

REGISTRO OFICIAL[®]

ÓRGANO DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR



MINISTERIO DE TURISMO

RESOLUCIÓN

No. 2025-066

**SE APRUEBA LA
ACTUALIZACIÓN DEL
PROGRAMA “FONDO DE
DESARROLLO TURÍSTICO DEL
ECUADOR”**

RESOLUCIÓN NRO. 2025-066

Mgs. Mateo Julián Estrella Durán
MINISTRO DE TURISMO

CONSIDERANDO:

- Que,** el artículo 154 de la Constitución de la República del Ecuador dispone: “(...) *A las ministras y ministros de Estado, además de las atribuciones establecidas en la ley, les corresponde: 1. Ejercer la rectoría de las políticas públicas del área a su cargo y expedir los acuerdos y resoluciones administrativas que requiera su gestión (...)*”;
- Que,** el artículo 226 ibidem prescribe que las servidoras o servidores públicos y las personas que actúen en virtud de una potestad estatal ejercerán solamente las competencias y facultades que les sean atribuidas en la Constitución y la Ley;
- Que,** el artículo 227 ut supra señala que la Administración Pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, entre otros;
- Que,** el artículo 15 de la Ley de Turismo determina: “*El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana (...)*”;
- Que,** el artículo innumerado después del artículo 39 de la Ley de Turismo dispone: “*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.*”;
- Que,** el artículo 76 del Reglamento de aplicación a Ley de Turismo establece: “*El “Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador”, será administrado por el Ministerio de Turismo, y sus recursos formarán parte del Presupuesto General del Estado; tanto su constitución como su operación deberán sujetarse a las disposiciones de la ley, al presente reglamento, al Acuerdo Ministerial establecido para su funcionamiento y gestión, y demás normativa legal vigente establecida en la administración de los recursos públicos. (...)*”

Los recursos públicos provenientes del "Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador" deberán estar consignados en el presupuesto institucional del Ministerio de Turismo, los que financiarán la ejecución de actividades, programas y proyectos de promoción, competitividad y desarrollo turístico del Ecuador, de conformidad a lo establecido en la Ley; y, los saldos no ejecutados de cada ejercicio fiscal se sujetarán a lo dispuesto en el artículo 167 del Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas. Se entenderán como ejecución de actividades, programas y proyectos de promoción, competitividad y desarrollo turístico del Ecuador, además, aquellas que consistan en gastos administrativos, operacionales y de funcionamiento que permitan el cumplimiento del objetivo del mencionado fondo y del Ministerio de Turismo (...)"

- Que,** el artículo 77 del Reglamento de aplicación a Ley de Turismo, respecto de las atribuciones y facultades del Presidente del "Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador", entre otras, establece la de aprobar el Plan Estratégico de dicho Fondo;
- Que,** mediante el Reglamento General de aplicación de la Ley Orgánica de Integridad Pública, que fue expedido mediante Decreto Ejecutivo Nro. 57, publicado en el Tercer Suplemento del Registro Oficial Nro. 87, de 23 de julio de 2025, se reformó el artículo 76 del Reglamento General de aplicación de la Ley de Turismo;
- Que,** mediante Acuerdo Ministerial Nro. 2025-013, de 1 de agosto de 2025, publicado en el Cuarto Suplemento del Registro Oficial Nro. 95, de 4 de agosto de 2025, el Ministro de Turismo expidió el Instructivo para la administración del "Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador";
- Que,** el artículo 5 del Instructivo para la administración del "Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador" define: "**Artículo 5.- Definiciones:** Para efectos del presente instrumento se considerarán las siguientes definiciones: a) **Programas/Proyectos:** Son iniciativas temporales desarrolladas para alcanzar un propósito, obteniendo un resultado medible de forma cuantitativa y cualitativa a través de indicadores y metas. Su vigencia podrá ser anual o plurianual alineado al Plan Estratégico del Fondo; (...) f) **Plan Operativo Anual:** Es el presupuesto anual planificado de los programas/proyectos, actividades y sus respectivas subactividades, alineado al plan nacional de desarrollo, plan institucional, Plan Estratégico del Fondo, objetivos de los programas y/o proyectos";
- Que,** el artículo 6 del Instructivo ibidem establece: "Son órganos de administración del fondo: a) El Presidente del "Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador"; b) El Comité Técnico; y, c) Las Direcciones del Ministerio de Turismo";

Que, de conformidad al artículo 7 del referido Acuerdo, son atribuciones y responsabilidades: ***“Del Presidente: (...) 3. Aprobar los programas y proyectos anuales y/o plurianuales, según corresponda, en el marco de programas de “Promoción Nacional e Internacional”, de “Competitividad Turística” y de “Desarrollo Turístico” y sus reformas de ser el caso; 4. Aprobar el Plan Anual y Plurianual Operativo del Fondo y sus posibles modificaciones, en función de la proyección de la recaudación anual de los recursos; (...);***

Que, de conformidad al artículo 8 del Acuerdo ibidem, son atribuciones y responsabilidades: ***“Del Comité Técnico: (...) 3. Emitir la viabilidad técnica de los documentos de propuesta de programas plurianuales de “Promoción Nacional e Internacional”, de “Competitividad Turística” y de “Desarrollo Turístico”; y, sus reformas de ser el caso, previa a la aprobación del Presidente del Fondo; 4. Validar el documento de propuesta del Plan Anual y Plurianual Operativo del Fondo; y, sus posibles modificaciones, en función de la proyección de la recaudación anual de los recursos, previa a la aprobación por parte del Presidente del Fondo; 5. Emitir la viabilidad técnica de los documentos de propuesta de proyectos anuales y/o plurianuales en el marco de los programas de “Promoción Nacional e Internacional”, de “Competitividad Turística” y de “Desarrollo Turístico”, y sus reformas de ser el caso; (...);***

Que, de conformidad al artículo 9 del mismo Acuerdo Ministerial, son atribuciones y responsabilidades: ***“De las Direcciones: Las Direcciones que estatutariamente conforman las Subsecretarías que integran el Comité Técnico del Fondo serán las encargadas de elaborar los documentos de propuesta del Plan Estratégico, Programas, Proyectos y el Plan Operativo, enmarcados en el ámbito del “Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador” (...);***

Que, el artículo 23 del Instructivo para la administración del “Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador” dispone: ***“(...) Artículo 23.- Sobre la actualización de Programas/Proyectos: Los programas/ proyectos podrán ser actualizados, en cualquier momento, previa validación técnica de las propuestas emitidas por las Direcciones que estatutariamente conforman las Subsecretarías que integran el Comité Técnico, considerando la guía única de programas/proyectos que se emita para el efecto, considerando las siguientes causales: 1. Por adición de componentes y actividades; 2. Por incremento del valor total del documento del programa/proyecto aprobado. El Presidente del Fondo autorizará la actualización de los programas/proyectos; y, dispondrá, al Comité Técnico y las Direcciones que correspondan, que en el término máximo de treinta (30) días contados a partir de su autorización, remitan la propuesta de actualización debidamente validada, para su aprobación, de ser el caso. Se podrán actualizar las metas previstas para cada***

programa/proyecto con la justificación pertinente. Dentro del término referido se implementará el proceso de elaboración, validación y aprobación de programas/proyectos, previsto en este Capítulo.”;

Que, el artículo 25 ibidem establece: **“Artículo 25.- Sobre actualización del Plan Operativo Anual:** *El Plan Operativo Anual podrá ser actualizado, en cualquier momento, previa validación técnica de las propuestas emitidas por una o varias de las Direcciones que estatutariamente conforman las Subsecretarías que integran el Comité Técnico y/o de las unidades ejecutoras, considerando las siguientes causales: 1. En los casos de actualización de los programas/proyectos; y, 2. En los casos que el valor de una actividad requiera superar el veinticinco por ciento (25%), correspondiente al último Plan Operativo Anual aprobado, resultado de una reforma o sumatoria de sus reformas. Para el caso de reformas de actividades o su sumatoria que no superen el veinticinco por ciento (25%), estas serán aprobadas por la Coordinación General de Planificación y Gestión Estratégica, con la justificación técnica proporcionada por la unidad requirente. La actualización del plan operativo deberá ser validada por el Comité Técnico y aprobada por el Presidente del Fondo. Dentro del término referido se implementará el proceso de elaboración, validación y aprobación del Plan Operativo Anual, previsto en este Capítulo.”*

Que, mediante Decreto Ejecutivo Nro. 9, de 27 de mayo de 2025, el Presidente Constitucional de la República del Ecuador, Daniel Noboa Azín, designó como Ministro de Turismo al Mgs. Mateo Julián Estrella Durán;

Que, mediante Resolución Nro. 2025-064, de 5 de agosto de 2025, se aprobó la actualización del Plan Estratégico del Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador;

Que, mediante Memorando Nro. MT-VT-2025-0228-M, de 5 de agosto de 2025, la Mgs. Mónica Margarita Riquetti Carrasco, Viceministra de Turismo y Presidenta del Comité Técnico del “Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador”, indicó al Presidente “Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador” lo siguiente:

(...) El Comité Técnico del Fondo de Desarrollo Turístico valida técnicamente los Programas del Fondo de Competitividad, Promoción y Desarrollo y confirma su alineación con el Plan Estratégico del Fondo de Desarrollo Turístico.

El Comité Técnico del Fondo de Desarrollo Turístico valida técnicamente los siguientes documentos y confirma su alineación con los techos presupuestarios definidos.

- *Programa/Proyecto: "Promoción para el posicionamiento turístico del Ecuador*

2025" con su cronograma valorado.

- Programa/Proyecto: "Fortalecimiento a la competitividad del sector turístico" con su cronograma valorado.
- Programa/Proyecto: "Desarrollo Territorial Turístico del Ecuador: Fortalecimiento de Capacidades, Gobernanza Descentralizada y Planificación Estratégica para un Turismo Sostenible"
- Plan Operativo Anual 2025 del Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador correspondiente a los programas/proyectos con proyectos plurianuales
- Plan Operativo Anual 2025 del Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador correspondiente al gasto operacional.

El Comité Técnico del Fondo de Desarrollo Turístico decide remitir los documentos para la revisión y aprobación al Presidente del Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador."

Que, mediante sumilla inserta en el Sistema de Gestión Documental Quipux, contenida en el Memorando Nro. MT-VT-2025-0228-M, antes referido, el Presidente del "Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador" señaló: *"Se aprueba la actualización de los Programa/Proyectos, Plan Operativo Anual 2025 del Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador con procesos plurianuales 2025-2026 conforme lo dispuesto en el "Instructivo para la Administración del "Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador". Adicionalmente, se dispone proceder con el instrumento jurídico para la aprobación";*

Que, ante la actualización del Plan Estratégico "Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador", es necesaria la actualización del Programa "Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador", con sus programas/proyectos; y, del Plan Operativo Anual 2025 del Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador con procesos plurianuales 2025-2026; y,

En ejercicio de las facultades que le confieren el numeral 1 del artículo 154 de la Constitución de la República del Ecuador, el artículo 15 de la Ley de Turismo; y, el Instructivo para la administración del "Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador",

RESUELVE:

Artículo 1.- Aprobar la actualización del Programa "Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador", que ha sido elaborado y validado de conformidad con los artículos 23 y 25 del Instructivo para la administración del "Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador"; y, remitido mediante Memorando Nro. MT-VT-2025-0228-M, de 5 de agosto de 2025, así como sus respectivos anexos, los cuales forman parte integrante de la presente resolución.

Asimismo, se aprueban los proyectos denominados:

- a. Programa/Proyecto: “Promoción para el posicionamiento turístico del Ecuador 2025”, con su cronograma valorado;
- b. Programa/Proyecto: “Fortalecimiento a la competitividad del sector turístico”, con su cronograma valorado; y,
- c. Programa/Proyecto: “Desarrollo Territorial Turístico del Ecuador: Fortalecimiento de Capacidades, Gobernanza Descentralizada y Planificación Estratégica para un Turismo Sostenible”, con su cronograma valorado.

Artículo 2.- Aprobar el Plan Operativo Anual 2025 del “Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador”, correspondiente a los programas/proyectos con proyectos plurianuales; y, el Plan Operativo Anual 2025 del Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador, correspondiente al gasto operacional.

Artículo 3.- Encárguese a la Coordinación General Jurídica la notificación de la presente resolución a los órganos de la administración y gestión del Fondo, descritos en el artículo 6 del Instructivo para la administración del “Fondo de Desarrollo Turístico del Ecuador”; y, a la Coordinación General de Planificación y Gestión Estratégica.

La presente Resolución entrará en vigencia a partir de su suscripción, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.

Encárguese a Coordinación General Jurídica la publicación de la presente Resolución en el Registro Oficial. Encárguese a la Dirección de Información y Medios Digitales la publicación de la presente Resolución en la página web institucional del Ministerio de Turismo y en los medios institucionales oficiales.

Dado en el D.M. de San Francisco de Quito, el 6 de agosto de 2025.

COMUNÍQUESE Y PUBLÍQUESE. -



Mgs. Mateo Julián Estrella Durán
MINISTRO DE TURISMO

2025

FONDO DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL ECUADOR

*Desarrollo Territorial Turístico del
Ecuador: Fortalecimiento de Capacidades,
Gobernanza Descentralizada y
Planificación Estratégica para un Turismo
Sostenible*

Agosto

Tabla de contenido

1.	<i>Datos generales</i>
1.1.	Nombre del programa/proyecto
1.2.	Código del programa/proyecto institucional CPI.....
1.3.	Monto Total
1.4.	Unidad Institucional Ejecutora.....
1.5.	Plazo de Ejecución.....
2.	<i>Problemática a Resolver y Viabilidad Técnica</i>
2.1	<i>Identificación del Problema</i>
2.2	<i>Indicador – Línea Base</i>
3.	<i>Alineación con la Planificación</i>
4.	<i>Objetivos</i>
4.1	Objetivo General
4.2	Objetivos Específicos
5.	<i>Indicadores</i>
5.1	Beneficiarios.....
6.	<i>Viabilidad.</i>
6.1	Viabilidad Técnica.....
6.2	Cronograma Presupuestario.....
6.3	Viabilidad Económica.....
6.4	Modelo de gestión.....
7.	<i>Estrategias de Seguimiento</i>
8.	<i>Firmas de responsabilidad</i>

1. Datos generales

1.1. Nombre del programa/proyecto

Desarrollo Territorial Turístico del Ecuador: Fortalecimiento de Capacidades, Gobernanza Descentralizada y Planificación Estratégica para un Turismo Sostenible

1.2. Código del programa/proyecto institucional CPI

2025.93.00

1.3. Monto Total

\$9.513.089,39 dólares americanos.

1.4. Unidad Institucional Ejecutora

Subsecretaría de Desarrollo Turístico

1.5. Plazo de Ejecución

Periodo (Años)	Fecha inicio:	Fecha fin:
17 meses	Agosto 2025	Diciembre 2026

2. Problemática a Resolver y Viabilidad Técnica

2.1 Identificación del Problema

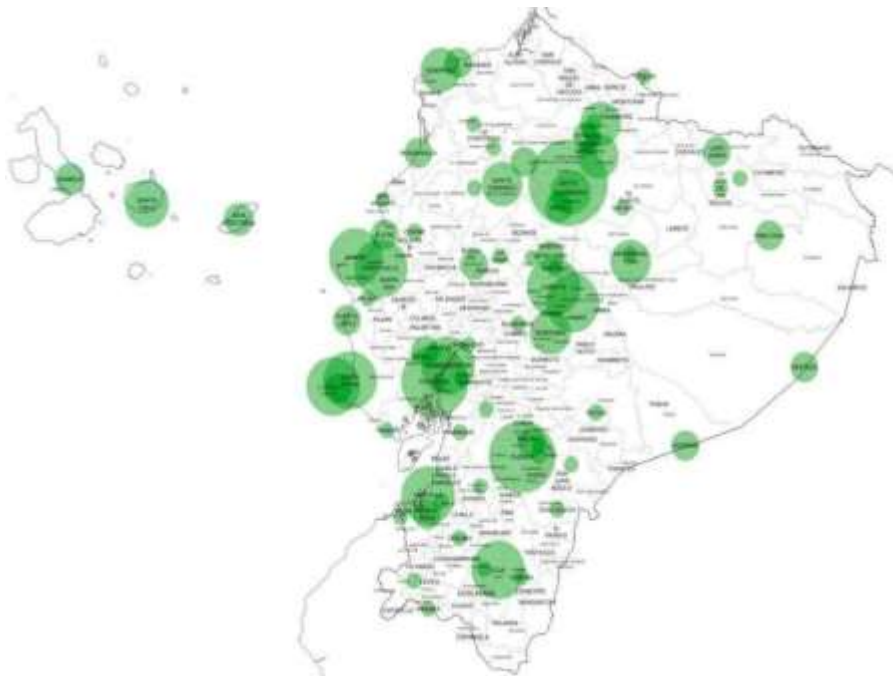


Ilustración 1: Niveles de concentración de la actividad turística en el Ecuador. Elaborado por la Dirección de Planificación y Desarrollo Territorial del MINTUR, 2025. Los círculos verdes reflejan distintos niveles de concentración, siendo mayores en tamaño aquellas áreas con una oferta más densa de servicios.

El turismo en Ecuador constituye un sector estratégico para el desarrollo económico, social y territorial, sustentado en su diversidad natural, cultural y su potencial como generador de empleo y cohesión social. No obstante, dicho potencial se encuentra distribuido de forma inequitativa en el territorio, concentrándose en destinos urbanos consolidados como Quito, Guayaquil, Cuenca, Baños y Galápagos. En contraste, muchos destinos cantonales emergentes presentan debilidades estructurales en su planificación, gestión y articulación territorial, lo que limita su posicionamiento en el mercado y su aporte al desarrollo sostenible.

Los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD), responsables de la gestión turística local tras la transferencia de competencias en 2016, enfrentan limitaciones técnicas, institucionales y operativas para ejercer eficazmente estas funciones. La falta de instrumentos de planificación turística integral, la carencia de sistemas de información geográfica accesibles, y la débil articulación con el gobierno central son factores que limitan la capacidad de los destinos cantonales para consolidar una oferta turística competitiva y sostenible.

A nivel económico, los indicadores del Valor Agregado Bruto Turístico (VABT) y del empleo turístico reflejan una alta concentración en las principales ciudades y polos turísticos consolidados, mientras que los destinos cantonales emergentes tienen una participación marginal en la economía turística nacional, limitando su contribución al desarrollo local, la generación de empleo y la reducción de la pobreza multidimensional.

A nivel económico, el análisis de las variables del Valor Agregado Bruto Turístico (VABT) y del empleo turístico evidencia una marcada concentración en las principales ciudades y polos turísticos consolidados del país. Este fenómeno se refleja en el mapa adjunto, donde los cantones con mayor concentración turística se representan en un color rojo más intenso. En contraste, los destinos cantonales emergentes muestran una participación marginal en la economía turística nacional, lo que limita su capacidad de contribuir al desarrollo local, la generación de empleo y la reducción de la pobreza multidimensional.

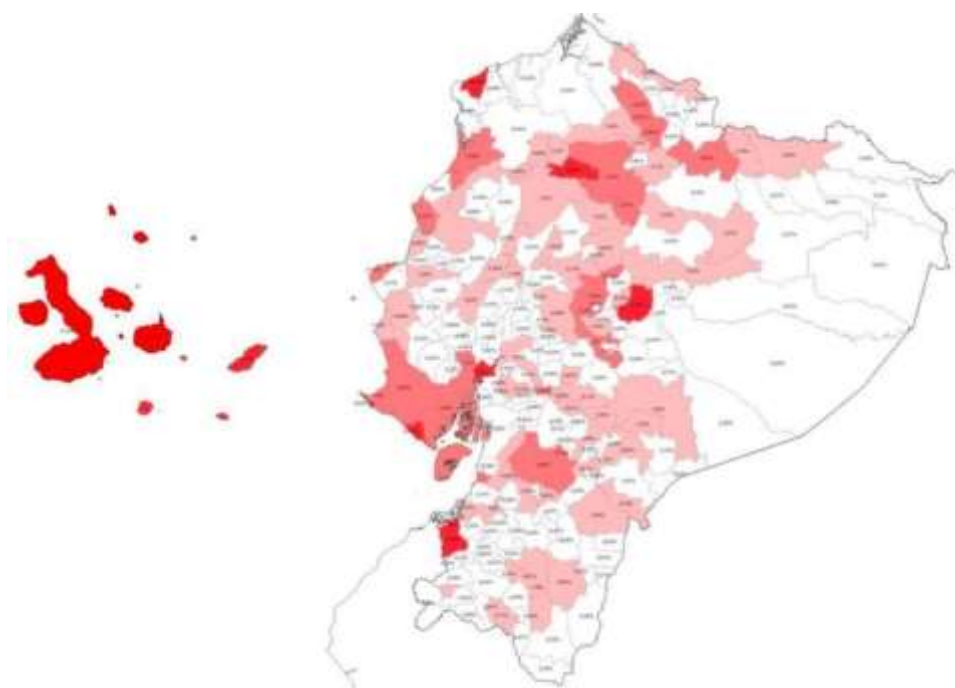
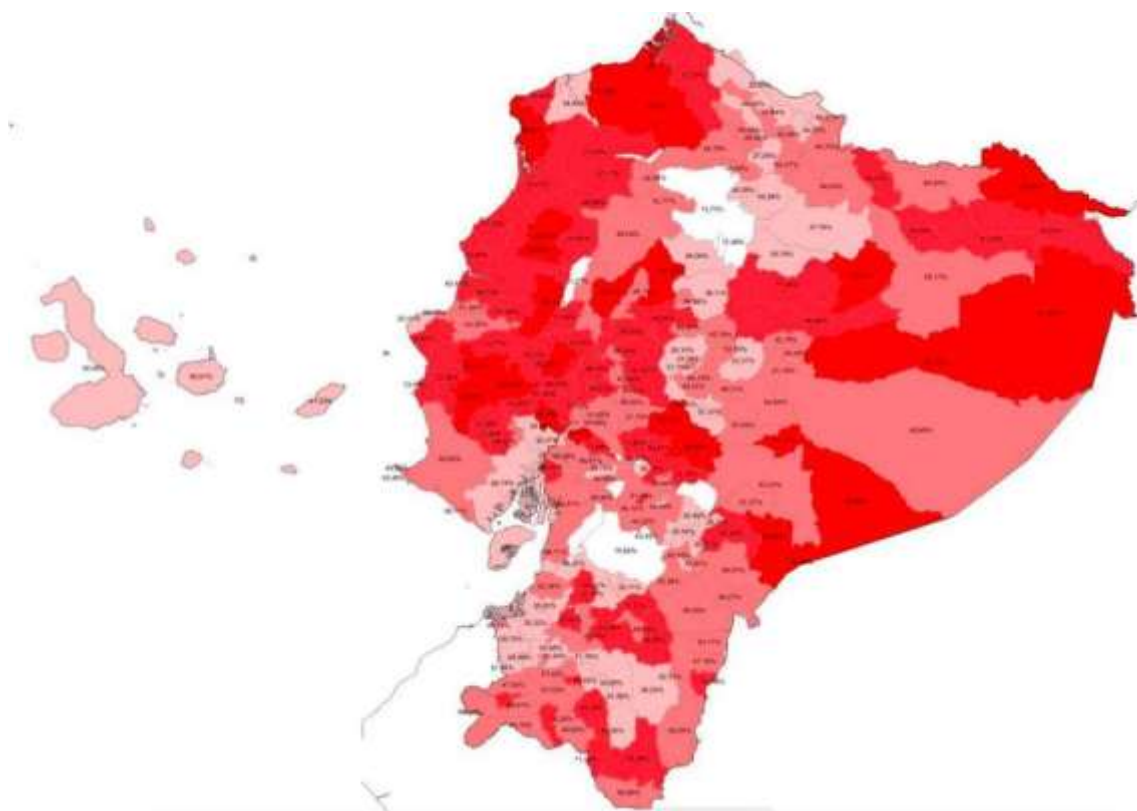


Ilustración 2: Contribución del Valor Agregado Bruto del Turismo (VABT) al VAB Local: Participación Relativa del Turismo en la Economía Cantonal del Ecuador. Elaborado por la Dirección de Planificación y Desarrollo Territorial del MINTUR, 2025.

Las desigualdades se profundizan en zonas rurales, amazónicas y costeras, donde la pobreza multidimensional coincide con bajos niveles de infraestructura turística, escasa conectividad y débil institucionalidad local, lo cual impide que estos territorios puedan posicionarse como destinos turísticos viables y sostenibles. Además, la fragmentación de datos e información turística entre los distintos niveles de gobierno dificulta la toma de decisiones basadas en evidencia, afectando la planificación estratégica y la priorización de inversiones en estos territorios.

La conectividad limitada en ciertas zonas rurales y amazónicas, junto con la ausencia de plataformas digitales integradas para la gestión turística local, restringe las oportunidades de crear corredores turísticos, diversificar la oferta y conectar destinos emergentes con polos turísticos consolidados. La inexistencia de sistemas de hitos informativos turísticos integrales y accesibles agrava estas limitaciones, afectando la experiencia del visitante y reduciendo la competitividad territorial.



*Ilustración 4: Distribución Territorial de la Pobreza Cantonal en Ecuador por Componentes Multidimensionales.
Elaborado por la Dirección de Planificación y Desarrollo Territorial del MINTUR, 2024*

En términos de gobernanza, la falta de mecanismos permanentes de articulación entre el Ministerio de Turismo, los GAD y las asociaciones nacionales de gobiernos locales (AME, CONGOPE, CONAGOPARE) dificulta la implementación coordinada de políticas, estrategias y programas turísticos, generando fragmentación institucional y reduciendo la efectividad de las acciones de desarrollo turístico en el territorio.

Asimismo, es fundamental consolidar mecanismos de articulación intergubernamental y de gobernanza multinivel que aseguren la sostenibilidad de las intervenciones y la integración efectiva de estos territorios al desarrollo turístico nacional.

El proyecto propuesto busca atender estas brechas mediante una estrategia integral que combina fortalecimiento institucional, innovación tecnológica, articulación territorial y desarrollo de productos turísticos, con el fin de reducir las desigualdades territoriales, mejorar la competitividad de los destinos cantonales y promover un modelo de turismo sostenible, inclusivo y articulado a las realidades locales.

Los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) aún enfrentan importantes limitaciones técnicas, operativas e institucionales para gestionar de manera efectiva sus destinos turísticos. La falta de personal especializado, herramientas de planificación actualizadas y acceso a sistemas de información geográfica impide una toma de decisiones informada, articulada y orientada a la sostenibilidad. Esta situación ha debilitado la capacidad de los territorios para elevar la experiencia del visitante y consolidarse como los destinos competitivos.

Existe debilidad en los mecanismos de articulación entre el nivel central y los GAD ha limitado la ejecución territorial de políticas públicas. Además, temas estratégicos como la sostenibilidad, la gastronomía y el patrimonio carecen de estrategias nacionales que los integren de forma transversal en el desarrollo turístico.

La producción y uso de información turística en Ecuador presenta vacíos en cobertura, metodología y actualización, además es necesario un sistema de indicadores que permita medir el impacto real del turismo en los territorios. Esta falta de datos confiables impide realizar análisis mesoeconómicos sólidos y limita la capacidad del país para planificar, monitorear e implementar políticas con base en evidencia.

La oferta turística nacional se encuentra fragmentada, sin estructura territorial integrada que potencie la identidad, sostenibilidad y competitividad de los destinos. A pesar de existir regiones con vocación turística común, estas no han sido estructuradas como macroproductos que articulen productos, conecten territorios y orienten inversiones estratégicas. La falta de planificación territorial integrada limita la consolidación de destinos con enfoque regional, inclusivo y sostenible.

En Ecuador, los destinos turísticos enfrentan desafíos estructurales que limitan su desarrollo equilibrado y sostenible. Entre ellos destacan la débil capacidad técnica y de planificación de los GAD, la falta de articulación intergubernamental, la ausencia de información turística confiable a nivel territorial y la inexistencia de estructuras integradas como los macroproductos turísticos. Estos problemas afectan la toma de decisiones, la eficiencia de la gestión local, la cohesión de las políticas públicas y la competitividad del país como destino turístico articulado. Con base en el análisis de la situación actual por componente, los problemas identificados son los siguientes:

- A pesar de la transferencia de competencias, muchos gobiernos locales no cuentan con equipos técnicos consolidados ni herramientas digitales como sistemas de información geográfica (SIG) que permitan planificar, coordinar y monitorear eficientemente el desarrollo turístico de su territorio, así como del área de influencia.
- En Ecuador, el turismo sostenible enfrenta diversos desafíos, muchas poblaciones locales y organizaciones comunitarias carecen de infraestructura turística, capacidades locales, acciones de gobernanza que vinculan actores locales en beneficio del territorio, acciones que en conjunto contribuyan de forma efectiva para atraer de forma continua a visitantes. La gastronomía tradicional, rica en diversidad y saberes ancestrales, corre el riesgo de ser desplazada por propuestas comerciales poco representativas y estrategias claras de para poner en valor cultural.
- Es así que Ecuador carece de un instrumento estratégico que oriente el desarrollo turístico a mediano y largo plazo, así como de espacios permanentes de coordinación y diálogo entre el Ministerio de Turismo, GADs y actores que forman parte de la actividad turística. Tampoco existen estrategias nacionales que fortalezcan acciones transversales de sostenibilidad, la gastronomía, aviturismo, MICE y turismo deportivo.

- La falta de actualización de una cuenta satélite nacional de turismo, la carencia de cuentas satélites de turismo locales, líneas base y metodologías estandarizadas impide medir el impacto real del turismo y limita en gran manera la formulación de políticas públicas basadas en evidencia, lo que limita la apropiación territorial de la información y su utilidad práctica.
- El aviturismo en el Ecuador, tiene un gran potencial reflejada en la alta biodiversidad y variedad de ecosistemas, que enfrentan varios retos como la pérdida de ecosistemas frágiles, limitada infraestructura especializada (senderos, torres de observación o señalética), escasa formación técnica en guías locales, y la débil articulación entre comunidades, GADs y operadores turísticos. Algo a resaltar es la presión sobre hábitats naturales, como la deforestación o expansión agrícola, que amenaza la conservación de especies clave, endémicas y que tiene un impacto directo sobre las expectativas y la experiencia del visitante de este nicho de mercado. Estas condiciones sumadas a la débil capacidad en los destinos emergentes, limitan al país como líder regional en turismo de aves.
- La inexistencia de estructuras funcionales que integren varias regiones bajo un concepto que contribuya al desarrollo y diversificación sostenible de los destinos reflejado en la consolidación de macroproductos debilita la competitividad territorial, limita el aprovechamiento de sinergias entre destinos y dificulta el desarrollo de estrategias integradas de planificación, implementación, consolidación e inversión para regiones con alto potencial turístico.

Gestión integral de los destinos turísticos a nivel local

La limitada capacidad de gestión, disponibilidad de recursos, capacidad institucional y herramientas tecnológicas de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) para gestionar de forma integral los destinos turísticos en sus territorios, limita el desarrollo sostenible de los mismos. Muchos de ellos han recibido la competencia turística desde el año 2017 sin embargo, muchos carecen de equipos técnicos con especialización en desarrollo y planificación turística, herramientas de gestión apropiadas a la realidad de su territorio y mecanismos de articulación con el nivel central. Esta debilidad institucional se agrava por la inexistencia de un sistema de información geográfica (SIG) institucional que integre variables de inteligencia artificial y, que contribuya a los gobiernos seccionales a visualizar datos espaciales, identificación de áreas prioritarias a intervenir y el monitoreo de indicadores de sostenibilidad turística. Esto da como resultado, la fragmentación a nivel local en lo relacionado a la toma de decisiones estratégicas, desarticulación o limitada conexión con relación a las prioridades en cuanto al tema turístico a nivel nacional.

a) Asistencia técnica a GADs para el fortalecimiento de la gestión turística en los destinos.

Características:

En su mayoría los GAD no cuentan con capacidades institucionales implementadas lo que tiene un impacto directo en el liderazgo de procesos de planificación, estructuración de productos y articulación territorial alrededor del turismo. No existen equipos técnicos consolidados ni personal especializado en turismo en muchos cantones y parroquias.

Causas:

Limitada existencia de recursos humanos y financieros para consolidar o fomentar el desarrollo de unidades técnicas de turismo; unido a la inexistencia de programas sostenidos de formación técnica especializada; así como la falta de ausencia de acompañamiento intergubernamental.

Efectos:

Gestión turística fragmentada, poco planificada y dependiente de cambios políticos; débil integración a lo largo de las cadenas de valor del turismo nacional; así como pérdida de oportunidades para el desarrollo económico local.

b) Implementación de un sistema de información geográfica (SIG) para la planificación turística**Características:**

No existe un Sistema de Información Geográfico (SIG) institucional operativo en el Ministerio de Turismo que articule información geoespacial de los destinos turísticos y que esté disponible para la planificación local y territorial .

Causas:

Carencia de infraestructura tecnológica y personal capacitado en SIG en los GAD; falta de interoperabilidad entre sistemas; débil priorización de la información territorial como herramienta de gestión y de toma de decisiones.

Efectos:

Falta de visibilidad del potencial turístico local; dificultades para priorizar inversiones y monitorear la sostenibilidad; toma de decisiones basada en criterios subjetivos o desactualizados.

Planificación territorial, gobernanza descentralizada y estrategias nacionales de turismo

La ausencia de una planificación territorial turística nacional actualizada constituye una limitante estructural que limita la articulación entre los distintos niveles de gobierno y frena el desarrollo equilibrado del sector. Sin una hoja de ruta que oriente el crecimiento del turismo a largo plazo, los GAD implementan iniciativas de forma aislada y muchas veces con enfoques divergentes. Esta situación se ve agravada por la falta de mecanismos institucionalizados de diálogo, coordinación y corresponsabilidad entre el Ministerio de Turismo y los gobiernos locales, lo que dificulta la implementación efectiva de políticas públicas. Además, el país no cuenta con estrategias nacionales consolidadas en temas clave como sostenibilidad, la gastronomía, aviturismo, MICE y turismo deportivo, lo que impide convertir estas áreas en ejes articuladores del desarrollo turístico y limita la movilización de actores e inversiones en torno a ellas

a) Elaboración del Plan de Desarrollo Territorial y de Vocación Turística al 2035**Características:**

El país carece de un instrumento nacional actualizado que defina una visión a largo plazo del desarrollo turístico territorialmente equilibrado.

Causas:

Discontinuidad en los procesos de planificación; inexistencia de metodologías integrales para vincular vocaciones territoriales con tendencias del mercado.

Efectos:

Proliferación de iniciativas desarticuladas a nivel local; debilidad en la priorización estratégica de inversiones; sobrecarga en destinos consolidados y subutilización de destinos emergentes.

b) Congreso para el fortalecimiento de la descentralización turística**Características:**

No existen espacios permanentes de articulación entre los GAD y el Ministerio de Turismo. Los intercambios actuales son puntuales y no generan sistematización de buenas prácticas.

Causas:

Debilidad en la institucionalización de mecanismos de coordinación multinivel; baja participación de GAD en procesos de formulación de política pública turística.

Efectos:

Falta de corresponsabilidad en la ejecución de políticas; duplicación de esfuerzos o implementación de estrategias contradictorias; baja apropiación local de las políticas nacionales.

c) Formulación de estrategias nacionales de sostenibilidad, la gastronomía, aviturismo, MICE y turismo deportivo.**Características:**

No existen estrategias nacionales articuladoras en estos ámbitos clave para la competitividad del turismo.

Causas:

Baja priorización política e institucional; falta de liderazgo intersectorial; insuficiente evidencia técnica que justifique su desarrollo.

Efectos:

Desaprovechamiento del potencial gastronómico y patrimonial; dispersión de esfuerzos; pérdida de oportunidades para el posicionamiento internacional del Ecuador en nichos especializados.

Base técnica y estadística del turismo nacional y territorial

El problema principal en este componente es la falta de un sistema nacional de información turística que integre información mesoeconómica nacional con articulación prevista de cobertura territorial, validación metodológica y actualización periódica. La fragmentación y desarticulación de los datos entre instituciones y la inexistencia de cuentas satélite de turismo a nivel local dificultan la caracterización precisa del turismo en los cantones y provincias, así como la medición de su aporte real a la economía. La escasez de indicadores estandarizados, líneas base confiables y mecanismos de seguimiento limita la evaluación de políticas y proyectos, impidiendo tomar decisiones basadas en evidencia. A esto se suma una baja apropiación territorial de la información producida, debido a la falta de estrategias de divulgación, actualización y formación técnica para los actores locales.

a) Estudio mesoeconómico nacional y cuentas satélites de turismo local

- **Características:**

La información turística del país es fragmentada, poco estandarizada y no permite caracterizar con precisión el aporte del turismo a nivel local.

- **Causas:**

Falta de coordinación entre entidades productoras de datos; nula inversión en estudios técnicos; inexistencia de metodología nacional para cuentas satélite locales.

- **Efectos:**

Toma de decisiones sin evidencia territorial; invisibilización del aporte económico y social del turismo a las economías locales; falta de argumentos técnicos para justificar inversiones públicas o privadas.

Macroproductos turísticos

El modelo actual de desarrollo turístico en el Ecuador refleja una alta fragmentación de productos y destinos, lo que ha derivado en una débil articulación de los actores a nivel del territorio y en una competencia dispersa entre localidades y territorios, espacios en los que la articulación y complementariedad pueden ser claves. A pesar de existir regiones con vocaciones turísticas — como la Amazonía, la región andina, la franja costera, las islas Galápagos o las áreas protegidas—, Ecuador no ha sido planificado desde una visión integral, como el enfoque de macroproductos turísticos que las integren bajo una propuesta unificada de planificación, puesta en práctica, promoción e inversión. Esta carencia limita la capacidad del Estado para generar estrategias que fortalezcan la competitividad territorial, promuevan la inversión coordinada y fomenten un modelo de turismo sostenible basado en la gestión del territorio como unidad funcional, en la que se fomente modelos que fomentan medios de vida sostenible en las poblaciones locales y la conservación de la biodiversidad, poniendo en valor la alta diversidad del territorio.

Diseño y delimitación de macroproductos turísticos

Características:

No existen unidades funcionales territoriales que integren destinos con vocaciones turísticas comunes bajo estrategias conjuntas de desarrollo, construcción, promoción e inversión.

Causas:

Limitado desarrollo de estudios técnicos para identificar complementariedades territoriales; en el que no existen mecanismos de trabajo colaborativo entre GADs; inexistencia de modelos operativos de gobernanza por macroproducto que contribuyan a la conservación y al desarrollo integral del destino.

Efectos:

Alta competencia y débil comparación entre destinos; baja eficiencia en el uso de recursos; limitada articulación de productos que limita la creación de experiencias diversificadas y sostenibles para el visitante.

Resumen de problemas:

Efecto	Gestión turística fragmentada, improvisada y dependiente de cambios políticos; débil integración a cadenas de valor del turismo nacional; pérdida de oportunidades para el desarrollo económico local y sostenible a nivel del territorio.	Falta de visibilidad del potencial turístico local; dificultades para priorizar inversiones y monitorear la sostenibilidad; toma de decisiones basada en criterios subjetivos o desactualizados.	Presencia de iniciativas desarticuladas a nivel local; debilidad en la priorización estratégica de inversiones; sobrecarga en destinos consolidados y subutilización de destinos emergentes.	Limitada corresponsabilidad en la ejecución de políticas públicas; duplicación de esfuerzos o implementación de estrategias contradictorias; baja apropiación local de las políticas nacionales.	Limitada priorización política e institucional; falta de liderazgo intersectorial; insuficiente evidencia técnica que justifique su desarrollo.	Toma de decisiones sin medición a nivel territorial; invisibilización del aporte del turismo a las economías locales; falta de argumentos técnicos para justificar inversiones públicas o privadas.	Competencia entre destinos; baja eficiencia en el uso de recursos; limitada articulación de productos que impide crear experiencias diversificadas y sostenibles para el visitante
Limitaciones en la gestión, planificación y sostenibilidad de los destinos turísticos.							
Causa	Falta de recursos humanos y financieros para consolidar unidades técnicas de turismo; inexistencia de programas sostenidos de formación técnica; ausencia de acompañamiento intergubernamental.	Carencia de infraestructura tecnológica y personal capacitado en SIG en los GAD; falta de interoperabilidad entre sistemas; débil priorización de la información territorial como herramienta de gestión.	Discontinuidad en los procesos de planificación; inexistencia de metodologías integrales para vincular vocaciones territoriales con tendencias del mercado.	Debilidad en la institucionalización de mecanismos de coordinación multinivel; baja participación de GAD en procesos de formulación de política pública turística.	Desaprovechamiento del potencial gastronómico y patrimonial; dispersión de esfuerzos; pérdida de oportunidades para el posicionamiento internacional del Ecuador en nichos especializados.	Falta de coordinación entre entidades productoras de datos; escasa inversión en estudios técnicos; inexistencia de metodología nacional para cuentas satélite locales.	Falta de estudios técnicos para identificar complementariedades territoriales; débil cultura de trabajo colaborativo entre GAD; inexistencia de modelos operativos de gobernanza por macroproducto.

2.2 Indicador – Línea Base

Desde 2018, el Ministerio de Turismo del Ecuador impulsa la estrategia “Pueblos y Rincones Mágicos” como una propuesta de desarrollo orientada a diversificar la oferta de destinos turísticos a nivel local, promoviendo aquellos territorios que conservan su identidad cultural, patrimonio natural y ofrecen experiencias auténticas. Hasta 2025 se han reconocido 21 Pueblos Mágicos y 12 Rincones Mágicos. Complementariamente, seis localidades han sido distinguidas por ONU Turismo como Best Tourism Villages por su compromiso con el turismo rural y sostenible. Además, desde 2024 se ejecuta el programa de Mercados Gastronómicos, con seis mercados tradicionales convertidos en productos turísticos, y se fortalece el turismo rural y comunitario, consolidando una oferta diversificada, descentralizada y con enfoque territorial.

Sobre lo detallado anteriormente se plantea el indicador del problema que será solventado a través del cumplimiento del objetivo general; establece la situación y tendencia previa a la implementación de acciones de mitigación.

Indicador de Línea Base	Unidad de medida	Año Base	Línea Base
Número de destinos turísticos con gestión territorial fortalecida mediante capacidades técnicas, planificación, articulación institucional, estrategias y uso de información georreferenciada o estadística	Número de destinos	2024	44

3. Alineación con la Planificación

Alineación a las herramientas estratégicas de la Ministerio.

Alineación a la Planificación:	
Objetivo Estratégico Fondo de Desarrollo Turístico:	<i>Objetivo 3: Desarrollar productos desde la perspectiva del mercado, diversificar la oferta y desarrollar las vocaciones territoriales de los destinos.</i>

4. Objetivos

I.1 Objetivo General

Fortalecer la gestión territorial del turismo en el Ecuador mediante el desarrollo de capacidades técnicas, la planificación participativa, la articulación multinivel, el uso de información georreferenciada y estadística, la definición de estrategias y la estructuración de macroproductos turísticos, con el fin de mejorar la competitividad, sostenibilidad e integración de los destinos turísticos a nivel nacional y local.

I.2 Objetivos Específicos

- Fortalecer la gestión integral de los destinos turísticos a nivel local, mejorando las capacidades de planificación, gestión y monitoreo territorial de los GAD. A través de la asistencia técnica especializada y el desarrollo de un sistema de información geográfica (SIG) en la plataforma institucional del MINTUR, se pretende dotar de herramientas técnicas y tecnológicas de vanguardia a los actores locales. Las actividades contempladas en este componente permitirán articular acciones de planificación participativa, fortalecer las capacidades institucionales y mejorar la toma de decisiones mediante datos geoespaciales actualizados y confiables.
- Fortalecer de la planificación territorial turística, la consolidación de la gobernanza descentralizada y el diseño de estrategias nacionales que respondan a las prioridades de sostenibilidad, identidad cultural y especialización del producto. A través de estudios técnicos, mecanismos de articulación intergubernamental y estrategias sectoriales, se busca posicionar al turismo como un eje estructurante del desarrollo territorial, adaptado a las características y vocaciones de cada región del Ecuador.

- Fortalecer la base técnica y estadística del turismo mediante la elaboración de estudios mesoeconómicos de carácter nacional así como su articulación y fomento de cuentas satélite de turismo local, así como también la implementación de sistemas de indicadores nacionales y locales homologables. Esto permitirá orientar la planificación territorial con base en evidencia, así como garantizar la apropiación y actualización continua de la información.
- Estructurar macroproductos turísticos como unidades funcionales de planificación territorial y gestión turística. Estos macroproductos agruparán destinos con vocaciones comunes permitiendo articular productos existentes, mejorar la competitividad y atraer inversión, bajo criterios de sostenibilidad y complementariedad económica, para la puesta en valor del patrimonio natural y cultural.

5. Indicadores

Meta del Indicador	Unidad	2025	2026	Total
Destinos turísticos con gestión territorial fortalecida mediante capacidades técnicas, planificación, articulación institucional, estrategias y uso de información georreferenciada o estadística	Número de GAD beneficiarios	49	54	54 ¹

Indicador Componentes	Unidad	Línea Base (2024)	2025	2026	Total
Número de GAD asistidos técnicamente	Número	44	0 ²	44	44
Número de instrumentos nacionales y mecanismos de gobernanza turística elaborados e implementados para fortalecer la planificación territorial y el desarrollo sostenible del turismo	Número	1	1	4	5
Número de componentes de estudio mesoeconómico del turismo actualizado y divulgado.	Número	0 ³	1	9	10
Número de GAD que forman parte de los Estudios técnicos para la construcción de macroproductos	Número	0 ⁴	5	5	10

i.1 Beneficiarios

La identificación de los beneficiarios directos e indirectos se encuentra alineada con el objetivo del proyecto, buscando fortalecer los destinos turísticos con procesos vinculados al MINTUR, mejorando su imagen, infraestructura y servicios para beneficiar tanto a los gestores locales como a los actores de la cadena de valor turística.

Beneficiarios Directos:

Son los 45 Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales priorizados para intervenir en sus destinos turísticos con procesos en curso del MINTUR, quienes recibirán asistencia técnica,

¹ El valor del indicador es acumulado; es decir, cada dato anual incluye el avance alcanzado en los años anteriores, reflejando el total progresivo logrado desde la línea base establecida.

² La implementación del indicador "Número de GAD asistidos técnicamente" no podrá completarse durante el año 2025, ya que los procesos de asistencia técnica requieren un período de ejecución que supera el tiempo disponible en el presente ejercicio fiscal.

³ La línea base del indicador es cero porque se trata de una actividad nueva que no ha sido ejecutada previamente. Su implementación responde a una necesidad identificada como prioritaria y constituye un componente clave para el cumplimiento de los objetivos establecidos en el período de planificación.

⁴ DEM

herramientas de gestión, formación y acompañamiento para fortalecer sus capacidades en la gestión turística territorial.

Tipo Beneficiarios	Descripción	2025	2026	TOTAL
Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales	Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales priorizados para intervenir en sus destinos turísticos con procesos en curso del MINTUR,	5	49	54

Beneficiarios indirectos:

Los beneficiarios indirectos del proyecto comprenden a 202 Gobiernos Autónomos Descentralizados (178 cantonales y 24 provinciales) próximos a los cantones que serán intervenidos y a 6.434 prestadores de servicios turísticos ubicados en los 44 cantones priorizados. Este grupo se beneficiará de manera indirecta mediante el aumento de la afluencia turística en sus territorios, lo que generará mayor demanda de servicios, fortaleciendo la actividad económica local y las cadenas de valor asociadas al turismo.

Tipo Beneficiarios	Descripción	Año 1	Año 2	TOTAL
GAD	Gobiernos autónomos descentralizados para la gestión del desarrollo y la garantía del buen vivir, a través del ejercicio de sus competencias.	202 GAD municipales, 178 GAD Parroquiales Cantonales, 24 GAD Provinciales	202 GAD municipales, 178 GAD Parroquiales Cantonales, 24 GAD Provinciales	202 GAD municipales, 178 GAD Parroquiales Cantonales, 24 GAD Provinciales
Prestadores de servicios turísticos	Persona o entidad que ofrece servicios turísticos a los turistas en el destino.	6.434	6.434	6.434

6. Viabilidad.

I Viabilidad Técnica.

La viabilidad técnica del proyecto se sustenta en una planificación estructurada, organizada en cuatro componentes estratégicos, cada uno con actividades y subactividades concretas orientadas a superar las limitaciones actuales del desarrollo turístico en el país. La implementación del proyecto estará respaldada por equipos técnicos especializados, consultorías profesionales, desarrollo de herramientas tecnológicas que integren inteligencia artificial y una articulación institucional multiescalar. Esto permitirá una ejecución eficaz y adaptada a las realidades de los destinos turísticos priorizados, acorde las competencias institucionales del Ministerio de Turismo y sus lineamientos estratégicos.

Componente 1.

El Componente 1 busca fortalecer la gestión integral de los destinos turísticos a nivel local, mejorando las capacidades de planificación, gestión y monitoreo territorial de los GAD. A través de la asistencia técnica especializada y el desarrollo de un sistema de información geográfica (SIG) en la plataforma institucional del MINTUR, se pretende dotar de herramientas técnicas y tecnológicas de vanguardia a los actores locales. Las actividades contempladas en este componente permitirán articular acciones de planificación participativa, fortalecer las capacidades institucionales y mejorar la toma de decisiones mediante datos geoespaciales actualizados y confiables.

- **Actividad 1.1:** La contratación de una consultoría técnica permitirá acompañar a los GAD en el desarrollo de sus capacidades para la planificación turística con enfoque en sostenibilidad, para fortalecer la ejecución en territorio.

- **Actividad 1.2:** Se prevé la estructuración e implementación del SIG en línea, que permitirá integrar datos territoriales, turísticos y ambientales para facilitar la toma de decisiones y el monitoreo de la sostenibilidad de los destinos. Esta herramienta será clave para la planificación basada en evidencia.

Componente 2

El Componente 2 se orienta al fortalecimiento de la planificación territorial turística, la consolidación de la gobernanza descentralizada y el diseño de estrategias nacionales que respondan a las prioridades de sostenibilidad, identidad cultural y especialización del producto. A través de estudios técnicos, mecanismos de articulación intergubernamental y estrategias sectoriales, se busca posicionar al turismo como un eje estructurante del desarrollo territorial, adaptado a las características y vocaciones de cada región del Ecuador.

- **Actividad 2.1:** Se contratarán estudios técnicos especializados para elaborar el Plan de Desarrollo Territorial y de Vocación Turística al 2035 para el Ecuador continental e insular. En el ámbito continental, el instrumento permitirá priorizar inversiones y orientar la planificación del sector en función del análisis integral de la oferta, la demanda y la vocación de los destinos. En Galápagos, el estudio incorpora criterios de sostenibilidad, capacidad de carga y enfoque ecoturístico, garantizando un desarrollo ordenado y alineado con las particularidades del archipiélago.

- **Actividad 2.2:** La realización del Congreso para el Fortalecimiento de la Descentralización Turística permitirá consolidar un espacio técnico y político de articulación entre el Ministerio de Turismo y los Gobiernos Autónomos Descentralizados. A través de esta actividad se promoverá el intercambio de experiencias, el fortalecimiento de capacidades locales y la generación de consensos sobre el modelo de gestión del turismo, priorizando la aplicación efectiva de las competencias descentralizadas.

- **Actividad 2.3:** Se desarrollarán cuatro estrategias nacionales: de Turismo Gastronómico, Turismo Sostenible, Aviturismo y Desarrollo de Producto, y Turismo MICE y Deportivo. Estas estrategias brindarán lineamientos técnicos y metodológicos para orientar la planificación, y articulación de inversiones en cada segmento, contribuyendo a posicionar al Ecuador como un destino diverso, especializado y competitivo a nivel nacional e internacional.

Componente 3

El Componente 3 busca fortalecer la base técnica y estadística del turismo mediante la elaboración de estudios mesoeconómicos de carácter nacional así como su articulación y fomento de cuentas satélite de turismo local, así como también la implementación de sistemas de indicadores nacionales y locales homologables. Esto permitirá orientar la planificación territorial con base en evidencia, así como garantizar la apropiación y actualización continua de la información.

- Actividad 3.1: Se externalizará la asistencia técnica, asesoría para la creación un sistema de indicadores turísticos en consistencia con las cuentas nacionales que aporte a un estudio mesoeconómico que considere la actualización de la línea base del BCE y que en virtud de éste no solo actualice para análisis transversales, sino que además retroponga años previos a fin de que permita análisis longitudinales; de la misma manera deberá desarrollar indicadores territoriales que definan metodologías, líneas base y mecanismos de divulgación para su apropiación por parte de los actores territoriales; por último, deberá incluir un proceso de divulgación de los resultados de lo anterior para que se inicie un proceso de apropiación territorial de las cifras, de las metodologías y del proceso de generación territorial propia de estadísticas así como el aprendizaje de tomar decisiones basadas en evidencias y datos.

Componente 4

El Componente 4 plantea estructurar macroproductos turísticos como unidades funcionales de planificación territorial y gestión turística. Estos macroproductos agruparán destinos con vocaciones comunes permitiendo articular productos existentes, mejorar la competitividad y atraer inversión, bajo criterios de sostenibilidad y complementariedad económica, para la puesta en valor del patrimonio natural y cultural.

- Actividad 4.1: Se ejecutarán estudios técnicos para la delimitación y diseño de seis macroproductos turísticos en zonas clave del país, incluyendo destinos como: Áreas Naturales Protegidas, Avenida de los Volcanes, Ruta del Sol, Galápagos By Land, Circuito Sur y Amazonía, . Esta actividad contará con el apoyo de consultorías especializadas, equipo técnico especializado y recursos logísticos para la recopilación de información territorial y su validación participativa en territorio, para la toma de decisiones en base a la realidad de los territorios .

Todos los componentes podrán planificar y ejecutar pasajes y viáticos al exterior e interior según la necesidad institucional de cada proceso.

2 Cronograma Presupuestario

En cumplimiento de lo establecido, se presenta el **Anexo 1: Cronograma Valorado**, el cual constituye una parte indispensable de este inciso. Este documento detalla la planificación temporal de las actividades del proyecto, incluyendo la distribución de recursos y tiempos estimados para cada fase de ejecución. Su finalidad es garantizar un seguimiento estructurado de las acciones previstas, facilitando el control y cumplimiento de los hitos establecidos.

FONDO DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL ECUADOR				
Datos Generales:				
Nombre Programa/Proyecto:		Programa/Proyecto de Desarrollo Territorial Turístico del Ecuador: Fortalecimiento de Capacidades, Gobernanza Descentralizada y Planificación Estratégica para un Turismo Sostenible		
Cronograma Valorado:				
COMPONENTES	ACTIVIDADES	2025	2026	TOTAL
COMPONENTE 1.Fortalecer la gestión integral de los destinos turísticos a nivel local, mejorando las capacidades de planificación, gestión y monitoreo territorial de los GAD. A través de la asistencia técnica especializada y el desarrollo de un sistema de información geográfica (SIG) en la plataforma institucional del MINTUR, se pretende dotar de herramientas técnicas y tecnológicas de vanguardia a los actores locales. Las actividades contempladas en este componente permitirán articular acciones de planificación participativa, fortalecer las capacidades	ACTIVIDAD 1.1. - La contratación de una consultoría técnica permitirá acompañar a los GAD en el desarrollo de sus capacidades para la planificación turística con enfoque en sostenibilidad, para fortalecer la ejecución en territorio.	1.012.333,31	1.012.333,31	2.024.666,62
	ACTIVIDAD 1.2.Se prevé la estructuración e implementación del SIG en línea, que permitirá integrar datos territoriales, turísticos y ambientales para facilitar la toma de decisiones y el monitoreo de la sostenibilidad de los destinos. Esta herramienta será clave para la planificación basada en evidencia.	202.835,31	202.835,31	405.670,62

institucionales y mejorar la toma de decisiones mediante datos geoespaciales actualizados y confiables.				
COMPONENTE 2. Fortalecer de la planificación territorial turística, la consolidación de la gobernanza descentralizada y el diseño de estrategias nacionales que respondan a las prioridades de sostenibilidad, identidad cultural y especialización del producto. A través de estudios técnicos, mecanismos de articulación intergubernamental y estrategias sectoriales, se busca posicionar al turismo como un eje estructurante del desarrollo territorial, adaptado a las características y vocaciones de cada región del Ecuador.	ACTIVIDAD 2.1. - Se contratarán estudios técnicos especializados para elaborar el Plan de Desarrollo Territorial y de Vocación Turística al 2035 para el Ecuador continental e insular. En el ámbito continental, el instrumento permitirá priorizar inversiones y orientar la planificación del sector en función del análisis integral de la oferta, la demanda y la vocación de los destinos. En Galápagos, el estudio incorpora criterios de sostenibilidad, capacidad de carga y enfoque ecoturístico, garantizando un desarrollo ordenado y alineado con las particularidades del archipiélago.	700.000,00	700.000,00	1.400.000,00
	ACTIVIDAD 2.2. -La realización del Congreso para el Fortalecimiento de la Descentralización Turística permitirá consolidar un espacio técnico y político de articulación entre el Ministerio de Turismo y los Gobiernos Autónomos Descentralizados. A través de esta actividad se promoverá el intercambio de experiencias, el fortalecimiento de capacidades locales y la generación de consensos sobre el modelo de gestión del turismo, priorizando la aplicación efectiva de las competencias descentralizadas.	200.000,00	0,00	200.000,00
	ACTIVIDAD 2.3. - Se desarrollarán cuatro estrategias nacionales: de Turismo Gastronómico, Turismo Sostenible, Aviturismo y Desarrollo de Producto, y Turismo MICE y Deportivo. Estas estrategias brindarán lineamientos técnicos y metodológicos para orientar la planificación, y articulación de inversiones en cada segmento, contribuyendo a posicionar al Ecuador como un destino diverso, especializado y competitivo a nivel nacional e internacional.	970.955,56	970.955,55	1.941.911,11

COMPONENTE 3. - Fortalecer la base técnica y estadística del turismo mediante la elaboración de estudios mesoeconómicos de carácter nacional así como su articulación y fomento de cuentas satélite de turismo local, así como también la implementación de sistemas de indicadores nacionales y locales homologables. Esto permitirá orientar la planificación territorial con base en evidencia, así como garantizar la apropiación y actualización continua de la información.	ACTIVIDAD 3.1. -Se externalizará la asistencia técnica, asesoría para la creación un sistema de indicadores turísticos en consistencia con las cuentas nacionales que aporte a un estudio mesoeconómico que considere la actualización de la línea base del BCE y que en virtud de éste no solo actualice para análisis transversales, sino que además retroale años previos a fin de que permita análisis longitudinales; de la misma manera deberá desarrollar indicadores territoriales que definan metodologías, líneas base y mecanismos de divulgación para su apropiación por parte de los actores territoriales; por último, deberá incluir un proceso de divulgación de los resultados de lo anterior para que se inicie un proceso de apropiación territorial de las cifras, de las metodologías y del proceso de generación territorial propia de estadísticas así como el aprendizaje de tomar decisiones basadas en evidencias y datos.	520.955,56	370.955,56	891.911,12
COMPONENTE 4. - Estructurar macroproductos turísticos como unidades funcionales de planificación territorial y gestión turística. Estos macroproductos agruparán destinos con vocaciones comunes permitiendo articular productos existentes, mejorar la competitividad y atraer inversión, bajo criterios de sostenibilidad y complementariedad económica, para la puesta en valor del patrimonio natural y cultural.	ACTIVIDAD 4.1. -Se ejecutarán estudios técnicos para la delimitación y diseño de seis macroproductos turísticos en zonas clave del país, incluyendo destinos como: Áreas Naturales Protegidas, Avenida de los Volcanes, Ruta del Sol, Galápagos By Land, Circuito Sur y Amazonía, . Esta actividad contará con el apoyo de consultorías especializadas, equipo técnico especializado y recursos logísticos para la recopilación de información territorial y su validación participativa en territorio, para la toma de decisiones en base a la realidad de los territorios .	1.325.535,73	1.323.394,19	2.648.929,92
TOTAL		4.932.615,47	4.580.473,92	9.513.089,39

Viabilidad Económica

La viabilidad económica del proyecto se encuentra relacionado al beneficio costo, resultantes de las acciones a ser realizadas en el año 2025 y 2026, enfocadas al fortalecimiento de productos turísticos con enfoque territorial y de mercado, articulación territorial y fortalecimiento de capacidades para la gestión turística descentralizada, gestión inteligente de destinos turísticos a través de Información turística digital y desarrollo en destinos y productos turísticos.

Inversión:

La inversión considera cada uno de los componentes y presupuesto, considerados en el proyecto y están relacionados a las acciones a ser realizadas. El valor total de la inversión alcanza un valor de 9.513.089,39 dólares americanos.

Operación y Mantenimiento:

Gastos relacionados destinados al correcto funcionamiento del proyecto, los mismos que no son considerados en los montos de inversión. Los gastos operativos del proyecto constituyen los rubros que se emplean para el apoyo en la ejecución del proyecto, enmarcados en la operatividad del mismo y que no estén incluido en el presupuesto de inversión. Se considera los gastos en

los cuales interviene personal del Ministerio, como por ejemplo gastos de agua, luz, sueldos, gastos de traslados del personal como apoyo en el cumplimiento de las actividades planificadas.

Los gastos administrativos, operacionales y de funcionamiento que aportarán al cumplimiento del objetivo del Fondo de Desarrollo Turístico y del Ministerio de Turismo, para el año 2025 (agosto-diciembre) ascienden a de USD 3.327.635,25 y para el año 2026 a USD 8.960.387,95, los mismos que se distribuyen: 70% programa/proyecto de promoción, 15% programa/proyecto de competitividad y 15% programa/proyecto de desarrollo.

Correspondiéndole al programa/proyecto “Desarrollo Territorial Turístico del Ecuador: Fortalecimiento de Capacidades, Gobernanza Descentralizada y Planificación Estratégica para un Turismo Sostenible”, los valores de acuerdo al siguiente detalle:

DETALLE	Año 2025	Año 2026
OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO (GASTO CORRIENTE)	499.145,29	1.344.058,19

Beneficios.

Cálculo beneficios del proyecto

El cálculo de los beneficios del proyecto, giran en torno a los 222 GAD cantonales, 24 GAD, los cuales se beneficiarían con los diferentes productos y servicios presentados en el Proyecto “Desarrollo Territorial Turístico: Fortalecimiento de Capacidades y Gestión Descentralizada en el Ecuador”.

Explícitamente se considera a los GAD que tuvieron participación en los programas desarrollados por el Ministerio de Turismo, que presenta un porcentaje de intervenciones de 17,89% con relación al total de GAD.

GAD que participaron en Programas del Ministerio de Turismo

GAD	PM	RM	BTV	MG	DTI	PTS	CPT
OTAVALO		1	1	1			
CUENCA		1		1	1		
PUERTO LOPEZ	1					2	
EL CHACO	1		1				1
SANTA ELENA		2					
PORTOVIEJO	1			1			
IBARRA	1		1				
LAGO AGRIO	1						1
GUARANDA		2					
SAN VICENTE							1
PEDERNALES							1
SAN CRISTOBAL	1						
SAN MIGUEL DE LOS BANCOS			1				
RIOBAMBA		1					
AMBATO		1					
RUMIÑAHUI	1						
GONZALO PIZARRO							1
COTACACHI	1						
CAYAMBE	1						
LOJA		1					
LATACUNGA		1					
ALAUSI	1						
ARCHIDONA				1			
ESMERALDAS	1						
SHUSHUFINDI	1						
PUTUMAYO							1
ORELLANA		1					
CUYABENO							1
AGUARICO			1				
Guayaquil				1			
GUALAQUIZA	1						
GUANO	1						

SUCRE							1
QUIJOS							1
CALVAS	1						
PATATE	1						
CASCALES							1
JAMA							1
ZARUMA	1						
SARAGURO	1						
AZOGUES	1						
CHORDELEG	1						
MONTUFAR	1						
EL TAMBO			1				
Intervenciones totales	21	11	6	5	1	2	11
Programas Ministerio de Turismo	PM	RM	BTV	MG	DTI	PTS	CT
Intervención de un programa	1	1	1	1	1	1	1
Intervención adicional un programa	1	1					1

Fuente: Información de los programas facilitados por las Direcciones de Planificación y Desarrollo Territorial y Dirección de Productos y Destinos. **Elaborado por:** Subsecretaría de Desarrollo Turístico.

PM: Pueblos Mágicos

RM: Rincones Mágicos

BTV: Best Tourism Villages by UN Tourism

MG: Mercados Gastronómicos

DTI: Transformación Digital de Destinos

PTS: Playas Turísticas Sostenibles

CPT: Corredores de Potencialidad Turística

Otro aspecto a ser considerado en el proyecto gira en torno a las ventas generadas por el sector turístico, las cuales están relacionadas con la entrega de un determinado bien o servicio bajo un precio determinado a cambio de una contraprestación económica en forma de dinero por parte de un vendedor o proveedor.

La información de ventas presentada en el siguiente cuadro, corresponde al total de las ventas por provincia y cantón, de alojamiento y otras actividades turísticas, presentadas por los 44 GAD que mantiene vinculación con los programas presentados por el Ministerio de Turismo.

Total ventas por actividades relacionadas a turismo, 2021-2024 en millones de dólares

Provincia	Cantón	2021	2022	2023	2024
Azuay	Chordeleg	0,18	0,16	0,18	0,3
Azuay	Cuenca	139,64	190,43	222,55	231,05
Bolívar	Guaranda	5,37	6,05	7,9	7,9
Cañar	Azogues	5,92	6,65	7,01	8,98
Cañar	El Tambo	0,28	0,43	0,57	0,53
Carchi	Montufar	1,05	1,46	1,36	1,34
Chimborazo	Alausí	1,49	1,64	1,89	1,28
Chimborazo	Guano	3,13	3,83	4,06	3,9
Chimborazo	Riobamba	35,48	41,72	51,39	53,1
Cotopaxi	Latacunga	14,38	17,11	19,68	21,55
El Oro	Zaruma	8,36	9,98	10,46	11,44
Esmeraldas	Esmeraldas	13,46	14,06	19,54	23,01
Galápagos	San Cristóbal	35,05	68,62	76,3	79,4
Guayas	Guayaquil	750,07	960,43	1.129,87	1.067,89
Imbabura	Cotacachi	2,86	3,91	4,64	4,13
Imbabura	Ibarra	47,78	59,03	66,51	69,74
Imbabura	Otavalo	12,88	15,46	17,52	17,58
Loja	Calvas	9,16	11,03	11,24	11,1
Loja	Loja	68,66	83,42	91,72	92,36
Loja	Saraguro	0,45	0,48	1	0,93
Manabí	Jama	1,05	0,79	1,14	1,15
Manabí	Pedernales	2,98	4,32	4,55	3,86
Manabí	Portoviejo	30,15	38,74	44,71	44,95
Manabí	Puerto López	1,48	1,92	2,01	1,65
Manabí	San Vicente	1,24	1,33	1,42	1,12
Manabí	Sucre	2,51	3,11	3,87	3,36
Morona Santiago	Gualaquiza	3,32	3,7	4,45	4,18
Napo	Archidona	2,9	2,7	2,45	2,24

Napo	El Chaco	0,96	1,52	2	2,61
Napo	Quijos	6,53	8,8	10,02	10,65
Orellana	Aguarico	1,82	2,52	3,73	3,87
Orellana	Orellana	26,93	32,81	37	38,18
Pichincha	Cayambe	11,89	13,43	16,1	17,22
Pichincha	Rumiñahui	29,66	35,39	39,6	33,65
Pichincha	San Miguel De Los Bancos	3,54	5,11	4,56	3,87
Santa Elena	Santa Elena	14,32	19,49	20,87	21,53
Sucumbios	Cáscales	0,4	0,31	0,41	0,42
Sucumbios	Cuyabeno	1,06	1,69	2,11	1,7
Sucumbios	Gonzalo Pizarro	0,6	1,12	0,72	0,99
Sucumbios	Lago Agrio	22,69	29,84	33,42	28,84
Sucumbios	Putumayo	3,41	3,72	3,91	3,64
Sucumbios	Shushufindi	8,95	13,91	13,99	14,13
Tungurahua	Ambato	83,72	126,74	140,71	141,06
Tungurahua	Patate	0,72	0,71	1,16	1,03
TOTAL		1.418,47	1.849,61	2.140,29	2.093,39

Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI) – SAIKU (F104), descargado el 27 03 2025.

Elaborado por: Subsecretaría de Desarrollo Turístico.

La fuente de los datos se obtiene del Formulario 104 declaración del impuesto al valor agregado del Servicio de Rentas Internas. Página del SRI: <https://srienlinea.sri.gob.ec/saiku-ui/>

La metodología de cálculo de las ventas son la extracción de las estadísticas multidimensionales del formulario 104 total de ventas y exportaciones de las actividades vinculadas al turismo (29 clasificaciones de acuerdo a la CIIU 4.0).

Las ventas totales generadas en los 44 GAD en el periodo presentado, se observa una tendencia decreciente, lo cual se puede observar en el siguiente cuadro.

Años	Tasa de crecimiento (%)
2022	30,39%
2023	15,72%
2024	-2,19%

Fuente: Ventas presentados por los 44 GAD.

Elaborado por: Subsecretaría de Desarrollo Turístico.

Con la finalidad de manejar valores corrientes, los totales de ventas presentados en millones de dólares se multiplican por un millón.

Ventas totales.

Años	Ventas dólares
2022	1.849.611.578,80
2023	2.140.294.567,87
2024	2.093.390.328,25

Fuente: Ventas presentados por los 44 GAD.

Elaborado por: Subsecretaría de Desarrollo Turístico.

La diferencia de las ventas registrada entre el año 2024 y 2023 registra una reducción en las ventas de 46.904.239,62 dólares. A través de la ejecución del proyecto se estima recuperar en ventas del 17,89%, porcentaje resultante de las intervenciones de los 44 GAD con relación al total de GAD.

GAD con intervenciones	44
Total de GAD	246
Porcentaje de intervenciones	17,89%

Con estos parámetros se calculan los beneficios del proyecto.

BENEFICIOS (USD Corrientes) (a)	
Decrecimiento ventas año 2024	46.904.239,62
Porcentaje de intervenciones	17,89%

Beneficios	8.389.376,19
Estimación de recuperación ventas	

Para el año 2026, se estima un crecimiento del 15%, presentando un valor de 9.647.782,62.

Beneficios Económicos	8.389.376,19	9.647.782,62
Beneficios Estimación de recuperación ventas	8.389.376,19	9.647.782,62

Es importante resaltar que el turismo genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados (y más allá de estos) fundamentalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y proveerse.

Flujo económico:

Respecto al flujo económicos del proyecto, y medir el impacto económico del proyecto "Desarrollo Territorial Turístico: Fortalecimiento de Capacidades y Gestión Descentralizada en el Ecuador", se considera las ventas totales de las actividades vinculadas al sector turístico como son alojamiento y otras actividades del sector turístico como son alimentos y bebidas, transporte entre otras. El flujo económico del proyecto, es el resultado de la diferencia entre los beneficios del proyecto por concepto de ventas turísticas generadas por los prestadores de servicios turísticos, con los valores de la inversión, gastos de operación y mantenimiento.

FLUJO ECONÓMICO

Detalle	2025	2026	Total
(+)Ingresos	8.389.376,19	9.647.782,62	18.037.158,81
Beneficios	8.389.376,19	9.647.782,62	
(-)Egresos	5.431.760,76	5.924.532,11	11.356.292,87
Inversión	4.932.615,47	4.580.473,92	
Gasto Operativos	499.145,29	1.344.058,19	

Viabilidad económica

BENEFICIOS (USD Corrientes) (a)	18.037.158,81
EGRESOS (b)	11.356.292,87
Beneficio / Costo (B/C):	1,59

Fuente: Información levantada por la Subsecretaría de Desarrollo Turístico. Elaborado por la Subsecretaría de Desarrollo Turístico.

El índice Beneficio / Costo (B/C) alcanza un valor de 1,59, la cual presenta una relación mayor a 1, lo que significa que los beneficios superan la inversión, y por lo tanto la inversión es rentable para la implementación.

4 Modelo de gestión

El modelo de gestión del proyecto responde a un enfoque integral, colaborativo y multinivel, liderado por la Subsecretaría de Desarrollo Turístico en el marco del Plan Estratégico del Fondo de Desarrollo Turístico (FDT). Su objetivo es asegurar una ejecución eficiente, técnica y participativa, orientada al fortalecimiento de capacidades territoriales, la planificación turística sostenible y la consolidación de macroprodutos turísticos integrados.

Esta estructura organizativa articula a los ejecutores técnicos, co-ejecutores territoriales y unidades de apoyo institucional bajo un esquema coordinado que promueve la corresponsabilidad, la descentralización efectiva y la sostenibilidad de los resultados en el mediano y largo plazo.

Ejecutores

- La ejecución técnica y operativa del proyecto estará a cargo de tres direcciones clave de la Subsecretaría de Desarrollo Turístico, las cuales forman parte del Órgano de Administración del Fondo:

- Dirección de Planificación y Desarrollo Territorial: será responsable de coordinar la planificación territorial turística y los procesos de descentralización. Ejecutará el Plan de Desarrollo Territorial y de Vocación Turística al 2035, así como el Congreso Nacional de Descentralización Turística, asegurando la articulación con los GAD, la coherencia técnica de los instrumentos de planificación. Se encargará también de la formulación de estrategias nacionales en sostenibilidad, gastronomía y patrimonio cultural.
- Dirección de Productos y Destinos: liderará la asistencia técnica a los GAD para el fortalecimiento de la gestión turística local, la estructuración de macroproductos turísticos sostenibles y la implementación del sistema de información geográfica (SIG).
- Dirección de Información Turística y Análisis Económico: tendrá a su cargo el diseño y ejecución del estudio mesoeconómico nacional del turismo, la construcción de indicadores territoriales estandarizados y la implementación de metodologías estadísticas que permitan fundamentar las decisiones de política pública y planificación en evidencia técnica.

Co-ejecutores

El rol de co-ejecutores será desempeñado por los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) priorizados, como actores fundamentales en la implementación local de las acciones. De ellos se espera:

- Participación en los procesos de planificación territorial y fortalecimiento institucional.
- Validación y aplicación de los productos y estrategias generadas.
- Aportación de información y conocimiento local para alimentar los estudios y plataformas.
- Apropiación de las herramientas desarrolladas y sostenibilidad de su implementación.

Asimismo, se incluirán como co-ejecutores las asociaciones nacionales de gobiernos locales (AME, CONGOPE, CONAGOPARE), que facilitarán la articulación multinivel, la difusión de productos y el acompañamiento técnico en territorio.

Unidades de Apoyo

El proyecto contará con el respaldo de diversas unidades del Ministerio de Turismo, responsables de garantizar la legalidad, eficiencia y viabilidad administrativa del proceso. Estas incluyen:

1. Coordinación General Administrativa Financiera: Apoyo en presupuestos, ejecución financiera y contrataciones.
2. Coordinación General de Planificación y Gestión Estratégica: Supervisión de la alineación del proyecto a los planes institucionales.
3. Coordinación General Jurídica: Acompañamiento en procesos legales, convenios y normativa aplicable.
4. Direcciones Zonales del MINTUR: Facilitación del trabajo territorial, levantamiento de información y acompañamiento técnico local.
5. Delegados institucionales: Acompañarán las decisiones estratégicas y validación de avances técnicos.

Mecanismos de coordinación y articulación operativa

La Subsecretaría de Desarrollo Turístico será responsable de asegurar la articulación efectiva entre todos los actores del modelo de gestión, mediante:

- Mesas técnicas interdireccionales para validar productos, coordinar procesos y establecer lineamientos técnicos conjuntos.
- Comités de seguimiento para evaluar el avance operativo y técnico del proyecto, detectar alertas tempranas y aplicar correctivos.
- Convenios de cooperación con los GAD para establecer compromisos de corresponsabilidad, transferencia de capacidades y sostenibilidad local.
- Herramientas digitales como plataformas SIG, sistemas de indicadores y geoportales para la integración de información territorial y turística.
- Eventos participativos como el Congreso de Descentralización Turística, para socializar avances, compartir buenas prácticas y generar consensos técnicos y políticos.

Este modelo de gestión garantiza una implementación ordenada, multisectorial y con visión de sostenibilidad, promoviendo que los productos generados por el proyecto sean apropiados, utilizados y escalados por los actores del territorio, contribuyendo al desarrollo turístico sostenible del Ecuador.

Organigrama del Proyecto



7. Estrategias de Seguimiento

La Coordinación de Planificación y Gestión Estratégica elaborará un informe trimestral con los insumos provistos por la o las unidades ejecutoras del programa/proyecto, el que, será remitido al comité técnico y presidente del Fondo de Desarrollo Turístico; con el objeto de que conozcan los avances y las problemáticas identificadas, para la toma oportuna de medidas correctivas.

8. Firmas de responsabilidad

Validado por	
Nombre / Cargo	Firma
Mónica Margarita Riquetti Carrasco Viceministra de Turismo Presidente del Comité	 Firmado electrónicamente por: MONICA MARGARITA RIQUETTI CARRASCO Validar únicamente con FirmaSC
Carlos Eduardo Tapia Palacios Subsecretario de Desarrollo Turístico (s)	 Firmado electrónicamente por: CARLOS EDUARDO TAPIA PALACIOS Validar únicamente con FirmaSC

Carlos Eduardo Tapia Palacios Subsecretario de Competitividad y Fomento Turístico	 Firmado electrónicamente por: CARLOS EDUARDO TAPIA PALACIOS Validar únicamente con FirmaEC
Ana Beatriz Ontaneda Vega Subsecretaria de Promoción (S)	 Firmado electrónicamente por: ANA BEATRIZ ONTANEDA VEGA Validar únicamente con FirmaEC
Venus Inés Rodríguez Tapia Asesora Delegada de la máxima autoridad	 Venus Ines Rodríguez Tapia 

Consolidado por	
Nombre / Cargo	Firma
David Alejandro Totoy Moreno Coordinador General de Planificación y Gestión Estratégica	 Firmado electrónicamente por: DAVID ALEJANDRO TOTOY MORENO Validar únicamente con FirmaEC

Asesoría	
Nombre / Cargo	Firma
Fernando Bolívar Cano Mendoza Coordinador General Jurídico	 Firmado electrónicamente por: FERNANDO BOLIVAR CANO MENDOZA Validar únicamente con FirmaEC
Gina Patricia Hernández Brito Coordinadora General Administrativa Financiera	 Firmado electrónicamente por: GINA PATRICIA HERNANDEZ BRITO Validar únicamente con FirmaEC

2025

**FONDO DE DESARROLLO TURÍSTICO
DEL ECUADOR**

**Programa/Proyecto
“Fortalecimiento a la
competitividad del sector
Turístico”**

AGOSTO 2025

FONDO DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL ECUADOR

1. Datos generales

1.1. Nombre del programa / proyecto

1.2. Código del programa / proyecto institucional CPI

1.3. Monto Total

1.4. Unidad institucional ejecutora

1.5. Plazo de Ejecución

2. Problemática a Resolver y Viabilidad Técnica

2.1. Identificación del Problema.....

2.2. Indicador – Línea Base

3. Alineación con la Planificación

4. Objetivo del Proyecto

4.1. Objetivo General.....

4.2 Objetivos Específicos

5. Indicadores

5.1. Beneficiarios

6. Viabilidad

6.1. Viabilidad Técnica

6.2. Cronograma Presupuestario.....

6.3. Viabilidad Económica.....

Inversión:

Operación y Mantenimiento:

Beneficios.

6.4. Modelo de gestión del Proyecto

7. Estrategias de Seguimiento

8. Firmas de responsabilidad.....

1. Datos generales

1.1. Nombre del programa / proyecto

“Fortalecimiento a la competitividad del sector turístico”

1.2. Código del programa / proyecto institucional CPI

2025.93.00.002

1.3. Monto Total

USD. 9.513.089,40

1.4. Unidad institucional ejecutora

Subsecretaría de Competitividad y Fomento Turístico

1.5. Plazo de Ejecución

El plazo de ejecución del proyecto es de 1 año 5 meses, desde agosto de 2025 a hasta diciembre de 2026.

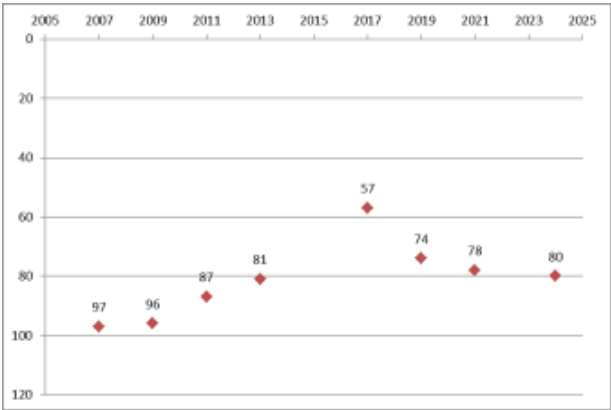
Periodo (meses)	Fecha inicio:	Fecha fin:
17 meses	Agosto 2025	Diciembre 2026

2. Problemática a Resolver y Viabilidad Técnica

2.1. Identificación del Problema

Ecuador, a pesar de su riqueza natural y cultural, enfrenta desafíos significativos en su búsqueda por ser un destino competitivo a nivel mundial. El reporte 2024 del Índice de Desarrollo de Viajes y Turismo (TTDI) desarrollado por el Foro Económico Mundial (WEF por sus siglas en inglés), ubicó al país en el puesto 80 de 119 economías analizadas, lo cual refleja un descenso de 23 puestos desde la medición de 2017, cuando el país obtuvo su mejor ubicación histórica.

Gráfico 1. Evolución en el Ranking de Competitividad Turística del Ecuador



Fuente: Foro Económico Mundial - World Economic Forum (2024).

Nota: El Ecuador no fue parte de la evaluación mundial en el año 2015.

Considerando las dos últimas mediciones (2021 – 2024), el desarrollo de viajes y turismo del Ecuador ha mostrado leves mejorías en 9 de los 17 pilares que componen el Índice de Desarrollo de Viajes y Turismo, pero también retrocesos en 7 de los restantes pilares. En 1 pilares se mantiene el mismo score.

En términos generales, el score mejoró en el pilar de salud e higiene; recursos humanos y mercado laboral; tecnologías de la información y la comunicación; priorización de viajes y turismo; infraestructura de transporte aéreo; recursos naturales; recursos culturales; recursos no lúdicos y sustentabilidad ambiental. Mientras que los pilares con retrocesos en el score del destino son: seguridad y protección; apertura a los viajes y al turismo; competitividad en precios; infraestructura del transporte terrestre y fluvial; servicios e infraestructura para turistas; impacto socioeconómico del turismo y, sostenibilidad de la demanda del turismo.

Los pilares con peor calificación son los pilares de ambiente de negocios (110), seguridad y protección (107), impacto socioeconómico (104), recursos humanos y mercado laboral (100) y además el pilar de infraestructura del transporte terrestre y fluvial (91). Asimismo, en temas de conectividad, acceso a infraestructura y servicios digitales, Ecuador ocupa el puesto 88 en el ranking mundial. Estos pilares, claves del desarrollo y de la competitividad de los destinos, sin duda, condicionan el mal posicionamiento de Ecuador en el ranking global.

En un ejercicio comparativo entre los principales competidores del destino Ecuador en la región, se puede evidenciar que el país con mejor posicionamiento es Chile (31), le sigue Colombia (50) y Costa Rica (51) y más relegado se encuentra Perú (62).

A escala regional, el país está 54 puestos por debajo de Brasil (24 en el ranking), que es el mejor puntuado de Sudamérica.

A continuación, se presenta el comparativo de los índices de interés con relación a los principales competidores de la región:

Tabla 1. Posición dentro del Índice de Desarrollo de Viajes y Turismo

Tema	Ecuador	Colombia	Perú	Costa Rica	Chile
Entorno para hacer negocios	110	69	59	58	40
Seguridad	107	116	104	76	108
Mercado laboral	100	68	73	47	52
Conectividad y servicios digitales	88	66	79	56	39

Fuente: <https://panoramaecuador.com/ecuador-en-el-indice-de-competitividad-turistica/>

Nota* Entre más abajo esté en el ranking, menor calificación tiene el país y es menos competitivo

En el ámbito de la innovación, Ecuador se sitúa en el puesto 105 del Índice Global de Innovación (GII - por sus siglas en inglés), según la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI) en su reporte 2024. Este índice que mide la capacidad de un país para generar propuestas innovadoras, evaluando factores como infraestructura, capital humano e investigación, y desarrollo de mercado, ha ubicado al país a niveles similares de países africanos como Ghana (101) o Rwanda (104). Entre los países de América Latina y el Caribe, se encuentra por debajo de Bolivia (100), Costa Rica (70) y Colombia (61) y por encima de otros países como Nicaragua (124), Guatemala (122) y Honduras (114).

Las principales fortalezas de innovación de Ecuador están en los indicadores: Marcas registradas por origen/mil millones de dólares PPA del PIB (23), la valoración unicornio, % del PIB (30) y el uso de energía con bajas emisiones de carbono (34). Sus mayores debilidades se encuentran en los indicadores: Acuerdos de empresas conjuntas/alianzas estratégicas/millones de PPA\$ PIB (121), Exportaciones de servicios TIC, % del comercio total (119) y Estabilidad de las políticas para hacer negocios (117).

En este escenario, está claro que mejorar el posicionamiento en el Índice Global de Innovación (GII) no es una tarea fácil y los resultados de los esfuerzos institucionales tampoco se podrán evidenciar de manera inmediata. Sin embargo, se debe tomar en cuenta que es posible tomar medidas adecuadas y que, de sostenerlas en el tiempo, se podrá influir directamente en el clima de inversión, de innovación y de creación de empleo.

La innovación en el campo turístico supone todo cambio o mejora en el producto o servicio, es decir todo cambio basado en el conocimiento que genera valor. La innovación en este sentido, está asociada a nuevos modelos de competencia, complementariedad y a la eficiencia en el aprovechamiento de las ventajas competitivas del destino, pero además del incentivo continuo al talento humano y el capital social. Un destino fundado en la innovación como fuente económica y de desarrollo sostenible puede ser considerado un destino creativo e innovador.

Por otro lado, abordando el ámbito de la digitalización, conforme el diagnóstico de la iniciativa Economía Digital para América Latina y el Caribe del Grupo Banco Mundial en 2024, estableció que Ecuador ha logrado avances significativos en la adopción de tecnologías digitales durante la última década, logrando que el 60% de los hogares tengan acceso a Internet, un aumento de 28 puntos porcentuales desde 2014. Sin embargo, el país tiene una limitada cantidad de negocios digitales en relación con el PIB y la población, por debajo de pares regionales como Brasil, Chile, Honduras, Jamaica y Uruguay.

Varios informes y estudios confirman el bajo nivel de digitalización y de competencias digitales de las micro y pequeñas empresas, las cuales tienen un grado incipiente de incorporación de las soluciones digitales en el tejido productivo provocando la imposibilidad de una modernización de la economía y de crecimiento potencial a medio plazo. Esto ha derivado en un limitado mejoramiento de los factores productivos, el aumento del tamaño de las mismas, la generación de redes tanto dentro de una misma rama de actividad como entre los distintos sectores económicos, y la posibilidad de internacionalizarse para sumarse al mercado global (OIT, 2023).

Ante este escenario, se busca impulsar la transformación digital de los negocios turísticos, lo cual implica innovar, desarrollar e investigar las TIC y sus potencialidades hacia la construcción de un nuevo rol de los sectores productivos de frente a las necesidades de sus clientes. Este proceso, debe ser entendido como el uso de la tecnología para mejorar el desempeño o alcance de una empresa en áreas relacionadas con sus procesos internos, la relación con el cliente, con los proveedores y/o la generación de nuevos modelos de negocio, puede resultar en mejoras de eficiencia y productividad, así como en una nueva fuente de innovación y competitividad.

Por lo tanto, la transformación digital en las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas (mipymes) es clave para sostenerse en el mercado. Es mandatorio que el turismo se apalanque en las tecnologías y plataformas digitales para la reactivación empresarial y su crecimiento. Esto debido a que la digitalización en la industria turística trae consigo oportunidades significativas a través de la personalización de ofertas de mayor valor añadido para los clientes, pero, además permite incrementar la productividad de sus procesos operativos, haciéndolas todavía más competitivas.

Por otro lado, según la Organización Mundial del Turismo, el turismo sostenible representa actualmente el 10% del Producto Interno Bruto (PIB) global, y genera alrededor de 300 millones de empleos directos e indirectos. Sin embargo, la industria turística enfrenta importantes desafíos como: la degradación ambiental, insuficiencia de infraestructura adecuada, y necesidad de equilibrar el crecimiento económico con la sostenibilidad ambiental y social. Según la OMT (2023), a nivel global, aproximadamente el 70% de los destinos turísticos implementan prácticas sostenibles, aunque los resultados varían significativamente entre regiones y países.

Según el Banco Interamericano de Desarrollo (2022), la región aún enfrenta importantes desafíos en términos de sostenibilidad turística, ya que apenas el 35% de los destinos han adoptado plenamente prácticas de turismo responsable. En Ecuador, el turismo sostenible, es una meta en desarrollo, pero el gobierno nacional apuesta por el turismo regenerativo, un paso más allá, que además de reducir los

impactos negativos del turismo no sostenible, busca restaurar los ecosistemas que han sido afectados por la actividad turística.

A pesar de estos avances, solo el 45% de los destinos turísticos del país han implementado estrategias de sostenibilidad. La competencia con otros países de la región como: Costa Rica y Perú, que han avanzado considerablemente en la promoción de destinos sostenibles deja una brecha importante por cubrir. Según la Organización Internacional del Trabajo (2023), el gasto promedio de los turistas en Ecuador es del 20% inferior al de otros países latinoamericanos con atractivos comparables, lo que sugiere la necesidad de mejorar la estrategia de promoción y captación de turistas interesados en el turismo responsable.

Bajo este escenario, está claro que Ecuador enfrenta desafíos significativos en su búsqueda por convertirse en un referente turístico. A pesar de los plausibles avances en los encadenamientos con otras actividades y su capacidad de generar empleo, contribuyendo a dinamizar los mercados de trabajo regionales y locales, el sector necesita de un enfoque integral que combine políticas gubernamentales efectivas y la colaboración del sector privado.

Inversiones turísticas

En los últimos años, la falta de estabilidad política en Ecuador ha sido uno de los principales factores que han afectado las inversiones en el sector turístico. Los cambios frecuentes en leyes y políticas fiscales, así como la tramitología para acceder a los contratos de inversión, han generado un declive en la atracción de nuevas inversiones, dejando al país en desventaja frente a otros destinos de la región.

La economía ecuatoriana ha enfrentado fluctuaciones significativas en los últimos años, lo que ha afectado la percepción del país como un lugar seguro para invertir. Asimismo, el aumento de la inseguridad en ciertas regiones ha impactado negativamente en la imagen del país, desalentando el desarrollo de proyectos suficientemente atractivos ni competitivos en comparación con otros países de la región.

Ecuador no ha logrado posicionarse de manera efectiva en el escenario internacional como un destino atractivo para inversiones turísticas.

Por otra parte, la limitada participación en ferias globales y foros de inversión han reducido la visibilidad de las oportunidades que el país puede ofrecer. Esta falta de promoción estratégica ha dejado a Ecuador rezagado frente a competidores regionales que han invertido fuertemente en campañas de atracción de inversiones.

Conectividad aérea

De acuerdo a información de la Dirección de Inversiones y Conectividad (DIC) del Ministerio de Turismo, la conectividad aérea regular internacional para julio 2025, cuenta con un total de 13 aerolíneas que opera a 17 destinos de forma directa, en 336 frecuencias semanales.

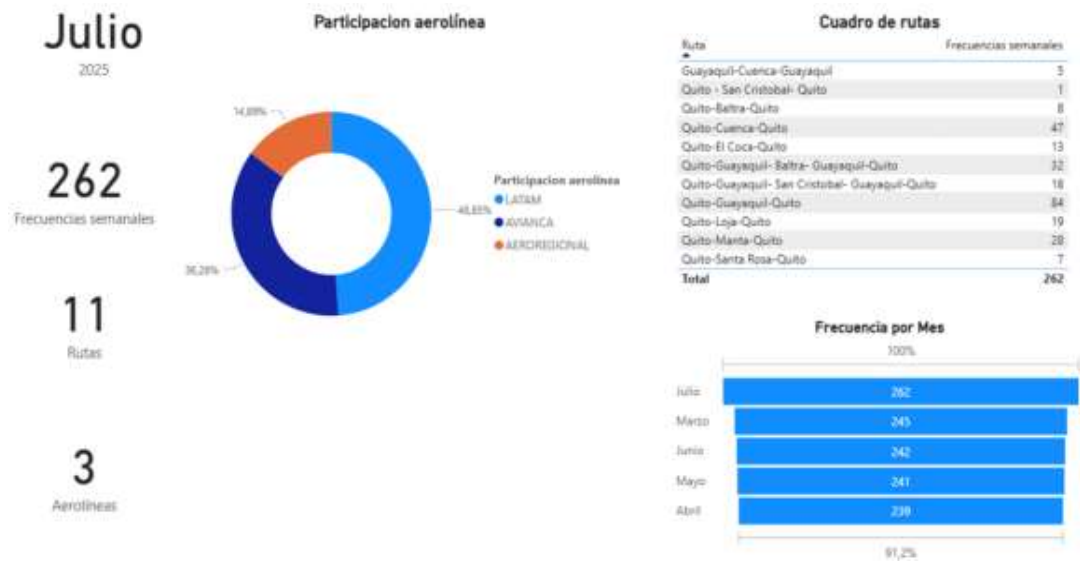
A nivel de rutas internacionales se cuenta con un total de 29 rutas, de las cuales, 13 rutas operadas con origen y destino la ciudad de Quito, 14 desde la ciudad de Guayaquil, 1 desde Manta y 1 ruta triangular que conectan el Ecuador con el continente europeo.



Elaborado por: Dirección de Inversiones y Conectividad. Actualizado a julio 2025

En cuanto a conectividad doméstica con corte a julio de 2025, se alcanzó una recuperación del 62% de las operaciones aéreas domésticas con relación a marzo 2020 (prepandemia). En este contexto, actualmente operan las aerolíneas Aeroregional, Avianca y Latam que conectan a 11 rutas, 9 destinos y con un total de 262 frecuencias.

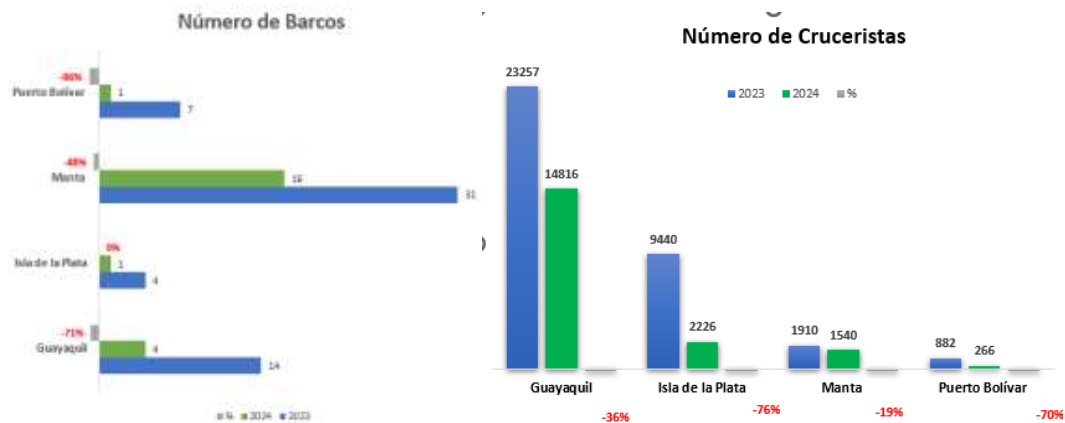
Gráfico 3. Conectividad nacional



Elaborado por: Dirección de Inversiones y Conectividad. Actualizado a julio 2025

Tras el anuncio de la declaratoria de conflicto armado interno dada en el país a través de Decreto Ejecutivo 111 de 9 de enero de 2024, el tráfico aéreo disminuyó notablemente en el primer trimestre del año 2024, por lo que se requiere tomar medidas que permitan la recuperación de la conectividad aérea desde y hacia el país.

Gráfico 4. Conectividad marítima



Elaborado por: Dirección de Inversiones y Conectividad

En la industria de cruceros en lo que respecta el año 2023 atracaron a las costas ecuatorianas 56 cruceros, con un aproximado de 35,489 cruceristas quienes visitaron las ciudades puerto: Manta, Guayaquil, Puerto Bolívar y Puerto López, mientras que para el año 2024 se puede visualizar un decrecimiento notable en comparación al 2023 en donde atracaron 22 barcos y 18,848 cruceristas.

En el primer semestre del 2025 han atracado un total de 17 barcos a puertos ecuatorianos con un aproximado de 11,649 cruceristas, aun cuando se puede identificar una pequeña recuperación en el arribo de buques en nuestras costas, las estadísticas no alcanzan el número logrado en el año 2023 por lo que es necesario encaminar las acciones con el fin de incrementar la conectividad marítima con fines turísticos. El principal motivo de las cancelaciones de las recaladas a los puertos ecuatorianos radica en la declaratoria de conflicto armado emitida a través del Decreto Ejecutivo 111 del 9 de enero de 2024, en donde el Presidente Constitucional de la República “reconoció la existencia de un conflicto armado interno en el País”, cuyas repercusiones han afectado la programación de cruceros en la actualidad.

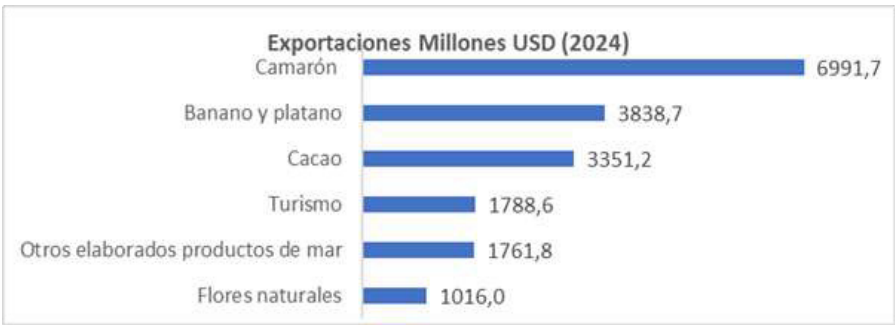
Desarrollo empresarial y fomento al emprendimiento

De acuerdo a las investigaciones del impacto económico de los viajes y el turismo de la WTTC, el sector es un importante motor económico contribuyendo con 10,9 billones de dólares que representa el 10% del PIB mundial en 2024, así como una fundamental fuente de empleo, generando un total de 357 millones de empleos a nivel mundial, aproximadamente a 1 de cada 10 empleos.

La industria turística es intensiva en el uso de mano de obra de distintas características. Por un lado, cuenta con profesionales con mucha preparación en diversas áreas y por otro lado brinda empleo a trabajadores que tienen dificultad para encontrar empleo en otras industrias, como los jóvenes, mujeres, migrantes y personas con poca preparación académica, contribuyendo así a su inclusión social y desarrollo.

En el Ecuador el turismo es un sector estratégico, siendo la cuarta fuente de ingresos no petroleros en el año 2024

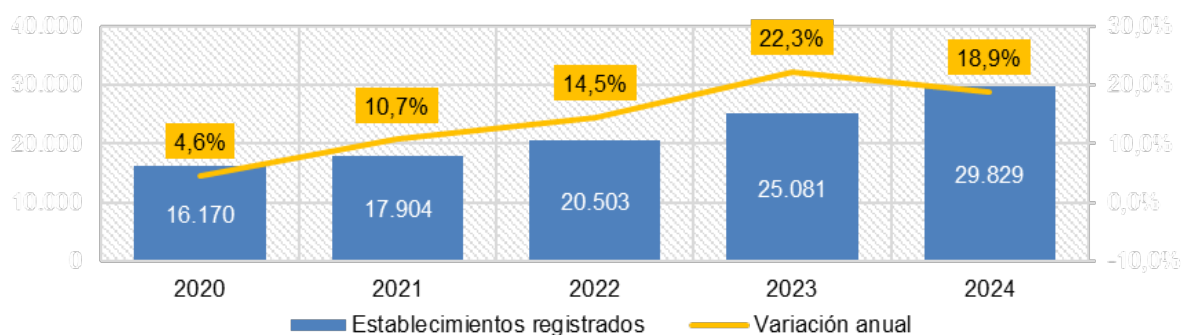
Gráfico 5. Posición del Turismo



Fuente: Banco Central del Ecuador/Balanza de pagos-servicios

El número de establecimientos turísticos registrados en el catastro nacional ha estado en constante evolución, mostrando un decrecimiento durante la pandemia del COVID-19, pero alcanzando niveles superiores a los registros previos a la misma a partir del año 2023, alcanzando en el cuarto trimestre del 2024 un total de 29.829 establecimientos.

Gráfico 6. Establecimientos registrados



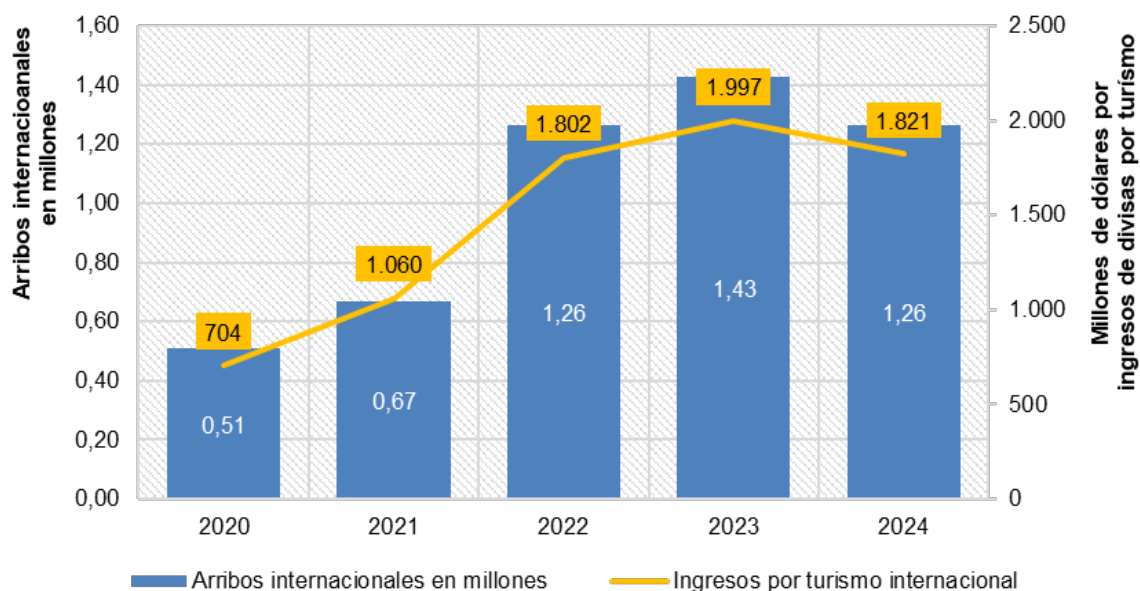
Fuente: MINTUR, 2025

Elaborado por: Dirección de Inteligencia de Mercados

Sin embargo, la industria turística en el país presenta grandes desafíos. Luego de varias declaratorias de estado de excepción y conflicto armado interno, estiaje, sequías y cortes de luz de hasta 14 horas, el turismo ha sido una de las industrias más afectadas.

Durante los primeros meses de 2024, el Gobierno Central decretó varios estados de excepción derivados de la problemática de seguridad que el Ecuador atraviesa, generando una caída del 12% de las entradas internacionales, lo que representa 1,26 millones de visitantes.

Gráfico 7. Arribos internacionales e ingresos de divisas por turismo

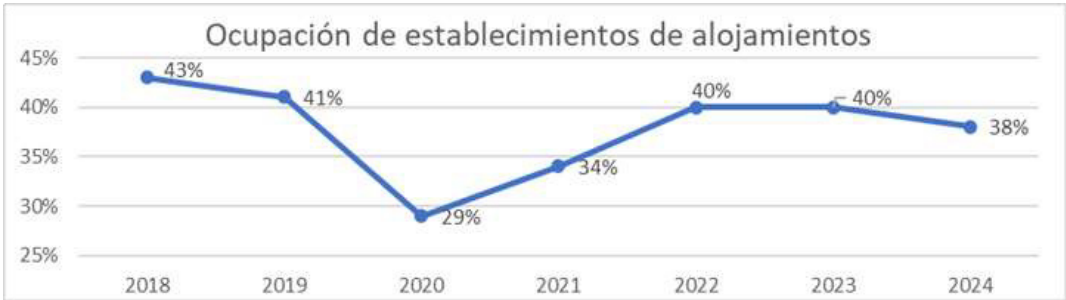


Fuente: MINTUR 1, 2025 - MINTUR 2, 2025

Elaborado por: Dirección de Inteligencia de Mercados

La ocupación de los establecimientos de alojamiento también refleja una afectación respecto a los años anteriores, con porcentajes de ocupación pre pandemia superiores al 40%, mientras que en 2024 se registró un 38% de ocupación.

Gráfico 8. Ocupación en establecimientos de alojamiento



Fuente: Ministerio de Turismo / Encuesta de alojamiento y gasto en feriados nacionales.

Este proyecto busca beneficiar a los emprendimientos y MiPymes del sector turístico. El Reglamento de Inversiones del Código Orgánico de la Producción en su artículo 106 clasifica a las MIPYMES, en relación del siguiente criterio:

Tabla 2. Clasificación de las MIPYMES

Clasificación empresas	No. de Trabajadores	Ventas o ingresos anuales (USD)
Micro empresa	1 a 9	menos de 300.000
Pequeña empresa	10 a 49	entre 300.001 y 1'000,000
Mediana empresa	50 a 199	entre 1'000.001 y 5'000.000

Las MiPymes son el motor de la industria turística ecuatoriana, el catastro turístico está compuesto en un 93% por microempresas turísticas, el 6,5% son pequeñas empresas.

Por otro lado, según el Art. 3 de la Ley de Emprendimiento e Innovación un Emprendimiento es un proyecto con antigüedad menor a cinco años que requiere recursos para cubrir una necesidad o aprovechar una oportunidad y que necesita ser organizado y desarrollado, tiene riesgos y su finalidad es generar utilidad, empleo y desarrollo.

De acuerdo al informe Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023/2024 (GEM), En el Ecuador el 75.01 % de la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) se encuentra en el sector de actividades orientadas al consumo y en los negocios establecidos representan el 61.35 %. Principalmente estas actividades están relacionadas al comercio, sin embargo, las actividades de alojamiento y servicios de comida han ganado relevancia, siendo la segunda actividad más común entre los emprendedores de acuerdo al informe.

En 2023 el 67.85 % de los emprendedores de la TEA en Ecuador perciben una alta dificultad para emprender con relación al año anterior, lo cual es superior al promedio de la región (59.19 %); y el 87% de los negocios establecidos perciben esa dificultad.

Según la Encuesta Nacional a Expertos del GEM 2023, todas las condiciones marco del emprendimiento en el país han tenido un deterioro en 2023 en comparación con el promedio del periodo 2015-2019 tal como se muestra en el gráfico.

Gráfico 9. Calificación condiciones marco para emprendimiento



Resumen de las Condiciones Marco del Emprendimiento (EFC)

A - Financiamiento para emprendedores

A1 - Financiación empresarial: hay fondos suficientes para nuevos negocios

A2 - Facilidad de acceso a la financiación empresarial: los fondos son de fácil acceso

B - Políticas gubernamentales

B1 - Política gubernamental - apoyo y relevancia: las políticas promueven y apoyan a los nuevos negocios

B2 - Política gubernamental - impuestos y burocracia: las nuevas empresas no están sobrecargadas

C - Programas empresariales gubernamentales: los programas de apoyo a la calidad están ampliamente disponibles.

D - Educación en emprendimiento:

D1 - Educación emprendedora en la primaria y secundaria: las escuelas introducen las ideas emprendedoras

D2 - Educación emprendedora a nivel universitario y profesional: las universidades ofrecen cursos sobre cómo iniciar un negocio

E - Transferencias de investigación y desarrollo: la investigación se transfiere fácilmente a nuevos negocios

F - Infraestructura comercial y profesional: servicios de calidad disponibles y asequibles

G1 - Facilidad de entrada - dinámica del mercado: los mercados son libres, abiertos y en crecimiento

G2 - Facilidad de entrada - cargas y regulaciones: las regulaciones alientan, no restringen la entrada de nuevas empresas

H - Infraestructura física: de buena calidad, disponible y asequible

I - Normas sociales y culturales: fomentar y celebrar el espíritu emprendedor

Fuente: GLocal Entrepreneurship Monitor 2023

Elaborado: Dirección de Fomento Turístico

Entre las condiciones que presentan mayor dificultad en el Ecuador podemos evidenciar:

- La falta de transferencia de la Investigación hacia los negocios.
- La educación emprendedora
- Las políticas para promover y apoyar nuevos negocios
- La disponibilidad de programas empresariales gubernamentales
- La disponibilidad de financiamiento para emprendedores

Los negocios en Ecuador presentan una tasa de salida del 9.75 %, sobre el promedio regional (9.66%), que se compone del 8.09% de la población activa que cerró su negocio y el 1.66% que ya no está en el negocio, pero sus operaciones continúan. Por otro lado los emprendedores que forman parte de la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA), el 6.7 % cerró un negocio que no continuó operando y el 10,63% cerró un negocio que sigue en funcionamiento, que da una tasa de salida del 17.33 %. Las principales razones de salida de negocios en 2023, fueron la falta de rentabilidad (37.40 %), la falta de financiamiento (21.38 %), y problemas personales (19.31 %).

La falta de innovación puede ser una de las causas determinantes para la falta de rentabilidad de los emprendimientos. Cuando estas no realizan esfuerzos por innovar en su propuesta de valor pueden quedarse rezagadas en cuanto a tecnología y tendencias del mercado lo que las hace menos competitivas. En este sentido en la región el promedio de uso de tecnología digital fue de 57.76 %, siendo Ecuador y Colombia (48.99 %) los países que tuvieron menor intensidad de uso. Así mismo, apenas el 0.15 % de los emprendedores ofrece productos o servicios nuevos para el mundo, el 1.37 % productos nuevos para su país, el 82,2 ofrece productos que no son nuevos y el 89.9 % de los negocios no ha incorporado nuevos procedimientos y tecnologías.

La preferencia de productos servicios y experiencias que involucren prácticas sostenibles es una de las tendencias que el cliente actual, al estar mucho más consciente e informado respecto a las problemáticas sociales y medioambientales, lo cual toma muy en cuenta al momento para sus decisiones de consumo de productos o servicios. Sin embargo, en Ecuador el 65.13 % de los emprendedores considera las implicaciones sociales y el 67.56 % implicaciones ambientales para la toma de decisiones en sus negocios; cifras que son más bajas que al promedio regional del 83 % para consideraciones sociales el 84 % ambientales, lo cual resta competitividad a los negocios del país.

Del mismo modo, el nivel educativo es uno de los factores que puede implicar la falta de innovación en los negocios. En el país el 21,28 % de los emprendedores tiene educación básica incompleta, el 12,28% ha completado la educación básica mientras que solo el 13,75 % posee educación superior.

Gráfico 10. Distribución del nivel de estudios en la TEA por género

Distribución del nivel de estudios en la TEA por género

Nivel de estudios	Hombres (%)	Mujeres (%)	TEA (%)
Ninguna	0.65	1.55	1.12
Educación básica incompleta	20.23	22.28	21.28
Educación básica completa	12.89	11.27	12.06
Educación secundaria completa	49.11	54.32	51.79
Educación superior	17.12	10.58	13.75

Fuente: Encuesta a la Población Adulta, Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023

Esto está estrechamente relacionado con las motivaciones para emprender. El 92% de los emprendedores con bajo nivel educativo tiene como principal motivación la necesidad de ganarse la vida, mientras que

alrededor del 36% de los emprendedores con mayor formación académica están motivados principalmente por marcar la diferencia.

En resumen, existe en el ecosistema emprendedor, una falta de formación empresarial, lo que puede derivar en la falta de innovación y modelos de negocio poco atractivos para la inversión por lo que se traduce en la necesidad de implementar procesos de formación, acompañamiento y fortalecimiento de las capacidades de los emprendedores.

Fomento a las capacidades y conocimientos del talento humano para el servicio turístico

Uno de los temas importantes en el sector turístico, que ha sido recurrente en los últimos años, constituye la implementación de la calidad en los servicios turísticos, lo cual exige una gestión y coordinación oportuna de las instituciones públicas en sus diferentes niveles de gobierno y las empresas turísticas del sector privado, quienes no han conciliado acciones efectivas que hayan permitido promover una cultura de excelencia turística en la cadena de valor del turismo a nivel nacional.

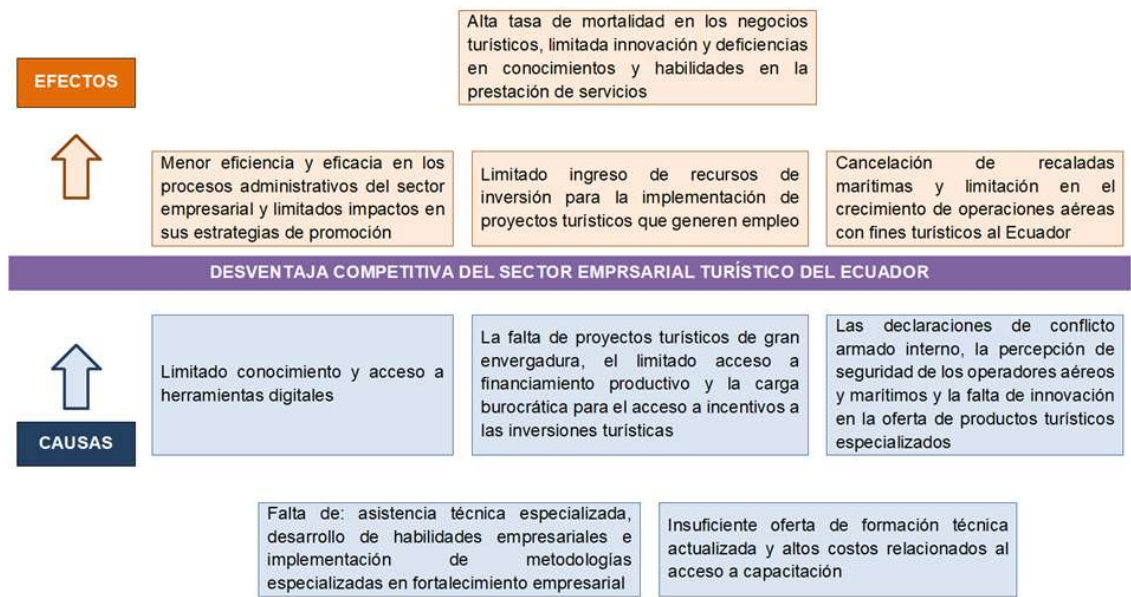
Las instituciones públicas y privadas, gestoras del sector turístico, no han implementado políticas de excelencia en sus respectivas organizaciones, y tampoco se ha priorizado la articulación de iniciativas para generar una política de excelencia turística en toda la ciudadanía. Las acciones emprendidas para elevar la calidad de los servicios turísticos se han realizado de manera aislada y generalmente por iniciativa de algunos emprendedores privados.

Adicionalmente, el limitado acceso a la capacitación y formación presencial y/o virtual del talento humano que labora en el sector turístico, determinado por los **elevados costos y horarios restringidos** ha sido uno de los factores que ha incidido en el escaso nivel de profesionalización del personal. Implementar espacio de capacitación aspectos de calidad, sostenibilidad y responsabilidad social intervienen directamente sobre la mejora de la percepción de la experiencia y satisfacción de los servicios turísticos recibidos por el turista.

Y en ese sentido existe una oferta de capacitación limitada para ciertos grupos de actores del sector turístico en temas especializados como por ejemplo los **guías de turismo** quienes no tienen disponible una oferta de capacitación en temáticas relacionadas con el turismo de aventura y el patrimonio natural y cultural del Ecuador, así como el **personal administrativo y operativo** que trabajan en los establecimientos turísticos en temáticas relacionadas con las competencias laborales (hoy denominadas por el Ministerio del Trabajo como “cualificaciones profesionales”) y temáticas relacionadas con el desarrollo de habilidades turísticas.

Por todo lo identificado, es necesario un aumento de la competitividad del destino basado en: el mejor aprovechamiento de sus recursos turísticos y la identificación y creación de otros, una mejora en la eficiencia de los procesos de producción y comercialización, el impulso al desarrollo sostenible del destino en sus tres vertientes (medio-ambiental, económica y socio-cultural), una mejora de la calidad de la estancia de los visitantes. En definitiva, se requiere hacer de la estrategia turística la base para la dinamización económica del territorio garantizando sus efectos positivos en el largo plazo.

Gráfico 11. Distribución del nivel de estudios en la TEA por género



2.2. Indicador – Línea Base

Indicador de Línea Base	Unidad de medida	Año	Línea Base
Número de programas y/o iniciativas enfocadas en el fortalecimiento de los actores del sector turístico.	Número	2024	3

3. Alineación con la Planificación

Alineación a la Planificación:	
Objetivo Estratégico Fondo de Desarrollo Turístico:	Objetivo 2. Impulsar la competitividad del sector turístico del país, mediante el fomento al emprendimiento, empleabilidad, atracción de inversiones, acceso al financiamiento, fortalecimiento de conocimientos, habilidades y capacidades técnicas, transformación digital, sostenibilidad, accesibilidad y conectividad, generando valor agregado, calidad e innovación en la cadena productiva, económica y social del turismo.

4. Objetivo del Proyecto

4.1. Objetivo General

- Impulsar la competitividad del sector turístico del país, mediante el fomento al emprendimiento, atracción de inversiones, fortalecimiento de conocimientos, habilidades y capacidades técnicas,

transformación digital, sostenibilidad y conectividad con fines turísticos, generando valor agregado, calidad e innovación en la cadena productiva, económica y social del turismo.

4.2 Objetivos Específicos

- Fortalecer la competitividad del sector turístico del país A TRAVÉS de la implementación de estrategias que impulsen la transformación digital, calidad y sostenibilidad de las empresas turísticas y su cadena productiva aprovechando las ventajas comparativas y competitivas de los destinos turísticos; y que contribuyan a promover e impulsar la empleabilidad y la accesibilidad en el sector.
- Incrementar la inversión en actividades turísticas que fortalezcan el empleo y el desarrollo económico del país MEDIANTE la asistencia técnica y acompañamiento a potenciales inversionistas
- Impulsar la conectividad con fines turísticos MEDIANTE un conjunto de acciones que permitan diversificar y promover la oferta aérea y marítima del país.
- Promover la generación de procesos de innovación y calidad en emprendimientos y MiPymes turísticas MEDIANTE la asistencia técnica especializada, convocatorias y desafíos de innovación, procesos de incubación y fortalecimiento empresarial.
- Fomentar la calidad en el servicio turístico MEDIANTE la implementación de procesos de capacitación dirigidos a actores turísticos en los destinos priorizados por el Ministerio de Turismo.

5. Indicadores

Indicador de Objetivo general

Meta del Indicador	Unidad	2025	2026	Total
Número de programas y/o iniciativas enfocadas en el fortalecimiento de los actores del sector turístico.	Número de actividades	3	4	7

Indicador Objetivos Específicos

Indicador de Componente	Unidad	Línea Base Año 2024	Año 2025	Año 2026	Total
Número de personas, empresas y/o destinos incorporados al Sistema Nacional de Calidad Turística	Número	0*	50	200	250
Número de proyectos de investigación aplicada a la innovación turística identificados	Número	0*	20	20	40
Número de empresas que implementaron procesos de transformación digital	Número	0*	0*	150	150

Número de empresas turísticas que han participado en planes, programas, y/o proyectos de sostenibilidad.	Número	0*	20	100	120
Número de perfiles de inversionistas identificados	Número	16	3	3	6
Inversión privada en infraestructura turística – actividades turística millones USD (Acumulativa)	Millones de dólares	61.2 MM	25 MM	25 MM	50 MM
Número de acciones ejecutadas para fortalecer la conectividad aérea	Número	2	4	4	8
Número de acciones ejecutadas para fortalecer la conectividad marítima	Número	1	3	3	6
Número de proyectos de emprendimiento y MiPymes turísticas identificadas y asistidas técnicamente en su implementación, desarrollo y/o incorporación de procesos de innovación, calidad y/o sostenibilidad.	Número	1389	200	250	450
Número de actores turísticos capacitados de manera presencial en los destinos priorizados por MINTUR.	Número	14	300	400	750
Número de cursos virtuales actualizados e implementados	Número	2024	0*	10	10

Nota: * La línea base en el año 2024 se encuentra en 0 debido que son procesos nuevos que se realizarán con el Fondo de Desarrollo Turístico, cabe mencionar que el año 2024 la Subsecretaria de Competitividad y Fomento Turístico ha venido realizando acciones para el fortalecimiento de los emprendedores turísticos a nivel nacional

******En el año 2025 no se cuenta con meta en los indicadores debido a que estos procesos son plurianuales y los productos se obtendrán en el 2026.

5.1. Beneficiarios

Beneficiarios Directos: Emprendimientos, mipymes turísticas, emprendedores, empresarios, inversionistas, actores de la conectividad, estudiantes, actores de la cadena productiva del turismo, centros de turismo comunitario, sociedad civil, entre otros.

Beneficiarios Directos: son las personas o entidades que reciben los bienes o servicios que ofrece el programa/proyecto.

Tipo de beneficiarios	Descripción	Año 2025	Año 2026	Total
Emprendedores, empresas, estudiantes, ciudadanos y otros actores de la cadena de valor del sector turístico	Emprendedores, empresas, estudiantes, ciudadanos y otros actores de la cadena de valor del sector turístico a nivel nacional	570	1170	1740

Beneficiarios Indirectos: ciudadanía en general

Beneficiarios Indirectos: son aquellos que se benefician indirectamente de las prestaciones del programa/proyecto.

Tipo de beneficiarios	Descripción	Año 2025	Año 2026	Total
Trabajadores y empleados de emprendimientos y empresas turísticas	Se calcula aproximadamente 3 empleados por cada empresa que se benefician indirectamente de los servicios otorgados por los programas de la Subsecretaría de Competitividad y Fomento Turístico.	1710	3510	5220
Pasajeros que se movilizan por vía aérea	Flujo de pasajeros que se movilizan por vía aérea	78.165	79.455	15.762

6. Viabilidad

6.1. Viabilidad Técnica

El proyecto basa su estructura en la necesidad de generar estrategias competitivas que propicien un entorno que contribuya a aumentar la participación en el mercado, atraer más visitantes, fortalecer la cadena de valor del turismo, atraer inversiones, impulsar la conectividad y mejorar la experiencia del cliente, así como el fomento de la innovación y el emprendimiento, a través de procesos productivos sostenibles y eficientes, propendiendo a un desarrollo sostenible e inclusivo.

En este sentido se vuelve importante planificar a mediano y largo plazo; y, lograr las metas planteadas en el documento; considerando la necesidad del trabajo articulado y mancomunado entre el sector público y privado orientado a mejorar la competitividad del tejido empresarial y el entorno de los diferentes sectores turísticos.

En el acápite siguiente se describe cómo funcionará cada componente:

Componente 1: Fortalecer la competitividad del sector turístico del país A TRAVÉS de la implementación de estrategias que impulsen la transformación digital, calidad y sostenibilidad de las empresas turísticas y su cadena productiva aprovechando las ventajas comparativas y competitivas de los destinos turísticos; y que contribuyan a promover e impulsar la empleabilidad y la accesibilidad en el sector.

Actividad 1.1. Impulsar la adopción de la transformación digital como base para la generación de ventajas competitivas y comparativas.

Para el fomento de la innovación en el sector turístico, se implementarán convocatorias abiertas de innovación dirigidas principalmente a estudiantes de Instituciones de Educación Superior (IES), públicas y privadas, debidamente acreditadas por la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación

(SENESCYT), a nivel nacional, para que através de la identificación de propuestas de proyectos innovadores e integrales se resuelvan las principales problemáticas del sector. Se priorizarán iniciativas que fomenten la innovación de la oferta turística y el desarrollo tecnológico.

Las propuestas innovadoras preferentemente deberán alinearse a las áreas de enfoque de intervención del Ministerio de Turismo, las cuales podrán incluir, entre otros priorizados por la máxima autoridad de turismo del país, el desarrollo de productos y/o servicios turísticos innovadores, el fortalecimiento de la infraestructura y el fomento de una promoción turística efectiva tanto a nivel nacional como internacional, pensando en las prioridades de la industria en el corto, mediano y a largo plazo. Es decir, se valorará positivamente la alineación de las propuestas de intervención innovadoras con la planificación estratégica turística nacional impulsada desde el Ministerio de Turismo a través de programas como Turismo Futuro, Rincones Mágicos, Playas Sostenibles, Rutas Turísticas, Mercados Gastronómicos, etc.

Operativamente, esta iniciativa dirigida a los estudiantes de los últimos niveles de todas las Instituciones de Educación Superior (IES), públicos y privados, del país, prevé la realización de convocatorias en la que se contará con el contingente técnico de expertos y/o profesionales reconocidos afines a la misma para que sean los encargados de evaluar la pertinencia de las soluciones presentadas y seleccionen aquellas que disputarán el reconocimiento de las iniciativas más innovadoras.

Estos proyectos innovadores eventualmente podrán acceder a convenios de cooperación interinstitucional con transferencia o no de recursos con el ente rector del turismo y/o socios estratégicos, que, en complemento con los recursos técnicos y financieros de la Institución de Educación Superior proponente, permitirá la implementación de la propuesta presentada.

En cuanto la intervención que fomentará la transformación digital de las empresas turísticas, la estrategia busca estimular el crecimiento empresarial de las pymes turísticas incorporando componentes orientados a impulsar la digitalización, la incorporación de la inteligencia artificial y la mejora de las competencias digitales de cara a mejorar sus competitividad y productividad en un mercado cada vez más inmediato y global.

Para lograr un impacto macroeconómico, es preciso un aumento material del grado de digitalización de las empresas en todo el territorio nacional mediante la mejora de las capacidades digitales de los empresarios y empleados, la formación y asistencia técnica especializada y el impulso de redes de colaboración interempresarial, clusters o asociaciones de empresas turísticas innovadoras.

Con este objetivo, la propuesta del Ministerio de Turismo estará destinada a impulsar el tejido empresarial intervenido a través del programa de Planes de Mejora Competitiva, u otros programas implementados por el ente rector del turismo. La iniciativa impulsará la innovación en el sector turístico, la utilización de soluciones digitales, tecnología y conectividad disponible en el mercado, las cuales se dirigen a facilitar, optimizar y/o fortalecer la gestión operativa, comercial, financiera y de control de MIPYMES turísticas a nivel nacional.

Se trabajará en la gestión de iniciativas que fomenten la formación y adopción de herramientas de transformación digital y de innovación en el turismo que apunten a la mejora de la eficiencia operativa, la optimización de la experiencia del cliente y la apertura de nuevas oportunidades en un mercado cada vez más competitivo y global.

Se trabajará también en la gestión de iniciativas que fomenten la innovación en mipymes turísticas, así como en profesionales y estudiantes de turismo.

Actividad 1.2 Fomentar iniciativas de sostenibilidad en las empresas turísticas

La implementación de estrategias que promuevan la coordinación y planificación conjunta entre estos actores es esencial para asegurar un desarrollo turístico responsable, equilibrado y beneficioso para todos los stakeholders.

Se desarrollarán iniciativas para promover la sostenibilidad turística, descarbonización y economía circular en las empresas turísticas a través de la adopción de prácticas responsables que generen beneficios económicos y sociales a largo plazo.

Se trabajará en iniciativas de Triple Impacto, que integre diversas acciones de medición ESG (ambientales, sociales y de gobernanza), las cuales se enfocarán en la implementación de buenas prácticas sostenibles, y en fomentar la formación de una comunidad de alianzas empresariales turísticas responsables; contempla una serie de actividades clave. Así también, se generará un portafolio de empresas turísticas sostenibles.

Actividad 1.3 Implementar estrategias de mejora continua en calidad, que optimicen la cadena de valor y fortalezcan la oferta turística en todos sus niveles

El Ministerio de Turismo trabaja conjuntamente con CONADIS y FENEDIF en la construcción de materiales y documentos técnicos - informativos para sensibilizar sobre las discapacidades, la accesibilidad al medio físico, el buen trato y lenguaje positivo; y, la atención al turista con discapacidad.

Se tiene prevista la actualización de la política de accesibilidad turística, el lanzamiento de la guía de atención al turista con discapacidad, misma que será difundida al sector turístico a través de medios físicos y digitales; actualización del perfil del turista con discapacidad; e iniciativas que promuevan la inclusión, accesibilidad y empleabilidad en turismo.

Se tiene previsto el desarrollo de una plataforma o herramienta tecnológica que muestre estos circuitos y establecimientos turísticos accesibles, así como información de interés para los turistas con discapacidad.

Asimismo, se tiene previsto trabajar en el levantamiento de circuitos turísticos, establecimientos y atractivos turísticos accesibles y de forma paralela se trabajará también en iniciativas de inclusión y/ o empleabilidad en el sector y su cadena de valor.

Actividad 1.4 Promover el mejoramiento de las condiciones y la articulación de actores del sector turístico y su cadena de valor, que impulsen la empleabilidad, la accesibilidad y la inclusión en el sector.

El Ministerio de Turismo trabaja conjuntamente con CONADIS y FENEDIF en la construcción de materiales y documentos técnicos - informativos para sensibilizar sobre las discapacidades, la accesibilidad al medio físico, el buen trato y lenguaje positivo; y, la atención al turista con discapacidad.

Se tiene prevista la actualización de la política de accesibilidad turística, el lanzamiento de la guía de atención al turista con discapacidad, misma que será difundida al sector turístico a través de medios físicos y digitales; actualización del perfil del turista con discapacidad; e, identificación de establecimientos y circuitos turísticos accesibles a nivel nacional y su difusión digital en redes institucionales.

Se tiene previsto el desarrollo de una plataforma o herramienta tecnológica que muestre estos circuitos y establecimientos turísticos accesibles, así como información de interés para los turistas con discapacidad.

Asimismo, se tiene previsto trabajar en el levantamiento de circuitos turísticos, establecimientos y atractivos turísticos accesibles y de forma paralela se trabajará también en iniciativas de inclusión y/o empleabilidad en el sector y su cadena de valor.

Actividad 1.5 Participación en eventos de competitividad, calidad, innovación, sostenibilidad y/o digitalización

El desarrollo empresarial competitivo en muchos países se fortalece a través de la iniciativa empresarial, pues es justamente el sector privado quien a través del conocimiento técnico y experiencia empírica conoce, implementa y transmite experiencias y conocimientos técnicos que fortalecen e integran a la iniciativa privada.

Este ecosistema empresarial, a través de actores privados o mixtos, se ha especializado en la organización de eventos de desarrollo empresarial centrados en la competitividad, calidad, innovación, sostenibilidad y/o digitalización. Estos eventos generan un alto impacto al reunir a líderes empresariales, tomadores de decisiones, líderes de opinión o expertos técnicos o académicos, nacionales o internacionales.

Actividad 1.6 Gastos operacionales

Viáticos y subsistencias

Financiamiento de viáticos y subsistencias para los funcionarios y servidores públicos que viajarán a los destinos donde se desarrollarán las actividades.

Para el cumplimiento de las actividades del componente 1 se realizarán eventos nacionales de socialización, lanzamientos, entre otros y así también, se participará en eventos nacionales e internacionales que promuevan la transformación digital, la innovación, la sostenibilidad, la calidad, la empleabilidad y la inclusión en turismo.

Componente 2: Impulsar la conectividad con fines turísticos MEDIANTE un conjunto de acciones que permitan diversificar y promover la oferta aérea y marítima del país.

2.1. Participación en ferias y eventos de conectividad aérea y marítima

La participación en ferias y eventos de conectividad se realizará mediante la inscripción y/o presencia institucional a través de espacio físico los cuales incluirán reuniones y espacios de networking one to one con el objetivo de estrechar relaciones comerciales con los principales actores de la industria aeronáutica/portuaria a nivel regional e internacional, en estas ferias y eventos se da a conocer los beneficios y facilidades que cuenta el Ecuador para la apertura, incremento de nuevas rutas aéreas y/o aumento de frecuencias, recaladas y la oferta turística existente en el país.

2.2. Viajes de Familiarización con representantes de potenciales líneas de cruceros de interés para el país.

Se prevé realizar viajes de familiarización para dar a conocer la infraestructura portuaria, atractivos turísticos, con el fin de impulsar la conectividad marítima, para fortalecer y dinamizar la economía y actividad turística, y así contribuir a diversificar la oferta portuaria del país.

2.3. Consultorías para el Fortalecimiento de la conectividad marítima.

La consultoría permitirá realizar una serie de acciones de manera integral las cuales buscan fortalecer la industria de cruceros en Ecuador a través de estrategias que permitan posicionar al Ecuador como un destino seguro y atractivo para la industria, esto permitirá el mejoramiento de la imagen del país, así como el desarrollo de la oferta turística de las ciudades puerto.

2.4. Consultorías para el Fortalecimiento de la conectividad aérea.

La consultoría en conectividad aérea permitirá impulsar la conectividad aérea en el Ecuador con fines turísticos beneficiando al sector de la aviación, estimulando el tráfico aéreo y permitiendo que la conectividad nacional e internacional alcance su potencial, además proporcionaría un gran impulso a la economía local y a su competitividad.

2.5. Convenios de cooperación con aerolíneas

Establecer convenios y alianzas estratégicas con los actores clave de la conectividad aérea para impulsar el incremento de frecuencias, la llegada de nuevas aerolíneas y el incremento de las capacidades de oferta. Estas acciones buscan incrementar el flujo de pasajeros e incrementar la conectividad aérea.

2.6. Gastos Operacionales

Se contará con viáticos y subsistencias nacionales e Internacionales para el desarrollo de la participación en ferias, y eventos de conectividad aérea y de cruceros, ejecución de misiones comerciales de alto nivel con CEOs de aerolíneas, aeropuertos, puertos, navieras, con el fin de dar a conocer los incentivos para nuevas operaciones e incremento de frecuencias y llegadas de nuevas aerolíneas y cruceros y el desarrollo del acompañamiento de fams trips de conectividad mar.

Componente 3: Incrementar la inversión en actividades turísticas que fortalezcan el empleo y el desarrollo económico del país MEDIANTE la asistencia técnica y acompañamiento a potenciales inversionistas**3.1. Desarrollar misiones inversas con inversionistas internacionales.**

El desarrollo de misiones inversas dará lugar a que el potencial inversionista conozca las oportunidades de inversión en el territorio, concrete posibles inversiones, realice reuniones con las principales autoridades de turismo e inversiones de Ecuador; de igual manera participe en reuniones con gerentes de cadenas ya existentes en el país con el fin de conocer como se ha desarrollado su inversión en el país, rendimientos, tasas de ocupación, etc.

Dentro de estas visitas el inversionista mantiene el acompañamiento de alguna autoridad del Ministerio de Turismo (Ministro, Viceministro, Asesor, Subsecretario o Director) y de un técnico especializado en inversiones.

Los gastos que se incurran en la atención al inversionista son cubiertos mediante la contratación de una persona natural o jurídica que se encargue de la logística para la atención de potenciales inversionistas; esta contratación incluirá alimentación, hospedaje, traslados, pasajes aéreos nacionales e internacionales.

3.2. Identificación de nuevas oportunidades de inversión turística para robustecer el portafolio mediante la implementación de acciones estratégicas de potenciación.

Realizar un mapeo de proyectos clave en el sector turístico e infraestructura, con enfoque en segmentos de alto valor agregado, con la finalidad de fortalecer el portafolio de oportunidades de inversión y el desarrollo de eventos especializados con la industria turística para dar a conocer los incentivos para la inversión en el sector.

Es fundamental el desarrollo de acciones que permitan la potencialización del portafolio a través de la evaluación y actualización de las oportunidades, incluyendo información sobre las prioridades turísticas del Ecuador.

3.3 Participación en eventos y ferias especializadas en inversiones turísticas.

La participación en ferias y eventos de conectividad se realizará mediante la inscripción y/o presencia institucional a través de espacio físico, tiene por objetivo generar el relacionamiento a través de networking con potenciales inversionistas, operadores y desarrolladores de hoteles en el exterior. En estos eventos y ferias el Ministerio de Turismo a través de la máxima autoridad con el acompañamiento de un Subsecretario o Director o Asesor y de un técnico del área de inversiones presentará al país como un destino óptimo para la inversión turística; así también mantendrá reuniones de trabajo con potenciales inversionistas, y tomadores de decisiones de cadenas internacionales.

3.4 Gastos Operacionales

La Dirección de Inversiones y Conectividad, tiene previsto ejecutar en el año 2025 y 2026 diversas acciones que permitan el crecimiento de la inversión privada en infraestructura turística con la finalidad de fortalecer el sector a través del desarrollo de misiones inversas, detectar nuevas oportunidades de inversión turística para enriquecer y fortalecer el portafolio, la representación del Ecuador en ferias especializadas de inversión turística, otorgar beneficios a las nuevas inversiones a través de la calificación y certificación de registros de inversión turística; además impulsar inversiones turísticas en segmentos clave y de alto valor agregado mediante la creación de estrategias efectivas, además de ofrecer asistencia técnica y acompañamiento a potenciales inversionistas. Esto tiene como finalidad aumentar la atracción de turistas internacionales y maximizar la generación de ingresos.

Se contará con viáticos y subsistencias nacionales e Internacionales para la participación en ferias, y eventos especializados en inversiones turísticas, el desarrollo misiones inversas con inversionistas internacionales, misiones comerciales en el exterior, movilización del personal técnico para la identificación de nuevas oportunidades de inversión turística para robustecer el portafolio.

COMPONENTE 4 Promover la generación de procesos de innovación y calidad en emprendimientos y MiPymes turísticas MEDIANTE la asistencia técnica especializada, convocatorias y desafíos de innovación, procesos de incubación y fortalecimiento empresarial.

Este componente permitirá la generación de nuevas iniciativas de negocios o emprendimientos turísticos viables. y el fomento de los procesos de innovación y mejoramiento de la calidad de las MiPymes turísticas

mediante la asistencia técnica especializada, convocatorias y desafíos de innovación, procesos de incubación y fortalecimiento empresarial.

4.1. Establecer e implementar un programa de identificación, desarrollo y acompañamiento para la generación y fortalecimiento de proyectos turísticos innovadores y sostenibles.

Se considera realizar convocatorias y desafíos o retos de innovación a través de los cuales se identifique emprendimientos y mipymes turísticas que estén interesados en fortalecer su desarrollo, productividad y competitividad a través de la integración de procesos de innovación y/o diferenciación, lo cual permitirá contar con nuevos o fortalecidos productos turísticos que dinamicen la oferta de servicios turísticos del país. Estas convocatorias o desafíos identificarán, seleccionarán y apoyarán a las mejores iniciativas para que a través de procesos de acompañamiento, asistencia técnica, capacitación y exposición, se fortalezcan y/o implementen.

Es necesario que estos programas se realicen con alianzas estratégicas con organismos no gubernamentales y/o de cooperación como la Organización Mundial del Turismo, entidades públicas, privadas, academia y otros que impulsen el emprendimiento, innovación y sostenibilidad de las industrias del sector.

4.2. Fortalecer las MiPymes turísticas con metodologías de desarrollo empresarial para el mejoramiento de la calidad y la sostenibilidad.

Considerando el catastro nacional está conformado por un alto porcentaje de servicios de alojamiento y de alimentos y bebidas de bajas categorías y que los nuevos negocios que se han creado continúan incrementando ese segmento, es necesaria la intervención para el incremento de las capacidades de gestión de las empresas, con la consecuente mejora e innovación de los servicios que ofrece.

Bajo esta actividad se contempla incrementar las capacidades de gestión de las mipymes turísticas, para lo cual se trabajará con metodologías de desarrollo empresarial como Score Hoco y Mi Negocio Verde. La identificación y selección de los destinos se priorizará de manera conjunta con la Subsecretaría de Desarrollo, y la identificación de las mipymes beneficiarias se realizará a través de convocatorias locales.

4.3. Fomentar el encadenamiento productivo de las MiPymes turísticas a través de encuentros con proveedores y actores del mercado turístico para el mejoramiento de su gestión comercial.

Los programas ejecutados por la Dirección de Fomento Turístico a lo largo de los años han identificado y beneficiado a más de 1000 mipymes turísticas, mediante el fortalecimiento de su modelo de negocio. Es necesario que estas mipymes turísticas cuenten con los espacios adecuados para incrementar sus alianzas estratégicas y mejorar su gestión comercial.

Los encuentros de negocios son una herramienta para la gestión comercial que busca acercar a oferentes y demandantes de productos turísticos, así como a proveedores de servicios, en un ambiente presencial, con la finalidad de que puedan generar nuevos contactos, relaciones comerciales y trabajos colaborativos sostenibles en el tiempo.

En este sentido se desarrollarán encuentros de negocios que permitan a las mipymes turísticas identificadas relacionarse con proveedores y demandantes de servicios, lo que contribuirá en su estrategia y sostenibilidad empresarial.

4.4. Fortalecer las capacidades estratégicas de emprendimiento e innovación con la participación en eventos regionales y/o en el exterior que impulsen el ecosistema emprendedor y las mejores prácticas de desarrollo empresarial.

Participar en los procesos de fortalecimiento al ecosistema de emprendimiento e innovación, que permitan actualizar las capacidades técnicas del equipo de la Dirección de Fomento Turístico.

4.5. Incorporar herramientas tecnológicas para procesos de incubación acelerados que desarrollen el emprendimiento turístico de base.

Brindar a los emprendedores turísticos las herramientas para hacer crecer sus negocios y destacar en el mercado, impulsando la innovación en la generación de sus modelos de negocio. Este acompañamiento a emprendedores se realizará a través de plataformas digitales que permitan llegar a emprendedores turísticos de manera masiva, acompañándolos en cada paso de la gestación y gestión de su emprendimiento.

4.6. Elaboración e impresión de material de apoyo para la implementación de los programas de desarrollo empresarial, dirigidos a emprendedores y empresarios turísticos.

Para la implementación de los programas de fortalecimiento empresarial se requiere de material como manuales y guías que permitan a las empresas.

4.7. Fortalecer la imagen corporativa, gestión comercial y posicionamiento de MIPYMES turísticas en medios digitales.

En esta actividad se realizará el levantamiento de contenidos audiovisuales en donde se describa la propuesta de valor de emprendedores y empresarios turísticos identificados en los programas de desarrollo empresarial, con el fin de impulsar el mejoramiento de su comercialización, el fortalecimiento de su imagen corporativa y posicionamiento en medios digitales. Se realizará el levantamiento de los siguientes insumos:

- Levantamiento de contenidos en donde se describa la propuesta de valor del prestador de servicios turísticos.
- Fotografías del producto
- Video promocional

4.8 Gastos Operacionales

Viáticos y subsistencia

Financiamiento de viáticos y subsistencias para los funcionarios y servidores públicos que viajarán a los destinos donde se desarrollarán las actividades.

Para el cumplimiento de las actividades del componente 4 se realizarán eventos nacionales de socialización, lanzamientos, cursos y talleres de capacitación, monitoreo y seguimiento a la implementación de los programas, entre otros y así también, se participará en eventos nacionales e internacionales que promuevan el fortalecimiento del ecosistema de emprendimiento e innovación, la sostenibilidad, la calidad entre otros que aporten al cumplimiento de las metas de los componentes 4.

COMPONENTE 5.- Fomentar la calidad en el servicio turístico MEDIANTE la implementación de procesos de capacitación dirigidos a actores turísticos en los destinos priorizados por el Ministerio de Turismo.

Este componente permitirá fortalecer la calidad turística en el talento humano que trabaja en el sector turístico MEDIANTE la generación de diferentes procesos de capacitación turística en modalidad presencial y virtual que permitirá beneficiar a los actores turísticos que forman parte de los destinos priorizados por el MINTUR, considerando que el servicio turístico de excelencia es una de las aristas más importantes para que la experiencia turística sea de calidad y permita desarrollar el turismo en los diferentes destinos que se han priorizado. A continuación, se describen las principales actividades planificadas:

5.1. Fortalecer las capacidades de los actores turísticos de los destinos priorizados por MINTUR

Mediante la cooperación de la Universidad de Jaén con la inversión de presupuestos compartidos se fortalecerán los conocimientos y habilidades de los actores turísticos directos así como de los equipos técnicos de los GAD municipales y parroquiales de los destinos priorizados por el Ministerio de Turismo, a través de la implementación de cursos de capacitación presenciales y virtuales sobre las tipologías turísticas de interés especial para los destinos turísticos ecuatorianos priorizados por MINTUR.

5.2. Establecer un programa de capacitación especializado en actividades de aventura y patrimonio para los guías de turismo

Este proceso de fortalecimiento de guías turísticos consiste en la implementación de cursos de capacitación dirigidos a guías nacionales y locales en las especializaciones de: (1) Aventura en las modalidades de trekking, ciclismo, espeleología, cabalgata y tubing; y (2) Patrimonio en las especializaciones de Patrimonio cultural y Patrimonio natural. Esta contratación incluye los costos de manuales y syllabus, logística, equipos, facilitadores expertos, entre otros.

Se prevé capacitar a aproximadamente 300 guías de turismo (nacionales y locales) en destinos priorizados como: PN Cotopaxi, RPF Chimborazo, PN Cayambe Coca, PN Antisana, RE Cotacachi-Cayapas, RE Ilinizas, PN Yasuní, PN Sangay, RPF Cuyabeno, Cavernas de Mera, Cueva de los Tayos, PN Machalilla, Centros Históricos de Quito, Cuenca y Guayaquil, entre otros.

5.3. Adquirir herramientas técnicas para cursos virtuales de turismo

Esta actividad consiste en la coordinación con instituciones públicas y privadas a nivel nacional e internacional que oferten cursos virtuales de turismo para que se pueda priorizar al menos 500 becas (costo aproximado de US \$.300.00 por persona), para que sean beneficiados los actores turísticos que trabajan en las empresas turísticas, en los GAD municipales y parroquiales (equipos técnicos de las direcciones, jefaturas o unidades de turismo) y en el Ministerio de Turismo.

5.4. Actualización de contenidos y desarrollo de cursos online de las competencias Laborales para la plataforma moodle (10 cursos)

Esta actividad consiste en la actualización de los cursos on line (virtuales) que tiene el MINTUR en su plataforma moodle relacionados con las competencias laborales turísticas de: Hospitalidad, Administrador de Empresas de Alojamiento, Recepcionista, Camarera de Pisos, Administrador de restaurantes, Cocinero, Mesero, Seguridad Alimentaria, Gerente de Operadora turística, Agente de Ventas., Los cursos on line incluirán: manuales, videos y las actividades didácticas programadas en las herramientas con las que cuenta la plataforma moodle de MINTUR (H5P, genially, canvas, educaplay, entre otros).

5.5. Adquirir y renovar la suscripción e inclusión de cinco herramientas externas interactivas para la plataforma Moodle y licencia para herramienta interactiva de videoconferencia por 3 años

Esta actividad consiste en la adquisición y renovación de la suscripción de licencias de las siguientes herramientas interactivas que serán utilizadas en la plataforma Moodle del MINTUR: genially, canvas, educaplay, powtoons, kahoot y zoom. Estas licencias permitirán dar continuidad a la oferta de cursos virtuales que el equipo técnico ha venido desarrollando en la administración y gestión de la plataforma moodle con que cuenta el Ministerio de Turismo.

5.6. Contratar los servicios para el montaje y desarrollo del ciclo de charlas cortas académicas denominados Mintur Talks

Esta actividad consiste en la ejecución de los eventos MINTUR TALKS que consiste en el desarrollo de charlas cortas de alto impacto dirigidas a los actores turísticos sobre temas actuales que son de importancia para la gestión, administración y operatividad de las diferentes actividades turísticas en el Ecuador. Estos eventos se prevé que sean ejecutados por el día mundial del turismo en el mes de septiembre de 2025 con la participación de los diferentes actores que forman parte del sistema turístico ecuatoriano en dos ciudades: Quito y Cuenca.

5.7 Gastos Operacionales

Viáticos y subsistencias

Financiamiento de viáticos y subsistencias para los funcionarios y servidores públicos que viajarán a los destinos donde se desarrollarán las actividades.

Para el cumplimiento de las actividades del componente 5 se realizarán eventos nacionales de socialización, lanzamientos, cursos y talleres de capacitación, monitoreo y seguimiento a la implementación de los programas, entre otros y así también, se participará en eventos nacionales e internacionales que promuevan el turismo, la sostenibilidad, la calidad, el mejoramiento de la cadena de valor productiva del turismo entre otros que aporten al cumplimiento de las metas de los componentes 5

6.2. Cronograma Presupuestario

COMPONENTES	ACTIVIDADES	2025	2026	Total
COMPONENTE 1. - Fortalecer la competitividad del sector turístico del país A TRAVÉS de la implementación de estrategias que impulsen la transformación digital, calidad y sostenibilidad de las empresas turísticas y su cadena productiva aprovechando las ventajas comparativas y competitivas de los destinos turísticos; y que contribuyan a promover e impulsar la empleabilidad y la accesibilidad en el sector.	ACTIVIDAD 1.1. - Impulsar la adopción de la transformación digital como base para la generación de ventajas competitivas y comparativas	225.000,00	300.000,00	525.000,00
COMPONENTE 1. - Fortalecer la competitividad del sector turístico del país A TRAVÉS de la implementación de estrategias que impulsen la transformación digital, calidad y sostenibilidad de las empresas turísticas y su cadena productiva aprovechando las ventajas comparativas y competitivas de los destinos turísticos; y que contribuyan a promover e impulsar la empleabilidad y la accesibilidad en el sector.	ACTIVIDAD 1.2. - Fomentar iniciativas de sostenibilidad en las empresas turísticas	928.618,50	250.000,00	1.178.618,50
COMPONENTE 1. - Fortalecer la competitividad del sector turístico del país A TRAVÉS de la implementación de estrategias que impulsen la transformación digital, calidad y sostenibilidad de las empresas turísticas y su cadena productiva aprovechando las ventajas comparativas y competitivas de los destinos turísticos; y que contribuyan a promover e impulsar la empleabilidad y la accesibilidad en el sector.	ACTIVIDAD 1.3. - Implementar estrategias de mejora continua en calidad, que optimicen la cadena de valor y fortalezcan la oferta turística en todos sus niveles	250.000,00	250.000,00	500.000,00
COMPONENTE 1. - Fortalecer la competitividad del sector turístico del país A TRAVÉS de la implementación de estrategias que impulsen la transformación digital, calidad y sostenibilidad de las empresas turísticas y su cadena productiva aprovechando las ventajas comparativas y competitivas de los destinos turísticos; y que contribuyan a promover e impulsar la empleabilidad y la accesibilidad en el sector.	ACTIVIDAD 1.4. - Promover el mejoramiento de las condiciones y la articulación de actores del sector	66.000,00	66.000,00	132.000,00

turísticas y su cadena productiva aprovechando las ventajas comparativas y competitivas de los destinos turísticos; y que contribuyan a promover e impulsar la empleabilidad y la accesibilidad en el sector.	turístico y su cadena de valor, que impulsen la empleabilidad, la accesibilidad y la inclusión en el sector.			
COMPONENTE 1.- Fortalecer la competitividad del sector turístico del país A TRAVÉS de la implementación de estrategias que impulsen la transformación digital, calidad y sostenibilidad de las empresas turísticas y su cadena productiva aprovechando las ventajas comparativas y competitivas de los destinos turísticos; y que contribuyan a promover e impulsar la empleabilidad y la accesibilidad en el sector.	ACTIVIDAD 1.5. - Participación en eventos de competitividad, calidad, innovación, sostenibilidad y/o digitalización	-	100.000,00	100.000,00
COMPONENTE 1.- Fortalecer la competitividad del sector turístico del país A TRAVÉS de la implementación de estrategias que impulsen la transformación digital, calidad y sostenibilidad de las empresas turísticas y su cadena productiva aprovechando las ventajas comparativas y competitivas de los destinos turísticos; y que contribuyan a promover e impulsar la empleabilidad y la accesibilidad en el sector.	ACTIVIDAD 1.6. - Gastos operacionales	36.000,00	36.000,00	72.000,00
COMPONENTE 2.- Impulsar la conectividad con fines turísticos MEDIANTE un conjunto de acciones que permitan diversificar y promover la oferta aérea y marítima del país.	ACTIVIDAD 2.1. - Participación de eventos de conectividad aérea y marítima	56.500,00	100.000,00	156.500,00
COMPONENTE 2.- Impulsar la conectividad con fines turísticos MEDIANTE un conjunto de acciones que permitan diversificar y promover la oferta aérea y marítima del país.	ACTIVIDAD 2.2. - Viajes de Familiarización con representantes de potenciales líneas de cruceros de interés para el país.	24.000,00	24.000,00	48.000,00
COMPONENTE 2.- Impulsar la conectividad con fines turísticos MEDIANTE un conjunto de acciones que permitan diversificar y promover la oferta aérea y marítima del país.	ACTIVIDAD 2.3.- Consultorías para el Fortalecimiento de la conectividad marítima	46.834,00	46.834,00	93.668,00

COMPONENTE 2.- Impulsar la conectividad con fines turísticos MEDIANTE un conjunto de acciones que permitan diversificar y promover la oferta aérea y marítima del país.	ACTIVIDAD 2.4.- Consultorías para el Fortalecimiento de la conectividad aérea	135.000,00	135.000,00	270.000,00
COMPONENTE 2.- Impulsar la conectividad con fines turísticos MEDIANTE un conjunto de acciones que permitan diversificar y promover la oferta aérea y marítima del país.	ACTIVIDAD 2.5.- Convenios de cooperación con aerolíneas	688.020,05	600.000,00	1.268.070,19
COMPONENTE 2.- Impulsar la conectividad con fines turísticos MEDIANTE un conjunto de acciones que permitan diversificar y promover la oferta aérea y marítima del país.	ACTIVIDAD 2.6. - Gastos operacionales	19.500,00	30.000,00	49.500,00
COMPONENTE 3.- Incrementar la inversión en actividades turísticas que fortalezcan el empleo y el desarrollo económico del país MEDIANTE la asistencia técnica y acompañamiento a potenciales inversionistas	ACTIVIDAD 3.1.- Desarrollar misiones inversas con inversionistas internacionales.	903.070,19	60.000,00	963.070,19
COMPONENTE 3.- Incrementar la inversión en actividades turísticas que fortalezcan el empleo y el desarrollo económico del país MEDIANTE la asistencia técnica y acompañamiento a potenciales inversionistas	ACTIVIDAD 3.2.- Identificación de nuevas oportunidades de inversión turística para robustecer el portafolio mediante la implementación de acciones estratégicas de potenciación.	20.000,00	20.000,00	40.000,00
COMPONENTE 3.- Incrementar la inversión en actividades turísticas que fortalezcan el empleo y el desarrollo económico del país MEDIANTE la asistencia técnica y acompañamiento a potenciales inversionistas	ACTIVIDAD 3.3.- Participación en ferias y eventos especializados en inversiones turísticas.	15.000,00	100.000,00	115.000,00
COMPONENTE 3.- Incrementar la inversión en actividades turísticas que fortalezcan el empleo y el desarrollo económico del país MEDIANTE la asistencia técnica y acompañamiento a potenciales inversionistas	ACTIVIDAD 3.4.- Gastos operacionales	11.000,00	25.000,00	36.000,00
COMPONENTE 4. - Incrementar la generación de procesos de	ACTIVIDAD 4.1. - Establecer e	70.000,00	340.000,00	410.000,00

innovación y calidad en emprendimientos y MiPymes turísticas MEDIANTE la asistencia técnica especializada, convocatorias y desafíos de innovación, procesos de incubación y fortalecimiento empresarial.	implementar un programa de identificación, desarrollo y acompañamiento para la generación y fortalecimiento de proyectos turísticos innovadores y sostenibles.			
COMPONENTE 4. - Incrementar la generación de procesos de innovación y calidad en emprendimientos y MiPymes turísticas MEDIANTE la asistencia técnica especializada, convocatorias y desafíos de innovación, procesos de incubación y fortalecimiento empresarial.	ACTIVIDAD 4.2. - Fortalecer las MiPymes turísticas con metodologías de desarrollo empresarial para el mejoramiento de la calidad y la sostenibilidad.	568.070,19	400.000,00	968.070,19
COMPONENTE 4. - Incrementar la generación de procesos de innovación y calidad en emprendimientos y MiPymes turísticas MEDIANTE la asistencia técnica especializada, convocatorias y desafíos de innovación, procesos de incubación y fortalecimiento empresarial.	ACTIVIDAD 4.3. - Fomentar el encadenamiento productivo de las MiPymes turísticas a través de encuentros con proveedores y actores del mercado turístico para el mejoramiento de su gestión comercial.	30.000,00	30.000,00	60.000,00
COMPONENTE 4. - Incrementar la generación de procesos de innovación y calidad en emprendimientos y MiPymes turísticas MEDIANTE la asistencia técnica especializada, convocatorias y desafíos de innovación, procesos de incubación y fortalecimiento empresarial.	ACTIVIDAD 4.4. - Fortalecer las capacidades estratégicas de emprendimiento e innovación con la participación en eventos regionales y/o en el exterior que impulsen el ecosistema emprendedor y las mejores prácticas de desarrollo empresarial.	15.000,00	15.000,00	30.000,00
COMPONENTE 4. - Incrementar la generación de procesos de innovación y calidad en emprendimientos y MiPymes turísticas MEDIANTE la asistencia técnica especializada, convocatorias y desafíos de innovación, procesos de incubación y fortalecimiento empresarial.	ACTIVIDAD 4.5. - Incorporar herramientas tecnológicas para procesos de incubación acelerados	50.000,00	50.000,00	100.000,00

desafíos de innovación, procesos de incubación y fortalecimiento empresarial.	que desarrollen el emprendimiento turístico de base.			
COMPONENTE 4. - Incrementar la generación de procesos de innovación y calidad en emprendimientos y MiPymes turísticas MEDIANTE la asistencia técnica especializada, convocatorias y desafíos de innovación, procesos de incubación y fortalecimiento empresarial.	ACTIVIDAD 4.6. - Elaboración e impresión de material de apoyo para la implementación de los programas de desarrollo empresarial, dirigidos a emprendedores y empresarios turísticos.	15.000,00	15.000,00	30.000,00
COMPONENTE 4. - Incrementar la generación de procesos de innovación y calidad en emprendimientos y MiPymes turísticas MEDIANTE la asistencia técnica especializada, convocatorias y desafíos de innovación, procesos de incubación y fortalecimiento empresarial.	ACTIVIDAD 4.7. - Fortalecer la imagen corporativa, gestión comercial y posicionamiento de MIPYMES turísticas en medios digitales	60.000,00	60.000,00	120.000,00
COMPONENTE 4. - Incrementar la generación de procesos de innovación y calidad en emprendimientos y MiPymes turísticas MEDIANTE la asistencia técnica especializada, convocatorias y desafíos de innovación, procesos de incubación y fortalecimiento empresarial.	ACTIVIDAD 4.8. - Gastos operacionales	35.000,00	35.000,00	70.000,00
COMPONENTE 5. - Incrementar la calidad en el servicio turístico MEDIANTE la implementación de procesos de capacitación dirigidos a actores turísticos en los destinos priorizados por el Ministerio de Turismo.	ACTIVIDAD 5.1. - Fortalecer las capacidades de los actores turísticos de los destinos priorizados por MINTUR	508.020,07	560.050,13	1.088.020,06
COMPONENTE 5. - Incrementar la calidad en el servicio turístico MEDIANTE la implementación de procesos de capacitación dirigidos a actores turísticos en los destinos priorizados por el Ministerio de Turismo.	ACTIVIDAD 5.2. - Establecer un programa de capacitación especializado en actividades de aventura y patrimonio para los guías de turismo	50.000,00	387.589,80	437.589,80

COMPONENTE 5. - Incrementar la calidad en el servicio turístico MEDIANTE la implementación de procesos de capacitación dirigidos a actores turísticos en los destinos priorizados por el Ministerio de Turismo.	ACTIVIDAD 5.3. - Adquirir herramientas técnicas para cursos virtuales de turismo	10.000,00	140.000,00	150.000,00
COMPONENTE 5. - Incrementar la calidad en el servicio turístico MEDIANTE la implementación de procesos de capacitación dirigidos a actores turísticos en los destinos priorizados por el Ministerio de Turismo.	ACTIVIDAD 5.4. - Actualización de contenidos y desarrollo de cursos online de las competencias Laborales para la plataforma moodle (10 cursos)	10.000,00	320.000,00	330.000,00
COMPONENTE 5. - Incrementar la calidad en el servicio turístico MEDIANTE la implementación de procesos de capacitación dirigidos a actores turísticos en los destinos priorizados por el Ministerio de Turismo.	ACTIVIDAD 5.5. - Adquirir y renovar la suscripción e inclusión de cinco herramientas externas interactivas para la plataforma Moodle y licencia para herramienta interactiva de videoconferencia por 3 años	10.000,00	10.000,00	20.000,00
COMPONENTE 5. - Incrementar la calidad en el servicio turístico MEDIANTE la implementación de procesos de capacitación dirigidos a actores turísticos en los destinos priorizados por el Ministerio de Turismo.	ACTIVIDAD 5.6. - Contratar los servicios para el montaje y desarrollo del ciclo de charlas cortas académicas denominados Mintur Talks	35.000,00	35.000,00	70.000,00
COMPONENTE 5. - Incrementar la calidad en el servicio turístico MEDIANTE la implementación de procesos de capacitación dirigidos a actores turísticos en los destinos priorizados por el Ministerio de Turismo.	ACTIVIDAD 5.7. - Gastos operacionales	41.982,47	40.000,00	81.982,47
TOTAL		4.932.615,47	4.580.473,93	9.513.089,40

6.3. Viabilidad Económica

La viabilidad económica del proyecto se encuentra relacionado al beneficio costo, resultantes de las acciones a ser realizadas en el año 2025 y 2026, enfocadas al fortalecimiento al fortalecimiento de los emprendedores, mipymes turísticas, empresarios y estudiantes, y la atracción de inversiones y conectividad.

Inversión:

La inversión considera cada uno de los componentes y presupuesto, considerados en el proyecto y están relacionados a las acciones a ser realizadas.El valor total de la inversión alcanza un valor de 9.513.089,40 dólares americanos.

Operación y Mantenimiento:

Gastos relacionados destinados al correcto funcionamiento del proyecto, los mismos que no son considerados en los montos de inversión. Los gastos operativos del proyecto constituyen los rubros que se emplean para el apoyo en la ejecución del proyecto, enmarcados en la operatividad del mismo y que no están incluido en el presupuesto de inversión. Se considera los gastos en los cuales interviene personal del Ministerio, como por ejemplo gastos de agua, luz, sueldos, gastos de traslados del personal como apoyo en el cumplimiento de las actividades planificadas.

Los gastos administrativos, operacionales y de funcionamiento que aportarán al cumplimiento del objetivo del Fondo de Desarrollo Turístico y del Ministerio de Turismo, para el año 2025 (agosto-diciembre) ascienden a de USD 3.327.635,25 y para el año 2026 a USD 8.960.387,95, los mismos que se distribuyen: 70% programa/proyecto de promoción, 15% programa/proyecto de competitividad y 15% programa/proyecto de desarrollo.

Correspondiéndole al programa/proyecto “Fortalecimiento a la competitividad del sector turístico”, los valores de acuerdo al siguiente detalle:

DETALLE	Año 2025	Año 2026
OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO (GASTO CORRIENTE)	499.145,29	1.344.058,19

Beneficios.

Cálculo beneficios del proyecto

El beneficio se monetizo a través de las fuentes de empleo que el proyecto aportaría para llegar a la meta del indicador “Incrementar la población con empleo en las principales actividades turísticas de 533.289 en el año 2022 a 550.000 al 2025” del Plan Nacional de Desarrollo, tomando en cuenta el empleo generado hasta diciembre 2024, y cantos empleos en el sector estarían pendientes generar para alcanzar la meta 2025, tomando como referencia el ingreso del salario básico unificado en el Ecuador en el año 2025.

Meta de la población con empleo en las principales actividades turísticas	% de empleo generado por el proyecto	Beneficios proyecto	Sueldo Básico	Beneficio
550.000,00	6,10%	33550	470,00	15.768.500,00

Flujo Económico

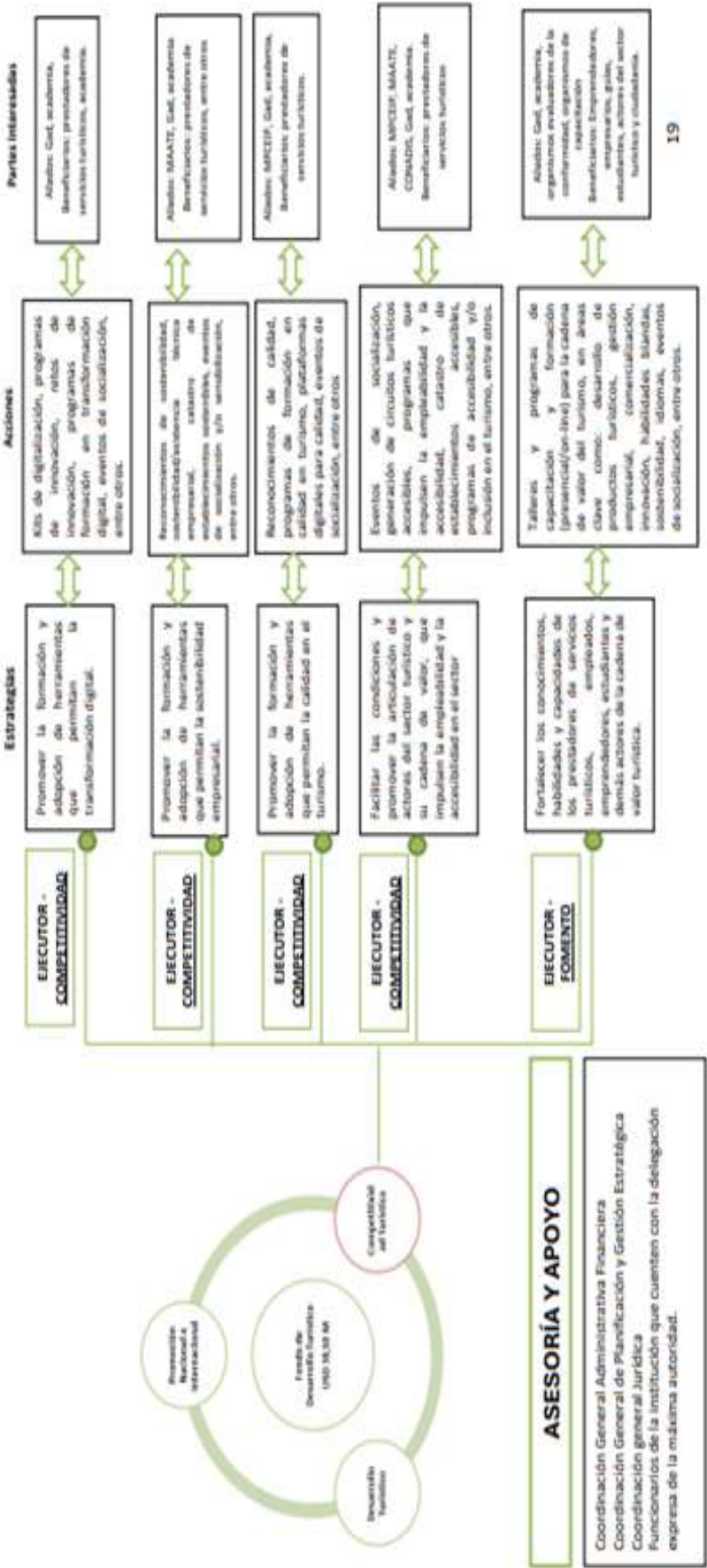
Detalle	2025	2026	Total
(+)Ingresos	-	15.768.500,00	15.768.500,00
Beneficios	-	15.768.500,00	
(-)Egresos	5.431.760,76	5.924.532,12	11.356.292,88
Inversión	4.932.615,47	4.580.473,93	
Gasto Operativos	499.145,29	1.344.058,19	

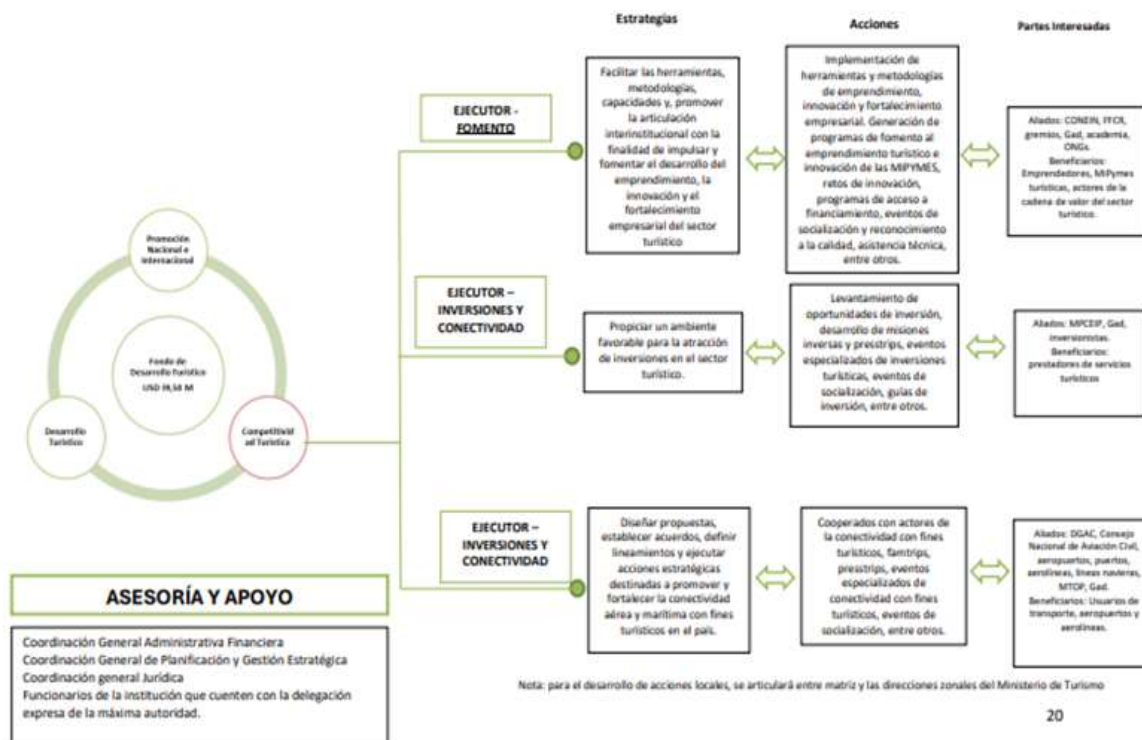
Viabilidad económica

BENEFICIOS (USD Corrientes) (a)	15.768.500,00
EGRESOS (b)	11.356.292,88
Beneficio / Costo (B/C):	1,39

El índice Beneficio / Costo (B/C) alcanza un valor de 1,39, la cual presenta una relación mayor a 1, lo que significa que los beneficios superan la inversión, y por lo tanto la inversión es rentable para la implementación.

6.4. Modelo de gestión del Proyecto





20

Ejecutores

- Dirección de Competitividad o quien haga sus veces, máximas autoridades (Despacho ministerial, Viceministerio, Subsecretaría de Competitividad y Fomento Turístico) , quienes se encargarán de la ejecución de proyecto y las contrataciones correspondientes.
- Dirección de Inversiones y Conectividad o quien haga sus veces, máximas autoridades (Despacho ministerial, Viceministerio, Subsecretaría de Competitividad y Fomento Turístico), quienes se encargarán de la ejecución de proyecto y las contrataciones correspondientes.
- Dirección de Fomento Turístico o quien haga sus veces, máximas autoridades (Despacho ministerial, Viceministerio, Subsecretaría de Competitividad y Fomento Turístico), quienes se encargarán de la ejecución de proyecto y las contrataciones correspondientes.

Coejecutores

Para el buen desarrollo del proyecto, podrán ser incorporadas:

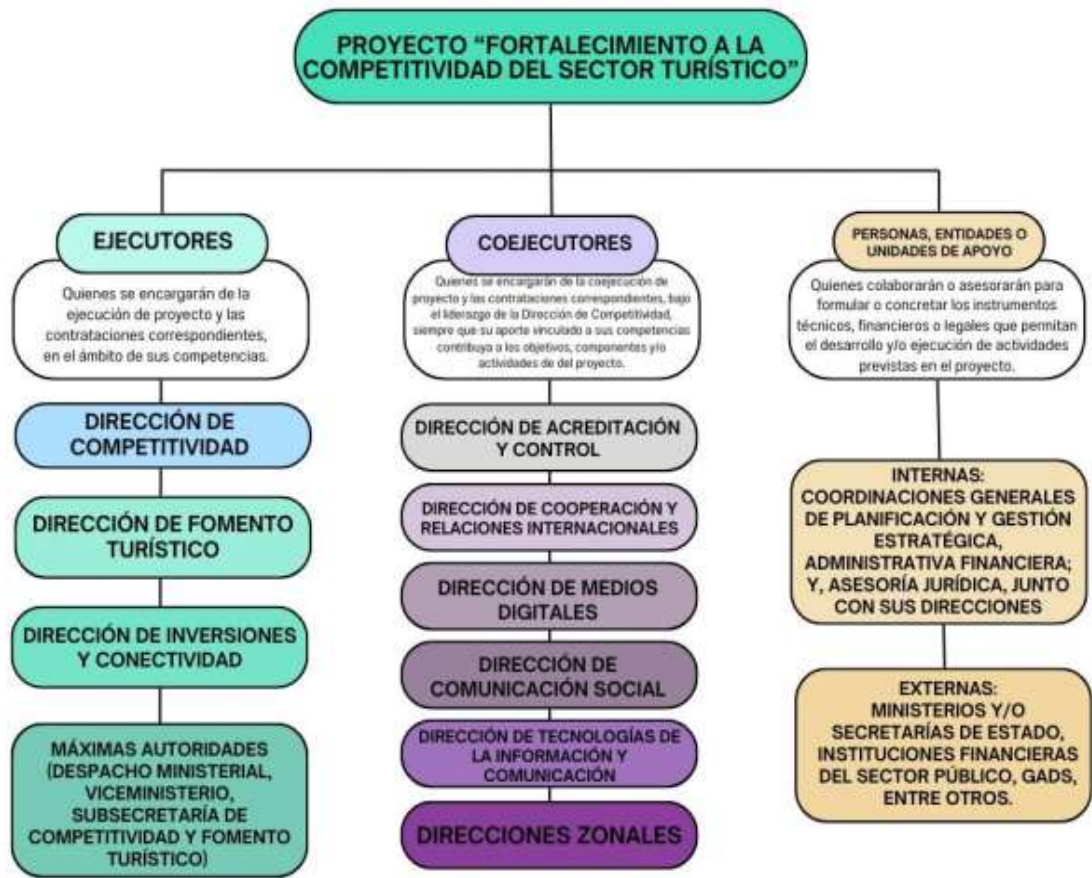
- Unidades administrativas institucionales a cargo de la regulación y control, de la comunicación institucional, de las relaciones internacionales, de los medios digitales, de la tecnología de la información y comunicación y direcciones zonales; quienes se encargarán de la coejecución de proyecto y las contrataciones correspondientes, bajo el liderazgo de la Dirección de Competitividad,

siempre que su aporte vinculado a sus competencias contribuya a los objetivos, componentes y/o actividades de del proyecto.

Personas, entidades o unidades de apoyo:

- Coordinaciones Generales de Planificación y Gestión Estratégica, Administrativa Financiera; y, Asesoría Jurídica, junto con sus direcciones.
- Entidades públicas tales como: ministerios y/o secretarías de Estado, instituciones financieras del sector público (regulado conforme las directrices emitidas por el ente rector de las finanzas públicas, en el marco del Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas y demás normativa legal vigente), Gobiernos Autónomos Descentralizados, entre otros.
- Entidades privadas internacionales como aerolíneas y líneas de cruceros.
- Quienes colaborarán o asesorarán para formular o concretar los instrumentos técnicos, financieros o legales que permitan el desarrollo y/o ejecución de actividades previstas en el proyecto.

Organigrama del proyecto.



7. Estrategias de Seguimiento

La Coordinación de Planificación y Gestión Estratégica elaborará un informe trimestral con los insumos provistos por la o las unidades ejecutoras del programa/proyecto, el que, será remitido al comité técnico y presidente del Fondo de Desarrollo Turístico; con el objeto de que conozcan los avances y las problemáticas identificadas, para la toma oportuna de medidas correctivas.

8. Firmas de responsabilidad

Validado por	
Nombre / Cargo	Firma
Mónica Margarita Riquetti Carrasco Viceministra de Turismo Presidente del Comité	 Firmado electrónicamente por: MONICA MARGARITA RIQUETTI CARRASCO Validar únicamente con FirmaEC

Carlos Eduardo Tapia Palacios Subsecretario de Desarrollo Turístico (s)	 Firmado electrónicamente por: CARLOS EDUARDO TAPIA PALACIOS Validar únicamente con FirmaBC
Carlos Eduardo Tapia Palacios Subsecretario de Competitividad y Fomento Turístico	 Firmado electrónicamente por: CARLOS EDUARDO TAPIA PALACIOS Validar únicamente con FirmaBC
Ana Beatriz Ontaneda Vega Subsecretaria de Promoción (S)	 Firmado electrónicamente por: ANA BEATRIZ ONTANEDA VEGA Validar únicamente con FirmaBC
Venus Inés Rodríguez Tapia Asesora Delegada de la máxima autoridad	 Venus Ines Rodríguez Tapia 

Consolidado por

Nombre / Cargo	Firma
David Alejandro Totoy Moreno Coordinador General de Planificación y Gestión Estratégica	 Firmado electrónicamente por: DAVID ALEJANDRO TOTOY MORENO Validar únicamente con FirmaBC

Asesoría

Nombre / Cargo	Firma
Fernando Bolívar Cano Mendoza Coordinador General Jurídico	 Firmado electrónicamente por: FERNANDO BOLIVAR CANO MENDOZA Validar únicamente con FirmaBC
Gina Patricia Hernández Brito Coordinadora General Administrativa Financiera	 Firmado electrónicamente por: GINA PATRICIA HERNANDEZ BRITO Validar únicamente con FirmaBC

FONDO DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL ECUADOR

Programa/Proyecto
“Promoción para el
posicionamiento turístico del
Ecuador 2025-2026”

AGOSTO

Contenido

1.	Datos generales	
1.1	Nombre del programa / proyecto	
1.2	Código interno del programa / proyecto CPI	
1.3	Monto Total.....	
1.4	Unidad institucional ejecutora	
1.5	Plazo de ejecución	
2.	Problemática a resolver y viabilidad técnica	
2.1.	Identificación del problema	
2.1.1.	Un vistazo económico al sector turístico internacional.....	
2.1.2.	La distribución del empleo turístico a nivel mundial.....	
2.1.3.	Descripción de la situación actual del sector turístico en el Ecuador	
2.1.4.	Un vistazo macro de la industria turística ecuatoriana	
2.1.5.	Un vistazo micro de la industria turística ecuatoriana	
2.1.6.	Índice de Competitividad Turística (TTDI – Siglas en inglés) 2021 - 2024	
2.1.7.	Identificación, descripción y diagnóstico del problema.	
2. 2	Indicador - Línea Base	
3.	Alineación con la Planificación	
4.	Objetivos.....	
4.1	Objetivo general:.....	
4.2	Objetivos específicos:.....	
5.	Indicadores	
5.1	Beneficiarios.....	
6.	Viabilidad	
6.1	Viabilidad Técnica.....	
6.2	Cronograma Presupuestario	
6.3	Viabilidad económica	
6.4	Modelo de gestión	
7.	Estrategias de Seguimiento	
8.	Firmas de responsabilidad.....	

1. Datos generales

1.1 Nombre del programa / proyecto

PROMOCIÓN PARA EL POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DEL ECUADOR 2025-2026

1.2 Código interno del programa / proyecto CPI

2025.93.00.001

1.3 Monto Total

\$ 44'394.417,20

1.4 Unidad institucional ejecutora

Subsecretaría de Promoción.

1.5 Plazo de ejecución

Periodo (Años)	Fecha inicio:	Fecha fin:
17 meses	Agosto 2025	Diciembre 2026

2. Problemática a resolver y viabilidad técnica

2.1. Identificación del problema

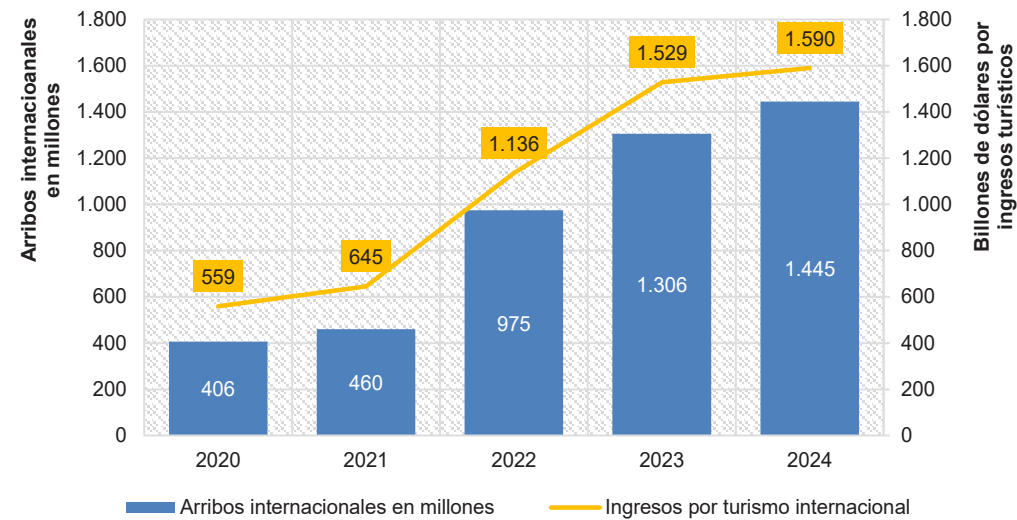
El COVID tuvo un impacto en la economía a nivel mundial y en especial en un sector muy frágil como el turístico en reflejo a los cambios estructurales del mundo. Durante ese período las condiciones de viaje se modificaron y la misma industria experimentó una recuperación.

El turismo es una actividad económica y social de enorme importancia para muchos países en el mundo. Se ha convertido en un instrumento eficaz para el desarrollo integral e inclusivo a través de su rol protagónico en la generación de oportunidades de empleo y mejora de la calidad de vida de la población a través del impulso de emprendimientos, infraestructura, generación de divisas por exportaciones, entre otros aspectos. Además, es un sector económico que promueve la innovación en el conocimiento y tecnología aplicada, respondiendo así a la acelerada globalización del mundo moderno.

2.1.1. Un vistazo económico al sector turístico internacional

Ilustración 1.

Arribos internacionales e ingreso de divisas por turismo



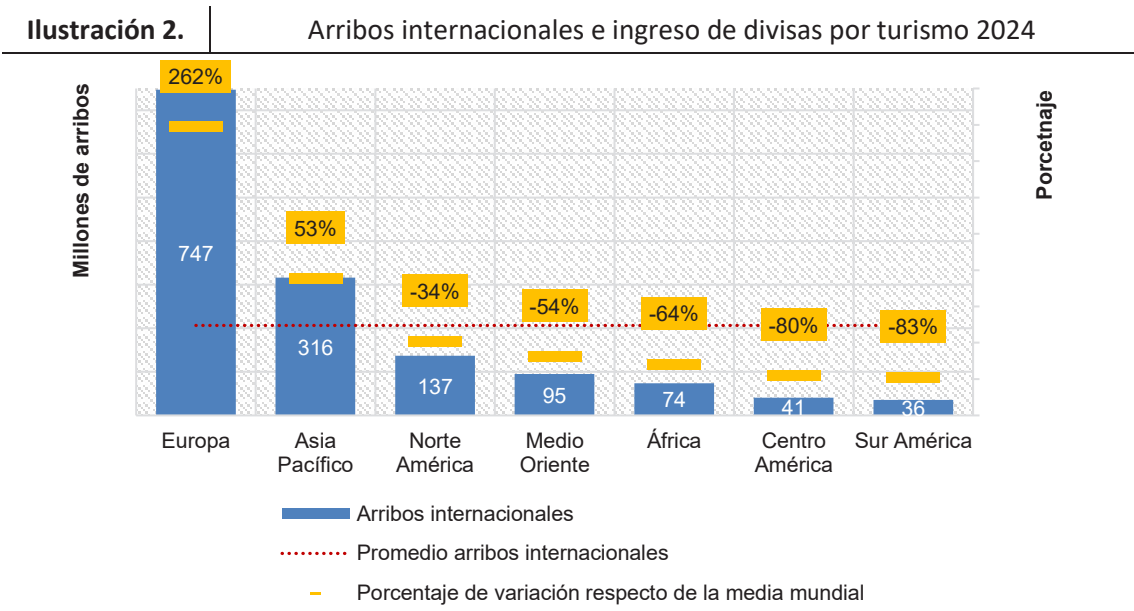
Fuente: ONU Turismo 1, 2025
Elaborado por: Dirección de Inteligencia de Mercados, MINTUR

En los últimos años, tanto los arribos como el ingreso por concepto de turismo internacional¹, han venido creciendo aceleradamente, pasando de 406 millones de arribos en 2020 hasta los 1.306 millones en 2023, lo que representa un incremento promedio anual del 48%. Según ONU Turismo (2025) en 2024 se calcula que 1.445 millones de turistas arribaron a los distintos destinos, lo que representa un aumento de cerca del 11% con relación a 2023.

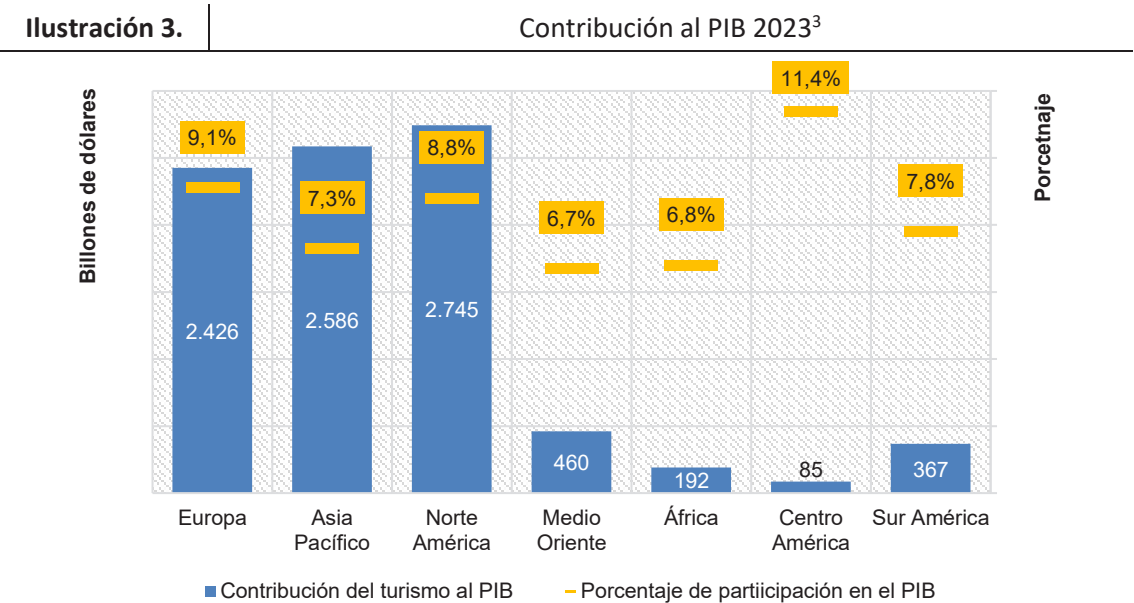
Respecto del ingreso de divisas al 2023 ha alcanzado un monto superior a los 1.529 billones de dólares, en comparación con 2024 se cuenta con un incremento cercano al 4% alcanzando los 1.590 billones de dólares; de igual manera, se espera que el ingreso promedio sea superior a los 1.110 dólares por turista. (ONU Turismo 1, 2025)

El gasto total² al 2023 alcanzó los 1.801 billones de dólares, para el 2024 el gasto total aumentó cerca del 3% (según estimaciones preliminares) alcanzando los 1.855 billones de dólares (ONU Turismo 2, 2025).

¹ Se entiende como lo recibido por la exportación de bienes y servicios turísticos
² Corresponde al total del ingreso del turismo internacional más transporte de pasajeros.



Fuente: ONU Turismo 1, 2025
Elaborado por: Dirección de Inteligencia de Mercados, MINTUR



Fuente: WTTC, 2024
Elaborado por: Dirección de Inteligencia de Mercados, MINTUR

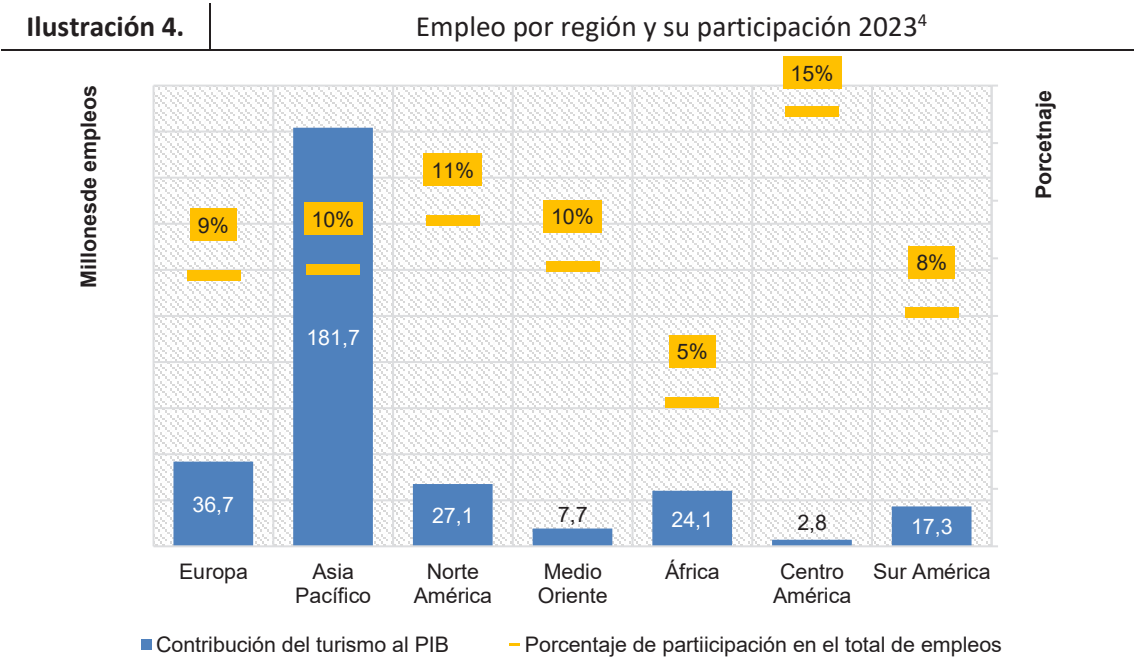
La industria turística a nivel mundial contribuye al PIB con el 9,1% alcanzando más de 9,8 trillones de dólares.

³ Datos reportados a marzo de 2024.

Con base en que el turismo es un motor fundamental que aporta al crecimiento económico en las distintas regiones del mundo, es importante enfatizar que las regiones de Europa y Asia-Pacífico se destacan por su alta recepción de turistas internacionales y su significativa contribución al PIB. Sin embargo, es interesante observar que América del Norte, a pesar de recibir menos turistas en comparación con el promedio mundial, también mantiene un nivel de contribución al PIB similar a estas regiones.

Se prevé que el turismo durante este 2025 siga creciendo a una tasa entre los 3% a 5%, reflejando una perspectiva de estabilización en las tendencias de crecimiento después del “boom” de 2023. Las principales externalidades que el sector afronta son los problemas económicos (altos precios de alojamiento y transporte), la volatilidad del precio del petróleo, entre otros factores económicos. Por otra parte, los expertos indican que los factores geopolíticos y fenómenos meteorológicos son determinantes también a la hora de viajar. (ONU Turismo 2, 2025)

2.1.2. La distribución del empleo turístico a nivel mundial



Fuente: WTTC, 2024
Elaborado por: Dirección de Inteligencia de Mercados, MINTUR

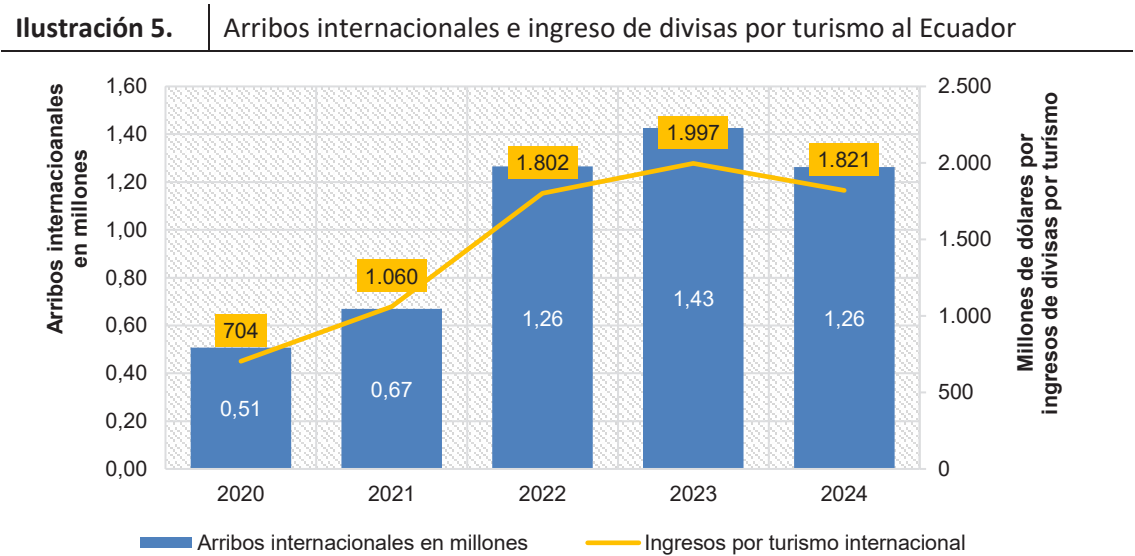
Al analizar el empleo turístico a nivel mundial, que incluye aquellos que son *directos*, *indirectos* e *inducidos*, identificamos que la región Asia Pacífico no solo recibe una cantidad de turistas mayor a la media y que no solo es una de las tres regiones que más contribuyen al PIB; es la región que más empleo turístico genera en el mundo en términos absolutos, en términos de participación del total de empleo es similar que en la región europea, América del Norte y Medio Oriente con un 10% en promedio. En Centro América es la industria que mayor cantidad de empleo genera con un 15%.

⁴ Datos reportados a marzo de 2024.

2.1.3. Descripción de la situación actual del sector turístico en el Ecuador

El sector turístico es intensivo en empleo de mano de obra no cualificada, así como un importante factor de sostenibilidad para la dolarización en nuestro país, lo que resulta evidente la necesidad de generar apoyo para la industria para conseguir los objetivos establecidos a nivel nacional y contribuir al fortalecimiento de las variables macroeconómicas del país.

2.1.4. Un vistazo macro de la industria turística ecuatoriana



Fuente: MINTUR 1, 2025 - MINTUR 2, 2025
Elaborado por: Dirección de Inteligencia de Mercados, MINTUR
Nota: Se ha estimado el cuarto trimestre de 2024 del ingreso de divisas por turismo

Los arribos internacionales al Ecuador como el ingreso de divisas⁵, han venido creciendo aceleradamente, pasando de 507 mil arribos en 2020 hasta más de 1,4 millones en 2023, lo que representa un incremento promedio anual del 41%. Durante los primeros meses de 2024, el Gobierno Central decretó varios estados de excepción derivados de la problemática de seguridad que el Ecuador atraviesa, generando una caída del 12% de las entradas internacionales, lo que representa 1,26 millones de visitantes. Es importante indicar que las acciones promocionales realizadas por el Ministerio de Turismo a nivel internacional, no han permitido que la caída sea abrupta.

Para el primer trimestre del 2025, el ingreso de visitantes al Ecuador presenta un incremento de 17%, comparado el mismo período de 2024 alcanzando los 329.985 visitantes.

El ingreso de divisas en 2023 superó los 1.997 millones de dólares. Con relación a la estimación al cierre de 2024, se cuenta con un decrecimiento cercano al 9%, alcanzando los 1.821 millones

⁵ Corresponde al total del ingreso de divisas más transporte de pasajeros, de la balanza de pagos BCE.

de dólares; de igual manera, se espera que el ingreso promedio por visitante sea superior a los 1.400 dólares.

En turismo ocupa el cuarto lugar de las exportaciones no petroleras. El aporte del turismo al PIB en 2024 fue del 1,43%, cuando el promedio de la región oscila en torno al 8,3% a nivel mundial y con relación a América del Sur es de 8,1%.



2.1.5. Un vistazo micro de la industria turística ecuatoriana

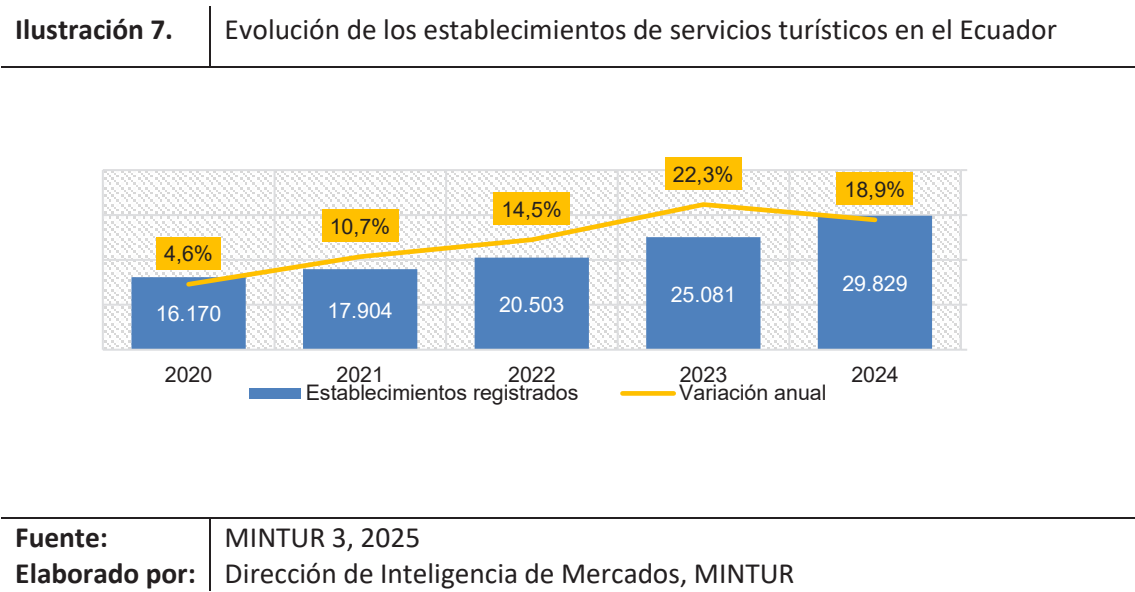
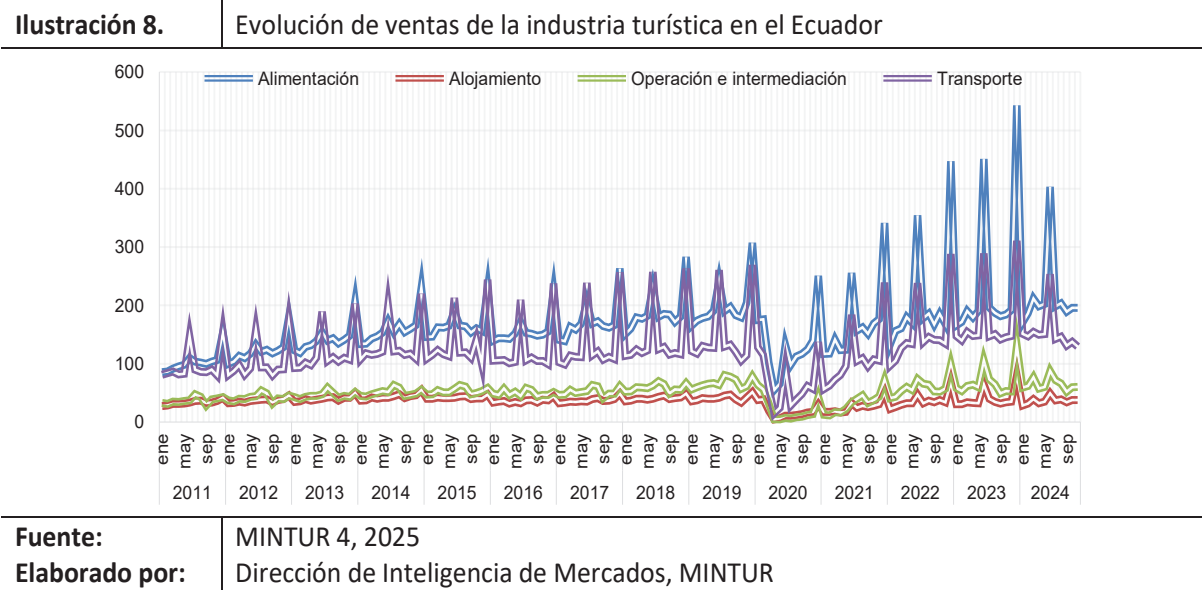


Tabla 1.		Distribución de los establecimientos turísticos registrados a nivel nacional	
PROVINCIA	PARTICIPACIÓN	PROVINCIA	PARTICIPACIÓN
Azuay	6,32%	Los Ríos	0,91%
Bolívar	0,37%	Manabí	6,16%
Cañar	0,92%	Morona Santiago	1,16%
Carchi	0,25%	Napo	1,62%
Chimborazo	1,61%	Orellana	0,71%
Cotopaxi	1,11%	Pastaza	0,90%
El Oro	1,75%	Pichincha	45,80%
Esmeraldas	1,04%	Santa Elena	3,26%
Galápagos	3,18%	Santo Domingo de los Tsáchilas	1,02%
Guayas	13,12%	Sucumbíos	0,77%
Imbabura	1,93%	Tungurahua	3,61%
Loja	2,14%	Zamora Chinchipe	0,37%
Fuente:		MINTUR 3, 2025	
Elaborado por:		Dirección de Inteligencia de Mercados, MINTUR	

Los establecimientos de servicios turísticos han aumentado a una tasa promedio anual de cerca del 17%, alcanzando para el 2024 un total de 29.829 establecimientos, concentrándose en las provincias de Pichincha con más de 45%, Guayas con el 13% y Azuay con el 6%. Según el INEC (2025) la industria turística al 4to trimestre de 2024, aportó con el 6,4% del total de empleos en el Ecuador, alcanzando más de 529 mil empleos, lo que representa un decrecimiento del 2,4% con relación al mismo período de 2023⁶.

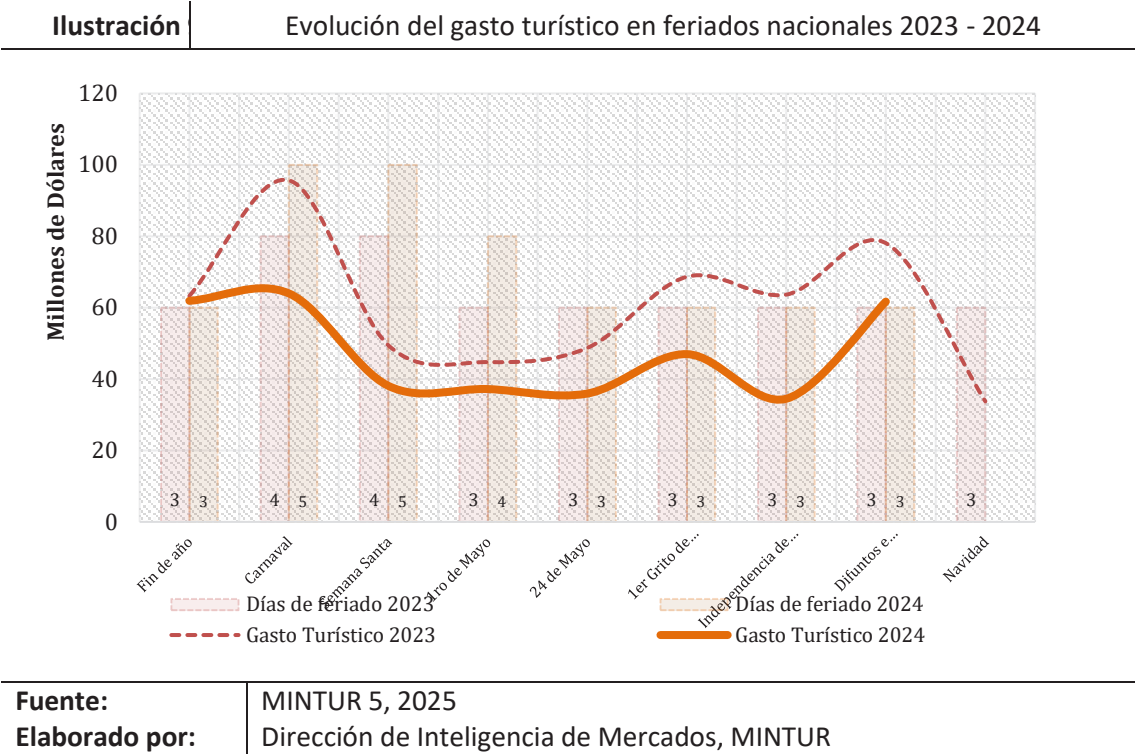
En 2024, se registraron ventas por sobre los 6,0 billones de dólares, siendo un 1,8% menor a lo registrado en 2023.



⁶ Cálculos realizados por la Dirección de Información Turística y Análisis Económico, DITAE - MINTUR

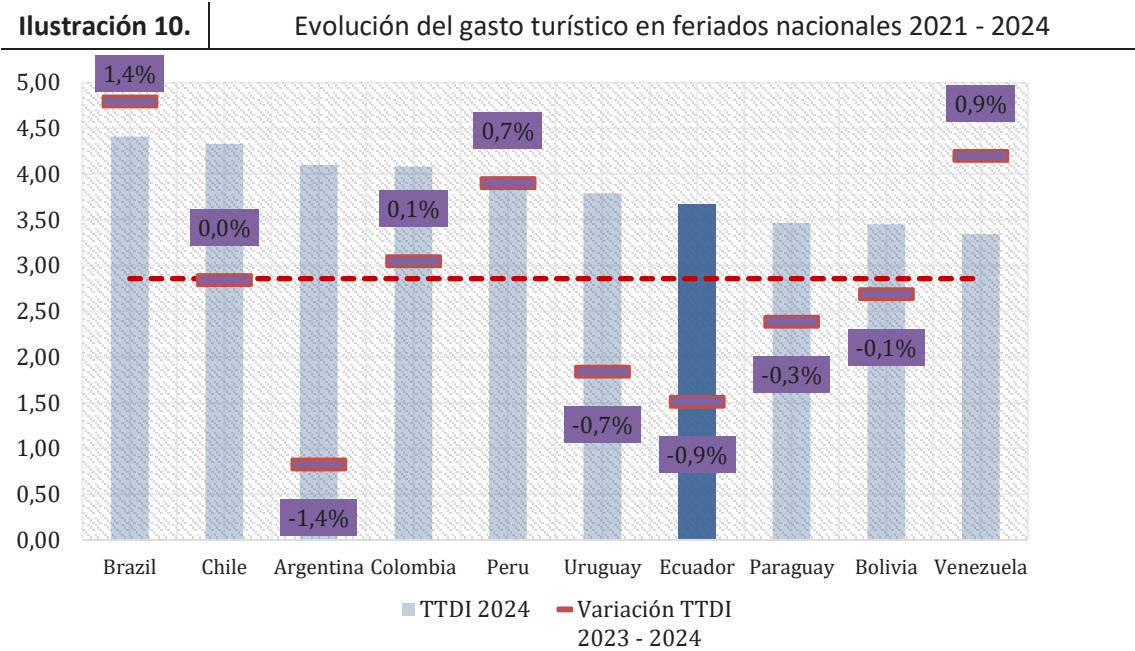
Los feriados nacionales se han convertido en el motor principal durante el cual se movilizan la mayor cantidad de viajeros, turistas y excursionistas. En 2024 se movizaron más de 6,7 millones de viajeros y se generó un gasto superior a los 427,8 millones de dólares⁷.

El análisis de los feriados nacionales del 2023 y 2024, permitió identificar que el gasto turístico diario decreció en un 31% y que el gasto turístico total en 26%. De igual manera, los viajeros diarios que visitaron los distintos destinos a nivel nacional decrecieron en 23% y los viajeros totales decrecieron en 28%.



⁷ En 2024, se realizaron 8 de los 9 feriados programados.

2.1.6. Índice de Competitividad Turística (TTDI – Siglas en inglés) 2021 - 2024



Fuente: WEF, 2025
Elaborado por: Dirección de Inteligencia de Mercados, MINTUR

Según el TTDI (*Travel & Tourism Development Index*) entre 2021 y 2024, Ecuador decreció un 0,9%, provocando que caiga 2 puntos en el ranking, ubicándose en el puesto 80 de un total de 119 mercados, y en Sudamérica solo por delante de Paraguay (92), Bolivia (94) y Venezuela (103).

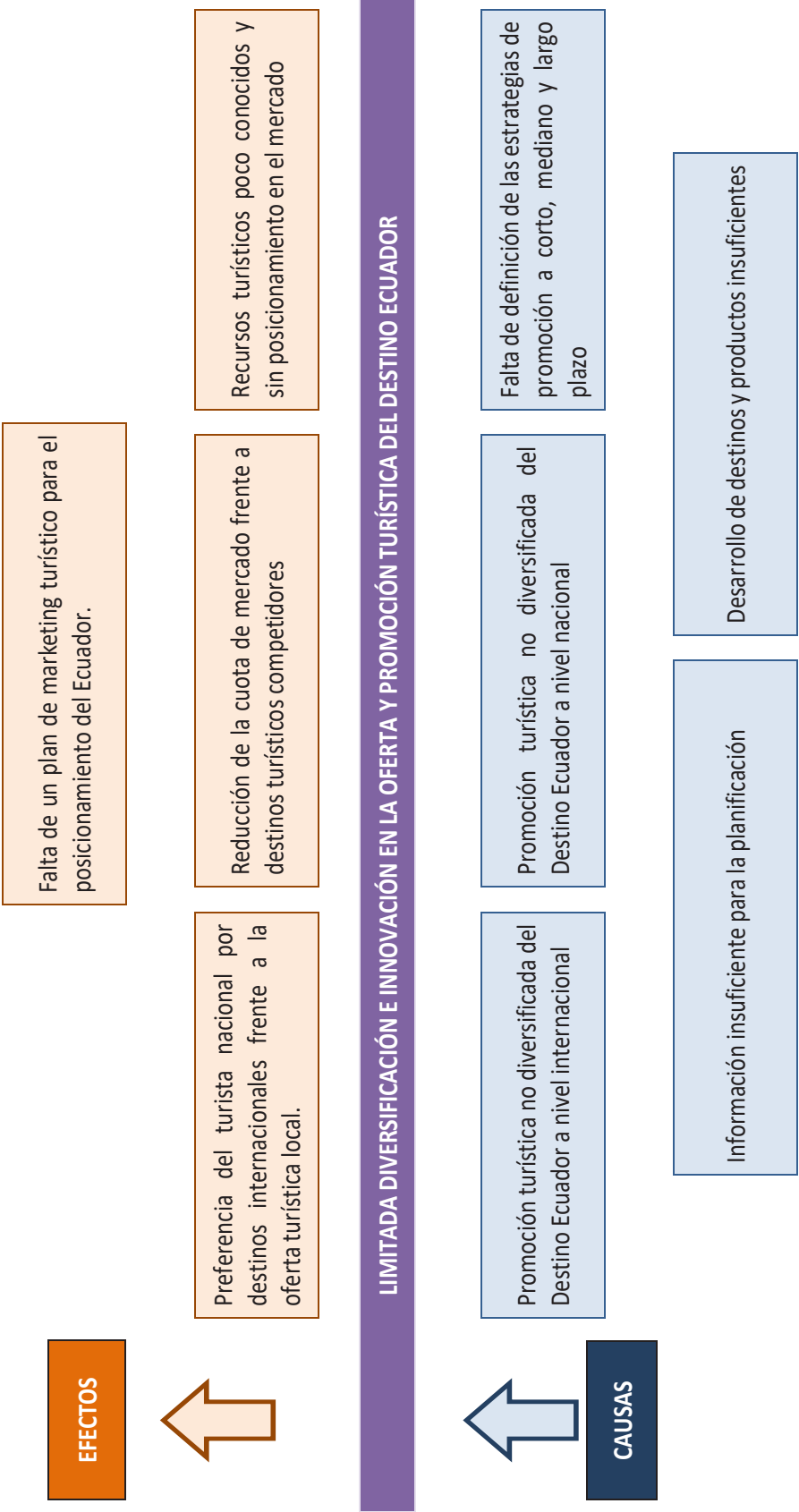
Con base en los resultados obtenidos, se han identificado las siguientes condiciones para la caída del índice:

- Las circunstancias adversas de seguridad.
- No se cuenta con una diversificación de atractivos en los distintos destinos del país, aun cuando Ecuador cuenta principalmente con recursos naturales y culturales, con altos criterios de sostenibilidad.
- El precio de la oferta que ha ido en aumento, sin haber mejora en las condiciones inherentes a las distintas actividades turísticas.
- Desaprovechamiento de los cambios tecnológicos.

Bajo este análisis, del total de visitantes que ingresan a Sudamérica, el 3,5% visitan Ecuador, lo cual deja una puerta abierta al desarrollo de la industria turística nacional tomando en cuenta que la tendencia de viajes en 2025, y en los años subsiguientes se centra en la búsqueda de destinos con “prácticas sostenibles y el descubrimiento de destinos menos conocidos.” (ONU Turismo 2, 2025).

2.1.7. Identificación, descripción y diagnóstico del problema.

ÁRBOL DE PROBLEMAS



Ecuador ha registrado un crecimiento sostenido en la llegada de visitantes internacionales en los últimos años. No obstante, el flujo turístico aún es limitado si se compara con países competidores de la región. Por ejemplo, Colombia recibe 2,86 veces más visitantes que Ecuador, Perú 1,70 y Costa Rica 1,93 veces más.

Actualmente, el país cuenta con mayores recursos para implementar procesos de promoción turística más ambiciosos. Este nuevo escenario exige una planificación estratégica rigurosa, sustentada en insumos técnicos y de mercado proporcionados por las distintas unidades del Ministerio de Turismo. El objetivo es construir una oferta turística alineada con las expectativas y necesidades de los mercados emisores, facilitando así la toma de decisión de viaje, ya sea por vacaciones o negocios.

Simultáneamente, se buscará incentivar la demanda tanto nacional como internacional para que elijan Ecuador como destino. Este esfuerzo estará acompañado por un llamado a la mejora continua de los servicios turísticos, promoviendo que toda la cadena de valor en cada destino del país eleve sus estándares de calidad y atención al visitante.

2. 2 Indicador - Línea Base

Objetivo General

Indicador de la Línea base	Unidad de medida	Año base	Línea base
Intención de viaje hacia Ecuador	Millones de búsquedas de vuelo	2024	93.5 millones de búsquedas de vuelo ⁸
Número de desplazamientos durante los feriados nacionales	Número de desplazamientos durante los feriados nacionales	2024	1.66 millones de viajes ⁹

3. Alineación con la Planificación

Alineación a la Planificación:	
Objetivo Estratégico Fondo de Desarrollo Turístico:	Promocionar el destino Ecuador a través de acciones promocionales estratégicas a escala nacional e internacional

⁸ Resultado de la sumatoria correspondiente a las búsquedas de vuelos hacia el Ecuador de los mercados priorizados, obtenidos de la plataforma MABRIAN.

⁹ Resultado del total de viajes (desplazamientos) realizados a nivel nacional como consecuencia del desarrollo de los feriados nacionales.

4. Objetivos

4.1 Objetivo general:

Promocionar el destino Ecuador A TRAVÉS de acciones estratégicas a escala nacional e internacional, mediante estrategias de promoción innovadoras, fortaleciendo la identidad de los ecuatorianos y generando información clave sobre los viajeros que permitan la toma de decisiones estratégicas.

4.2 Objetivos específicos:

- Incentivar el turismo internacional A TRAVÉS de la ejecución de acciones publicitarias y comerciales en los mercados internacionales.
- Incentivar el turismo interno y el sentido de pertenencia de los ecuatorianos MEDIANTE la ejecución de acciones ATL, BTL y ferias/eventos en Ecuador.
- Fortalecer las estrategias de promoción turística A TRAVÉS del análisis de datos que permita la toma de decisiones.

5. Indicadores

Objetivo General

Indicador	Unidad de medida	Meta 2025	Meta 2026	Total
Incrementar en un 4% la intención de viaje hacia Ecuador al 2026	Millones de búsquedas de vuelo	95.4 millones de búsquedas de vuelo	97.3 millones de búsquedas de vuelo	97.3 millones de búsquedas de vuelo
Incrementar en 15% el número de desplazamientos en los feriados nacionales al 2026	Número de desplazamientos en los feriados nacionales	908.1 mil viajes	1.046,1 millones de viajes	1.046,1 millones de viajes

Objetivos Específicos

Indicador componentes	Unidad	Línea base 2024	Año 2025	Año 2026
Componente 1: Número de acciones publicitarias y comerciales en los mercados internacionales	Número	13	3	3

Componente 2: Número de acciones ATL, BTL y ferias/eventos en Ecuador en Ecuador.	Número	3	4	4
Componente 3: Número de procesos generadores de datos e información	Número	2	0	3

Nota: La línea Base del componente 1 es mayor a la meta proyectada en el año 2025, ya que en este año se cuenta con 2 proyectos diferentes en los cuales se realizan acciones publicitarias y comerciales en los mercados internacionales: Proyecto de Inversión "PROMOCIÓN PARA LA REACTIVACIÓN TURÍSTICA DEL ECUADOR" y el Programa "FONDO DE DESARROLLO TURÍSTICO", por lo que solo se toma en cuenta las acciones del presente programa.

Para el caso del indicador "Número de procesos generadores de datos e información", no se incluye meta para el año 2025, debido a que en este año se trabajará en el levantamiento de la información que aportará al cumplimiento del indicador.

5.1 Beneficiarios

Beneficiarios Directos:

Tipo de beneficiario	Descripción	Año 2025	Año 2026	TOTAL
Industria turística ecuatoriana	La ejecución de estrategias de promoción turística, tanto a nivel nacional como internacional, generará impactos directos en el sector turístico, principal beneficiario de estas acciones. Al atraer un mayor número de turistas nacionales e internacionales, se dinamizarán los ingresos de toda la cadena de valor del turismo. Los beneficiarios directos incluyen prestadores de servicios turísticos como agencias de viaje, operadores turísticos, establecimientos de alojamiento, restaurantes, guías, transportistas, así como artesanos y emprendedores locales en los destinos. Además, las comunidades anfitrionas también se verán favorecidas mediante la generación de empleo, el fortalecimiento de economías locales y la mejora de infraestructura turística asociada.	29.652 establecimientos registrados en el Catastro de servicios turísticos	29.652 establecimientos registrados en el Catastro de servicios turísticos	29.652 establecimientos registrados en el Catastro de servicios turísticos

Fuente: Catastro turístico a abril de 2025

<https://servicios.turismo.gob.ec/catastro-turistico/>

Nota: Se toma el número del 2025 y se proyecta el mismo para el 2026 ya que pueden aumentar, mantenerse o disminuir.

Beneficiarios Indirectos:

Tipo de beneficiario	Descripción	Año 2025	Año 2026	TOTAL
Población ecuatoriana	Además del sector turístico, la promoción turística genera beneficios indirectos para toda la población ecuatoriana, al contribuir significativamente al desarrollo económico y social del país. La inyección de recursos proveniente del gasto turístico tiene efectos multiplicadores en diversos ámbitos de la economía nacional. El turismo está conformado por un conjunto de actividades características, principalmente servicios como alojamiento, alimentación, transporte y recreación. Estas actividades se complementan con sectores conexos como la construcción, la producción de textiles, la agricultura y otros bienes y servicios. De este modo, el turismo impulsa la integración de una amplia gama de sectores económicos, particularmente en las comunidades receptoras, promoviendo la diversificación del aparato productivo nacional. Adicionalmente, el turismo contribuye a la reducción de la desigualdad social. El gasto de los turistas permite una redistribución territorial de la riqueza, al dinamizar economías locales en distintas regiones del país, lo que ayuda a disminuir las brechas económicas entre zonas urbanas y rurales.	16.938 986 de ecuatorianos	17.715.307 de ecuatorianos	17.715.307 de ecuatorianos

Fuente: Datos INEC, Censo <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>

6. Viabilidad

6.1 Viabilidad Técnica

El presente proyecto de la Subsecretaría de Promoción del Ministerio de Turismo, orientado a la ejecución de acciones para el Fondo de Desarrollo Turístico, es técnicamente viable y estratégico para potenciar el posicionamiento de Ecuador como un destino turístico preferencial en los mercados nacionales e internacionales. La propuesta busca resolver problemáticas clave del sector, como la baja competitividad del país en el ámbito turístico global, la percepción de inseguridad y la concentración de flujos turísticos en sitios tradicionales, mediante la implementación de acciones promocionales innovadoras y efectivas.

Las estrategias planificadas incluyen campañas ATL y BTL a nivel nacional e internacional, así como el fortalecimiento de la toma de decisiones a través del análisis de datos sobre la percepción y comportamiento de los viajeros. Estas acciones permitirán incrementar la intención de viaje hacia Ecuador, diversificar los destinos turísticos y fortalecer la imagen del país como un destino atractivo y seguro.

Para la ejecución del proyecto se propone un modelo de gestión eficiente, que contempla monitoreo y seguimiento de las actividades. Asimismo, el proyecto establece mecanismos para articular esfuerzos entre el sector público y privado, aprovechando las capacidades logísticas y comerciales de las embajadas y oficinas comerciales de Ecuador en el exterior.

En conclusión, el proyecto cuenta con una justificación sólida, acciones bien definidas y recursos adecuados para su implementación, lo que garantiza su viabilidad técnica y su capacidad para contribuir al desarrollo sostenible del turismo en Ecuador, mejorando su competitividad y fortaleciendo su identidad como destino turístico preferencial.

Las actividades contempladas en el Fondo de Desarrollo Turístico para 2025 son actividades que no están contempladas en el actual Proyecto de Inversión que ejecuta la Subsecretaría de Promoción, por lo cual son nuevas actividades que impulsarán la promoción turística del Ecuador.

Componente 1: Incentivar el turismo internacional A TRAVÉS de la ejecución de acciones publicitarias y comerciales en los mercados internacionales.

ACTIVIDAD 1.1. - Oficina de Relaciones Públicas Estados Unidos y Canadá

Con el objeto de implementar estrategias de promoción y mercadeo para potenciar al Ecuador como un Destino Turístico, es oportuno contar con un aliado estratégico que coordine y ejecute el manejo articulado de varias acciones comerciales con los principales actores del sector turístico en Estados Unidos y Canadá, a través de la contratación de una Oficina de Relaciones Públicas para fortalecer la presencia de Ecuador en estos mercados. Esta oficina gestionará la

relación con medios de comunicación, influencers, y líderes de opinión, desarrollando estrategias de comunicación y difusión que potencien la imagen del destino. Además, coordinará acciones con socios estratégicos, como agencias de viaje, touroperadores y OTAs, para impulsar la promoción del país a través de la participación del Destino en ferias y/o eventos, fam y press trips, así como campañas de alto impacto en estos mercados clave.

ACTIVIDAD 1.2. - Oficina de Relaciones Públicas Europa

La Oficina de Relaciones Públicas en Europa estará enfocada en fortalecer la visibilidad de Ecuador en los principales mercados de este continente. Su gestión incluirá el relacionamiento con medios de comunicación, periodistas, creadores de contenido y aliados estratégicos del sector turístico. A través de campañas de comunicación, fam y press trips, eventos especializados y colaboraciones con operadores turísticos y OTAs, se buscará posicionar al país como un destino atractivo y diverso. Además, se implementarán estrategias adaptadas a las tendencias y preferencias del público europeo para maximizar el impacto de la promoción.

ACTIVIDAD 1.3. - Oficina de Relaciones Públicas Latinoamérica

La Oficina de Relaciones Públicas en Latinoamérica tendrá como objetivo potenciar la presencia de Ecuador en los mercados clave de la región. A través de una estrategia integral, se fortalecerán las relaciones con medios de comunicación, periodistas, influencers y aliados estratégicos del sector turístico. Se ejecutarán campañas de difusión, press trips, eventos promocionales y alianzas con operadores y OTAs para impulsar la visibilidad del destino. Además, se adaptarán las acciones de comunicación a las preferencias y tendencias del mercado latinoamericano, destacando la diversidad y autenticidad de la oferta turística del país.

ACTIVIDAD 1.4. - Participación en ferias de turismo internacional

La participación en ferias Turísticas Internacionales tienen el propósito de promocionar la oferta turística del Ecuador, tener presencia del destino a nivel internacional, consolidar una presencia sólida e integral del país, conocer sobre las nuevas tendencias turísticas, fortalecer las relaciones turístico comerciales entre operadores turísticos internacionales y empresarios turísticos ecuatorianos y generar nuevos contactos del *trade* turístico internacional.

El objetivo principal de las ferias es establecer contactos con clientes potenciales e intermediarios en mercados priorizados y estratégicos para Ecuador de aquellas ferias profesionales en las cuales participan los profesionales de turismo de nuestro interés como lo son los segmentos de: Leisure (ocio / vacaciones), Aventura, MICE (Meetings, Incentives, Conferencing and Exhibitions).

Las ferias internacionales brindan la plataforma perfecta para lograr un sitio destacado en la industria turística global, por un lapso de tiempo definido y en un mismo lugar. Dado el alcance que tienen estas ferias y eventos en el mercado internacional, con la participación de Ecuador, garantizaríamos presencia en mercados priorizados y estratégicos.

ACTIVIDAD 1.5.- Campaña integral internacional

La ejecución de una campaña integral internacional de promoción turística del Ecuador es esencial para posicionar al país como un destino atractivo, competitivo y diverso en los principales mercados emisores. Esta campaña debe contemplar un proceso completo que incluya la conceptualización, creatividad y estrategia, a partir de una narrativa sólida que represente la identidad y el valor diferencial del destino. A ello se suma la producción y creación de piezas promocionales multiformato, diseñadas para captar la atención de diferentes segmentos de viajeros y adaptadas a los canales de comunicación de cada mercado. Finalmente, la distribución estratégica y ejecución de activaciones en medios digitales, plataformas especializadas, espacios públicos, creadores de contenido, influencers y líderes de opinión permitirá amplificar el mensaje, generar reconocimiento de marca y conectar emocionalmente con los potenciales visitantes. Esta campaña integral no solo contribuirá al incremento de turistas internacionales, sino también a la consolidación de Ecuador como un destino auténtico, sostenible y de alto valor turístico.

ACTIVIDAD 1.6.- Gastos operativos y de mantenimiento

Los costos de operación y mantenimiento se han determinado los valores correspondientes a viáticos y pasajes al exterior para desplazamientos en torno a las actividades y estrategias planteadas en el presente proyecto.

COMPONENTE 2. - Incentivar el turismo interno y el sentido de pertenencia de los ecuatorianos MEDIANTE la ejecución de acciones ATL, BTL y ferias/eventos en Ecuador.**ACTIVIDAD 2.1. - Participación en ferias y eventos en Ecuador**

La participación en ferias de turismo realizadas en Ecuador es una acción estratégica que fortalece la promoción del destino a nivel nacional. Estos espacios permiten reunir a actores clave del sector, como operadores turísticos, agencias de viajes, medios especializados, aerolíneas e instituciones públicas y privadas, para generar oportunidades comerciales, intercambiar conocimientos y presentar de forma directa la oferta turística del país. Además, estas ferias contribuyen a posicionar a Ecuador como un anfitrión confiable para eventos de alto nivel, dinamizan las economías locales en las ciudades sede y permiten acercar la oferta turística a los ciudadanos, fomentando el turismo interno. La presencia activa del Ministerio de Turismo en estos encuentros es clave para visibilizar los esfuerzos institucionales, fortalecer la marca país y promover una articulación efectiva entre los distintos actores de la cadena de valor turística.

ACTIVIDAD 2.2. - Ejecución de viajes de familiarización, prensa e influenciadores

La ejecución de viajes de familiarización dirigidos a agentes de viaje, prensa especializada e influenciadores es una herramienta clave para la promoción turística del Ecuador, ya que

permite mostrar de forma directa y experiencial la oferta del destino. Estos viajes generan contenido auténtico, creíble y emocionalmente conectado con las audiencias, lo que amplifica el alcance del mensaje promocional en medios tradicionales y plataformas digitales. Además, permiten que los actores clave del sector conozcan en profundidad los atractivos turísticos, servicios y experiencias del país, facilitando su incorporación en catálogos de ventas y recomendaciones a potenciales viajeros. Esta estrategia contribuye a mejorar la percepción del destino, aumentar la intención de visita y fortalecer la reputación de Ecuador como un lugar atractivo, diverso y seguro para el turismo.

ACTIVIDAD 2.3.- Campaña de difusión para el Mercado Nacional

La contratación de servicios de difusión para la campaña de promoción turística interna “Deja de ser extranjero en tu tierra” es fundamental para maximizar su posicionamiento efectivo en el mercado nacional. Esta campaña busca incentivar el turismo interno mediante un mensaje emocional que invite a los ecuatorianos a redescubrir su propio país, fortaleciendo así el sentido de pertenencia y dinamizando las economías locales. Para lograr un alcance amplio y segmentado, es necesario contar con una estrategia de difusión multicanal que incluya medios tradicionales, digitales, y activaciones presenciales. La contratación especializada de estos servicios permitirá una ejecución técnica eficiente, una adecuada cobertura geográfica y una conexión directa con los diversos perfiles de viajeros nacionales. De esta manera, se fortalecerá el impacto de la campaña, incentivando la movilidad turística interna y fortaleciendo el tejido productivo vinculado al turismo en todas las regiones del país.

Frente a los grandes resultados alcanzados en los feriados nacionales, durante el primer trimestre del 2025, se plantea la necesidad de contar con una nueva fase de la campaña Deja de Ser extranjero en tu tierra.

ACTIVIDAD 2.4. - Material Promocional

La producción de material POP es un recurso fundamental para reforzar la visibilidad y recordación de marca del destino Ecuador en acciones de promoción turística. Este tipo de material cumple una doble función: apoyar la comunicación visual en ferias, activaciones, ruedas de negocios y eventos institucionales, y servir como recuerdo tangible que mantiene vigente el mensaje promocional en el público objetivo. Además, el material POP contribuye a uniformar la imagen del destino, fortalecer su identidad gráfica y generar una conexión emocional con los potenciales viajeros, tanto nacionales como internacionales. Su distribución estratégica permite alcanzar diferentes audiencias de manera directa, reforzando el posicionamiento del país como un destino diverso, auténtico y acogedor.

ACTIVIDAD 2.5.- Gastos Operativos y de Mantenimiento

Los costos de operación y mantenimiento se incluyeron a los valores empleados para monitorear y dar acompañamiento a las actividades del proyecto, evaluar los resultados y redefinir

estrategias de promoción, para lo cual se requiere la contratación de un servidor público 7, seis servidores públicos 5 y un servidor público 3.

Así mismo, se han determinado los valores correspondientes a viáticos y pasajes al interior para desplazamientos en torno a las actividades y estrategias planteadas en el presente proyecto.

COMPONENTE 3. - Fortalecer las estrategias de promoción turística A TRAVÉS del análisis de datos que permita la toma de decisiones.

ACTIVIDAD 3.1 - Plan de Marketing

Contratación de una empresa para el desarrollo de un **Plan de Marketing Turístico** integral que definirá las estrategias, acciones y canales para la promoción de Ecuador a nivel nacional e internacional. Este plan incluirá estudios de mercado, segmentación de audiencias, estrategias ATL y BTL, planificación de campañas en medios digitales y tradicionales, así como el diseño de activaciones y alianzas estratégicas. Su objetivo será maximizar el impacto de las acciones promocionales y garantizar una comunicación efectiva con los mercados priorizados.

ACTIVIDAD 3.2. - Suscripción a plataformas de inteligencia turística

La suscripción a páginas de inteligencia turística es una estrategia crucial para acceder a datos actualizados y análisis profundos sobre tendencias del mercado, comportamientos de los turistas, estadísticas de demanda y competitividad global. Estos recursos permitirán tomar decisiones informadas y basadas en evidencia, adaptando las estrategias a las necesidades y expectativas de los diferentes segmentos de viajeros. Además, la inteligencia turística ofrece información clave sobre nuevas oportunidades de mercado, mejorando la capacidad de anticiparse a cambios en las preferencias del consumidor y optimizando las campañas promocionales. Al contar con acceso a estas plataformas, se incrementa la capacidad de posicionamiento del destino Ecuador a nivel internacional, asegurando que las acciones de promoción estén alineadas con las mejores prácticas y las dinámicas actuales del sector turístico global.

ACTIVIDAD 3.3. - Estudio para el levantamiento de información del sector alojamiento

La contratación de un estudio para el levantamiento de información del sector alojamiento es esencial para obtener datos precisos y actualizados sobre la capacidad, calidad, competitividad y necesidades del sector en Ecuador. Este estudio permitirá identificar las fortalezas y debilidades de la oferta de alojamiento, así como las tendencias de demanda y las expectativas de los turistas, tanto nacionales como internacionales. Además, proporcionará información valiosa sobre la diversificación de la oferta, las tarifas promedio, la ocupación y la infraestructura existente, lo que facilitará la toma de decisiones estratégicas para mejorar la competitividad del sector.

ACTIVIDAD 3.4. – Impresión del libro de los resultados del Estudio de Turismo Internacional emisor, receptor y turismo interno.

La impresión del libro de los resultados del Estudio de Turismo Internacional emisor, receptor y turismo interno es una herramienta clave para difundir y compartir los hallazgos y recomendaciones obtenidos en el estudio sobre el comportamiento de los turistas que ingresan al país por estos puntos de acceso. Este material impreso servirá como un recurso valioso para autoridades, operadores turísticos, académicos y otros actores del sector, brindando información detallada sobre patrones de llegada, perfil de los viajeros, estacionalidad, motivaciones de viaje y otros datos clave. Además, su distribución permitirá que los interesados y tomadores de decisiones tengan acceso inmediato a esta información, facilitando una mejor planificación y promoción del destino Ecuador. La impresión también contribuye a visibilizar el estudio de manera tangible, mejorando la gestión de la oferta y la competitividad del país en el ámbito internacional.

ACTIVIDAD 3.5. - Monitoreo y análisis del ROI de las acciones promocionales realizadas en los mercados intervenidos.

El monitoreo y análisis del ROI de las acciones promocionales realizadas en los mercados intervenidos es esencial para evaluar la efectividad y eficiencia de las estrategias implementadas. A través de este análisis, es posible medir el impacto real de las inversiones en términos de aumento de llegadas de turistas, incremento de la notoriedad de la marca, generación de interés en los destinos y actividades promocionales, así como el retorno económico directo. Además, permite identificar áreas de mejora, ajustar tácticas y optimizar recursos para futuras campañas, garantizando que los esfuerzos promocionales estén alineados con los objetivos estratégicos. El ROI proporciona una visión clara de los resultados alcanzados y justifica la asignación de recursos en función de los beneficios tangibles para el sector turístico, asegurando un uso responsable y transparente del presupuesto disponible.

6.2 Cronograma Presupuestario

COMPONENTES	ACTIVIDADES	Año 2025	Año 2026	TOTAL
COMPONENTE 1. - Incentivar el turismo internacional A TRAVÉS de la ejecución de acciones publicitarias y comerciales en los mercados internacionales	ACTIVIDAD 1.1. - Oficina de Relaciones Públicas Estados Unidos y Canadá	2.000.000,01	1.508.250,00	3.508.250,01
COMPONENTE 1. - Incentivar el turismo internacional A TRAVÉS de la ejecución de acciones publicitarias y comerciales en los mercados internacionales	ACTIVIDAD 1.2. - Oficina de Relaciones Públicas Europa	3.604.000,01	2.940.000,00	6.544.000,01
COMPONENTE 1. - Incentivar el turismo internacional A TRAVÉS de la ejecución de acciones publicitarias y comerciales en los mercados internacionales	ACTIVIDAD 1.3. - Oficina de Relaciones Públicas Latinoamérica	1.000.000,01	300.000,00	1.300.000,01
COMPONENTE 1. - Incentivar el turismo internacional A TRAVÉS de la ejecución de acciones publicitarias y comerciales en los mercados internacionales	ACTIVIDAD 1.4. - Participación en ferias de turismo internacional	950.000,00	850.000,00	1.800.000,00
COMPONENTE 1. - Incentivar el turismo internacional A TRAVÉS de la ejecución de acciones publicitarias y comerciales en los mercados internacionales	ACTIVIDAD 1.5. - Campaña integral internacional	10.910.620,66	7.166.024,32	18.076.644,98
COMPONENTE 1. - Incentivar el turismo internacional A TRAVÉS de la ejecución de acciones publicitarias y comerciales en los mercados internacionales	ACTIVIDAD 1.6.- Gastos Operativos y de Mantenimiento	34.625,75	190.000,00	224.625,75
COMPONENTE 2. - Incentivar el turismo interno y el sentido de pertenencia de los ecuatorianos MEDIANTE la ejecución de acciones ATL, BTL y ferias/eventos en Ecuador.	ACTIVIDAD 2.1. - Participación en ferias y eventos en Ecuador	1.200.000,00	100.000,00	1.300.000,00
COMPONENTE 2. - Incentivar el turismo interno y el sentido de pertenencia de los ecuatorianos MEDIANTE la ejecución de acciones ATL, BTL y ferias/eventos en Ecuador.	ACTIVIDAD 2.2. - Ejecución de viajes de familiarización, prensa e influenciadores	585.000,00	585.000,00	1.170.000,00
COMPONENTE 2. - Incentivar el turismo interno y el sentido de pertenencia de los ecuatorianos	ACTIVIDAD 2.3.- Campaña de difusión para el Mercado Nacional	700.000,01	5.356.270,68	6.056.270,69

MEDIANTE la ejecución de acciones ATL, BTL y ferias/eventos en Ecuador.					
COMPONENTE 2. - Incentivar el turismo interno y el sentido de pertenencia de los ecuatorianos MEDIANTE la ejecución de acciones ATL, BTL y ferias/eventos en Ecuador.	ACTIVIDAD 2.4. - Material Promocional	1.000.000,00	500.000,00	1.500.000,00	
COMPONENTE 2. - Incentivar el turismo interno y el sentido de pertenencia de los ecuatorianos MEDIANTE la ejecución de acciones ATL, BTL y ferias/eventos en Ecuador.	ACTIVIDAD 2.5.- Gastos Operativos y de Mantenimiento	34.625,75	80.000,00	114.625,75	
COMPONENTE 3. -Fortalecer las estrategias de promoción turística A TRAVÉS del análisis de datos que permita la toma de decisiones.	ACTIVIDAD 3.1 - Plan de Marketing	800.000,00		800.000,00	
COMPONENTE 3. -Fortalecer las estrategias de promoción turística A TRAVÉS del análisis de datos que permita la toma de decisiones.	ACTIVIDAD 3.2. - Suscripción a plataformas de inteligencia turística	200.000,00	200.000,00	400.000,00	
COMPONENTE 3. -Fortalecer las estrategias de promoción turística A TRAVÉS del análisis de datos que permita la toma de decisiones.	ACTIVIDAD 3.3. - Estudio para el levantamiento de información del sector Alojamiento	-	400.000,00	400.000,00	
COMPONENTE 3. -Fortalecer las estrategias de promoción turística A TRAVÉS del análisis de datos que permita la toma de decisiones.	ACTIVIDAD 3.4. - Estudio de Turismo Internacional emisor, receptor y turismo interno 2026	-	900.000,00	900.000,00	
COMPONENTE 3. -Fortalecer las estrategias de promoción turística A TRAVÉS del análisis de datos que permita la toma de decisiones.	ACTIVIDAD 3.5. - Monitoreo y análisis del ROI de las acciones promocionales realizadas en los mercados intervenidos.	-	300.000,00	300.000,00	
TOTAL		23.018.872,20	21.375.545,00	44.394.417,20	

6.3 Viabilidad económica

6.3.1 Inversión

Para el presente proyecto se han considerado montos para las distintas estrategias de promoción del destino Ecuador, entre las que se contempla: la contratación de oficinas de representación, participación en ferias de turismo y mercado a nivel internacional, elaboración de material promocional, estrategias ATL y BTL de posicionamiento de la marca país, campañas digitales, análisis de información y gastos operativos para la ejecución del proyecto. La inversión para los años 2025 y 2026 asciende a USD 44'394.417,20.

6.3.2 Operación y mantenimiento

Los recursos destinados a los gastos administrativos, operacionales y de funcionamiento son los necesarios para garantizar la correcta ejecución, seguimiento, monitoreo y evaluación de las actividades previstas en el presente proyecto. Su finalidad es asegurar el cumplimiento eficiente de los objetivos planteados, permitiendo además ajustar y redefinir oportunamente las estrategias de promoción turística para el cumplimiento del objetivo del fondo y del Ministerio de Turismo.

Estos costos están directamente relacionados con el acompañamiento técnico y logístico a las acciones promocionales contempladas, y son esenciales para mantener la operatividad continua, la articulación interinstitucional y la calidad en la implementación del proyecto.

Los gastos administrativos, operacionales y de funcionamiento que aportarán al cumplimiento del objetivo del Fondo de Desarrollo Turístico y del Ministerio de Turismo, para el año 2025 (agosto-diciembre) ascienden a de USD 3.327.635,25 y para el año 2026 a USD 8.960.387,95, los mismos que se distribuyen: 70% programa/proyecto de promoción, 15% programa/proyecto de competitividad y 15% programa/proyecto de desarrollo.

Correspondiéndole al programa/proyecto *"Promoción para el posicionamiento turístico del Ecuador 2025-2026"*, los valores de acuerdo al siguiente detalle:

DETALLE	AÑO 2025	AÑO 2026	TOTAL
Gastos administrativos, operacionales y de funcionamiento	2.329.344,68	6.272.271,57	8.601.616,24

6.3.3 Beneficios

El presente proyecto tiene como objetivo general posicionar a Ecuador como un destino turístico preferencial en los mercados nacionales e internacionales, mediante la implementación de estrategias de promoción innovadoras utilizando información obtenida sobre los viajeros para una toma de decisiones.

Entre los beneficios esperados se encuentra el incremento de la intención de viaje que se transformará en el aumento de las llegadas de turistas y en el ingreso de divisas por gasto turístico, lo que incidirá directamente en la dinamización económica, la generación de empleo y el fortalecimiento del sector productivo vinculado a la cadena de valor del turismo. A través de acciones promocionales ATL y BTL,

tanto a nivel internacional como nacional, se busca captar parte de la demanda insatisfecha existente, reactivando el interés por descubrir y redescubrir el país.

Asimismo, el proyecto promueve el fortalecimiento del sentido de pertenencia y orgullo nacional, incentivando el turismo interno y consolidando una imagen positiva del Ecuador como destino turístico diverso, sostenible y competitivo. De manera complementaria, se contempla el desarrollo de herramientas de inteligencia turística y análisis de datos, que permitan monitorear el comportamiento del mercado, evaluar el impacto de las acciones realizadas y ajustar las estrategias de forma oportuna, asegurando así una mayor eficiencia y retorno de la inversión.

En conjunto, estos beneficios contribuyen no solo al crecimiento del sector turístico, sino también a la descentralización del desarrollo económico, el fortalecimiento de las economías locales y la construcción de una marca país sólida y coherente con las tendencias del turismo actual; provocando que al finalizar el 2026 se alcanzará un estimado de 2.070,00 millones de dólares de ingreso de divisas por turismo del total de ingresos de visitantes al Ecuador.

6.3.4 Flujo Económico

Detalle	2025	2026	Total
(+) Ingresos	1.932.000.000,00	2.070.000.000,00	4.002.000.000,00
Beneficios (ingreso de divisas)	1.932.000.000,00	2.070.000.000,00	4.002.000.000,00
(-) Egresos	25.348.216,88	27.647.816,57	52.996.033,45
Inversión	23.018.872,20	21.375.545,00	
Gastos operativos	2.329.344,68	6.272.271,57	

6.3.5 Viabilidad Económica

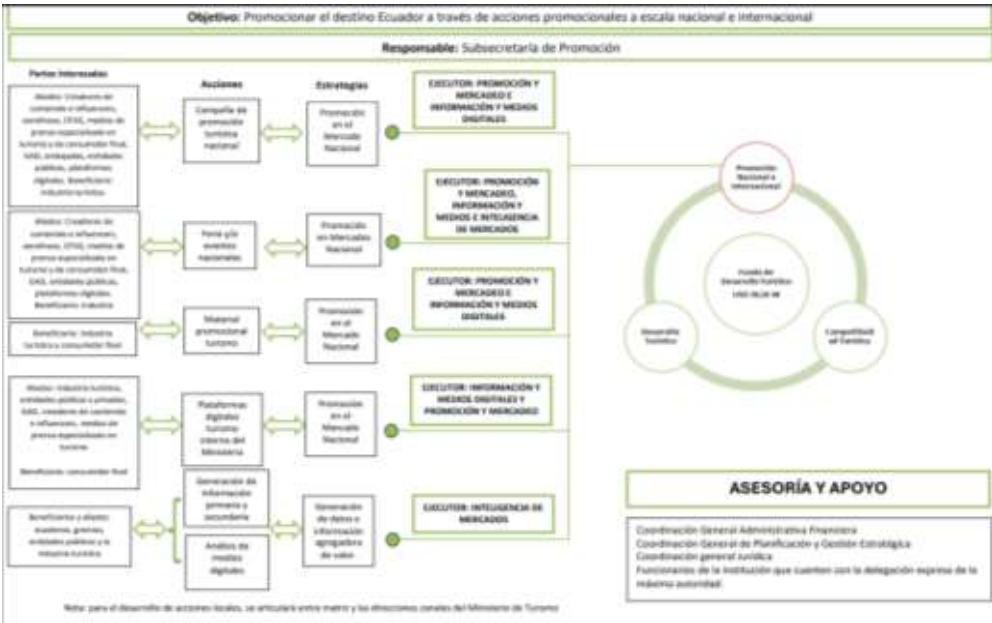
Para determinar la viabilidad económica de este proyecto se utilizará la razón Beneficio/Costo (B/C), esta relación compara el valor presente de los beneficios esperados de un proyecto con el valor presente de sus costos. Una RBC mayor que 1 nos permite establecer que el proyecto generará beneficios con base en la inversión realizada.

El análisis se centrará en la determinación del Beneficio (B - estimación de ingreso de divisas) sobre el Costo (C - Presupuesto proyecto de inversión y gastos administrativos, operacionales y de funcionamiento). Los beneficios se obtuvieron como la variación absoluta de los ingresos al Ecuador

de los mercados priorizados¹⁰ multiplicado por el ingreso de divisas promedio; y, los costos corresponden al monto de inversión y los gastos administrativos, operacionales y de funcionamiento que se ejecutarán en el período 2025- 2026.

BENEFICIOS (USD Corrientes) (a)	4.002.000.000,00
EGRESOS (b)	52.996.033,45
Beneficio / Costo (B/C):	75,52

6.4 Modelo de gestión



Ejecutores:

Los ejecutores del proyecto corresponden a las tres direcciones dependientes de la Subsecretaría de Promoción, en calidad de unidades pertenecientes al Órgano de Administración del Fondo, serán responsables de liderar y desarrollar las actividades, mediante la contratación de consultorías, servicios y provisión de bienes requeridos.

La dirección de Promoción y Mercadeo se encarga de dirigir y coordinar las acciones estratégicas de promoción del destino Ecuador, a través, de la producción de material comunicacional, promocional,

¹⁰ Los mercados priorizados son Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, España, Alemania, Brasil, Argentina y Colombia.

publicitario, análisis de contenidos fílmicos, con el fin de consolidar al país como una potencia turística a nivel nacional e internacional.

La dirección de Información y Medios Digitales se encarga de diseñar e implementar estrategias de promoción turística, a través de la elaboración y difusión de información promocional en medios de comunicación, plataformas digitales y audiovisuales, que permitan posicionar al Ecuador como destino turístico sostenible, competitivo e inclusivo a nivel nacional e internacional.

La dirección de Inteligencia de Mercados se encarga de proveer de información estratégica relacionada con los mercados turísticos internacionales y nacionales mediante acciones, técnicas de recopilación, procesamiento y análisis de datos para la generación de información con respecto de la demanda y/o oferta turística.

Co-Ejecutores:

Las misiones diplomáticas del Ecuador desempeñan un papel fundamental como brazo ejecutor de los proyectos impulsados por el Ministerio de Turismo, al actuar como plataformas estratégicas para la promoción internacional del país. Estas representaciones en el exterior no solo fortalecen las relaciones bilaterales, sino que también facilitan la difusión de la oferta turística ecuatoriana, impulsando campañas de imagen país, atracción de inversiones en el sector y establecimiento de alianzas con operadores turísticos globales. Al trabajar coordinadamente con el Ministerio, las embajadas y consulados se convierten en catalizadores del desarrollo turístico sostenible, ayudando a posicionar al Ecuador como un destino diverso, accesible y competitivo a nivel mundial.

Las Direcciones Zonales del Ministerio de Turismo, en conjunto con la oficina matriz, y las oficinas técnicas desplegadas en el territorio son esenciales para garantizar la ejecución efectiva y descentralizada de las políticas, programas y proyectos turísticos. Esta coordinación permite que las directrices estratégicas emanadas desde la sede central se adapten a las realidades locales, promoviendo un desarrollo turístico equilibrado, inclusivo y territorialmente pertinente.

Personas, entidades o unidades de apoyo:

El proyecto contará con el respaldo de unidades de apoyo dentro del Ministerio de Turismo, responsables de brindar asesoría técnica, financiera y jurídica para asegurar la correcta formulación, contratación y ejecución de los instrumentos requeridos. Estas unidades incluyen:

- Coordinación General Administrativa Financiera
- Coordinación General de Planificación y Gestión Estratégica
- Coordinación General Jurídica
- Funcionarios delegados por la máxima autoridad institucional

Se espera de estas unidades el acompañamiento en la gestión financiera, la revisión de procesos de contratación, el soporte normativo y la asesoría en la articulación estratégica del proyecto, garantizando el cumplimiento de las disposiciones legales y procedimentales.

7. Estrategias de Seguimiento

La Coordinación de Planificación y Gestión Estratégica elaborará un informe trimestral con los insumos provistos por la o las unidades ejecutoras del programa/proyecto, el que, será remitido al comité técnico y presidente del Fondo de Desarrollo Turístico; con el objeto de que conozcan los avances y las problemáticas identificadas, para la toma oportuna de medidas correctivas.

8. Firmas de responsabilidad

Validado por	
Nombre / Cargo	Firma
Mónica Margarita Riquetti Carrasco Viceministra de Turismo Presidente del Comité	 Firmado electrónicamente por: MONICA MARGARITA RIQUETTI CARRASCO Validar únicamente con FirmaBC
Carlos Eduardo Tapia Palacios Subsecretario de Desarrollo Turístico (s)	 Firmado electrónicamente por: CARLOS EDUARDO TAPIA PALACIOS Validar únicamente con FirmaBC
Carlos Eduardo Tapia Palacios Subsecretario de Competitividad y Fomento Turístico	 Firmado electrónicamente por: CARLOS EDUARDO TAPIA PALACIOS Validar únicamente con FirmaBC
Ana Beatriz Ontaneda Vega Subsecretaria de Promoción (S)	 Firmado electrónicamente por: ANA BEATRIZ ONTANEDA VEGA Validar únicamente con FirmaBC
Venus Inés Rodríguez Tapia Asesora Delegada de la máxima autoridad	 Venus Ines Rodriguez Tapia 

Consolidado por	
Nombre / Cargo	Firma
David Alejandro Totoy Moreno Coordinador General de Planificación y Gestión Estratégica	 Firmado electrónicamente por: DAVID ALEJANDRO TOTOY MORENO Validar únicamente con FirmaBC

Asesoría	
Nombre / Cargo	Firma
Fernando Bolívar Cano Mendoza Coordinador General Jurídico	 Firmado electrónicamente por: FERNANDO BOLIVAR CANO MENDOZA Validar únicamente con FirmaEC
Gina Patricia Hernández Brito Coordinadora General Administrativa Financiera	 Firmado electrónicamente por: GINA PATRICIA HERNANDEZ BRITO Validar únicamente con FirmaEC



Mgs. Jaqueline Vargas Camacho
DIRECTORA (E)

Quito:
Calle Mañosca 201 y Av. 10 de Agosto
Atención ciudadana
Telf.: 3941-800
Ext.: 3134

www.registroficial.gob.ec

NGA/FA

El Pleno de la Corte Constitucional mediante Resolución Administrativa No. 010-AD-CC-2019, resolvió la gratuidad de la publicación virtual del Registro Oficial y sus productos, así como la eliminación de su publicación en sustrato papel, como un derecho de acceso gratuito de la información a la ciudadanía ecuatoriana.

"Al servicio del país desde el 1º de julio de 1895"

El Registro Oficial no se responsabiliza por los errores ortográficos, gramaticales, de fondo y/o de forma que contengan los documentos publicados, dichos documentos remitidos por las diferentes instituciones para su publicación, son transcritos fielmente a sus originales, los mismos que se encuentran archivados y son nuestro respaldo.