 2024, el Pleno del Consejo de Gobierno del Régimen Especial de la Provincia de Galápagos resolvió *“Aprobar el Plan de Regulación Hotelera para la provincia de Galápagos presentado por el Ministerio de Turismo en cumplimiento del artículo 72 de la Ley Orgánica del Régimen Especial de la provincia de Galápagos, con las modificaciones establecidas en el anexo 2 del informe de Comité Técnico Provincial de Turismo de Galápagos y la eliminación en todo el documento de lo relacionado con los “Instrumentos de financiamiento de desarrollo urbano - Concesión onerosa de derechos”, toda vez que esta figura se encuentra establecida en la Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial de Uso y Gestión de Suelo – LOOTUGS.”*

Ejecutores:

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Desarrollo Turístico, y la Dirección de Planificación y Desarrollo Territorial.

Costo: Gestión Institucional.

Tiempo de implementación: Año 2024.

Objetivo o meta alcanzada: Plan de Regulación Hotelera para la provincia de Galápagos” aprobado

Grupo/ gremio/ población beneficiaria: Provincia de Galápagos, Consejo de Gobierno de la Provincia de Galápagos-CCREG, GAD locales y actores vinculados al proceso del Plan de Regulación Hotelera para la provincia de Galápagos”

Número de beneficiarios: población de la provincia de Galápagos (28.583 personas CENSO 2022), Actores del sector turístico de la provincia, Establecimientos turísticos (940), Catastro Mintur).

Cobertura (ámbito de acción): El alcance de la socialización de la herramienta de planificación es la provincia de Galápagos.

Socialización Plan de Regulación Hotelera para la provincia de Galápagos (año 2024)



Fuente: Reunión de Socialización realizada.

Editado: Dirección de Planificación y Desarrollo Territorial (2025)

4.2.1.3 Conformación del Consejo Ciudadano Sectorial de Turismo

De acuerdo a la Ley orgánica de participación ciudadana (2015), los Consejos Ciudadanos Sectoriales –CCS- son: “(...) *instancias sectoriales de diálogo, deliberación y seguimiento de las políticas públicas de carácter nacional y sectorial; constituyen un mecanismo para la discusión de los lineamientos y seguimiento de la evolución de las políticas ministeriales. Serán impulsados por la Función Ejecutiva y se desempeñarán como redes de participación de la sociedad civil articuladas a los ministerios sectoriales.*”

Las acciones realizadas se detallan a continuación:

En el año 2024, se han ejecutado dos convocatorias por el Ministerio de Turismo, obteniendo entre las dos un total 19 acciones de postulación por parte de Organizaciones Sociales registradas en esta Cartera de Estado o de aquellas cuyos fines y objetivos son afines a la actividad turística. Además, se realizó consultas a unidades de Ministerio de Turismo y a otras Instituciones pertenecientes al Gobierno Central con la finalidad de verificar el cumplimiento de los requisitos de los postulantes, sin alcanzar con el mínimo de 9 actores provenientes de la sociedad civil organizada que tengan interés y afinidad con la temática sectorial del Ministerio de Turismo para la conformación del Consejo Ciudadano Sectorial de Turismo.

En los dos procesos de convocatoria para la conformación del Consejo Ciudadano Sectorial de Turismo, seis Organizaciones Sociales han cumplido con todos los requisitos y no presentan impedimentos:

- Cámara Provincial de Turismo de Pichincha (CAPTUR),
- Asociación de Organizadores de Catering y Eventos del Guayas (ASOCEG),
- Federación Hotelera del Ecuador – AHOTEC
- Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador (OPTUR),
- Red de Profesionales de Turismo de la Provincia de Pichincha (REPROTUR), y,
- Asociación de Hostales y Hoteles del Centro Histórico de Quito.

La Comisión de Verificación de Postulaciones Consejo Ciudadano Sectorial de Turismo, recomienda continuar con el proceso de invitaciones directas, incluyendo a los postulantes que en las etapas previas no han cumplido con los requisitos mínimos o sus delegados se encontraban con impedimentos, pero que manifestaron su interés en pertenecer al Consejo Ciudadano Sectorial de Turismo.

Ejecutores:

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Desarrollo Turístico, y la Dirección de Planificación y Desarrollo Territorial.

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: Permanente.

Objetivo o meta alcanzada: Establecer la conformación del Consejo Ciudadano Sectorial de Turismo - CCST para el Ministerio de Turismo.

Grupo/ gremio/ población beneficiaria: Organizaciones de la sociedad civil vinculadas con el turismo.

Número de beneficiarios: Organizaciones de la sociedad civil, que tengan interés y afinidad con la temática sectorial del Ministerio de Turismo 595 organizaciones según el SUIOS (Directorio de Organizaciones Sociales 2025).

Cobertura (ámbito de acción): Orientada a nivel nacional.

4.2.1.4 Playas Turísticas Sostenibles Ecuador

En el marco del objetivo 2: Incrementar y diversificar el portafolio de productos y destinos sostenibles, EJE 1: Programa destinos sostenibles, Estrategia de Calidad en Playas del Plan Estratégico Institucional 2021 – 2025, el Ministerio de Turismo del Ecuador implementa una estrategia de “Calidad en playas”.

Para el período 2024, las acciones realizadas se detallan a continuación:

4.2.1.4.1 Postulación y reconocimiento de la Playa "Ligüiqui".

La Dirección Zonal 8 del Ministerio de Turismo, en el Informe Técnico N° 2 Visita Técnica de Inspección Playas Turística Sostenible Ligüiqui, cantón Manta de 19 diciembre de 2024, menciona: *“Una vez realizada la visita técnica de inspección in situ, se determina que la Playa Ligüiqui, cantón Manta, CUMPLE con todo el proceso y requisitos especificados en el Acuerdo Ministerial Nro. 2022 030, lo cual le otorga el reconocimiento para la clasificación 1 para Playa Turística Sostenible Ecuador Plata”*.

La Dirección Zonal 8, a través de Memorando Nro. MT-DZ8-2024-4030-M de 23 de diciembre de 2024, remite a la Dirección de Planificación y Desarrollo Territorial, los informes técnicos correspondientes a la verificación de cumplimiento de requisitos en base a los componentes: Ambiental, Seguridad, Turístico y Gestión de Playa, del Acuerdo Ministerial 2022 030 de las playas de San Lorenzo y Ligüiqui, del cantón Manta, provincia de Manabí.

El Ministro de Turismo Encargado, a través de Memorando Nro. MT-MT-2024-0883-M de fecha 24 de diciembre de 2024, informa a la Alcaldesa de Manta, que las playas de Ligüiqui y San Lorenzo, ubicadas en la parroquia San Lorenzo del cantón Manta, provincia de Manabí, han cumplido con los requisitos establecidos

en el Acuerdo Ministerial 2022 030, otorgándoles el prestigioso reconocimiento de "Playa Turística Sostenible Ecuador - Plata".

Fotografías Playa Turística Sostenible Ecuador "Ligüiqui" Año 2024



*Fuente: Informe Técnico N° 2 Visita Técnica de Inspección Playas Turística Sostenible Ligüiqui.
Editado: Dirección de Planificación y Desarrollo Territorial (2025).*

4.2.1.4.2 Postulación y reconocimiento de la Playa San Lorenzo.

La Dirección Zonal 8 del Ministerio de Turismo, en el Informe Técnico N° 2 Visita Técnica de Inspección Playas Turística Sostenible San Lorenzo, cantón Manta de fecha 19 diciembre de 2024, menciona: *“Una vez realizada la visita técnica de inspección in situ, se determina que la Playa San Lorenzo, cantón Manta, CUMPLE con todo el proceso y requisitos especificados en el Acuerdo Ministerial Nro. 2022 030, lo cual le otorga al reconocimiento para la clasificación 1 para Playa Turística Sostenible Ecuador Plata”.*

La Dirección Zonal 8, a través de Memorando Nro. MT-DZ8-2024-4030-M de fecha 23 de diciembre de 2024, remite a la Dirección de Planificación y Desarrollo Territorial, los informes técnicos correspondientes a la verificación de cumplimiento de requisitos en base a los componentes: Ambiental, Seguridad, Turístico y Gestión de Playa, del Acuerdo Ministerial 2022 030 de las playas de San Lorenzo y Ligüiqui, del cantón Manta, provincia de Manabí.

El Ministro de Turismo Encargado, a través de Memorando Nro. MT-MT-2024-0883-M de fecha 24 de diciembre de 2024, informa a la Alcaldesa de Manta, que las playas de Ligüiqui y San Lorenzo, ubicadas en la parroquia San Lorenzo del cantón Manta, provincia de Manabí, han cumplido con los requisitos establecidos

en el Acuerdo Ministerial 2022 030, otorgándoles el prestigioso reconocimiento de "Playa Turística Sostenible Ecuador - Plata".

Fotografías Playa Turística Sostenible Ecuador " San Lorenzo " Año 2024.



Fuente: Informe Técnico N° 2 Visita Técnica de Inspección Playas Turística Sostenible San Lorenzo.

Editado: Dirección de Planificación y Desarrollo Territorial (2025).

Ejecutores:

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Desarrollo Turístico, y la Dirección de Planificación y Desarrollo Territorial.

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: A partir del año 2024.

Objetivo o meta alcanzada: Se ha cumplido con la meta fijada de entregar dos reconocimientos de calidad de playas

Grupo/ gremio/ población beneficiaria: población y actores turísticos del Gobierno Autónomo Descentralizado de Manta, parroquia San Lorenzo.

Número de beneficiarios: La población del Gobierno Autónomo Descentralizado de Manta, parroquia San Lorenzo, presenta 5.444 habitantes, censo INEC 2022. Además, se considera la demanda de turismo de sol y playa, lo que impulsa el desarrollo económico y social de la región, promoviendo la sostenibilidad y la calidad en estos destinos costeros.

Cobertura (ámbito de acción): Orientada al territorio del Gobierno Autónomo Descentralizado de Manta, parroquia San Lorenzo, al que pertenecen las playas.

4.2.1.4.3 Renovación y reconocimiento de la Playas " Los Frailes y Ayampe"

Conforme a lo que indica el Acuerdo Ministerial Nro. 2022-030 para el reconocimiento de Playas Turísticas Sostenibles en Ecuador, en el capítulo II Del Control y Renovación, se establece que “(...) *Una vez transcurrido un año desde la declaración como ‘Playa Turística Sostenible Ecuador’, se llevará a cabo una inspección de seguimiento para verificar el cumplimiento de los mismos requisitos de la declaratoria (...)*”.

El 27 de junio de 2024 los técnicos de la Dirección de Planificación y Desarrollo Territorial realizaron una visita in situ de inspección y evaluación para la renovación o revocatoria del reconocimiento "Playa Turística Sostenible Ecuador - Plata" en las playas Ayampe y Los Frailes y el día 09 de julio emiten informe de verificación del estado actual, en los cuales mencionan deben realizar la actualización puntual y exhaustiva de los informes técnicos y de los resultados del análisis de muestras.

A través de Oficio Nro. MT-MT-2024-1162-OF de 31 de diciembre de 2024, el Ministerio de Turismo le otorga (renueva) el reconocimiento de "**Playa Turística Sostenible Ecuador - Plata**", a las playas de Los Frailes y Ayampe.

Ejecutores:

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Desarrollo Turístico, y la Dirección de Planificación y Desarrollo Territorial.

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: A partir del año 2023.

Objetivo o meta alcanzada: Se ha cumplido con la meta fijada de renovar y entregar dos reconocimientos de calidad de playas

Grupo/ gremio/ población beneficiaria: Actores turísticos.

Número de beneficiarios: La Población del Gobierno Autónomo Descentralizado de Puerto López 25.630 habitantes, censo INEC 2022. Además, se considera la demanda de turismo de sol y playa, lo que impulsa el desarrollo económico y social de la región, promoviendo la sostenibilidad y la calidad en estos destinos costeros.

Cobertura (ámbito de acción): Orientada al territorio del Gobierno Autónomo Descentralizado Puerto López al que pertenecen las playas.

Playa Turística Sostenible Ecuador "Puerto López" Año 2024.



Playa Los Frailes.



Playa Ayampe.

Fuente: Informes Técnicos N° 3 Renovación declaratoria Playa Turística Sostenible Ecuador "Los Frailes" y "Ayampe" (2024).

4.2.1.5 Descentralización

La descentralización comprende la transferencia obligatoria, progresiva y definitiva de competencias, con los respectivos talentos humanos y recursos financieros, materiales y tecnológicos, desde el gobierno central hacia los gobiernos autónomos descentralizados.

En la Resolución No. 0001-CNC-2016, publicada en el R.O. Nro. 718, de 23 de marzo de 2016, se resuelve *"Regular las facultades y atribuciones de los gobiernos autónomos descentralizados municipales, metropolitanos, provinciales y parroquiales rurales respecto al desarrollo de las actividades turísticas, en su circunscripción territorial"*.

En la Disposición Transitoria Primera, se establece que, *"La Autoridad Nacional de Turismo, en coordinación con el Consejo Nacional de Competencias y las entidades asociativas de los gobiernos autónomos descentralizados (GAD) provinciales, municipales y parroquiales rurales, formulará el plan de fortalecimiento institucional para el desarrollo de actividades turísticas y lo presentará al Consejo Nacional de Competencias observando los lineamientos y políticas que para el efecto emita este organismo."*

Para el periodo 2024, las acciones realizadas se detallan a continuación:

Se realizaron trece reuniones con las instituciones y entes asociativos que conforman la Mesa Técnica de Descentralización Turística. El objetivo de dichas

reuniones fue el levantamiento de información para la evaluación del Plan de Fortalecimiento Institucional 2018-2022, cuyo informe de resultados fue entregado formalmente a las instituciones que integran la Mesa. Las dos primeras capacitaciones, realizadas en los meses de febrero y abril, se llevaron a cabo de forma presencial y la tercera capacitación se realizó en el mes de mayo, de manera virtual.

En julio, entre el 22 y el 26, se desarrollaron dos talleres presenciales sobre la temática "Manuales y Modelos para la Organización del Turismo". Estos talleres fueron impartidos por los funcionarios de la Dirección de Protección al Usuario de Servicios Turísticos.

El 8 de agosto de 2024 conjuntamente con el Consejo Nacional de Competencias (CNC) y Consorcio de Gobiernos Autónomos Provinciales del Ecuador (CONAGOPARE) se realizó el taller "Turismo Comunitario para GAD Parroquiales Rurales del Ecuador", cuyo objetivo fue socializar con los funcionarios de los GAD parroquiales rurales el marco normativo aplicable al turismo comunitario.

El 21 de agosto de 2024 conjuntamente con CNC y AME se llevó a cabo el taller "Facilidades Turísticas", dirigido a los funcionarios de los GAD municipales, tuvo como finalidad apoyar a los GAD municipales en la asunción de las facultades y atribuciones descentralizadas de la actividad turística.

El 17 de diciembre de 2024, en coordinación con las delegadas de la Mesa Técnica de Descentralización Turística, se llevaron a cabo de manera virtual las Jornadas de Descentralización Turística dirigidas a los funcionarios de los GAD, con el objetivo de promover el fortalecimiento de capacidades, el intercambio de experiencias y la implementación de estrategias descentralizadas que contribuyan a la seguridad turística.

Ejecutores:

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Desarrollo Turístico, y la Dirección de Planificación y Desarrollo Territorial.

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: Desde año 2022 a 2024.

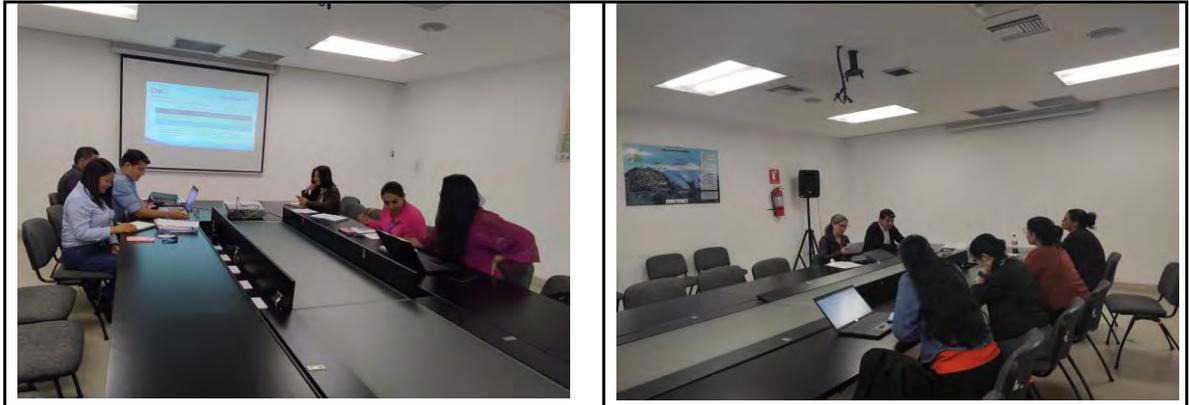
Objetivo o meta alcanzada: Consolidar el proceso "descentralización turística" a través de la Mesa de Descentralización Turística.

Grupo/ gremio/ población beneficiaria: GAD provinciales, cantonales y parroquiales rurales.

Número de beneficiarios: 23 GAD Provinciales, 224 GAD Municipales y 1.140 GAD parroquiales rurales

Cobertura (ámbito de acción): Orientada a nivel nacional.

Mesa de Descentralización Turística



Fuente: Reunión de mesa de descentralización, año 2024.
Editado: Dirección de Planificación y Desarrollo Territorial (2025).

4.2.1.6 Corredores de Potencialidad Turística

En el marco del Plan Estratégico Institucional (PEI), el objetivo 2 establece que se debe incrementar y diversificar el portafolio de productos y destinos sostenibles, eje 1 programa destinos sostenibles y la estrategia de articulación territorial señala que 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.

Para el período 2024, las acciones realizadas se detallan a continuación:

4.2.1.6.1 Implementación y reconocimiento del Corredor de Potencialidad Turística - Del Pacífico Ecuatorial “MANPANOR”

Los Corredores de potencialidad turística corresponden a la agrupación de un grupo de destinos y atractivos turísticos que unifican un motivo de visita por parte de los turistas.

Los cantones de Pedernales, Jama, Sucre, San Vicente forman parte del Convenio Mancomunidad Pacífico Norte de Manabí “MANPANOR”, que tiene como objeto “Promover el desarrollo sostenible, integral y equitativo de los cantones que la conforman, a través del desarrollo en conjunto de las competencias de Turismo y Cooperación Internacional”. Con fecha 14 de abril del 2024, las máximas autoridades de los GAD mencionados, en afán de potenciar el turismo de las localidades descritas, impulsan conformar el Corredor de Potencialidad Turística del Pacífico Ecuatorial y firman un acta ratificando el compromiso en la participación del proceso para el cumplimiento del plan de acción común del Corredor.

Mediante Oficio Nro. MT-MT-2024-0940-OF de 04 de octubre de 2024, el Ministro de Turismo encargado confirma la asistencia al evento de reconocimiento del Corredor Turístico Pacífico Ecuatorial para el día el 19 de octubre 2024, en el cual se realizó la entrega del reconocimiento de Corredor de Potencialidad Turística del Pacífico Ecuatorial a los Alcaldes de los cantones Pedernales, Jama, San Vicente y Sucre.

Ejecutores:

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Desarrollo Turístico, y la Dirección de Planificación y Desarrollo Territorial.

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: Periodo años 2023 a 2025.

Objetivo o meta alcanzada: establecer un modelo de desarrollo local en un conjunto de destinos para la identificación y conformación de corredores de potencialidad turística en el Ecuador.

Grupo/ gremio/ población beneficiaria: GAD provincia de Manabí, GAD Municipal de Sucre, Pedernales, San Vicente, Jama.

Número de beneficiarios: Prestadores de servicios turísticos. GAD Sucre: 38 prestadores de servicios turísticos, GAD Pedernales: 71 prestadores de servicios turísticos, GAD San Vicente: 38 prestadores de servicios turísticos, GAD Jama: 14 prestadores de servicios turísticos.

Cobertura (ámbito de acción): Provincia de Manabí.

4.2.1.6.2 Implementación y reconocimiento del Corredor de Potencialidad Turística “Ruta del Agua”.

Los Corredores de potencialidad turística corresponden a la agrupación de un grupo de destinos y atractivos turísticos que unifican un motivo de visita por parte de los turistas.

La Región Norte Amazónica del Ecuador, con la participación de los cantones Quijos, El Chaco, Gonzalo Pizarro, Cascales, Lago Agrio, Cuyabeno y Putumayo, destaca por su potencial turístico. Ante la falta de una estrategia integral, se propone la creación de Corredores de Potencialidad Turística. Esta iniciativa, impulsada por el Ministerio de Turismo en colaboración con los municipios mencionados, se alinea con la "Ruta del Agua", una mancomunidad que busca promover el desarrollo turístico sostenible en la región.

Mediante Oficio Nro. MT-MT-2024-1105-OF de fecha, 08 de diciembre de 2024, el Ministerio de Turismo, menciona *“En referencia al oficio Nro. GADMC-GADMC-2024-0230-O, de fecha 5 de diciembre de 2024, y considerando los esfuerzos conjuntos realizados entre la Mancomunidad Turística La Ruta del Agua y el Ministerio de Turismo, me permito informar que, una vez cumplidas todas las fases de trabajo y requisitos solicitados para la conformación de un Corredor de Potencialidad Turística, los cantones Quijos, El Chaco, Gonzalo Pizarro, Cascales, Lago Agrio, Cuyabeno y Putumayo **son oficialmente reconocidos como integrantes del Corredor de Potencialidad Turística “Ruta del Agua.”**”*

Ejecutores:

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Desarrollo Turístico, y la Dirección de Planificación y Desarrollo Territorial.

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: Periodo años 2023 a 2025.

Objetivo o meta alcanzada: establecer un modelo de desarrollo local en un conjunto de destinos para la identificación y conformación de corredores de potencialidad turística en el Ecuador.

Grupo/ gremio/ población beneficiaria: prestadores turísticos GAD Municipales de Cascales, Cuyabeno, El Chaco, Gonzalo Pizarro, Lago Agrio, Putumayo y Quijos.

Número de beneficiarios: GAD Cascales 4 prestadores turísticos, GAD Cuyabeno 11 prestadores turísticos, GAD El Chaco 9 prestadores turísticos, GAD Gonzalo Pizarro

5 prestadores turísticos, GAD Lago Agrio 61 prestadores turísticos, GAD Putumayo 9 prestadores turísticos, GAD Quijos 39 prestadores turísticos, con un total de 139 prestadores turísticos.

Cobertura (ámbito de acción): Provincias de Sucumbíos y Napo.

4.2.1.7 Grupo AdHoc de Turismo, Comunidad Andina de Naciones (CAN)

La Comunidad Andina tiene por objetivo, entre otros, promover el desarrollo equilibrado y armónico de los países miembros en condiciones de equidad, mediante la integración y la cooperación económica y social; acelerar el crecimiento y la generación de empleo; facilitar su participación en el proceso de integración regional, con miras a la formación gradual de un mercado común latinoamericano, es así que, se creó el Grupo de Trabajo Ad Hoc de Turismo conformado por los países miembros de la Comunidad Andina: Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú.

En abril de 2024, se presentó el resultado 3, la elaboración e implementación de la marca turística “Caminos Andinos” bajo el paraguas de la “Comunidad Andina” que permita posicionar a los países andinos como una macro región turística que integra a los cuatro países como destinos individuales. Las actividades principales fueron:

- Elaborar la historia de la marca y su construcción.
- Desarrollar una propuesta de marca paraguas.
- Crear el manual de marca y su coexistencia con las marcas país de cada uno de los integrantes del proyecto. Se someterán al proceso de aprobación y registro de la CAN.

La gestión del producto 4 del Proyecto Caminos Andinos se centra en el diseño e implementación de un micrositio turístico que resalte el potencial turístico de la región a través de diversos elementos como patrimonio cultural, patrimonio natural, comunidades ancestrales, ruralidad, gastronomía y artesanía.

El producto 4 del proyecto Caminos Andinos, que implica la creación de un micrositio turístico para destacar el potencial de la región en diversas áreas. Se solicitó material fotográfico con especificaciones precisas, el cual se está revisando

tras una extensión en el plazo de entrega. El micrositio a finales del año 2024 está en fase de proceso, muestra el potencial turístico de la región con información organizada por países y su diseño está en base a los lineamientos de los resultados R1 (Propuesta de elementos comunes que sustentan la identidad turística de los Caminos Andinos) y R2 (Realizar una estrategia para el desarrollo turístico del proyecto Caminos Andinos).



Ejecutores: Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Desarrollo Turístico, y la Dirección de Planificación y Desarrollo Territorial.

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: Desde enero 2023 hasta diciembre de 2026.

Objetivo o meta alcanzada: Impulsar la integración regional mediante el turismo como eje de recuperación económica, promoviendo la creación y el posicionamiento de la identidad turística andina “Caminos Andinos”, través de los ejes comunes de Patrimonio Cultural, Gastronomía, Turismo Rural y Comunitaria, Patrimonio Natural, soportado en acciones promocionales que visibilice la oferta turística de la región andina. Con miras a la formación gradual de un mercado común latinoamericano, se creó el Grupo de Trabajo Ad Hoc de Turismo conformado por los países miembros de la Comunidad Andina: Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú.

Grupo /gremio/ población beneficiaria: Países miembros (Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú).

Número de Beneficiarios: 4 países miembros - Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú.

Cobertura (ámbito de acción): Comunidad Andina.

4.2.1.8 Cumbre Amazónica de Turismo

El objetivo de la Cumbre Amazónica de Turismo es potenciar a la Amazonía como destino turístico, y a la vez crear espacios de diálogo y propuestas entre los

operadores turísticos de la región, para analizar nudos críticos y fijar planes de acción que promuevan el desarrollo local y regional.

En la ciudad de Macas, ubicada en el Cantón Morona de la Provincia de Morona Santiago, en el mes de noviembre del año 2024, se realizó la IV Cumbre Amazónica, evento organizado por la Asociación de Servidores Turistas de Morona Santiago, con el auspicio, financiamiento del GAD Provincial del GAD Provinciales de Morona Santiago, y el GAD Municipal del Cantón Morona, el apoyo del Ministerio de Turismo, la Cooperativa de ahorro y crédito Jardín Azuayo y Fundación CODESPA, en la cual se emiten las Resoluciones de la IV Cumbre Amazónica de turismo.

El evento contó con la participación de 80 personas entre servidores turísticos, funcionarios públicos, organizaciones no gubernamentales y autoridades de las 6 provincias de la región amazónica donde se ha realizado el seguimiento de las resoluciones acordadas en la III Cumbre Amazónica realizada en la Provincia de Napo.

Las resoluciones de la IV Cumbre Amazónica de Turismo, constituyen en una herramienta de gestión local y regional para los GAD y para los actores turísticos del sector privado que tienen la corresponsabilidad de gestionar y dar seguimiento para el cumplimiento en cada uno de los territorios. Además, establece como prioridad la activación del Comité Técnica de Turismo en concordancia con lo establecido en el reglamento de la ley especial Amazónica y en cumplimiento del decreto ejecutivo 1264 publicado en el quinto suplemento del registro oficial del 12 de marzo de 2021, para lo cual el Ministerio de Turismo en coordinación con los diferentes gremios del sector turístico, solicitará la integración del sector privado.

Ejecutores:

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Desarrollo Turístico, y la Dirección de Planificación y Desarrollo Territorial.

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: Desde el año 2023.

Objetivo o meta alcanzada: Potenciar a la Amazonía como destino turístico, y a la vez crear espacios de diálogo y propuestas entre los diferentes gremios del sector turístico y operadores turísticos de la región.

Grupo/ gremio/ población beneficiaria: Cámaras de Napo, Sucumbíos, Orellana, Pastaza, Morona Santiago, Yantzaza.

Número de beneficiarios: 6 GAD de la Amazonía.

Cobertura (ámbito de acción): Orientada a nivel territorial de los GAD de la Amazonía.

4.2.2 Acciones de Productos y Destinos

4.2.2.1 Pueblos y Rincones Mágicos



Se define a Pueblos Mágicos como destinos con identidad cultural; donde se agrupan atractivos, servicios, actividades y experiencias turísticas, que posibilitan su promoción y acceso a mercados nacionales y extranjeros, conformados en ciudades con población menor a 100.000 habitantes y que no sean capitales de provincia.

Para Rincones Mágicos se considera como Destinos con identidad cultural; donde se agrupan atractivos, servicios, actividades y experiencias turísticas, que posibilitan su promoción y acceso a mercados nacionales y extranjeros, conformados en ciudades con población mayor a 100.000 habitantes o aquellos que se encuentran en capitales de provincia, en sectores como barrios, calles, manzanas, o parroquias dentro de estas ciudades.



Logros alcanzados en 2024:

- Reconocimiento a 6 Rincones mágicos:
 - **Olón**, “Encanto de los Senderos y la Magia Del Mar” (14/mar/2024)
 - **Otavaló**, “Nuestro Mundo” (02/abr/2024);
 - **Orellana**, “Coca Entrada al Yasuní” (21/abr/2024);
 - **La Punta de Montañita**, “Rincón Del Surf” (26/abr/2024);
 - **Ambato** “Entre flores e historias” (29/jul/2024); y,
 - **Guayaquil**, “Calle Panamá: Historia, Cultura Y Sabores” (30/oct/2024).
- Reconocimiento a 1 Pueblo mágico:

- Gualaquiza, “Aventura y tradiciones en la Selva Mágica” (12/ago/2024).
- Difusión y promoción de la oferta de Pueblos y Rincones Mágicos; y la mejora competitiva de sus establecimientos en acciones de capacitación y vinculación a la consultoría de brechas de digitalización manejada desde la Subsecretaría de Competitividad y Fomento Turístico.
- Elaboración de metodología para la evaluación de Pueblos Mágicos, proceso que inició en junio de 2023 y se realiza en el segundo semestre 2024; 20 Pueblos Mágicos ratificaron su permanencia dentro del Programa posterior a la evaluación ejecutada, entre los que se encuentran Patate, Alausí, Zaruma, Cotacachi, San Gabriel, Portoviejo, Guano, San Antonio de Ibarra, Rumiñahui, Azogues, Chordeleg, Agua Blanca, Shushufindi, Lago Agrio, Isla Floreana, El Chaco, Cayambe, Esmeraldas, Calvas y Saraguro.

Ejecutores:

Entidades Externas: Gobiernos Autónomos Descentralizados

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Desarrollo Turísticos, Dirección de Productos y Destinos, Direcciones Zonales.

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: En ejecución permanente

Número de Beneficiarios/ usuarios: Actores y Prestadores de Servicios Turísticos, GAD Municipales.

Cobertura (ámbito de acción): A nivel nacional



4.2.2.2 Best Tourism Village By UNWTO



La iniciativa “Best Tourism Villages” es el proyecto insignia del Programa de la OMT sobre Turismo y Desarrollo Rural. El Programa aspira garantizar que el turismo contribuya a reducir las desigualdades regionales en cuanto a ingresos y desarrollo, luchar contra la despoblación, avanzar en la igualdad de género y en el empoderamiento de las mujeres y los jóvenes, impulsar la innovación y la digitalización, mejorar la conectividad, la infraestructura y el acceso a financiación e inversiones, innovar en el desarrollo de productos y en la integración de la cadena de valor, promover prácticas sostenibles para un uso más eficiente de los recursos y una reducción de las emisiones y los residuos, y mejorar la educación y las competencias. El Programa promueve la gobernanza a múltiples niveles y la participación y el empoderamiento de las comunidades.

La iniciativa reconoce también a los pueblos por su compromiso con la sostenibilidad en todas sus vertientes –económica, social y ambiental– y por un desarrollo turístico en sintonía con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Logros alcanzados en 2024:

- Existió un trabajo articulado y constante entre el Ministerio de Turismo y los Gobiernos Autónomos Descentralizados de Cotacachi, Cuyabeno, La Merced, Pacto, Limón Indanza, Mindo, Pacto, San Rafael de la Laguna, y El Tambo para el proceso de asesoramiento técnico y, postulación de 8 candidaturas como representantes de Ecuador en la iniciativa.
- Dentro del proceso de Reconocimiento el 20 de septiembre del 2024 por medio de documento Ref: MIPC/SC/2024 se obtiene el reconocimiento Best Tourism Villages de ONU Turismo para las localidades de **San Rafael de la Laguna** (Imbabura), **Mindo** (Pichincha) y **El Tambo** (Cañar), siendo un gran logro para el posicionamiento del Turismo Rural en el Ecuador.



Ejecutores:

Entidades Externas: Organización Mundial de Turismo

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Desarrollo Turístico, Dirección de Productos y Destinos.

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: de marzo a diciembre de cada año.

Número de Beneficiarios/ usuarios: Actores y prestadores de servicios, Empresas turísticas, GAD, profesionales de turismo.

Cobertura (ámbito de acción): A nivel nacional

4.2.2.3 Red Destinos Sostenibles de América Latina – Convenio Tourcet

A través del Gobierno de Alemania se financió el proyecto por un monto de 142.680 euros, el cual contempla la asesoría técnica, capacitación e intercambio de experiencias entre destinos, la cual es ejecutada por la Fundación Kate, Kawsay, Prisma, Tourcert, para fortalecer el modelo de gestión turístico de Ecuador y Perú. El Ministerio de Turismo, ejecuta a través de sus Direcciones Zonales, asistencia

técnica a destinos priorizados. Además, el proyecto, considera áreas protegidas cuya intervención se realiza en coordinación con el Ministerio del Ambiente Agua y Transición Ecológica

Logros alcanzados en 2024

- Actualización del convenio de cooperación en noviembre de 2024 que brinda asesoría técnica, capacitación e intercambio de experiencias entre destinos, para fortalecer el modelo de gestión turística sostenible de los destinos priorizados por el Ministerio de Turismo.
- Saraguro obtuvo la certificación como Destino Turístico Sostenible en 2024, cumpliendo todos los parámetros establecidos en el proceso siendo uno de los primeros destinos a nivel nacional que cuenta con esta distinción.
- Zaruma y Vilcabamba no alcanzaron la certificación por falta de presupuesto de los GAD's.

En 2025 se analizará y evaluará nuevos destinos para que puedan obtener la certificación como destino turístico sostenible, mejorando así la competitividad y la presencia de los mismos como organismos certificados en sostenibilidad a nivel internacional.

Ejecutores:

Entidades Externas: Fundación Kate, Kawsay, Prisma, Tourcert

Ministerio de Turismo: Dirección de Productos y Destinos y Direcciones Zonales

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: En ejecución hasta el mes de noviembre del 2025

Número de Beneficiarios/usuarios: Establecimientos turísticos, GAD, profesionales de turismo.

Cobertura (ámbito de acción): Cantón Saraguro, Zaruma y Parroquia Vilcabamba



4.2.2.4 Destinos Turísticos Inteligentes Ecuador

El Ministerio de Turismo desarrolla el proyecto de Destinos Turísticos Inteligentes Ecuador a fin de promover la competitividad de los destinos nacionales y establecer las bases de una política pública globalizada en materia de gobernanza, accesibilidad, innovación y principalmente en sostenibilidad apalancada en nuevas tecnologías.

Este proyecto cuenta con el asesoramiento de la Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A.M.P (SEGITTUR) de España como líder mundial del modelo de destinos turísticos inteligentes (DTI); de la Red Iberoamericana de Destinos Turísticos Inteligentes y del Banco Interamericano de Desarrollo a través de su programa Turismo Futuro.

Logros alcanzados en 2024

- Adaptación del modelo DTI a la realidad ecuatoriana, mediante consultoría del BID.
- Adhesión del Ministerio de Turismo como miembro institucional de la Red Iberoamericana de Destinos Turísticos Inteligentes, al igual que el Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos; y, los Municipios de Cuenca, Santa Cruz, San Cristóbal e Isabela como miembros observadores.
- Capacitación de funcionarios del MINTUR sobre el modelo de *Destino Turístico Inteligente* y la *Plataforma Inteligente de Destinos*, por parte de BID y SEGITTUR; así como, el intercambio de experiencias con funcionarios de Ministerios de Turismo Latinoamérica y El Caribe.

- Adquisición de 11 normas elaboradas por SEGITTUR con la Asociación Española de Normalización sobre el Sistema de Gestión de Destinos Turísticos Inteligentes.
- Posicionamiento de Ecuador en eventos y espacios internacionales relacionados a las Redes de DTI de España e Iberoamérica.

Ejecutores:

Entidades Externas: Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A.M.P (SEGITTUR) de España; Red Iberoamericana de Destinos Turísticos Inteligentes, Banco Interamericano de Desarrollo, Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos, Municipios de Cuenca, Santa Cruz, San Cristóbal e Isabela como miembros observadores.

Ministerio de Turismo: Dirección de Productos y Destinos y Direcciones Zonales

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: En ejecución desde enero del 2023, este proyecto tiene una proyección de al menos 5 años de ejecución.

Número de Beneficiarios/usuarios: GAD, establecimientos de turismo, profesionales de turismo.

Cobertura (ámbito de acción): nacional.



4.2.2.5 Atractivos Turísticos Nacionales

Corresponde la identificación, jerarquización y georreferenciación de los atractivos naturales y culturales en los territorios, siendo un elemento básico para la

planificación turística territorial, el diseño de productos y promoción de los destinos.

La IDE-Geo portal de Atractivos es una herramienta que cumple con las normas nacionales y estándares abiertos de geo información y contribuye a la gestión turística con proyección a crecer y ofrecer nuevas funcionalidades.

Es la clave para mantener actualizado el inventario turístico nacional beneficiando a gobiernos locales, empresas, academia, turistas y ciudadanos a través de una plataforma versátil y evolutiva.

Logros alcanzados en 2024:

- El inventario de atractivos turísticos jerarquizados a nivel nacional, cuenta con un total de 982 atractivos, de los cuales 202 corresponden al año 2024.

Tabla 6: Atractivos Turísticos Jerarquizados en 2024

Provincia	Atractivos Turísticos
AZUAY	5
CAÑAR	2
CARCHI	19
COTOPAXI	1
GUAYAS	24
IMBABURA	3
LOJA	89
LOS RÍOS	8
MANABÍ	3
NAPO	1
PASTAZA	14
SANTA ELENA	22
TUNGURAHUA	11
Total en 2024	202

Fuente: Dirección de Productos y Destinos

- Gestión y actualización mensual de datos en la IDE - Geoportal de atractivos turísticos <https://geoatractivos.turismo.gob.ec>.

Ejecutores:

Entidades Externas: Gobiernos Autónomos Descentralizados

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Desarrollo Turístico, Dirección de Productos y Destinos, Direcciones Zonales.

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: En ejecución permanente.

Número de Beneficiarios/ usuarios: GAD Municipales, actores e industria turística.

Cobertura (ámbito de acción): A nivel nacional.

4.2.2.6 Ecuador desde sus Raíces

Posicionamiento de Ecuador como lugar de origen del cacao, evidencia el origen de la domesticación del cacao en el Ecuador hace 5.500 años aproximadamente. Mediante Acuerdo Ministerial Nro. 2022 -022 de 09 de septiembre de 2022, el Ministerio de Turismo declaró al Cacao Ecuatoriano y su cadena de producción, como actividad de interés turístico nacional.

Logros alcanzados en 2024:

4.2.2.6.1 Designación de Embajadores del Cacao y Chocolate

Mediante Oficio Nro. MREMH-DACPT-2024-0207-O, de 31 de enero de 2024, se remitió el proyecto de "Directivas para la designación de Embajadores del Cacao y del Chocolate del Ecuador", cuyo objetivo es contribuir al posicionamiento del Ecuador como origen de la domesticación y uso social del cacao, a través de la creación de una distinción honorífica de: "Embajador del Cacao y del Chocolate del Ecuador.

Esta distinción se realiza a personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, influyentes y vinculadas al sector de la comunicación, la gastronomía, la agricultura, el patrimonio, la cultura, el turismo, la producción o el comercio, interesadas en la promoción del Ecuador como origen del cacao y productor del mejor chocolate del mundo. La selección la realiza el Comité Interinstitucional ad hoc, de la Mesa del origen

del cacao, integrada por los ministerios de: Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, Ministerio de la Producción, Ministerio de Cultura y Patrimonio y Turismo.

En el 2024, se han entregado 8 designaciones de Embajadores del cacao y Chocolate en el país y en exterior, a emprendedores, chocolaters y gastronomos de diferentes países: 1) Buque Escuela Guayas, ECUADOR, 2) María Cecilia Aguirre URUGUAY y 3) Nelson Kaloper, URUGUAY, 4) Verónica Pardo, PARAGUAY, 5) María Lorena Galasso ARGENTINA, 6) Ingrid Lilian Cuk, ARGENTINA, 7) Wang Lichao, CHINA, 8) Ming Gong, CHINA

4.2.2.6.2 Uso de la Marca "Ecuador el origen del cacao"

Mediante Acuerdo Ministerial Nro. 2022-022 de 9 de septiembre de 2022, se declara al Cacao Ecuatoriano y su cadena de producción, como actividad de interés turístico nacional.

Como acciones que promuevan su aplicación, esta Cartera de Estado desarrolló la marca "Ecuador el origen del cacao" y emitió el respectivo manual de uso y aplicaciones.

En este contexto en el año 2024, se ha hecho la entrega del Uso No Exclusivo de la Marca "Ecuador El origen del cacao a las siguientes empresas: Chocolates Santa Martha, Chocolates Amarenno Asoproagrocom, Anecacao, Universidad Estatal de Milagro, Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana a través de sus misiones diplomáticas y oficinas consulares en el exterior.

4.2.2.6.3 Rutas e itinerarios culturales con la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI).

Mediante Oficio Nro. MCYP-SPC-2024-0036-O de 23 de febrero 2024, se realizó la convocatoria a los Talleres sobre Rutas e Itinerarios Culturales, dando continuidad al cronograma de capacitación dentro del marco de cooperación por parte de la Iniciativa Triangular Europea - América Latina, mismos que se llevaron a cabo del 11 al 18 de marzo de 2024, en las provincias de Pichincha, Guayas, Loja y Zamora Chinchipe, con el fin de transferir modelos para la puesta en valor del patrimonio y contribuir a la generación de empleo y a la promoción del desarrollo sostenible en territorios con la participación de actores públicos, privados, emprendedores y más actores, para la creación de la Ruta del cacao.

4.2.2.6.4 Bootcamps Palanda

Del 27 de febrero al 01 de marzo 2024 se realizó en el cantón Palanda la capacitación denominada bootcamps, con el fin de fortalecer los conocimientos en las buenas prácticas en localidades de interés turístico y con ello mejorar la experiencia del visitante, en los siguientes temas: Gastronomía tradicional ecuatoriana con técnicas y productos ancestrales, y Fotografía promocional en redes, uso y aprovechamiento de dispositivos móviles.

4.2.2.6.5 Feria Chokao 2024

Durante los días 11, 12 y 13 de septiembre del 2024 en la Universidad de Especialidades Espíritu Santo UEES de la ciudad de Guayaquil, se participó en la tercera edición de la feria del cacao y chocolate “CHOKAO, organizado por parte de la Asociación Nacional de Exportadores de Cacao del Ecuador- ANECACAO, con el propósito de unir a toda la cadena cacaotera del país, concretar alianzas estratégicas, generar negocios y trascendencia para el sector cacaotero.

Mintur participó con un stand, a través de la Mesa Interinstitucional Ad hoc de Coordinación del Cacao, conjuntamente con PROECUADOR, Ministerio de Cultura y Patrimonio, Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, con el fin de difundir “Ecuador El origen del cacao”.



Ejecutores:

Entidades Externas: Ministerio de Relaciones Exteriores (líder de la mesa del cacao), Ministerio de Producción Comercio Exterior, Ministerio de Cultura y Patrimonio, Ministerio de Agricultura, Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuaria, Servicio Nacional de Derechos Intelectuales SENADI, Plan Binacional de Desarrollo de la Región Fronteriza, Instituto Interamericano de Cooperación para la agricultura (IICA), Organización de Estados Iberoamericanos OEI, GAD provincial de Zamora Chinchipe y GAD Cantonal de Palanda.

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Desarrollo Turístico - Dirección de Productos y Destinos, Subsecretaría de Promoción, Direcciones Zonales.

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: En ejecución permanente

Número de Beneficiarios/ usuarios: Prestadores de servicios turísticos, emprendedores, GAD Provincial de Zamora Chinchipe y GAC municipal de Palanda.

Cobertura (ámbito de acción): Provincia de Zamora Chinchipe, posicionamiento a nivel nacional e internacional de Ecuador como Origen de la domesticación del cacao.

4.2.2.7 Portafolio de productos y experiencias turísticas

Diseño de portafolios de productos y experiencias en torno a: turismo rural, comunitario, aventura, gastronomía, cultura y naturaleza, áreas protegidas y Pueblos Mágicos, como herramienta de planificación e innovación de paquetes para empresarios de agencias de viajes y hoteles.

Logros alcanzados en 2024:

- Portafolios de experiencias turísticas en Turismo Cultural: Portafolio de Cerámica (19 experiencias en Galápagos, Santa Elena, Azuay, Cañar, Imbabura, Loja, Pichincha, Morona Santiago, Napo, Pastaza) y Portafolio de Paja Toquilla (19 experiencias en Azuay, Cañar, Santa Elena y Manabí); Salud y Bienestar: Termalismo (25 experiencias en Cañar, Azuay, Tungurahua, Imbabura, Napo, Pichincha, Guayas).

Ejecutores:

Entidades Externas: Prestadores de servicios turísticos.

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Desarrollo, Dirección de Productos y Destinos y Direcciones Zonales.

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: En ejecución permanente

Número de Beneficiarios/ usuarios: 63 Prestadores de Servicios.

Cobertura (ámbito de acción): A nivel nacional

4.2.2.8 Turismo Gastronómico

Es una forma de turismo donde el interés está puesto en la gastronomía y cultura culinaria del país. Su principal motivación es conocer y experimentar las formas de preparar ciertos alimentos, descubrir nuevos sabores y entender los elementos que lo rodean, sean estos culturales, naturales, sociales, etc.

Logros alcanzados en 2024:

En el año 2024, se implementa el Programa “Mercados Gastronómicos” que tiene como objetivo reconocer a los Mercados Municipales como espacios que ofrecen una experiencia gastronómica a los visitantes poniendo en valor la cultura culinaria y la diversidad agrícola de los territorios a nivel nacional.

Para la selección e identificación de los Mercados se han establecido 3 tipos de criterios:

- Criterios Turísticos
- Criterios de Infraestructura
- Criterios Gastronómicos

En el año 2024, se han incorporado al programa 4 Mercados en los destinos de Otavalo, Cuenca, Archidona y Portoviejo, los cuales han cumplido con los criterios técnicos establecidos.

Como resultados en esta primera fase, se han fortalecido las capacidades de los cocineros/as en manipulación de alimentos y atención al cliente para mejorar la calidad de los servicios, además se les ha dotado de indumentaria con la marca “Mercados Gastronómicos” para brindar una buena imagen al turista. Además, se ha realizado la producción de videos y campañas en redes sociales para la promoción y difusión de los Mercados Gastronómicos del país.

Ejecutores:

Entidades Externas: Gobiernos Autónomos Municipales.

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Desarrollo, Dirección de Productos y Destinos y Direcciones Zonales.

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: En ejecución permanente

Número de Beneficiarios/usuarios: Emprendimientos gastronómicos de los mercados.

Cobertura (ámbito de acción): A nivel nacional

4.2.2.9 Turismo Cultural

Mediante registro oficial Nro. 4 del 31 de mayo del 2017, el Ministerio de Turismo del Ecuador forma parte del Comité de Salvaguarda del “Tejido tradicional del sombrero de paja toquilla ecuatoriano” que tiene por objetivo coordinar, articular y formular de manera integral, las políticas y acciones destinadas a la implementación del Plan de Salvaguardia de la referida manifestación.

Logros alcanzados en 2024:

- Creación del logo del sombrero de paja toquilla aprobado por el Comité de Salvaguardia.
- Promoción en ferias y eventos internacionales en las que participó el Ministerio de Turismo con el uso del sombrero de paja toquilla como distintivo de imagen nacional.
- Diseño del Catálogo de Paja Toquilla con la oferta de experiencias para conocer sobre el proceso para la elaboración del sombrero y artesanías alrededor del tejido de paja toquilla en las provincias de Manabí, Santa Elena, Azuay y Cañar.



Ejecutores:

Entidades Externas: Ministerio de Cultura y Patrimonio, Inclusión Económica y Social, Ministerio de Ambiente, Agua y Transición Ecológica, Ministerio de Producción, Comercio Exterior Inversiones y

Pesca, Ministerio de Agricultura y Ganadería, Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Desarrollo Turístico- Dirección de Productos y Destinos, Subsecretaría de Promoción, Direcciones Zonales 6 y 8.

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: En ejecución permanente

Número de Beneficiarios/ usuarios: Emprendimientos, Prestadores de Servicios Turísticos, GAD provinciales y cantonales, turistas nacionales y extranjeros.

Cobertura (ámbito de acción): A nivel nacional e internacional

4.2.2.10 Turismo Violeta

Modelo de gestión realizado en una cooperación técnica entre el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Ministerio de Turismo del Ecuador, que permite priorizar las necesidades de las mujeres en el turismo, tanto en el rol de trabajadoras y emprendedoras, como también en el rol de viajeras responsables.

Logros alcanzados en 2024

- Diseño de una estrategia para la construcción de planes de acción de Turismo Violeta en 10 organizaciones priorizadas.
- Taller de construcción de Planes de Acción para Turismo Violeta, contó con la presencia de las organizaciones priorizadas y las autoridades del BID y Mintur, el objetivo del taller fue socializar la estrategia de fortalecimiento para la construcción del Turismo Violeta en el Ecuador y conocer de primera mano las experiencias y buenas prácticas de las organizaciones participantes.
- Elaboración de diagnósticos para detectar las brechas de género que existen en las 10 organizaciones priorizadas para posteriormente desarrollar planes de acción que permitirán cerrar estas brechas e incluirán recomendaciones respecto de cómo abordar la temática de equidad de género, prevención y atención de violencia y discriminación principalmente contra las mujeres; desde una perspectiva integral.



Productos y Destinos

Ejecutores:

Entidades Externas:

Banco

Interamericano de
Desarrollo

**Ministerio de
Turismo:**

Subsecretaría de
Desarrollo Turístico,
Dirección de

Costo: US \$50.000 Cooperación Internacional No Reembolsable

Tiempo de implementación: desde abril 2024 hasta la actualidad

Número de Beneficiarios/ usuarios: Gerentes y personal de las 10 organizaciones focalizadas conformadas por 600 colaboradores de los cuales 284 son mujeres y 382 son hombres.

Cobertura (ámbito de acción): 10 organizaciones focalizadas

4.2.2.11 Turismo Comunitario

Los Centros de Turismo Comunitario como un modelo de gestión del turismo, que se desarrolla en territorios comunitarios de las nacionalidades y pueblos reconocidos de acuerdo con la Constitución de la República del Ecuador y las leyes correspondientes. Es un mecanismo que fomenta y garantiza el desarrollo del turismo en las comunidades, pueblos y nacionalidades, reconociendo la iniciativa comunitaria como un pilar fundamental para el desarrollo turístico en el Ecuador, asegurando el mismo desarrollo de oportunidades que a otros sectores involucrados en la actividad.

Identificación y visualización de la oferta turística de los Centros de Turismo Comunitario (CTC) en el territorio nacional.

Logros alcanzados en 2024:

- Actualización de información de 41 CTC y puesta en valor mediante la oferta de productos en los medios de comunicación de la institución.
- Firma del Memorando de Entendimiento 2024-006 entre el Ministerio de Turismo, Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica y la Fundación CODESPA que tiene como objeto: *“Generar una alianza estratégica para promover un Modelo de Gestión de áreas naturales protegidas en Napo, Pastaza, Orellana, Cotopaxi y Tungurahua que garantice medios de vida a cinco mil personas pertenecientes a comunidades de esas provincias, mediante el fomento al turismo sostenible, los bioemprendimientos y mecanismos de compensación por servicios ambientales”*; en éste contexto están siendo beneficiadas alrededor de 51 empresas comunitarias incluidas Centros de Turismo Comunitario ubicadas dentro y en zonas de amortiguamiento de la áreas protegidas que forman parte del proyecto.

Ejecutores:

Entidades Externas: Centros de Turismo Comunitario, GAD Municipales, Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica, Fundación CODESPA, Academia.

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Desarrollo Turístico, Dirección de Productos y Destinos, Direcciones Zonales

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: En ejecución permanente

Número de Beneficiarios/ usuarios: Prestadores de servicios turísticos, GAD Municipales, profesionales de turismo.

Cobertura (ámbito de acción): A nivel nacional

4.2.2.12 Ecoturismo

Ecuador cuenta con un gran número de 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 Ministerio de Ambiente, Agua y Transición Ecológica “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.

Comprende la articulación con el Ministerio del Ambiente para el desarrollo de la actividad turística dentro de las Áreas Protegidas del Ecuador.

Logros alcanzados en 2024:

- En el marco del Memorando de Entendimiento Nro. 2024 006, se desarrolló una consultoría que tiene como objeto: “Elaborar una guía que establezca lineamientos, criterios técnicos y legales, así como procesos a seguir, para el desarrollo de actividades turísticas y recreativas en áreas protegidas y su zona de influencia”, la misma estará disponible para el público en general al finalizar el primer trimestre de 2025.

Ejecutores:

Entidades Externas: Ministerio de Ambiente, Agua y Transición Ecológica, Fundación CODESPA.

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Desarrollo Turístico, Dirección de Productos y Destinos

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: Aplicación permanente y acorde a los cronogramas establecidos.

Número de Beneficiarios/ usuarios: GAD’s, prestadores de servicios turísticos, comunidades locales.

Cobertura (ámbito de acción): A nivel nacional

4.3 Actividades realizadas en Competitividad y Fomento Turístico

Esta área tiene como misión: Fortalecer la competitividad del sector turístico del país, mediante el fomento turístico en emprendimiento, empleabilidad, atracción de inversiones, acceso al financiamiento y conectividad, generando valor agregado, calidad e innovación en la cadena productiva, económica y social del turismo.

Sus acciones se enmarcan en el Objetivo Estratégico 3 del Plan Institucional: *“Incrementar y fortalecer un entorno favorable a la inversión, la innovación y la gestión del turismo sostenible.”*

4.3.1 Acciones de Competitividad

4.3.1.1 Turismo Futuro

El Ministerio de Turismo gestiona de manera estratégica iniciativas que apoyen al sector turístico a través del fortalecimiento de su nivel de desarrollo tecnológico y orientándolo a los mejores instrumentos que redunde en una apuesta por un modelo de desarrollo turístico basado en los conceptos de gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad, con el que se pretende garantizar el presente y el futuro del turismo enfrentando los desafíos actuales de la industria en términos de resiliencia y competitividad.

En el 2024, por primera vez se llevó a cabo el Programa Turismo Futuro, una iniciativa que busca integrar a los estudiantes universitarios en la dinámica profesional y laboral del sector turístico a través de 3 líneas estratégicas: Encuentro de Competitividad Laboral, Foros de Innovación Turística y Retos de Innovación Gastronómica.

Los encuentros de competitividad laboral son espacios clave cuyo objetivo es promover la mejora competitiva del sector, mediante la generación de un espacio de concentración empresarial turístico en busca de perfiles calificados que permita tener un acercamiento directo y la oportunidad de postular para una potencial vinculación laboral.

Las empresas turísticas aportan en los encuentros de competitividad laboral, ya que son canales de reclutamiento de personal calificado, promocionan ofertas vacantes, así como oportunidades de prácticas y pasantías, tanto para las empresas como para la academia, siendo estos encuentros una excelente oportunidad para establecer contactos y crear redes de oportunidades en el sector turístico. Estos espacios no solo ofrecen oportunidades para que los jóvenes talentos desarrollen sus habilidades y conocimientos, sino que también contribuyen a diversificar y enriquecer la oferta turística del país.

Por otra parte, los foros de innovación son espacios especializados de intercambio de experiencias por parte de empresas internacionales y nacionales, en la adopción de nuevas prácticas o herramientas tecnológicas, que mejoran no solo su gestión, organización, operación y/o comercialización sino el valor de la experiencia turística convirtiéndose una ventaja competitiva en el mercado.

La innovación y los avances digitales brindan al turismo oportunidades de mejorar la inclusividad, el empoderamiento de las comunidades locales y la gestión eficiente de los recursos, por ello la importancia de impulsar la implementación de la digitalización como elemento potencial del sector en términos de crecimiento económico, creación de empleo y desarrollo sostenible.

Finalmente, el objetivo de los retos de innovación gastronómica es generar espacios especializados para estudiantes universitarios de las carreras de turismo, gastronomía o afines para que presenten propuestas de innovación gastronómica basadas en procesos creativos, pero además técnicos dejando en evidencia la variabilidad y adaptabilidad de la cultura culinaria ligada al desarrollo turístico local, regional o nacional.

En el marco de este programa se desarrollaron los siguientes eventos:

1. Evento foro “Innovatur”, realizado en Quito el 6 de agosto de 2024, en el Auditorio de la Universidad Andina Simón Bolívar, contó con 4 ponentes y 200 participantes.
2. Eventos de innovación gastronómica, se realizaron 4 eventos en las ciudades de: Quito 14 de agosto, Loja 22 de agosto, Manta 28 de agosto, Cuenca el 04 de septiembre de 2024. En los 4 retos participaron 32 propuestas de universidades e institutos de educación superior.
3. Evento Foro “Turismo, Paz y Competitividad”, realizado en Quito el 27 de septiembre de 2024, de igual manera se contó con panelistas de primer orden donde se resaltó la competitividad en el Turismo y la seguridad y 200 participantes.
4. Evento Encuentro de Competitividad Laboral, desarrollado en la ciudad de Manta, el 21 de septiembre de 2024, se contó con el apoyo de 20 empresas que ofertaron 530 empleos y 38 pasantías, asistieron 200 personas de

manera presencial; y, 320 personas ingresaron su información en la página de registro de perfiles.

5. Ejecución final de Retos de Innovación Gastronómica, desarrollado en Ambato, se contó con la participación de 8 delegaciones finalistas, el 18 de octubre de 2024, con más de 200 personas asistentes. La Universidad de Cuenca fue seleccionada como la mejor propuesta de innovación astronómica.



Ejecutores: Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Competitividad y Fomento Turístico, Dirección de Competitividad.

Costo: \$89.288,00 (Gasto inversión)

Tiempo de implementación: agosto a octubre de 2024.

Objetivo o meta alcanzada: Su objetivo fue realizar eventos especializados de competitividad e innovación para el fortalecimiento del ecosistema

turístico.

Grupo/Gremio/Población Beneficiaria: Academia

Número de beneficiarios:

- Innovación gastronómica: Identificación de 32 iniciativas de innovación gastronómica presentadas por universidades y/o institutos a nivel nacional, de las cuales se seleccionó como la mejor a “Sabores Mágicos de Cuenca”, de la Universidad de Cuenca en el evento final realizado en Ambato.
- Encuentro de competitividad laboral, se contó con el apoyo de 20 empresas que ofertaron 530 empleos y 38 pasantías. De manera presencial asistieron 200 personas y 320 completaron el registro de perfiles en línea.
- Eventos foros de Innovación y competitividad: el resultado fue la asistencia de 400 personas a los espacios especializados de intercambio de experiencias por parte de panelistas de alto nivel, que expusieron temas como la adopción de nuevas tecnologías que han permitido mejorar su gestión, organización, operación y/o comercialización, y además la importancia del valor de la experiencia turística convirtiéndose una ventaja competitiva en el mercado.

Cobertura (ámbito de acción): Nacional

4.3.1.2 Plan de Mejora Competitiva en Destinos y/o Productos Turísticos dirigido a los Actores del Sector - Plan de mejora competitiva

Durante el 2024, esta Cartera de Estado evaluó competitivamente a los actores del sector turístico de destinos y/o productos turísticos (15) en ámbitos de sostenibilidad empresarial, desarrollo turístico sostenible y en transformación digital, a través de la aplicación de la herramienta diagnóstica de competitividad e implementación de planes de mejora en los destinos:

Tabla 7: Destinos Turísticos evaluados

DESTINOS	DIAGNÓSTICO		IMPLEMENTACIÓN	
	No. Formularios	Calificaciones	Talleres	Asist. Técnica
1. Latacunga	153	6.05	180	9
2. Salinas de Guaranda	5	5.26	18	3
3. Guaranda	40	6.09	50	6
4. Riobamba	20	6.26	23	3
5. Ambato	12	6.21	23	2
6. Otavalo	17	5.67	25	3
7. Angochagua	4	5.75	20	3
8. Cayambe	30	4.94	36	1
9. Alangasi	16	3.04	37	
10. Lago Agrio	17	4.47	2	
11. Loreto	13	4.45	12	
12. Archidona	19	5.61		
13. Misahuallí	16	5.23		
14. Cuenca (y Santa Isabel)	47	6.91	15	
15. Zamora	17	5.97		
16. Macas	6	4.92		
17. Portoviejo	2	7.17		

18. Santa Elena (Olón y Montañita)	7	5.37		
19. Guayaquil	22	6.58		
20. Esmeraldas	2	5.68		
Total	465	5.58	441	30

Fuente: Dirección de Competitividad

Se realizaron las siguientes actividades:

- Diagnóstico de destinos y/o productos turísticos en sostenibilidad empresarial, desarrollo sostenible turístico y transformación digital
- Talleres presenciales y virtuales para mejora competitiva en sostenibilidad empresarial, desarrollo sostenible turístico y transformación digital para destinos y/o productos turísticos
- Asistencia técnica a establecimientos turísticos



Ejecutores: Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Competitividad y Fomento Turístico, Dirección de Competitividad.

Costo: Tiempo de implementación: De marzo a diciembre de 2024.

Objetivo o meta alcanzada: Su objetivo es contribuir en la transformación y modernización del sector turístico, su competitividad y resiliencia.

Grupo/Gremio/Población Beneficiaria: 20 destinos y/o productos turísticos asistidos.

Número de beneficiarios: 15 destinos con diagnósticos finalizados, se cuenta con 465 formularios de diagnóstico completos, 441 asistentes a los talleres de fortalecimiento para mejora competitiva y se tiene 30 establecimientos que se han realizado visitas de asistencias técnicas.

Cobertura (ámbito de acción): Nacional

4.3.1.3 Convenio de Cooperación Interinstitucional entre el Ministerio de Turismo y Fundación Telefónica Ecuador

El 12 de julio de 2024 se suscribió el CONVENIO MARCO DE COOPERACIÓN INTERINSTITUCIONAL ENTRE LA FUNDACIÓN TELEFÓNICA ECUADOR Y EL MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR., con objeto de la articulación, gestión, ejecución y trabajo interinstitucional entre las partes con la finalidad de promover, impulsar y coordinar acciones que permitan mejorar el desarrollo de la cultura digital e inclusiva, enfocados en la formación de tecnologías digitales, con el fin de potenciar la competitividad y sostenibilidad de la industria turística.

Las acciones realizadas en el año 2024 fueron:

- Difusión de la oferta de formación de aprendizaje de FTE, a través de su plataforma virtual dirigidos a los prestadores de servicios turísticos, prestadores complementarios, academia, funcionarios Mintur.
- Difusión del web show Repensando el Mañana “La transformación digital en las PyMEs”, dirigida a pymes, emprendedores y emprendimientos del sector, un espacio diseñado para el análisis de cómo adaptarse a las últimas tendencias tecnológicas para potenciar las PYMEs.
- Participación de la Autoridad de Turismo en eventos que buscan fortalecer las alianzas estratégicas, consolidando relaciones entre los diferentes actores del sector, sino que también fomentan reflexiones colectivas sobre los desafíos y oportunidades que enfrenta la industria turística en la actualidad



Ejecutores: Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Competitividad y Fomento Turístico, Dirección de Competitividad.

Costo: Gestión Institucional

Tiempo de implementación: De

julio de 2024 a julio de 2026.

Objetivo o meta alcanzada: Articulación, gestión, ejecución y trabajo interinstitucional entre las partes con la finalidad de promover, impulsar y coordinar acciones que permitan mejorar el desarrollo de la cultura digital e

inclusiva, enfocados en la formación de tecnologías digitales, con el fin de potenciar la competitividad y sostenibilidad de la industria turística.

Grupo/Gremio/Población Beneficiaria: Negocios turísticos.

Número de beneficiarios: En el año 2024 la oferta de formación en nanogradados y micromallas demostró un interés notable, con 153 participantes registrados y matriculados en los diversos programas.

Cobertura (ámbito de acción): Nacional

4.3.1.4 Convenio de cooperación entre la Cámara de Innovación y Tecnología ecuatoriana y el Ministerio de Turismo del Ecuador

El 20 de septiembre del 2022 se suscribió el CONVENIO ENTRE LA CÁMARA DE INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA ECUATORIANA Y EL MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR, con objeto de fortalecer y desarrollar la cooperación en el marco de la transformación digital de las ideas de negocio, emprendimiento y empresas turísticas, con el fin de estimular la aplicación de tecnología de innovación y calidad en todos los ámbitos posibles del negocio turístico basados en la igualdad y el beneficio mutuo de las partes de acuerdo con este convenio.

Las acciones realizadas en el año 2024 fueron:

- Evento “Transformación digital en turismo: comercio electrónico, pagos digitales”, con la finalidad de presentar soluciones tecnológicas de comercio electrónico (pagos digitales). Empresas expositoras: DeUna, Global 66, PayMóvil y Kushki. Además, hubo un espacio de networking e interacción entre los asistentes y el stand de cada uno de ellos. Se contó con la asistencia de más de 80 personas.
- Reunión de trabajo con la empresa Smartcidi con la finalidad de conocer la “Guía para la Implementación de la Estrategia de Transformación Digital en el sector turístico”. Smartcidi puso a disposición del Ministerio de Turismo la guía para socializar con las empresas turísticas.
- Participación como exponente en el evento “POP UP TEMPOBOX”, con la temática “Comercio electrónico un aliado del turismo ecuatoriano”.

- Asistencia a la primera semana de Inteligencia Artificial en Ecuador, evento que se llevó a cabo en las instalaciones de la Universidad de las Américas (UDLA).



Ejecutores: Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Competitividad y Fomento Turístico, Dirección de Competitividad.

Costo: Gestión Institucional

Tiempo de implementación: De septiembre de 2022 a septiembre de 2024.

Objetivo o meta alcanzada: Fortalecimiento y desarrollo de la transformación digital de

las ideas de negocio, emprendimiento y empresas turísticas, con el fin de estimular la aplicación de tecnología de innovación y calidad.

Grupo/Gremio/Población Beneficiaria: Negocios turísticos.

Número de beneficiarios: En el año 2024 en el evento “Transformación digital en turismo: comercio electrónico, pagos digitales” se contó con la asistencia de más de 80 personas.

Cobertura (ámbito de acción): Nacional

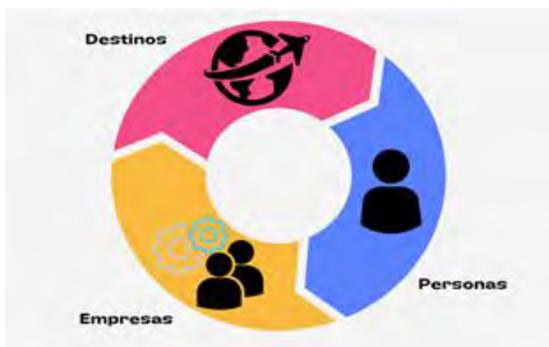
4.3.1.5 Sistema Nacional de Calidad Turística

El Ministerio de Turismo a través de la Dirección de Competitividad asumió la misión de fomentar políticas nacionales que apunten a elevar los servicios y productos turísticos como rasgo diferenciador del sector, puesto que representa un factor primordial de competitividad con miras a un modelo de desarrollo sostenible del destino y una cultura de excelencia que permita que Ecuador se posicione como un destino de calidad en el mercado internacional. Sin dejar de lado, las iniciativas públicas y privadas relacionadas a la mejora de los servicios turísticos, mismas que se articulará paulatinamente con las políticas y programas del ente rector de esta industria; conjugando un trabajo enfocado a la mejora del

tejido empresarial que se implemente en los ámbitos: personas, empresas y destinos.

Las acciones realizadas en el año 2024 fueron:

- Permanentes reuniones de trabajo con MPCEIP, SAE e INEN para el enriquecimiento de la propuesta técnica del Sistema Nacional de Calidad Turística.
- Presentación del documento a las autoridades del Ministerio de Turismo.
- Solicitud de acuerdo ministerial para su publicación.



Ejecutores: Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Competitividad y Fomento Turístico, Dirección de Competitividad.

Costo: Gestión Institucional

Tiempo de implementación: De enero a noviembre de 2024.

Objetivo o meta alcanzada: Impulsar, promover y mejorar la satisfacción de los turistas y la competitividad del destino Ecuador a través del cumplimiento de estándares técnicos, medibles y objetivos con un enfoque integral de gestión de la calidad y sostenibilidad.

Grupo/Gremio/Población Beneficiaria: Personas, negocios turísticos y destinos turísticos

Cobertura (ámbito de acción): Nacional

4.3.2 Acciones de Inversiones y Conectividad

4.3.2.1 Evento Internacional Especializado en Inversiones “SAHIC LATIN AMERICA & THE CARIBBEAN 2024”

SAHIC Latin America & The Caribbean 2024” es un evento especializado en inversiones turísticas, se realizó del 11 al 12 de marzo del 2024 en Lima, Perú, bajo la modalidad de participación con inscripción mediante Fondo a Rendir Cuentas.



Ejecutores: Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Competitividad y Fomento Turístico, Dirección de Inversiones y Conectividad.

Costo: USD 10.412,10 (Gasto inversión)

Tiempo de implementación: Desde el

11 al 12 de marzo del 2024.

Objetivo o meta alcanzada: La participación del Ministerio de Turismo del Ecuador en el evento internacional especializado en inversiones, permitió establecer contacto directo con 5 potenciales inversionistas (Abroad inversiones, Ancestral Handmade Hotels, Accor, Hilton, Promperú), cadenas hoteleras fondos de inversión y actores de la región, para posicionar al Ecuador como un destino de inversiones y dar a conocer las oportunidades, así como los incentivos con los que cuenta el país.

Grupo/Gremio/Población Beneficiaria: Actores vinculados al sector turístico de inversión.

Número de beneficiarios: Población en general

Cobertura: Nacional e internacional

4.3.2.2 Reducción definitiva de la Salida de Divisas (ISD) para aerolíneas y disminución paulatina del recargo de combustibles.

Mediante la “LEY ORGÁNICA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y FOMENTO DEL EMPLEO”, publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 525 de 25 de marzo 2024, se establece:

- Reducción definitiva de la tasa impositiva del Impuesto a la Salida de Divisas (ISD) del 5% al 0% para aerolíneas nacionales e internacionales.
- Reducción paulatina del 5% del recargo a los combustible y lubricantes hasta llegar al 0%.

Año	Porcentaje	Vigencia
2024	4%	En el término de 15 días contados a partir de la publicación de la ley en el Registro Oficial desde las 00:00
2025	3%	A partir del 01 de enero de 2025 desde las 00:00.
2026	2%	A partir del 01 de enero de 2026 desde las 00:00.
2027	1%	A partir del 01 de enero de 2027 desde las 00:00.
2028	0%	A partir del 01 de enero de 2028 desde las 00:00, en adelante.

Esta reducción contribuye a impulsar la reactivación de la conectividad aérea con fines turísticos y la llegada de nuevos prestadores de servicios aéreos al país.

Ejecutores:

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Competitividad y Fomento Turístico, Dirección de Inversiones y Conectividad.

Costo: acción realizada por gestión del personal institucional

Tiempo de implementación: Desde 24 de marzo de 2024 en adelante.

Objetivo o meta alcanzada: Recuperar la competitividad de la conectividad del país, con la finalidad de que se incrementen las rutas y frecuencias, desde y hacia el país.

Grupo/Gremio/Población Beneficiaria: Pasajeros del transporte aéreo.

Número de beneficiarios: Población en general.

Cobertura (ámbito de acción): Nacional e internacional.

4.3.2.3 Routes Americas 2024

La participación en la Feria Internacional de conectividad aérea regional "Routes Americas 2024", contribuyó a promover la conectividad aérea comercial del país, la misma que se desarrolló en Bogotá, Colombia del 19 al 21 de marzo del 2024, bajo la modalidad de participación con inscripción mediante Fondo a Rendir Cuentas, en la que se mantuvo reuniones con representantes de aerolíneas de interés para el Ministerio de Turismo, con la intención de estrechar relaciones comerciales e identificar nuevas oportunidades para incrementar rutas y frecuencias hacia y desde el Ecuador. Además, dar a conocer a la industria aeronáutica sobre la infraestructura aeroportuaria, atractivos turísticos, beneficios e incentivos con los que cuenta el Ecuador.



Ejecutores:

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Competitividad y Fomento Turístico, Dirección de Inversiones y Conectividad.

Costo: \$5.088,40 (Gasto inversión)

Tiempo de implementación: Desde 19 al

21 de marzo de 2024.

Objetivo o meta alcanzada: Dar a conocer a los actores de interés para el Ministerio de Turismo vinculada a la industria aeronáutica presente en la feria especializada de conectividad regional, sobre incentivos, infraestructura aeroportuaria, atractivos turísticos y beneficios con los que cuenta nuestro país.



Se realizaron un total de 16 reuniones con aerolíneas (Sky Airlines, Copa, Air Transat, KLM, Gol, Satena, Lufthansa, JetSMART, Avianca, Wingo, LATAM, Azul, Spirit, JefBlue, Arajet). Adicionalmente se estableció contacto con OAG, Sabre, Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, con quienes se abordaron temas vinculados a data estadística relacionada al transporte aéreo, así como información relacionada al destino Ecuador y las facilidades con las que cuenta para promover la conectividad aérea con fines turísticos.

Grupo/Gremio/Población Beneficiaria: Actores vinculados a la industria aeronáutica regional.

Número de beneficiarios: Población en general.

Cobertura (ámbito de acción): Nacional e internacional.

4.3.2.4 Seatrade Cruise Global

Es la feria mundial más importante de la industria de cruceros, que reunió a más de 11.000 ejecutivos de líneas de cruceros agentes navieros, autoridades portuarias,

operadores turísticos y tomadores de decisiones de todo el mundo, con el objetivo esencial de establecer nuevas relaciones comerciales, y descubrir las tendencias, para incrementar la conectividad marítima.

El evento Internacional Seatrade Cruise, tuvo lugar del 8 al 12 de abril del 2024 en el Centro de Convenciones Miami, Estados Unidos bajo la modalidad de participación con inscripción mediante Fondo a Rendir Cuentas.



Ejecutores:

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Competitividad y Fomento Turístico, Dirección de Inversiones y Conectividad.

Costo: US \$8.000,00 (Gasto inversión)

Tiempo de implementación: Desde el 08 al 11 de abril del 2024.

Objetivo o meta alcanzada: La Participación del Ministerio de Turismo del Ecuador en el evento internacional “Seatrade Cruise Global”, permitió establecer contacto con los Itinerary Planning de importantes líneas de cruceros de interés para el país (Silverseas, Explora Journeys, Holland America Line, Royal Caribbean Group, Hapag Lloyd Cruises, Azamara Cruises Lines, Inchape Shipping Services, Florida Carnival Association), así como agentes portuarios, representantes de los puertos vecinos de Perú, Chile y Colombia, operadores turísticos de países del Pacífico, y actores vinculados con el segmento de cruceros a nivel global, con la finalidad de promover la conectividad marítima con fines turísticos y atraer nuevas recaladas a los puertos de Manta, Guayaquil, Puerto Bolívar e Isla de la Plata.

Grupo/Gremio/Población Beneficiaria: Segmento de Cruceros.

Número de beneficiarios: Población en general.

Cobertura (ámbito de acción): Internacional y nacional.

4.3.2.5 Evento Internacional Especializado en Inversiones “HOLA Hotel Opportunities Latin America 2024”

HOLA Hotel Opportunities Latin América 2024 es el evento más importante de inversión hotelera enfocada en América Latina, realizado del 23 al 25 de abril 2024 en Miami - Estados Unidos, bajo el esquema de participación con inscripción

mediante de Fondo a Rendir Cuentas. HOLA presentó numerosas oportunidades de networking y una amplia gama de paneles y conversatorios dirigidos por expertos de la industria hotelera, siendo una excelente opción para encontrar nuevas oportunidades de inversión en el sector.

La participación del Ministerio de Turismo en HOLA permitió dar a conocer las ventajas competitivas de invertir en el Ecuador en materia de turismo, como el nuevo incentivo plasmado en la Art. 5 de la Ley Orgánica de Eficiencia Económica y Generación de Empleo (Reducción del impuesto a la renta por inversiones de más de cien mil dólares en el sector turístico) y permitió a los inversionistas acceder a la información para la toma de decisión de sus futuras actividades de inversión. Así mismo, es una plataforma para promocionar al Ecuador como un destino de inversiones turísticas al presentar el portafolio de oportunidades de inversión privada que difunde esta Cartera de Estado.



Ejecutores:

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Competitividad y Fomento Turístico, Dirección de Inversiones y Conectividad.

Costo: \$13.000,00 (Gasto inversión)

Tiempo de implementación: Desde 23 al 25 de abril 2024.

Objetivo o meta alcanzada:

La participación del Ministerio de Turismo en el evento especializado en inversiones turísticas, permitió generar reuniones de networking con Procomer Costa Rica, TSG Making Every Drop Count, ONIRIUS, MARGARITAVILLE, IHG Hotels & Resorts, Hotel Investment Today, BHN Grupo de Viajes Northstar, Chamberlinpr, ACCOR, SB-ARCHITECTS, EDSA para dar a conocer de manera exponencial las ventajas competitivas de invertir en el Ecuador en materia de turismo así como presentar a potenciales inversionistas las leyes y reglamentos impulsados por el Ministerio de Turismo que motivan la inversión, así como el procedimiento para el registro, calificación y certificación de inversión turística y la Guía denominada "Tourism Doing Business Invirtiendo en Ecuador" y que fueron desarrolladas en conjunto con la Organización Mundial de Turismo (ONU TURISMO) y el Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe (CAF) por lo que se consiguió estrechar relaciones comerciales con inversionistas, desarrolladores y operadores de principales

cadena hotelera, líderes y altos ejecutivos de la industria con la finalidad de atraer el flujo de inversión extranjera directa al país.

Grupo/Gremio/Población Beneficiaria: Actores vinculados al sector turístico de inversión.

Número de beneficiarios: Población en general

Cobertura (ámbito de acción): Nacional e Internacional

4.3.2.6 SEGUNDO FORO ANDINO “DESAFÍOS DEL TRANSPORTE AÉREO EN LA REGIÓN”

El II Foro Andino “Desafíos del Transporte Aéreo en la Región” realizado el 19 de septiembre del 2024 permitió establecer contacto con directivos de la industria aeronáutica de la Comunidad Andina, además permitió participar de los paneles establecidos para abordar temas relacionados a los desafíos y oportunidades del sector aeronáutico en la CAN e impulsar la conectividad transfronteriza.



Ejecutores:

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Competitividad y Fomento Turístico, Dirección de Inversiones y Conectividad.

Costo: Participación sin costo de inscripción.

Tiempo de implementación: 19 de septiembre del 2024.

Objetivo o meta alcanzada: El foro brindó la oportunidad de conocer y transferir conocimientos en relación a la conectividad aérea, turismo, inversiones, situación actual del país, incentivos y la oferta aeroportuaria disponible, además se dio a conocer los avances que tiene el Ecuador en materia de reducción de cargas impositivas que benefician a los prestadores de servicios aéreos. Así mismo el Ministro Estrella pudo plantear ante la CAN la propuesta de que los vuelos que se desarrollen en los países miembros tengan un trato de vuelos comunitarios con tarifas reducidas para el efecto.

Grupo/Gremio/Población Beneficiaria: Actores vinculados a la industria aeronáutica

Número de beneficiarios: Población en general.

Cobertura (ámbito de acción): Captar el interés de nuevas aerolíneas.

4.3.2.7 ALTA AGM & Airline Leaders Forum 2024

"ALTA AGM & AIRLINE LEADERS FORUM 2024" es el principal evento de líderes de la aviación comercial de América Latina y el Caribe que permite incentivar el networking entre los participantes, además de crear sinergias para promover la conectividad aérea comercial y el turismo en la región latinoamericana y el Caribe, el mismo que se efectuó en Nasáu, Bahamas, del 28 al 30 de octubre del 2024, bajo el esquema de Fondo a Rendir Cuentas, con el objeto de abordar los desafíos actuales de la industria aeronáutica, analizar el futuro del transporte aéreo, realizado por los principales actores de la industria aeronáutica comercial de la región y establecer contacto con los tomadores de decisión de las aerolíneas de la región con la finalidad de atraer a futuro nuevas operaciones aéreas al país.



Ejecutores: Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Competitividad y Fomento Turístico, Dirección de Inversiones y Conectividad.

Costo: USD 450,00 (Gasto inversión)

Tiempo de implementación: Desde 28 al 30 de octubre del 2024

Objetivo o meta alcanzada: El evento permitió a la delegación establecer contacto directo con representantes de líneas aéreas, aeropuertos y con actores vinculados con la conectividad aérea de interés para el país, evento en el cual se dio a conocer las ventajas con las que cuenta en Ecuador para impulsar la conectividad aérea del Ecuador.

Grupo/Gremio/Población Beneficiaria: Actores vinculados a la industria aeronáutica

Número de beneficiarios: Población en general.

Cobertura (ámbito de acción): Captar el interés de nuevas aerolíneas.

4.3.2.8 Recuperación de la Conectividad Aérea 2024

Para diciembre de 2024, alcanzamos una recuperación del 92% de la conectividad aérea internacional, frente a marzo de 2020, con 318 frecuencias directas semanales, 14 aerolíneas que operan 28 rutas conectando a 17 destinos internacionales.

Tabla 8: Conectividad Aérea 2024

Aerolínea	Tipo	Rutas	Frecuencias	Inicio de Operación	Observación
Copa	Incremento de frecuencias	Ciudad de Panamá- Manta- Ciudad de Panamá	1	6 de marzo 2024	
JetSmart	Nueva aerolínea	Lima-Quito-Lima	3	06 de marzo 2024	
	Nueva aerolínea	Lima -Guayaquil- Lima	3	02 de abril 2024	Suspende el 27 de agosto 2024
Avianca	Nueva ruta	Buenos Aires - Guayaquil - San José	4	27 de octubre 2024	
	Incremento de frecuencias	Punta Cana - Quito- Punta Cana	2	27 de octubre 2024	
	Nueva ruta	Medellín - Guayaquil - Medellín	3	16 de diciembre 2024	
	Nueva ruta	Cartagena - Guayaquil - Cartagena	2	17 de diciembre 2024	
	Incremento de frecuencias	Buenos Aires - Quito - San José	2	17 de diciembre 2024	Suman total 6 frecuencias semanales
	Incremento de frecuencias	Buenos Aires - Guayaquil - Buenos Aires	2	16 de diciembre 2024	Suman total 6 frecuencias semanales

Fuente: Subsecretaría de Competitividad y Fomento Turístico – Dirección de Inversiones y Conectividad

4.3.2.8.1 Nueva aerolínea

A partir del 06 de marzo de 2024 ingresó a operar en el Ecuador la aerolínea: JetSmart.

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Competitividad y Fomento Turístico, Dirección de Inversiones y Conectividad.

Costo: acción realizada por gestión del personal institucional

Tiempo de implementación: De enero a agosto 2024.

Objetivo o meta alcanzada: Su objetivo es la recuperación de conectividad aérea y el incremento de nuevas rutas y frecuencias aéreas al país.

Grupo/Gremio/Población Beneficiaria: Población en general

Número de beneficiarios: No aplica.

Cobertura (ámbito de acción): Internacional y nacional.

4.3.3 Acciones de Fomento Turístico

4.3.3.1 Bootcamps de Turismo 2024

Durante el año 2024 se llevó a cabo la ejecución de los Bootcamps de Turismo, organizados por esta cartera de Estado, en las 24 provincias del país. Estas capacitaciones con la modalidad de “aprender haciendo” tuvieron como fin el fortalecimiento de habilidades y destrezas de las personas que están vinculadas en el sector turístico.

Cada bootcamp de Turismo, se desarrolló con una duración de 16 horas, en las que se revisaron temáticas transversales y temáticas específicas impartidas en concordancia con las necesidades levantadas y la vocación del destino, como se expone en la siguiente tabla:

Tabla 9: Capacitaciones para Bootcamps

Temáticas Sector Alojamiento	1	Fotografía Promocional en redes, uso y aprovechamiento de dispositivos móviles
	2	Realidad aumentada con enfoque en la promoción de MiPymes Turísticas

	3	Estrategias para creación de contenidos audiovisuales en redes Sociales
	4	Innovación de la promoción turística en redes sociales
	5	Implementación de sistemas de gestión de calidad en empresas Turísticas
	6	Gestión de calidad en actividades de alojamiento
	7	Customer experience & Customer Care (Como mejorar la experiencia del huésped)
Temáticas Sector Alimentos & Bebidas	1	Gastronomía tradicional ecuatoriana con técnicas y productos ancestrales
	2	Innovación de productos gastronómicos y presentación de Platos
	3	Coctelería y mixología (espirituosos de origen ecuatoriano)
	4	Identidad e innovación de productos gastronómicos
	5	Creación de experiencias: cacao y chocolate
	6	Creación de experiencias: café y barismo
	7	Técnicas para la presentación de platos – técnica garnish
	8	Coctelería molecular
	9	Manejo y análisis reducción de costos de alimentos y bebidas/costos, recetas y manejo de inventarios
	10	Administración de bares y restaurantes
Temáticas Sector Turismo y Guianza Turística	1	Nuevas tendencias para la innovación turística
	2	Diseño de experiencias turísticas
	3	Interpretación de Patrimonio
	4	Generación de productos turísticos a través de identificación de rutas
	5	Gestión para la innovación de paquetes turísticos

	6	Promoción y comercialización de productos turísticos
	7	Neuromarketing en atención al cliente
	8	Hospitalidad

Fuente: Subsecretaría de Competitividad y Fomento Turístico – Dirección de Fomento Turístico



Ejecutores:

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Competitividad y Fomento Turístico, Dirección de Fomento Turístico.

Costo: USD. 86.500 (Gasto inversión)

Tiempo de implementación: Desde enero a junio de 2024.

Objetivo o meta alcanzada: Su objetivo es fortalecer los conocimientos técnicos, habilidades y destrezas del talento humano de los establecimientos turísticos registrados.

Grupo/Gremio/Población

Beneficiaria: Talento Humano de los establecimientos Turísticos Formales.

Número de beneficiarios: 1.634 personas.

Cobertura (ámbito de acción): Nacional



4.3.3.2 Capacitación virtual para actores del sector turístico

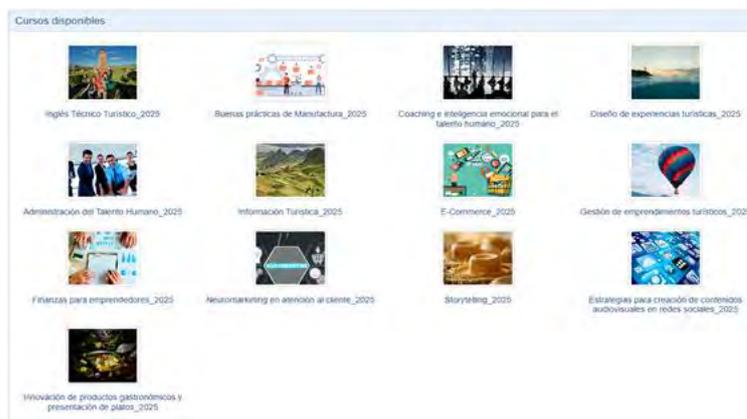
Durante el año 2024, se ejecutaron varios cursos de capacitación dirigidos a los actores directos, indirectos y complementarios de la industria turística.

Las temáticas de capacitación ejecutadas se enmarcan en temas relacionados a: Emprendimiento e innovación de negocios turísticos, Operación y guianza turística,

Alimentos y bebidas, Transversales, Gestión Comercial y Marketing, Idiomas y Digitalización y Calidad.

Adicional incluyó la ejecución de un curso online para los equipos técnicos de los diferentes Gad's a nivel nacional con el fin de fortalecer los conocimientos técnicos y el accionar en territorio.

Por tanto, con la ejecución de los cursos de capacitación durante el 2024 se benefició a un total de 10.995 personas a nivel nacional, que se capacitaron en varios cursos con los que cuenta esta cartera de estado, los mismos que son totalmente gratuitos con una duración de 40 horas, con la opción de obtener su certificado una vez aprobado el mismo.



Ejecutores: Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Competitividad y Fomento Turístico, Dirección de Fomento Turístico.

Costo: Gestión de la Dirección

Tiempo de

implementación: Desde enero de 2024 hasta el 31 de diciembre de 2024.

Objetivo o meta alcanzada: Su objetivo es el fortalecimiento del conocimiento técnico del talento humano del sector turístico.

Grupo/Gremio/Población Beneficiaria: Actores directos, indirectos, complementarios del sector turístico, GAD's

Número de beneficiarios: 10.995 personas a nivel nacional

Cobertura (ámbito de acción): Nacional

4.3.3.3 Capacitación presencial para actores directos, indirectos y complementarios del sector turístico



En el año 2024, se ejecutaron en diferentes zonas del país en el marco de diferentes proyectos que desarrolla esta cartera de estado, cursos de capacitación enfocados en fortalecer y mejorar las experiencias de los turistas, con temáticas que permiten el desarrollo de habilidades enfocadas en poner en práctica con el visitante en cada uno de los establecimientos.

De esta manera se llegaron a zonas como: Cuenca, Galápagos, Cotopaxi, Imbabura, Napo, Pichincha, las temáticas de capacitación específicas que se trataron en esta modalidad presencial fueron: Buenas prácticas de turismo sostenibles, sistema turístico, cultura turística, trabajo en equipo, educación ambiental, excelencia en el servicio, diseño de experiencias turísticas; entre alguna de las temáticas que se desarrollaron durante el 2024.

Se ejecutaron 18 cursos de capacitación con un total de 82 horas, beneficiando a 577 personas que podrán aplicar los conocimientos adquiridos en beneficio de los turistas para mejorar sus experiencias en cada rincón del país.



Ejecutores: Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Competitividad y Fomento Turístico, Dirección de Fomento Turístico.

Costo: acción realizada por personal

institucional

Tiempo de implementación: Desde enero a diciembre de 2024.

Objetivo o meta alcanzada: Su objetivo es fortalecer las habilidades y destrezas del talento humano con el fin que el anfitrión brinde un excelente servicio en la experiencia con el turista.

Grupo/Gremio/Población Beneficiaria: Talento humano de los establecimientos turísticos.

Número de beneficiarios: 577 personas

Cobertura (ámbito de acción): Nacional

4.3.3.4 Capacitación para servidores policiales de la Policía Nacional de la Unidad Nacional de Policía Comunitaria y Turismo (D. Fomento Turístico)



Durante el año 2024 en un trabajo conjunto el Ministerio de Turismo a través de la Dirección de Fomento Turístico llevó a cabo un programa de capacitación dirigido a los funcionarios de la Policía Nacional especialmente de la Unidad de Policía Comunitaria y Turismo, con la cual se planificó la ejecución de varias jornadas de capacitación con temáticas que aportan a perfeccionar los conocimientos y habilidades de los servidores policiales de la mencionada unidad. Obteniendo un aproximado de 1.130 servidores policiales capacitados.



Ejecutores: Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Competitividad y Fomento Turístico, Dirección de Fomento Turístico.

Costo: Acción realizada por personal institucional

Tiempo de implementación: Desde enero a diciembre de 2024.

Objetivo o meta alcanzada: Su objetivo es optimizar el accionar de los servidores policiales en pro del turista y el desarrollo del turismo en el país.

Grupo/Gremio/Población Beneficiaria: Servidores policiales.

Número de beneficiarios: 1.130 servidores policiales

Cobertura (ámbito de acción): Nacional

4.3.3.5 Emprende Turismo

Emprende Turismo es una convocatoria nacional que identifica y selecciona proyectos innovadores y con alta agregación de valor, propuestos por emprendedores o MIPYMES de la industria del turismo que tiene como objetivo fortalecer e impulsar el desarrollo del emprendimiento e innovación de los negocios existentes, con el fin de que generen empleo y beneficios económicos en el mediano y largo plazo, así como mejorar y diversificar la oferta de servicios turísticos a nivel nacional.

En el año 2023 - 2024 se obtuvieron 613 postulaciones, 215 emprendedores fueron capacitados y 47 emprendimientos y/o Mipymes recibieron procesos de asistencia técnica personalizada por 6 meses (incubación, aceleración o gestión de la innovación).

En esta edición, por primera vez, el programa contó con un componente de capital semilla para apoyar las propuestas más innovadoras de las categorías Puesta en Marcha y Consolidación, es así que 5 propuestas recibieron un total de US\$ 301.398,85 de fondo de capital semilla para financiar sus proyectos, distribuido de la siguiente manera:

Tabla 10: Emprende Turismo – Capital Semilla

Nro.	Nombre del Proyecto	Monto solicitado	Provincia	Categoría
1	SHAMUICO ESPAI GASTRONOMIC	53.108,56	Azuay	Consolidación
2	MINDO GLAMBIRD	75.000,00	Pichincha	Consolidación
3	VIVE TRAVEL ECUADOR/VISIÓN TURÍSTICA	48.290,29	Pichincha	Puesta en marcha
4	DEPASEITO.COM	75.000,00	Tungurahua	Puesta en marcha

5	KINNOA S.A.S.	50.000,00	Pichincha	Puesta en marcha
	Total	301.398,85		

Fuente: Dirección de Fomento Turístico

En este contexto, el 30 de julio de 2024, en el Mercado Municipal de Pujilí, se desarrolló la premiación de los cinco mejores emprendimientos del Programa Emprende Turismo, a quienes se les entregó el capital semilla, evento que contó con la presencia del señor presidente Daniel Noboa.



Ejecutores: Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Competitividad y Fomento Turístico, Dirección de Fomento Turístico.

Costo: US\$ 108.400,00 (Gasto inversión)

Inversión Capital semilla
Fondo Fideicomiso Capital de Riesgo: US\$ 301.398,85
Tiempo de

implementación: Emprende 2024-2025, junio 2024 a enero 2025

Objetivo o meta alcanzada: Su objetivo es fortalecer e impulsar el desarrollo del emprendimiento e innovación de los negocios existentes, con el fin de que generen empleo y beneficios económicos en el mediano y largo plazo, así como mejorar y diversificar la oferta de servicios turísticos a nivel nacional.

Grupo/Gremio/Población Beneficiaria: Emprendedores y Mipymes turísticas.

Número de beneficiarios: 80 emprendimientos y empresas incubadas y fortalecidas en su modelo de negocio.

Cobertura (ámbito de acción): Nacional

4.3.3.6 Programa SCORE HOCO



La Organización Internacional del Trabajo cuenta con varios programas de desarrollo empresarial entre los cuales se encuentra el programa SCORE HOCO (Hospitality & Coaching). El programa Score Hoco es un programa de asesoramiento desarrollado por la OIT

dirigido a hoteles, hostales y restaurantes que se implementó en Ecuador por primera vez en el año 2021. Este programa brinda apoyo a empresas de turismo en diferentes ámbitos como: impulsar la competitividad, satisfacción de los clientes, mejorar la calidad de los servicios, lograr la estandarización de éstos, mejorar el ambiente laboral, involucrar a la empresa turística con la comunidad y la conservación del medio ambiente, entre otros.

El Ministerio de Turismo suscribió un convenio de cooperación interinstitucional con la Fundación de Turismo para Cuenca, con el objeto de implementar la metodología Score Hoco en los establecimientos turísticos de la ciudad de Cuenca. Este convenio entre MINTUR – la FTPC se ejecutó durante siete (7) meses contados a partir de la transferencia de recursos realizada por esta Cartera de Estado, del 18 de junio de 2024 al 18 de enero de 2025 y se efectuaron diversas actividades con los siguientes resultados:

- **Beneficiarios directos:** 21 empresas del sector turístico implementaron la metodología Score Hoco; en tal sentido, el proyecto superó su meta en un 11% prevista en el Proyecto y en el Convenio.
- **Beneficiarios finales:** Más de 70 trabajadores se capacitaron en la metodología Score Hoco, a través del taller de formación de empresas y la capacitación impartida por el formador/a asignada en cada una de las empresas y la asesoría realizada en 6 visitas (3 virtuales y 3 presenciales) beneficiando a un total de 186 empleados en las 21 empresas. El impacto

de este proyecto en la ciudad de Cuenca superó las expectativas, por lo que se plantea su ejecución en el siguiente año.



Ejecutores: Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Competitividad y Fomento Turístico, Dirección de Fomento Turístico y Fundación de Turismo para Cuenca

Costo: USD. 26.000 (Gasto inversión)

Tiempo de implementación: Desde el 18 de junio de 2024 al 18

de enero de 2025.

Objetivo o meta alcanzada: Su objetivo es fortalecer la productividad y competitividad de las Mipymes turísticas a través de la implementación de planes de mejoramiento empresarial.

Grupo/Gremio/Población Beneficiaria: Mipymes turísticas de las actividades de alojamiento y alimentos y bebidas.

Número de beneficiarios: 21 empresas turísticas.

Cobertura (ámbito de acción): Provincia de Azuay.

4.3.3.7 Crédito 5% a las Microempresas Turísticas

Se continuó con la línea de crédito para Mipymes turísticas con un interés del 5% mediante el producto financiero “*Reactiva Turismo*” destinando un total de US\$ 20 millones para la colocación.

Durante el año 2024 se benefició con esta línea de crédito a 166 negocios turísticos a nivel nacional, con un monto colocado de US\$ 3’068.301,00 y una subvención parcial al interés que financia el Ministerio de Turismo a las MiPymes, el cual se ha entregado por el valor total de US\$ 384.951,17.

El crédito está destinado a inversión en activos fijos y capital de trabajo, para personas naturales y jurídicas pertenecientes a las MiPymes del sector turístico.

Esta medida es un gran aporte para que las microempresas del sector renueven su oferta de servicios turísticos, sean competitivas y brinden un servicio de calidad a los turistas nacionales y extranjeros.



Ejecutores: Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Competitividad y Fomento Turístico, Dirección de Fomento Turístico.

Costo: US\$ 384.951,17 (valor subvención del crédito Reactiva Turismo) (Gasto inversión).

Tiempo de implementación: Desde enero a diciembre de 2024.

Objetivo o meta alcanzada: Su objetivo es reactivar económicamente las microempresas turísticas e impulsar el mejoramiento de la calidad de sus servicios.

Grupo/Gremio/Población Beneficiaria: Microempresas turísticas

Número de beneficiarios: 166 microempresas turísticas con crédito de hasta USD 20.000.

Cobertura (ámbito de acción): Nacional

4.4 Actividades realizadas en Regulación y Control

Esta área tiene como misión: Dirigir y Coordinar las distintas acciones relacionadas con la elaboración e implementación de instrumentos legales y normativos que permitan regular y controlar las diferentes actividades, modalidades y servicios turísticos, con el propósito de proporcionar acreditaciones turísticas y establecer estándares adecuados de servicio y bienestar en las distintas actividades turísticas desarrolladas dentro del país.

Sus acciones se enmarcan en el Objetivo Estratégico 2 del Plan Institucional: *“Incrementar y diversificar el portafolio de productos y destinos sostenibles”* y los Ejes Transversales *“Marco normativo favorable”* y *“Coordinación Interinstitucional”*.

4.4.1 Acciones o estrategias de Prevención Turística

Acciones ejecutadas por el Ministerio de Turismo con la finalidad de coadyuvar al bienestar durante la permanencia de turistas en Ecuador.

4.4.1.1 Corredores turísticos seguros en el Distrito Metropolitano de Quito y en Cantón Baños de Agua Santa

Se establecieron dos corredores turísticos seguros en articulación y coordinación con las autoridades locales del Distrito Metropolitano de Quito y en el cantón Baños de Agua Santa. Además, en la ciudad de Guayaquil se establecieron 5 corredores itinerantes que se activan cuando existen eventos masivos.

Ejecutores:

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Regulación y Control, Dirección de Protección al Usuario de Servicios Turísticos, Direcciones Zonales y Oficina Técnicas de Turismo.

Entidades Externas: GAD Provincial de Tungurahua, GAD Cantonal de Baños de Agua Santa, GAD del Distrito Metropolitano de Quito, Policía Nacional del Ecuador-Sub-Zona 6.

Costo: acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: Permanente, a fin de fortalecer los servicios institucionales.

Objetivo o meta alcanzada: Reducir el número de incidentes contra turistas, a través de la respuesta oportuna de las instituciones de control y seguridad. Reactivar y dinamizar la economía de las zonas turísticas.

Grupo/Gremio/ Población Beneficiaria: Prestadores de servicios turísticos ubicados en zonas turísticas, en el caso del Distrito Metropolitano de Quito- el Centro Histórico, en el Cantón Baños de Agua Santa - Ruta Runtún.

Número de beneficiarios: Distrito Metropolitano de Quito - Centro Histórico de Quito: 54 establecimientos turísticos. Baños de Agua Santa- Tungurahua: 27 establecimientos turísticos ubicados en la Ruta Runtún.

4.4.1.2 Adhesión al Código de Conducta para la Prevención de la Explotación Sexual en Niñas, Niños y Adolescentes en Establecimientos de Alojamiento Turístico.

El Acuerdo Ministerial 2022-014, mediante el cual se emitió el Código de Conducta, tiene por objeto establecer las normas generales sobre el comportamiento responsable al que se someterán los prestadores de servicios de alojamiento turístico y sus trabajadores, para la aplicación obligatoria del presente Código; y, cumplir con las obligaciones que deberán ser aplicadas en sus establecimientos para prevenir y erradicar la explotación sexual de niñas, niños y adolescentes en el contexto de viajes y turismo. En el año 2024, desde la emisión del Acuerdo Ministerial se han adherido 855 establecimientos a nivel nacional

Ejecutores:

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Regulación y Control, Dirección de Protección al Usuario de Servicios Turísticos, Direcciones Zonales y Oficina Técnicas de Turismo.

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: Permanente, a fin de fortalecer los servicios institucionales.

Objetivo o meta alcanzada: Lograr que los establecimientos de alojamiento turístico se adhieran al Código, para prevenir delitos contra la integridad de niñas, niños y adolescentes que se hospedan en establecimientos de alojamiento turístico.

Grupo/ Gremio/ Población Beneficiaria: Prestadores de alojamiento turístico ubicados a nivel nacional.

Número de beneficiarios: 855 establecimientos de alojamiento turístico.

4.4.1.3 Elaboración del “Protocolo de Actuación para la Atención a Turistas en caso de Retención Vehicular por el Cometimiento de Infracciones de Tránsito en la Operación de Transporte Terrestre Comercial Turístico”

Ejecutores:

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Regulación y Control, Dirección de Protección al Usuario de Servicios Turísticos, Dirección de Normativa, Dirección de Acreditación y Control, Coordinación de Asesoría Jurídica.

Entidades Externas: Agencia Nacional de Tránsito (ANT)

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: Permanente, a fin de fortalecer los servicios institucionales.

Objetivo o meta alcanzada: Establecer mecanismos de prevención y protección al turista ante una situación de vulnerabilidad en las unidades de transporte terrestre comercial turístico ante acciones como: retención del vehículo, entre otras en las que se consideren las necesidades específicas de los turistas.

Grupo/ Gremio/ Población Beneficiaria: Prestadores de transporte turístico terrestres a nivel nacional

Número de beneficiarios: 322 prestadores de servicio de transporte turístico terrestre.

El protocolo referido debe ser aprobado por el Directorio de la ANT.

4.4.1.4 Capacitación a los Gobiernos Autónomos Descentralizados en el “Plan Integral de Asistencia al Turista” PIAT

Ejecutores: Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Regulación y Control, Dirección de Protección al Usuario de Servicios Turísticos.

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: Permanente

Objetivo o meta alcanzada: Socializar a los equipos técnicos de las Direcciones de Turismo de los GAD Municipales, sobre el contenido de las acciones y estrategias de seguridad turística planteadas en el “Plan Integral de Asistencia al Turista”- PIAT.

Grupo/ Gremio/ Población Beneficiaria: Gobiernos Autónomos Descentralizados.

Número de beneficiarios: 86 funcionarios pertenecientes a 41 GAD Municipales.

4.4.2 Seguridad Turística

Fortalecimiento de la seguridad turística a nivel nacional, trabajando de manera articulada con las entidades de respuesta a fin de atender las necesidades de los viajeros que pueden atravesar eventos inesperados durante su visita al país.

En el año 2024, se trabajó en la actualización del Plan Integral de Seguridad Turística y Asistencia al Turista, mismo que contó con la participación de 18 instituciones del Estado, y se prevé su lanzamiento en marzo 2025.

4.4.2.1 Gestión de atención de denuncias administrativas, presentadas por los usuarios de servicios turísticos ante una mala prestación de servicios e incumplimiento de contratos

Ejecutores:

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Regulación y Control, Dirección de Protección al Usuario de Servicios Turísticos, Direcciones Zonales y Oficina Técnicas de Turismo.

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: Permanente, a fin de fortalecer los servicios institucionales.

Objetivo o meta alcanzada: Gestionar denuncias y/o quejas que presenten las personas usuarias de servicios turísticos en contra de los prestadores de servicios turísticos por incumplimiento y/o mala prestación de éstos.

Grupo/ Gremio/ Población Beneficiaria: Consumidores de servicios turísticos

Número de beneficiarios: 386 consumidores de servicios turísticos asistidos.

Tabla 11: Número de servicios turísticos asistidos en 2024

Provincia	Número de consumidores de servicios turísticos asistidos
AZUAY	9
CAÑAR	6
CARCHI	5
CHIMBORAZO	7

Provincia	Número de consumidores de servicios turísticos asistidos
EL ORO	6
ESMERALDAS	13
GALAPAGOS	11
GUAYAS	31
IMBABURA	5
LATACUNGA	2
LOJA	1
MANABI	5
MORONA SANTIAGO	2
PASTAZA	2
PICHINCHA	268
SANTO DOMINGO	2
SUCUMBIOS	1
NAPO	1
TUNGURAHUA	9
TOTAL	386

Fuente: Matriz de denuncias, Dirección Protección al Usuario de Servicios Turísticos 2024

4.4.2.2 Digitalización y automatización de la gestión de denuncias por incumplimiento y mala prestación de servicios turísticos.

Ejecutores:

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Regulación y Control, Dirección de Protección al Usuario de Servicios Turísticos, Direcciones Zonales y Oficina Técnicas de Turismo

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: Permanente, a fin de fortalecer los servicios institucionales.

Objetivo o meta alcanzada: Contar con una herramienta ágil y dinámica para que los usuarios de servicios turísticos puedan realizar denuncias por incumplimiento y mala prestación de servicios turísticos en establecimientos turísticos ubicados en corredores turísticos seguros.

Grupo/ Gremio/ Población Beneficiaria: Consumidores de servicios turísticos
Número de beneficiarios: 1.262.664 el número de turistas que ingresaron al país en 2024, lo cual es la referencia del universo sobre el cual se puede aplicar esta herramienta.

4.4.2.3 Protocolo Interinstitucional para la Gestión de Emergencias de Turistas Extranjeros en el Ecuador

Ejecutores:

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Regulación y Control, Dirección de Protección al Usuario de Servicios Turísticos, Direcciones Zonales y Oficina Técnicas de Turismo SIS ECU 911.

Ministerio del Interior- Migración

Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana – Dirección de Inclusión a la comunidad extranjera

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: Permanente, a fin de fortalecer los servicios institucionales.

Objetivo o meta alcanzada: Implementar acciones inmediatas de respuestas, para brindar una atención integral y oportuna a turistas extranjeros, que están en situaciones de emergencia en el país.

Grupo/ Gremio/ Población Beneficiaria: Turistas extranjeros en situación de emergencia.

Número de beneficiarios: 28 turistas extranjeros asistidos en situación de emergencia en todo el territorio nacional.

Tabla 12: Turistas asistidos por emergencias

Emergencias Enero – Diciembre	
2024	
Galápagos	12
Imbabura	6
Pichincha	4

Chimborazo	2
Azuay	1
Guayas	1
Loja	1
Zamora	1
TOTAL	28

Fuente: Matriz de emergencias, Dirección Protección al Usuario de Servicios Turísticos 2024

4.4.3 Acreditación y Control Turístico

El objetivo principal es acreditar y controlar las actividades de turismo de acuerdo a la tipología de trámites, a través de procesos, procedimiento, directrices, operativos y otras acciones, que aseguren el cumplimiento de la normativa vigente.

4.4.3.1 Registro de Turismo

El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Ejecutores:

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Regulación y Control, Dirección de Acreditación y Control, Direcciones Zonales y Oficinas Técnicas de Turismo.

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: Permanente a fin de fortalecer los servicios institucionales.

Objetivo o meta alcanzada: Regularizar a los prestadores de servicios turísticos a través del Registro de Turismo en cumplimiento a lo determinado en la Ley de Turismo y sus reglamentos específicos.

Grupo/ Gremio/ Población Beneficiaria: Prestadores de servicios turísticos que requieren obtener el Registro de Turismo en cualquiera de las actividades determinadas en el artículo 5 de la Ley de Turismo.

Número de beneficiarios: 8.648 nuevos establecimientos registrados.

Tabla 13: Establecimientos registrados en 2024

PROVINCIA	Total de establecimientos registrados 2024
AZUAY	391
BOLÍVAR	26
CAÑAR	50
CARCHI	12
CHIMBORAZO	97
COTOPAXI	47
EL ORO	87
ESMERALDAS	29
GALÁPAGOS	91
GUAYAS	376
IMBABURA	68
LOJA	155
LOS RÍOS	27
MANABÍ	219
MORONA SANTIAGO	43
NAPO	109
ORELLANA	18
PASTAZA	75
PICHINCHA	6247
SANTA ELENA	165
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	46
SUCUMBÍOS	10
TUNGURAHUA	234
ZAMORA CHINCHIPE	26
Total de establecimientos registrados	8648

Fuente: Dirección de Acreditación y Control (catastro 2025)

4.4.3.2 Asesoramientos Técnicos

Asesoramiento técnico a prestadores de servicios turísticos y usuarios para la obtención del Registro de Turismo, y cumplimiento normativo.

Ejecutores:

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Regulación y Control, Dirección de Acreditación y Control, Direcciones Zonales y Oficinas Técnicas de Turismo.

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: Permanente a fin de fortalecer los servicios institucionales.

Grupo/ Gremio/ Población Beneficiaria: 1.450 asesorías a prestadores de servicios turísticos.

Tabla 14: Asesoramientos Técnicos realizados en 2024

Provincia	Asesoramiento Técnico
CARCHI	4
ESMERALDAS	4
IMBABURA	110
NAPO	13
ORELLANA	43
AZUAY	41
CAÑAR	107
CHIMBORAZO	278
COTOPAXI	17
LOJA	84
MORONA SANTIAGO	16
TUNGURAHUA	19
ZAMORA CHINCHIPE	1
BOLÍVAR	56
GUAYAS	113
LOR RÍOS	10
MANABÍ	99
SANTA ELENA	18
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	82
GALÁPAGOS	325
QUITO	10
Total de asesoramientos a nivel nacional	1450

Fuente: Dirección de Acreditación y Control

4.4.3.3 Acreditación de Guías de Turismo

Ejecutores: Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Regulación y Control, Dirección de Acreditación y Control, Direcciones Zonales y Oficinas Técnicas de Turismo.

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: Permanente, a fin de fortalecer los servicios institucionales.

Objetivo o meta alcanzada: Asesorar y acreditar a usuarios que requieren realizar los trámites de obtención, renovación, canje o actualización de la credencial de guía de turismo.

Grupo/ Gremio/ Población Beneficiaria: Usuarios que realizaron trámites de acreditación de guías de turismo.

Número de beneficiarios: 1.197 guías asesorados y acreditados

Tabla 15: Guías Especializados en Aventura 2024

Provincia	Guías Especializados en Aventura
CHIMBORAZO	7
COTOPAXI	2
GALÁPAGOS	11
IMBABURA	1
LOJA	1
MANABÍ	4
MORONA SANTIAGO	2
NAPO	2
PASTAZA	2
PICHINCHA	31
TUNGURAHUA	6
Total	69

Fuente: Dirección de Acreditación y Control

Tabla 16: Guías Locales 2024

Ubicación	Guías Locales
AZUAY	15
BOLÍVAR	12
CAÑAR	82
CARCHI	3
CHIMBORAZO	65

Ubicación	Guías Locales
COTOPAXI	57
ESMERALDAS	5
GUAYAS	1
IMBABURA	7
LOJA	3
MANABÍ	31
MORONA SANTIAGO	2
NAPO	31
ORELLANA	28
PASTAZA	27
PICHINCHA	54
SANTA ELENA	7
SUCUMBÍOS	44
TUNGURAHUA	41
ZAMORA CHINCHIPE	9
Total	524

Fuente: Dirección de Acreditación y Control

Tabla 17: Guías Nacionales Especializados en Aventura 2024

Provincia	Guía Nacional especializado en Aventura
MANABÍ	1
PASTAZA	1
PICHINCHA	8
TUNGURAHUA	2
Total	12

Fuente: Dirección de Acreditación y Control

Tabla 18: Guías Nacionales Especializados en Patrimonio 2024

Provincia	Guía Nacional especializado en Patrimonio
AZUAY	16
BOLÍVAR	2
CAÑAR	1
CARCHI	1
CHIMBORAZO	3
COTOPAXI	4

GALÁPAGOS	75
GUAYAS	7
IMBABURA	3
MORONA SANTIAGO	1
NAPO	1
ORELLANA	1
PASTAZA	1
PICHINCHA	27
SANTA ELENA	1
SUCUMBÍOS	5
TUNGURAHUA	1
Total	150

Fuente: Dirección de Acreditación y Control

Tabla 19: Guías Nacionales de Turismo 2024

Provincia	Guías Nacionales
AZUAY	22
BOLÍVAR	6
CAÑAR	3
CARCHI	4
CHIMBORAZO	30
COTOPAXI	18
EL ORO	1
GALÁPAGOS	9
GUAYAS	16
IMBABURA	13
LOJA	6
MANABÍ	8
MORONA SANTIAGO	3
NAPO	4
ORELLANA	3
PASTAZA	7
PICHINCHA	260
SANTA ELENA	2
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	2
SUCUMBÍOS	1
TUNGURAHUA	24
Total	442

Fuente: Dirección de Acreditación y Control

4.4.3.4 Operativos de Control

Corresponde a las acciones de control ejecutadas a nivel nacional para la verificación del cumplimiento de la normativa vigente para el desarrollo formal de las diferentes actividades, y modalidades a nivel nacional.



Ejecutores: Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Regulación y Control, Dirección de Acreditación y Control, Direcciones Zonales y Oficinas Técnicas de Turismo.

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: Permanente.

Objetivo o meta alcanzada: Coordinar y ejecutar acciones de control que permitan la formalización de los prestadores de servicios turísticos, así

como la verificación del cumplimiento de lo determinado en el marco turístico vigente.

Grupo/ Gremio/ Población Beneficiaria: Prestadores de servicios turísticos formales e informales.

Número de beneficiarios: 5.166 acciones de control

Tabla 20: Acciones de Control 2024

Provincia	Acciones de control por provincia
CARCHI	26
ESMERALDAS	46
IMBABURA	117
NAPO	165
ORELLANA	77
PICHINCHA	108
SUCUMBÍOS	13
AZUAY	259

Provincia	Acciones de control por provincia
CAÑAR	128
CHIMBORAZO	251
COTOPAXI	218
EL ORO	28
LOJA	467
MORONA SANTIAGO	162
PASTAZA	61
TUNGURAHUA	436
ZAMORA CHINCHIPE	79
BOLÍVAR	59
GUAYAS	663
LOS RÍOS	39
MANABÍ	257
SANTA ELENA	278
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	92
GALÁPAGOS	732
QUITO	405
Total	5166

Fuente: Dirección de Acreditación y Control

4.4.3.5 Procesos administrativos sancionatorios

Levantamiento de procesos administrativos sancionatorios por incumplimiento normativo.

Ejecutores: Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Regulación y Control, Dirección de Acreditación y Control, Direcciones Zonales y Oficinas Técnicas de Turismo.

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: Permanente, a fin de hacer cumplir con el marco legal turístico vigente.

Objetivo o meta alcanzada: Levantar procesos administrativos de sanción a quienes incumplan con el marco turístico vigente.

Grupo/ Gremio/ Población Beneficiaria: Prestadores y usuarios de servicios turísticos formales e informales.

Tabla 21: Procesos Administrativos levantados 2024

Provincia	Procesos administrativos levantados
AZUAY	9
CAÑAR	3
CHIMBORAZO	17
GALÁPAGOS	18
LOJA	1
MORONA SANTIAGO	11
ORELLANA	1
PICHINCHA	3
TUNGURAHUA	1
Total	64

Fuente: Dirección de Acreditación y Control

4.4.3.6 Actualización de la Planta Turística

Actualización, verificación y depuración de la información registrada en la base de datos del Catastro Nacional de Actividades Turísticas.

Ejecutores:

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Regulación y Control, Dirección de Acreditación y Control, Direcciones Zonales y Oficinas Técnicas de Turismo.

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: Permanente, a fin de fortalecer los servicios institucionales.

Objetivo o meta alcanzada: Contar con el Catastro Nacional de establecimientos turísticos actualizado.

Grupo/ Gremio/ Población Beneficiaria: Prestadores de servicios turísticos y población en general

Número de beneficiarios: 6.743 establecimientos verificados.

Tabla 22: Actualización Planta Turística 2024

Provincia	Actualización de planta turística
CARCHI	65
ESMERALDAS	207

Provincia	Actualización de planta turística
IMBABURA	270
NAPO	289
ORELLANA	131
PICHINCHA	145
SUCUMBÍOS	38
AZUAY	305
CAÑAR	86
CHIMBORAZO	247
COTOPAXI	82
EL ORO	395
LOJA	498
MORONA SANTIAGO	55
PASTAZA	92
TUNGURAHUA	238
ZAMORA CHINCHIPE	100
BOLÍVAR	66
GUAYAS	1265
LOS RÍOS	23
MANABÍ	388
SANTA ELENA	329
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	226
GALÁPAGOS	408
QUITO	795
Total	6743

Fuente: Dirección de Acreditación y Control

4.4.3.7 Campaña Baños Limpios

Estrategia para la concientización de los usuarios y prestadores de servicios para contar con instalaciones sanitarias adecuadas para el buen uso de la población en general.



Ejecutores:

Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Regulación y Control, Dirección de Acreditación y Control, Direcciones Zonales y Oficinas Técnicas de Turismo.

Entidades Externas: Agencia de Regulación y Control de Energías y Recursos Naturales no Renovables, Ministerio de Salud.

Costo: Personal institucional.

Tiempo de implementación: Permanente.

Objetivo o meta alcanzada: Contar

con instalaciones sanitarias limpias, equipadas con insumos y usuarios conscientes de su buen uso.

Grupo, Gremio, Población Beneficiaria: Usuarios de las estaciones de servicio – gasolineras.

Número de beneficiarios: Población nacional

Ubicación de los beneficiarios: Inspecciones ejecutadas por provincia en atención a denuncias presentadas a estaciones de servicio gasolineras.

Número de beneficiarios: 1.367 gasolineras inspeccionadas.

Tabla 23: Campaña Baños Limpios 2024

Provincia	Baños Limpios (Gasolineras)
CARCHI	54
ESMERALDAS	42
IMBABURA	48
NAPO	65
ORELLANA	19
PICHINCHA	36
SUCUMBÍOS	2
AZUAY	90
CAÑAR	41
CHIMBORAZO	63
COTOPAXI	40
EL ORO	51
LOJA	87

Provincia	Baños Limpios (Gasolineras)
MORONA SANTIAGO	18
PASTAZA	17
TUNGURAHUA	67
ZAMORA CHINCHIPE	46
BOLÍVAR	33
GUAYAS	108
LOS RÍOS	21
MANABÍ	124
SANTA ELENA	34
SANTO DOMINGO	34
GALÁPAGOS	12
QUITO	215
Total	1367

Fuente: Dirección de Acreditación y Control

4.4.4 Normativa para la regulación a la actividad turística

Emisión de reglamentos con el objetivo de fortalecer la formalización del sector y regular las actividades, modalidades y servicios turísticos.

Ejecutores: Ministerio de Turismo: Subsecretaría de Regulación y Control, Dirección Normativa.

Costo: Acción realizada por personal institucional.

Tiempo de implementación: Constante, al objeto de fortalecer los servicios institucionales.

Objetivo o meta alcanzada: Mejorar el marco normativo regulatorio de las actividades, modalidades y servicios turísticos. Se emitieron un total de nueve (9) instrumentos jurídicos.

Grupo/ Gremio/ Población Beneficiaria: Prestadores de servicios turísticos, organizaciones sociales, Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales, ciudadanía en general.

Número de beneficiarios: 29.909 prestadores de servicios turísticos, 590 organizaciones sociales y 221 Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales, ciudadanía en general.

Conforme a las atribuciones que tiene el Ministerio de Turismo al ser rector de las acciones turísticas en Ecuador, tiene el determinar el marco normativo turístico que

permita establecer lineamientos para las actividades, y modalidades turísticas, que contribuya con los procesos de regulación, acreditación, control, gestión de servicio, desarrollo, calidad, protección y promoción del sector turístico, a través de instrumentos legales para la regulación del sector.

Los cuerpos normativos gestionados en 2024 se indican en el siguiente numeral:

4.4.4.1 Regulación

- Con la finalidad de implementar los incentivos de la Ley Orgánica de Eficiencia Económica y Generación de Empleo, la Subsecretaría de Regulación y Control y la Dirección de Normativa participaron en reuniones de trabajo conjuntas con varias instituciones como la Presidencia de la República, Servicio de Rentas Internas, Ministerio de Economía y Finanzas, entre otras, para la construcción y emisión del Reglamento General a este cuerpo legal. Este Reglamento General de Aplicación fue emitido mediante Decreto Ejecutivo No. 157, publicado en el Registro Oficial Tercer Suplemento No. 496 de 09 de febrero de 2024.
- El Ministerio de Turismo impulsó la emisión de la Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento del Empleo (cuyo proyecto fue calificado como económico urgente), la misma que tiene como objetivo el impulso a la promoción, competitividad y alivio financiero para el sector, generando un entorno normativo que brinde seguridad jurídica, en complemento al desarrollo de estrategias para fortalecer al turismo nacional de una manera más equitativa y sostenible. La Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fortalecimiento del Empleo, fue aprobada por la Asamblea Nacional el día 23 de marzo de 2024 y publicada en el Registro Oficial Suplemento No. 525 de 25 de marzo de 2024.
- Con el propósito de reglamentar las disposiciones contenidas en la Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento del Empleo, se realizaron algunas reuniones a fin de trabajar en el Reglamento General de aplicación, mismo que se emitió mediante Decreto Ejecutivo 333 de 12 de julio de 2024, publicado en el Registro Oficial Suplemento No. 600 de 15 de julio de 2024.

- Mediante Acuerdo Ministerial 002-2024 se emitieron las reformas al Reglamento de Alojamiento Turístico en Inmuebles Habitacionales, publicado en Registro Oficial Suplemento Nro. 548 de 30 de abril de 2024. Dicha reforma consistió en la modificación puntual de la disposición transitoria segunda, del Acuerdo Ministerial No. 2023-011 de 21 de septiembre de 2023 ampliando el plazo para que los prestadores de servicios turísticos obtengan el Registro de Turismo y la Licencia Única Anual de Funcionamiento, requisitos fundamentales establecidos en el artículo 8 de la Ley de Turismo, previo a su funcionamiento.
- Con la promulgación de la Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento del Empleo, publicada en el Registro Oficial Suplemento No. 525 del 25 de marzo de 2024, se reformó el artículo 5 de la Ley de Turismo, cambiando la denominación de "operación e intermediación turística" por "agenciamiento turístico". Por lo tanto, mediante Acuerdo Ministerial No. 007-2024, se expidió el Reglamento de Agenciamiento Turístico, publicado en el Tercer Suplemento del Registro Oficial No. 700, de 10 de diciembre de 2024.
- Mediante Acuerdo Ministerial No. 2018-037 se emitió el Acuerdo Ministerial para expedir los requisitos y tarifario para la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento, que tiene por objeto fijar los valores máximos, en el territorio ecuatoriano continental, correspondientes al pago de tasas por la concesión de la Licencia Única Anual de Funcionamiento. Desde la fecha referida, dicho instrumento normativo, ha presentado cuatro reformas parciales enfocadas principalmente en la modificación de valores correspondientes al cobro por concepto de LUAF, así como en la incorporación de clasificaciones en algunas actividades turísticas. Este hecho, sumado a la existencia de nuevas actividades turísticas, conforme la reforma a la Ley de Turismo promueve el desarrollo de una reforma integral al acuerdo ministerial, lo que permite contar con un documento completo, ordenado y sistémico. De esta manera, mediante Acuerdo Ministerial Nro. 008-2024 se expiden los requisitos y tarifario para la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento o su equivalente, Reglamento publicado en Registro Oficial Segundo Suplemento Nro. 701 de 11 de diciembre de 2024.

- El numeral 7 del artículo 5 de la Ley de Turismo señala como una de las actividades a la guianza turística, razón por la cual se deberá contar con la normativa que regule la obtención del registro de turismo y licencia única anual de funcionamiento para su ejercicio. En virtud de lo señalado, se emitió el Acuerdo Ministerial 009-2024 con el cual se expide el Reglamento que regula la obtención del registro de turismo y licencia única anual de funcionamiento o su equivalente para la actividad de guianza turística, publicado en Registro Oficial Segundo Suplemento Nro. 714 de 31 de diciembre de 2024.

4.4.4.2 Competitividad y Fomento Turístico

- El Ministerio de Turismo está facultado para realizar la calificación y registro de los proyectos turísticos, acciones de las cuales se desprenden también el seguimiento y monitoreo de los proyectos de inversión turística, con la finalidad de dar cumplimiento a lo dispuesto en la normativa legal vigente. Por ello se emitió un reglamento que regula el procedimiento para obtener la calificación y el registro de los proyectos de inversión dentro del ámbito turístico, con la finalidad de que los inversionistas puedan acceder al incentivo referido en el artículo innumerado agregado a continuación del artículo 9 de la Ley de Régimen Tributario Interno. El reglamento fue emitido mediante Acuerdo Ministerial 001 2024 de 15 de marzo de 2024, publicado en el Registro Oficial Suplemento No. 524 de 22 de marzo de 2024.

4.4.4.3 Promoción Turística

- Mediante Decreto Ejecutivo Nro. 299, suscrito el 12 de junio de 2024, se declara la Marca País Ecuador, que servirá para el posicionamiento del país a escala nacional e internacional mediante el fomento de la identidad cultural, socio-económica, deportiva, la biodiversidad, la imagen, la reputación, promoción del turismo, exportaciones, atracción de inversiones, y en ámbitos específicos declarados prioritarios por las autoridades nacionales competentes.

Con estos antecedentes, mediante Acta No. 018-CEM-2024, se aprobó el Reglamento de Uso de la Marca País en la sesión ordinaria Nro. 18 del 11 de septiembre de 2024, por la Comisión Estratégica de Marcas y publicado en el Registro Oficial Quinto Suplemento No.717 de 08 de enero de 2025.

Por otra parte, se resalta como gestión del Ministerio de Turismo que en el marco de lo que establece la Ley de Turismo en el artículo innumerado después del 39:

“Créase el “Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador” con el objetivo de financiar la ejecución de actividades, programas y proyectos de promoción, competitividad y desarrollo turístico del Ecuador. Será administrado por el Ministerio de Turismo y financiado con los valores recaudados por las tasas “Eco delta” y “Potencia Turística” de conformidad con las condiciones que establezca el Reglamento de esta ley.”, se emitió el Acuerdo Ministerial No. 2024-012 con el cual se emitió el Instructivo para la administración del “Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador” con el objetivo de establecer el modelo de administración, así como regular el procedimiento interno de operación del Fondo.

5. PRESUPUESTO 2024

En el período 2024, el Ministerio de Turismo ejecutó US\$ 15.063.992,95 lo cual representa el 82,96% de ejecución presupuestaria.

En el año 2024 el gasto corriente alcanzó una ejecución del 96,02%, distribuido en diversas acciones operacionales tales como: adquisición de equipos informáticos, pago de membresía a la OMT, suscripciones para el mantenimiento de las páginas web, además del pago de personal, arrendamientos, seguros, vigilancia, mantenimientos, servicios básicos, entre otros rubros propios de la prestación de servicios a la ciudadanía a nivel nacional.

El gasto de inversión alcanzó un devengamiento del 69,96%, mediante la ejecución de los siguientes proyectos:

- “Fomento a la inversión productiva de las microempresas turísticas”, con una ejecución presupuestaria del 62,34%, proyecto dirigido al sector Turístico nivel Mipymes que necesiten financiamiento con tasa preferencial y cumplan con los requisitos emitidos por BanEcuador.

- “Promoción para la Reactivación Turística del Ecuador”, con una ejecución presupuestaria del 70,31%, en el cual se ejecutaron las acciones de promoción, competitividad y fomento turístico detalladas en este informe.

Tabla 24: Ejecución Presupuestaria 2024

Tipo	Codificado	Comprometid o	Devengado	% Ejecutado
Inversión	9.104.434,03	8.273.416,66	6.369.825,98	62,34%
Corriente	9.054.453,94	8.796.698,89	8.694.166,97	96,02%
Total	18.158.887,9 7	17.070.115,55	15.063.992,9 5	82,96%

Fuente: Sistema de Administración Financiera- eSIGEF 31 de diciembre 2024

Elaboración: Dirección de Planificación, Seguimiento y Evaluación

6. ACCIONES ADMINISTRATIVAS

6.1 Contratación Pública de Obras y Servicios

El Ministerio de Turismo mantiene una línea transparente en el manejo de los fondos públicos con estricto apego a la normativa legal vigente como la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública –LOSNCPP y su Reglamento, instrumentos legales que determinan la forma y requisitos para ejecutar sus contrataciones en las diferentes formas de contratación establecidas.

Durante el año 2024, el Ministerio de Turismo ha realizado varias operaciones de contratación, tanto nacionales como internacionales, las mismas que se resumen en el siguiente cuadro:

Tabla 25: Contrataciones 2024

TIPO DE CONTRATACIÓN	ESTADO ACTUAL			
	Adjudicados		Finalizados	
	Número Total	Valor Total	Número Total	Valor Total
PROCESOS DE ÍNFIMA CUANTÍA	57	236.647,15	44	168.729,21
PROCESOS DE SUBASTA INVERSA ELECTRÓNICA	3	261.316,00	3	261.316,00
PROCESOS DE COTIZACIÓN BIENES Y/O SERVICIOS	8	1.072.747,07	8	1.072.747,07
PROCESOS DE CATÁLOGO ELECTRÓNICO	64	308.036,19	63	200.326,35
PROCESOS DE REGIMEN ESPECIAL-BIENES Y SERVICIOS ÚNICOS	2	194.409,28	1	157.000,00
PROCESOS DE REGIMEN ESPECIAL - TRANSPORTE DE CORREO INTERNO O INTERNACIONAL	1	15.000,00	1	15.000,00
PROCESOS DE REGIMEN ESPECIAL-COMUNICACIÓN SOCIAL – SELECCIÓN DE PROVEEDORES	4	4.412.140,86	1	54.717,78
PROCEDIMIENTOS ESPECIALES	8	110.466,59	3	18.864,20
LICITACIÓN DE SEGUROS	1	32.422,38	0	0,00
PROCEDIMIENTOS INTERNACIONALES	8	4.251.221,65	0	0,00

Elaborado: Ministerio de Turismo – Coordinación General Administrativo Financiero – Dirección Administrativa al 31 de diciembre 2024

Tabla 26: Donaciones 2024

Tipo	Bien	Valor Total
CHATARRIZACIÓN BIENES EN PLANTA CENTRAL	517 BIENES EN ESTADO DE INSERVIBLES	270.754,60

Tipo	Bien	Valor Total
CHATARRIZACIÓN BIENES EN DIRECCIÓN ZONAL 1-IBARRA	78 BIENES (EQ. INFORMÁTICO) EN ESTADO DE INSERVIBLES	22.594,98
CHATARRIZACIÓN BIENES EN DIRECCIÓN ZONAL 1-IBARRA	26 BIENES (MOBILIARIOS) EN ESTADO DE INSERVIBLES	4.306,49
CHATARRIZACIÓN BIENES EN DIRECCIÓN ZONAL 6-RIOBAMBA	138 BIENES EN ESTADO DE INSERVIBLES	54.745,85
CHATARRIZACIÓN BIENES EN DIRECCIÓN ZONAL 6-CUENCA-CAÑAR-MORONA	102 BIENES (EQ. INFORMÁTICO) EN ESTADO DE INSERVIBLES	34.656,72
CHATARRIZACIÓN BIENES EN DIRECCIÓN ZONAL 6-CUENCA-CAÑAR-MORONA	26 BIENES (MOBILIARIOS) EN ESTADO DE INSERVIBLES	5.151,06
TRANSFERENCIA GRATUITA BIENES EN DIRECCIÓN ZONAL 6-RIOBAMBA	TRANSFER-GRATUITA A UNIDAD EDUCATIVA CARLOS CISNEROS - 56 BIENES	2.906,32
TRANSFERENCIA GRATUITA BIENES EN DIRECCIÓN ZONAL 6-RIOBAMBA	TRANSFER-GRATUITA A GAD MUNICIPAL RIOBAMBA - 27 BIENES	1.261,00
CHATARRIZACIÓN BIENES EN DIRECCIÓN ZONAL 6-LOJA	88 BIENES EN ESTADO DE INSERVIBLES	29.074,51
CHATARRIZACIÓN BIENES EN DIRECCIÓN ZONAL 6-ZAMORA	3 BIENES EN ESTADO DE INSERVIBLES	837,16
CHATARRIZACIÓN BIENES EN DIRECCIÓN ZONAL 8-GUAYAS	447 BIENES EN ESTADO DE INSERVIBLES	123.838,22
CHATARRIZACIÓN BIENES EN DIRECCIÓN ZONAL INSULAR-ISLAS SANTA CRUZ-ISABELA-SAN CRISTOBAL	46 BIENES EN ESTADO DE INSERVIBLES	15.971,56
CHATARRIZACIÓN BIENES EN PLANTA CENTRAL	TRANSFER-GRATUITA A UNIDAD EDUCATIVA CARLOS CISNEROS - 52 BIENES	9.876,38

Elaborado: Ministerio de Turismo – Coordinación General Administrativo Financiero – Dirección Administrativa al 31 de diciembre 2024

7. EXAMENES REALIZADOS POR LAS ENTIDADES DE CONTROL



E
C
U
A
D
O
R

La ejecución de las actividades del Ministerio de Turismo se encuentra sujetas a revisión por parte de los organismos de control con el objetivo de determinar que éstos se encuentren apegados a la normativa legal vigente al momento de realizarlas y de esta manera transparentar las acciones y corregir errores en caso de existir.

Durante el año 2024 se realizaron las siguientes acciones de control por parte de la Contraloría General del Estado:

DNA2-052-2024. Examen especial a los procesos de adquisiciones de bienes y servicios bajo la modalidad de ínfima cuantía, su registro, uso y destino en la Matriz, por el período comprendido entre el 1 de enero de 2023 y el 31 de diciembre de 2023.

El Nuevo
Ecuador
NO SE
DETIENE

 **RENDICIÓN DE
CUENTAS 2024**

Ministerio de Turismo