



PLAN MAESTRO DE TURISMO DE GUAYAQUIL

2026 - 2031



1. PRÓLOGO

Guayaquil cuenta con las condiciones para consolidarse como uno de los destinos urbanos más relevantes del Pacífico Sur. Su ubicación estratégica, conectividad aérea y portuaria, capacidad empresarial, oferta gastronómica, agenda de eventos y patrimonio urbano la convierten en una ciudad con alto potencial para ampliar su participación en la economía del visitante.

El Plan Maestro de Turismo 2026-2035 establece la hoja de ruta para ordenar el crecimiento del sector, elevar la competitividad del destino y transformar el turismo en una política pública generadora de empleo, inversión y desarrollo local.

Este instrumento propone una gestión moderna, medible y sostenida en alianzas entre sector público, empresa privada, academia y ciudadanía.

2. ¿POR QUÉ GUAYAQUIL NECESITA ESTE PLAN AHORA?

El turismo global cambió. Los visitantes priorizan seguridad, experiencias auténticas, tecnología, conectividad y destinos bien gestionados. Las ciudades que avanzan con rapidez son aquellas que organizan su oferta y ejecutan una estrategia clara.

Guayaquil posee ventajas reales, pero enfrenta desafíos que requieren respuesta inmediata:

- Concentración de la actividad en pocas zonas
- Percepción de seguridad en espacios turísticos
- Dispersión institucional
- Limitada promoción sostenida
- Escasa integración del área rural y costera
- Necesidad de nuevos productos turísticos
- Falta de indicadores permanentes de gestión

Este plan responde a ese escenario con una agenda ejecutable y de largo plazo.



3. METODOLOGÍA DE DESARROLLO

La formulación del Plan Maestro de Turismo se desarrolló mediante una metodología técnica y participativa orientada a construir una propuesta sustentada en información real del territorio y en los aportes de los principales actores del sector.

El proceso combinó trabajo de campo, análisis documental, espacios de diálogo y validación colectiva, permitiendo identificar oportunidades, desafíos y líneas de acción para el desarrollo turístico de Guayaquil. A partir de esta base se estructuraron la visión, misión, ejes estratégicos, programas y proyectos que conforman la hoja de ruta del destino.

Metodología técnica y participativa



Construcción de propuesta con aportes de actores del sector



Proceso combinado



Identificación de oportunidades, desafíos y líneas de acción.



- 📍 Salidas a territorio para el levantamiento de información
- 📍 Investigación de información primaria y secundaria
- 📍 Reuniones de trabajo con actores turísticos de la zona rural
- 📍 Grupos Focales con actores claves del sector turístico cantonal
- 📍 Talleres de trabajo generales actores claves del sector turístico cantonal
- 📍 Consolidación y sistematización de información recolectada
- 📍 Planteamiento de visión, misión, ejes estratégicos, programas y proyectos



4. SITUACIÓN ACTUAL DEL DESTINO

El análisis de la situación actual de Guayaquil permite identificar las principales fortalezas, capacidades instaladas y segmentos con mayor potencial de crecimiento.

La ciudad cuenta con una base turística consolidada, una ubicación estratégica dentro del país y condiciones favorables para ampliar su posicionamiento en mercados nacionales e internacionales.

Estos hallazgos constituyen un punto de partida para orientar las acciones del Plan Maestro de Turismo.

Capacidades y Ventajas Competitivas

Guayaquil dispone de una oferta diversa y una infraestructura que respalda el desarrollo del sector turístico. Entre los principales elementos identificados destacan:

- Se identificaron 82 atractivos turísticos en el cantón.
- 70 corresponden a la categoría de manifestaciones culturales.
- 12 corresponden a la categoría de atractivos naturales.
- Según el catastro municipal, existen 7.211 establecimientos registrados.
- Según el catastro nacional del Ministerio de Turismo, existen 2.406 establecimientos registrados.
- Guayaquil es la principal puerta aérea del país.
- Mantiene una posición estratégica como nodo logístico y portuario nacional.
- Cuenta con capacidad instalada para turismo corporativo y eventos.
- Posee una oferta gastronómica con amplio potencial de consolidación.
- Mantiene conexión estratégica con Galápagos y mercados regionales.



Tipologías con mayor oportunidad

El diagnóstico identifica segmentos con condiciones favorables para su fortalecimiento y expansión, tanto por demanda potencial como por capacidades existentes en el destino:



Turismo urbano



Turismo gastronómico



Turismo de reuniones (MICE) y negocios



Turismo cultural y Religioso



Turismo fluvial



Escapadas de corta estancia



Turismo nautal y de naturaleza

5. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

El Plan Maestro de Turismo de Guayaquil se sustenta en un marco normativo e institucional que respalda la planificación, regulación y promoción de la actividad turística dentro del cantón.

Este conjunto de instrumentos establece competencias, lineamientos de desarrollo territorial y políticas públicas orientadas a fortalecer la gestión local, impulsar la inversión y garantizar un crecimiento ordenado del sector. Asimismo, asegura la alineación del Plan con los objetivos nacionales, municipales e internacionales vinculados al desarrollo económico, la sostenibilidad y la competitividad del destino.

Instrumentos de referencia

- Constitución de la República.
- Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD).
- Ley de Ordenamiento Territorial, Uso y Gestión de Suelo (LOOTUGS)
- Ley Orgánica de Turismo
- Resolución No. 0001-CNC-2016 del Consejo Nacional de Competencias
- Plan Nacional de Desarrollo – Plan de Desarrollo para el nuevo Ecuador 2024-2025
- Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030
- Plan de trabajo de la Alcaldía Ciudadana de Guayaquil
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDyOT)

5. RETOS IDENTIFICADOS

El diagnóstico del Plan Maestro de Turismo permitió identificar los principales retos que inciden en la competitividad y proyección de Guayaquil como destino. Estos desafíos representan oportunidades concretas para fortalecer la gestión pública, mejorar la experiencia del visitante, dinamizar la economía local y consolidar una oferta turística más sólida y atractiva. Su atención prioritaria permitirá orientar inversiones, modernizar procesos y elevar el posicionamiento de la ciudad en mercados nacionales e internacionales.

Institucionales y de Gobernanza



- Fortalecer el liderazgo institucional mediante una instancia articuladora del sistema turístico cantonal.
- Mejorar la coordinación entre los niveles de gobierno y los actores vinculados al sector.
- Ampliar la cooperación entre sector público, privado, comunitario y académico.
- Incrementar la prioridad del turismo dentro de las agendas locales y nacionales.
- Consolidar un modelo de gestión moderna con participación multisectorial.

Normativas, Control y Regulación



- Actualizar el marco normativo local aplicable a las actividades turísticas.
- Modernizar y homologar catastros entre entidades competentes.
- Reforzar mecanismos de control y supervisión para impulsar la formalización.
- Incorporar indicadores de desempeño y sistemas permanentes de seguimiento.

Oferta y Productos Turísticos



- Desarrollar productos turísticos integrados y diversificados.
- Fortalecer infraestructura complementaria y mantenimiento de espacios públicos.
- Mejorar conectividad y señalización turística.
- Integrar con mayor valor agregado la oferta gastronómica y cultural.
- Fortalecer la capacitación técnica del talento humano del sector.

Promoción, Imagen y Cultura Turística



- Reforzar la promoción nacional e internacional mediante una marca destino sólida.
- Consolidar estrategias de marketing digital en mercados prioritarios.
- Potenciar mensajes asociados a seguridad, hospitalidad y calidad urbana.
- Impulsar identidad local y mayor participación ciudadana.
- Mantener una comunicación institucional alineada y positiva sobre el destino.

Entorno de Seguridad y Experiencia del Visitante



- Continuar fortaleciendo la percepción de seguridad y confianza.
- Mejorar iluminación, movilidad y servicios de apoyo en zonas estratégicas.
- Profundizar la coordinación con organismos de seguridad y emergencia.
- Gestionar de manera oportuna la reputación del destino frente a factores externos.
- Elevar estándares de atención y calidad en la experiencia del visitante.

7. VISIÓN Y MISIÓN DE GUAYAQUIL

La visión y misión turística de Guayaquil al 2035 surgen de un proceso técnico y participativo que integró el análisis de la oferta turística, información del Observatorio Turístico y los aportes de más de 150 representantes de los sectores público, privado, gremios, académico y comunitario. Este trabajo permitió identificar desafíos relacionados con la articulación institucional, la seguridad, la promoción del destino y la renovación de productos turísticos, definiendo así una hoja de ruta para posicionar a Guayaquil como una

ciudad competitiva, segura y generadora de empleo e inversión. En este marco, la visión y misión 2035 se consolidan como lineamientos estratégicos que orientan las decisiones y proyectos del sector, en concordancia con la vocación portuaria, comercial, cultural y gastronómica que caracteriza a la ciudad.



La visión:

- Guayaquil es el destino turístico hub más amigable e innovador del Ecuador, con un sistema de gestión articulada, experiencias distintivas en torno al río Guayas, al agroturismo del cacao y al ecosistema de manglar, un potente clúster MICE con oferta bleisure, y una buena percepción de seguridad y hospitalidad que sostiene un crecimiento del gasto, la estancia media y el retorno de visitas. Como puerta de entrada aérea y logística a Galápagos, para conectar mercados andinos y del cono Sur.

La Misión:

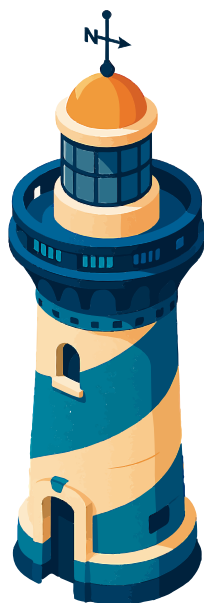
- Gestionar a la ciudad como un destino líder y competitivo en el ámbito nacional e internacional, consolidando su papel como puerta de entrada del Ecuador y hub del Pacífico Sur, mediante acciones articuladas, inclusivas y sostenibles que integre al sector público, privado, comunitario y académico.

La misión se orienta a generar empleo digno y sostenible, promover la innovación en la creación de productos turísticos que resalten la identidad cultural, patrimonial y natural de la ciudad y su área metropolitana, y fortalecer la confianza y seguridad de los visitantes. A través de la implementación de estrategias de promoción inteligente, desarrollo de experiencias diversificadas

(MICE, cultural, gastronómico, de naturaleza, ribereño y de entretenimiento), y el impulso de alianzas estratégicas con mercados nacionales e internacionales, Guayaquil busca incrementar el flujo de turistas internacionales, ampliar el turismo doméstico y potenciar el impacto económico del sector en la ciudad.

8. OBJETIVO GENERAL

- Impulsar el desarrollo turístico del cantón mediante una gestión profesional, articulada y sostenible que fortalezca la infraestructura, eleve la calidad de los servicios, atraiga visitantes, movilice inversión privada y genere oportunidades para la población.



9. EJES ESTRATÉGICOS DE DESARROLLO TURÍSTICO

El modelo propuesto estructura el crecimiento turístico de Guayaquil a través de seis ejes estratégicos que orientan la gestión del destino durante los próximos cinco años. Cada eje integra objetivos, programas y proyectos priorizados, diseñados para fortalecer la competitividad de la ciudad, mejorar la experiencia del visitante, atraer inversión y consolidar una gestión turística moderna y sostenible. Este planteamiento permitirá ejecutar acciones coordinadas, medibles y alineadas con las oportunidades reales del cantón.



EJES ESTRATÉGICOS

Estrategia 1

Liderazgo
y la Gobernanza
Turística

Estrategia 2

Gestión de la
Seguridad
Turística de
Guayaquil

Estrategia 3

Mejoramiento la
Infraestructura y
la Accesibilidad
Turística

Estrategia 4

Fortalecimiento
de la Cultura
Turística y el
Talento Humano

Estrategia 5

Innovación la
Oferta Turística y
las Experiencias

Estrategia 6

Posicionamiento
del Destino en
Mercados
Nacionales e
Internacionales

ESTRATEGIA 1. LIDERAZGO Y GOBERNANZA TURÍSTICA

Objetivo estratégico

Consolidar una Organización de Gestión de Destino (OGD) con participación multisectorial, que integre al sector público, privado, comunitario y académico, garantizando continuidad en la planificación y decisiones coordinadas para el desarrollo turístico de Guayaquil.

PROGRAMAS DE LA ESTRATEGIA

1.1 Fortalecimiento institucional mediante la OGD GYE

✓ PROYECTO: MODELO DE GESTIÓN PARA LA CREACIÓN DE LA OGD; ORDENANZA Y ESTATUTOS

Diseño del marco legal, estructura operativa, comités técnicos, mecanismos de decisión, indicadores de desempeño y sistema de rendición de cuentas.

✓ PROYECTO: IMPULSO AL BUREAU MICE

Atención especializada para eventos e inversiones, con catálogos B2B y acompañamiento técnico-comercial.

1.2 Laboratorio Turístico (Tur LAB)

✓ PROYECTO: FORTALECIMIENTO DEL OBSERVATORIO TURÍSTICO

Implementación de tablero de

indicadores y boletines trimestrales sobre demanda, gasto, satisfacción y seguridad.

✓ PROYECTO: ZONAS TURÍSTICAS & SANDBOX

Gestión territorial por barrios, pruebas piloto de experiencias turísticas, certificaciones y evaluación comparativa entre zonas.

✓ PROYECTO: INCUBADORA Y ASISTENCIA TÉCNICA

Programa de aceleración para emprendimientos turísticos con respaldo de banca, academia y asesoría especializada.

1.3 Regula y Avanza

✓ PROYECTO: CATASTRO Y SIMPLIFICACIÓN

Base digital única de establecimientos y servicios, procesos simplificados, licencias y control inteligente.

✓ PROYECTO: PACTOS DE CORRESPONSABILIDAD

Acuerdos con gremios para estándares mínimos, autorregulación e incentivos por cumplimiento.

1.4 Fondo mixto de promoción turística

✓ PROYECTO: FIDEICOMISO Y GOBERNANZA DEL FONDO

Estructuración financiera, criterios de asignación de recursos e indicadores de retorno promocional.

☑ PROYECTO: HÉROES DE MARCA Y RSE

Alianzas empresariales para campañas y activaciones con beneficios tributarios y visibilidad institucional.

ESTRATEGIA 2. GESTIÓN DE LA SEGURIDAD TURÍSTICA DE GUAYAQUIL

Objetivo estratégico

Fortalecer la confianza de visitantes y residentes mediante corredores seguros, protocolos integrados y servicios de atención que consoliden a la ciudad como un destino confiable.

PROGRAMAS DE LA ESTRATEGIA

2.1 Corredores seguros 24/7

☑ PROYECTO: GESTIÓN DE PATRULLAJE Y PROTOCOLOS UNIFICADOS

Coordinación operativa entre Policía de Turismo y anfitriones turísticos, turnos integrados, radios interoperables y guías de actuación para hoteles, operadores y atractivos.

☑ PROYECTO: IMPLEMENTACIÓN DE PROTOCOLOS EN CORREDORES TURÍSTICOS SEGUROS

Cartografía de rutas, simulacros periódicos, puntos de auxilio y monitoreo continuo.

2.2 Defensoría del Turista

☑ PROYECTO: ORDENANZA Y PROTOCOLO DE ATENCIÓN

Marco normativo, manuales operativos, ventanilla física y digital, y reportes periódicos.

☑ PROYECTO: MICROSITIO Y LÍNEA DE SOPORTE

Plataforma de atención con trazabilidad de casos y análisis de incidentes.

2.3 Brigadas de seguridad turística

☑ PROYECTO: PUESTOS DE ATENCIÓN TURÍSTICA TEMPORALES (PAT)

Despliegues operativos con roles definidos, bitácoras y evaluación posterior.

☑ PROYECTO: PROTOCOLOS PARA EVENTOS MICE

Lineamientos específicos para sedes, operadores y hoteles vinculados a eventos.

ESTRATEGIA 3. INFRAESTRUCTURA Y ACCESIBILIDAD TURÍSTICA

Objetivo estratégico

Brindar al visitante una experiencia ordenada y eficiente mediante espacios públicos mejorados, accesibilidad universal y conectividad funcional.

PROGRAMAS DE LA ESTRATEGIA

3.1 Señalización turística

✓ PROYECTO: SEÑALIZACIÓN INTEGRAL DE CORREDORES

Instalación de señalética direccional, interpretativa y normativa en corredores priorizados, con bilingüismo y códigos QR.

✓ PROYECTO: ILUMINACIÓN DE ATRACTIVOS Y TRAMOS CRÍTICOS

Mejoramiento de iluminación en puntos estratégicos con criterios de eficiencia energética.

✓ PROYECTO: WAYFINDING GYE 360 (AR/QR)

Sistema inteligente de orientación con rutas seguras, horarios y directorio de servicios.

3.2 Puntos de Atención al Turista (PAT)

✓ PROYECTO: LINK GYE; FREE WI-FI & SOS

Tótems de asistencia con botón SOS, mapas dinámicos y conectividad pública.

✓ PROYECTO: KIOSCOS PAT (GYE PASS)

Puntos de activación de beneficios, reservas y orientación multilingüe.

3.3 Turismo accesible y seguro

✓ PROYECTO: MÓDULO BÁSICO DE FACILIDADES ACCESIBLES

Baños, bebederos y mobiliario adaptado con mantenimiento programado.

✓ PROYECTO: ZONAS ACCESIBLES

Rampas, guías podotáctiles y cruces seguros en rutas priorizadas. Inmediatas en esos sitios. Sin embargo, las situaciones iniciales de los ejemplos mostrados permiten que el lector se sienta identificado con las condiciones existentes en muchas calles de Guayaquil y le permiten explorar las posibilidades de cambios.

ESTRATEGIA 4. TALENTO HUMANO Y CULTURA TURÍSTICA

Objetivo estratégico

Fortalecer la preparación del sector turístico y promover mayor participación ciudadana en la atención al visitante.

PROGRAMAS DE LA ESTRATEGIA

4.1 Escuela de competencias laborales

✓ PROYECTO: CAPACITACIONES ESPECIALIZADAS EN TURISMO

Formación práctica por competencias, micro credenciales y modalidad presencial o virtual.

✓ PROYECTO: SELLO DE EXCELENCIA Y FORMALIZACIÓN

Sistema de certificación ligado a estándares de servicio y cumplimiento normativo.

4.2 Anfitriones Turísticos

✓ PROYECTO: RED DE ANFITRIONES POR ZONAS TURÍSTICAS

Formación de voceros barriales y negocios estratégicos con herramientas de atención al visitante.

4.3 Pasantías y voluntariado

✓ PROYECTO: PASANTÍAS EN ZONAS TURÍSTICAS

Participación estudiantil en atención, registro y mejora de experiencia.

✓ PROYECTO: BOLSA DE PASANTÍAS Y TRABAJO

Plataforma de vinculación entre oferta laboral y talento disponible.

4.4 GYE Travel Awards

✓ PROYECTO: RANKING DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

Sistema de evaluación con indicadores, jurado mixto y reconocimiento por categorías.

✓ PROYECTO: SELLO PRODUCTO AMIGABLE Y SEGURO

Distintivo para experiencias que cumplen estándares de servicio y accesibilidad.

ESTRATEGIA 5. INNOVACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA Y EXPERIENCIAS

Objetivo estratégico

Desarrollar nuevos productos turísticos vinculados al río, gastronomía, patrimonio y entretenimiento.

PROGRAMAS DE LA ESTRATEGIA

5.1 Factoría de Productos Turísticos

✓ PROYECTO: RUTA DEL RÍO

Circuitos fluviales conectados con recorridos patrimoniales.

✓ PROYECTO: SABORES DEL PUERTO

Mapa gastronómico y recorridos culinarios especializados.

✓ PROYECTO: GUAYAQUIL BY NIGHT

Agenda nocturna con seguridad, iluminación y programación permanente.

✓ PROYECTO: AVENTURA CORTA

Experiencias de corta estancia con reservas integradas.

✓ PROYECTO: RUTA ARTE & MURALES

Recorridos de arte urbano y mediación cultural.

☑ **PROYECTO: LOCACIONES PARA FILMES**

Catálogo de locaciones y ventanilla para rodajes.

5.2 Portafolio de Experiencias Turísticas

☑ **PROYECTO: PARRILLA ANUAL POR SEGMENTOS**

Oferta organizada por temporadas, perfiles de visitante y niveles de gasto.

5.3 Ferias y activaciones

☑ **PROYECTO: RESCATE DE FERIAS EMBLEMÁTICAS**

Reactivación de eventos tradicionales con impacto económico local.

☑ **PROYECTO: PASEOS AÉREOS ESCÉNICOS**

Experiencias aéreas estacionales con operadores autorizados.

☑ **PROYECTO: GASTRO ACTIVACIONES POR BARRIOS**

Festivales y promociones gastronómicas en zonas priorizadas.

ESTRATEGIA 6. POSICIONAMIENTO EN MERCADOS NACIONALES E INTERNACIONALES

Objetivo estratégico

Posicionar a Guayaquil como

destino referente del Pacífico Sur mediante promoción comercial efectiva y alianzas estratégicas.

PROGRAMAS DE LA ESTRATEGIA

6.1 Identidad y relato del destino

☑ **PROYECTO: PRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA Y AUDIOVISUAL**

Contenido promocional multiformato para campañas propias y aliados.

☑ **PROYECTO: CAMPAÑA GYE DESTINO AMIGABLE**

Promoción orientada al orgullo local y mejora del trato al visitante.

6.2 Comunicación de seguridad y percepción

☑ **PROYECTO: TRAVEL SAFETY BRIEFINGS**

Información práctica en puntos de llegada y hospedaje.

☑ **PROYECTO: PANEL TRIMESTRAL DE PERCEPCIÓN**

Reporte público de indicadores y acciones correctivas.

6.3 GYE PASS – Ecosistema digital

☑ **PROYECTO: HUB DE RESERVAS Y BENEFICIOS**

Integración de rutas, promociones y agenda en tiempo real.

✓ PROYECTO: MARKETING DIGITAL 360°

SEO/SEM, contenidos, campañas segmentadas e influencers con medición de resultados.

6.4 City Marketing y comercialización

✓ PROYECTO: PUBLICIDAD Y MATERIAL IMPRESO

Mapas, folletería y material promocional.

✓ PROYECTO: ROADSHOWS Y RUEDAS DE NEGOCIOS

Giras comerciales en mercados prioritarios nacionales e internacionales.

✓ PROYECTO: FAM Y PRESS TRIPS

Viajes de familiarización para operadores y medios especializados.

✓ PROYECTO: VITRINA Y FERIAS INTERNACIONALES

Participación en ferias estratégicas con agenda comercial y métricas de retorno.

10. MATRIZ DE PLAN DE ACCIÓN

La Matriz de Plan de Acción constituye el instrumento operativo del Plan Maestro de Turismo de Guayaquil, ya que organiza de manera estructurada los programas y proyectos priorizados para su ejecución en el corto y mediano plazo. Esta herramienta permite definir responsables, tiempos estimados, niveles de inversión e indicadores de seguimiento, facilitando la toma de decisiones y el control de avances. Su aplicación permitirá transformar los lineamientos estratégicos en acciones concretas, medibles y alineadas con los objetivos de desarrollo turístico del cantón.



EJE ESTRATÉGICO INFRAESTRUCTURA Y FACILIDADES												
Eje estratégico	Objetivo estratégico	Programa	Proyecto	Actividades	2026	2027	2028	2029	2030	Meta anual	Indicador	Responsable
1. Infraestructura y facilidades	Ofrecer al visitante una experiencia fluida y acogedora desde su llegada hasta su permanencia, mediante espacios públicos renovados, servicios universales accesibles y conectividad eficiente que refuercen la imagen de una ciudad moderna y hospitalaria.	1.1 Señalización turística (Zonas Turísticas Definidas)	Señalización integral de corredores Turísticos	Levantamiento y diseño GIS de manual; Instalación de señales; Validación en campo por OGD	X	X	X	X	X	100% corredores turísticos implementados; Zonas Turísticas (Zona Centro Año 1)	Porcentaje de tramos señalizados	Dir. Turismo GYE, OGD, Obras Públicas
			Iluminación de atractivos y tramos críticos	Auditoría luminotécnica; Cambio a LED; Mantenimiento programado con rutas nocturnas de control.	X	X	X	X	X	80% de tramos críticos con iluminación adecuada	Número de tramos críticos iluminados / totales	Dir. Obras Públicas, SEGURA EP, OGD
			Wayfinding GYE 360 (AR/QR)	Desarrollo de mapas digitales; integración a GYE PASS / PAT; Testeos de usabilidad (LAB)	X	X	X	X	X	1 sistema activo con 50 fichas interpretativas	Usuarios únicos/mes en QR y tasa de retorno	Dir. Turismo, Observatorio, Dir. TICs municipal, OGD

EJE ESTRATÉGICO INFRAESTRUCTURA Y FACILIDADES												
Eje estratégico	Objetivo estratégico	Programa	Proyecto	Actividades	2026	2027	2028	2029	2030	Meta anual	Indicador	Responsable
		1.2 Puntos de Atención al Turista (PAT)	Link GYE – Tótem PAT: Free Wi-Fi & SOS	Instalación de tótems con Wi-Fi; Botón SOS; protocolos con Segura EP integración a GYE PASS / LAB	x	x	x	x	x	5 Links operativos	Número de PATs activos; tiempos de respuesta SOS	Dir. Turismo, Segura EP OGD, Buró, operadores, Observatorio
			Kioscos PAT (ATO, T. Terrestre, Plazas)	Implementar kioscos; Inducción de anfitriones (RED); integración a GYE PASS / LAB	x	x	x	x	x	3 kioscos PAT operativos	Porcentaje de conversión consultas y reservas	Dir. Turismo, Segura EP OGD, Buró, operadores, Observatorio
			Módulos PAT (Hoteles, Restaurante s, CC.)	Implementar módulos; Inducción de anfitriones (RED); integración a GYE PASS / LAB	x	x	x	x	x	25 Módulos PAT operativos	Porcentaje de conversión consultas y reservas	Dir. Turismo, Segura EP OGD, Buró, operadores, Observatorio
		1.3 Turismo accesible y seguro	Módulo básico de facilidades turísticas & accesibles	Baños, bebederos y mobiliario accesible; Señalética inclusiva integración a GYE PASS.	x	x	x	x	x	1 Módulo con facilidades accesibles instaladas x cada 500 metros a la redonda	Número de Módulos con checklist de accesibilidad OK	Dir. Obras Públicas, Dir. Inclusión, OGD
			Zonas accesibles	Rampas y guías podotáctiles; cruces seguros; verificación con usuarios (LAB)	x	x	x	x	x	5 km de itinerarios accesibles implementados	Km habilitados / km priorizados	Dir. Movilidad/ATM, Obras, OGD

Nota. Elaborado por el Equipo Consultor, (2025).

EJE ESTRATÉGICO CULTURA Y COMPETITIVIDAD

Eje estratégico	Objetivo estratégico	Programa	Proyecto	Actividades	2026	2027	2028	2029	2030	Meta Anual	Indicador	Responsable
2. Cultura y competitividad	impulsar el sentido de pertenencia de la ciudadanía orgullosa de su identidad y un ecosistema turístico profesionalizado, donde prestadores de servicios, emprendedores y comunidades fortalezcan sus capacidades y prácticas para brindar experiencias de calidad.	2.1 ExcelTur. Escuela de competencias y Calidad Turística.	Capacitaciones especializadas en turismo (Módulos cortos por perfiles)	Diagnóstico de brechas; Plan de Capacitaciones; Ejecución de Capacitaciones especializadas, Evaluación y sistematización.	x	x	x	x	x	300 personas capacitadas y certificadas	Número de certificados entregados	Dir. Turismo, Academia.
			Sello de excelencia y formalización. (Certificaciones)	Criterios auditorías; y Proceso de capacitaciones al personal. Beneficios en GYE PASS; Coordinación con LAB	x	x	x	x	x	20 establecimientos certificados; 1 zona turística certificada	Número de sellos otorgados y renovados	OGD, Dir. Control Municipal, Gremios, clústeres
		2.2 Anfitriones Turísticos	Red de anfitriones por zonas turísticas	Selección de voceros; Manuales; Productos turísticos Articulación con la OGD, PAT + PASS	x	x	x	x	x	300 anfitriones formados y activos	Número de anfitriones activos/mes; certificados entregados	Dir. Turismo, barrios, cámaras, OGD
		2.3 Pasantías y voluntariado	Pasantías en zonas turísticas	Convenios; Roles en PAT; supervisión académica	x	x	x	x	x	50 pasantes	Número de pasantes y horas aplicadas, Certificados entregados	Dir. Turismo, Universidades

Eje estratégico	Objetivo estratégico	Programa	Proyecto	Actividades	2026	2027	2028	2029	2030	Meta Anual	Indicador	Responsable
			Bolsa de pasantías y trabajo	Gestión con empresas; Ruedas de Negocios y Articulación alineamiento	x	x	x	x	x	100 pasantes	Número de pasantes y horas aplicadas, Certificados entregados	Dir. Turismo, OGD, ONG
		2.4 GYE Travel Awards	Ranking de competitividad Turística	Diseño de métricas; Proceso de implementación Definición de jurado; Ceremonia anual (Octubre)	x	x	x	x	x	1 edición anual realizadas	Número de categorías y postulaciones	OGD, Observatorio, Dir. Turismo, Academia
			Sello “Turismo Amigable y Seguro”	Seguimiento de protocolos; Control y regulación Promoción en canales oficiales	x	x	x	x	x	50 experiencias o productos con el sello	Número de experiencias certificadas	OGD, Dir. Turismo, academia

Nota. Elaborado por el Equipo Consultor, (2025).

EJE ESTRATÉGICO SEGURIDAD TURÍSTICA

Eje Estratégico	Objetivo Estratégico	Programa	Proyecto	Actividades	2026	2027	2028	2029	2030	Meta Anual	Indicador	Responsable
3. Seguridad turística	Generar confianza y tranquilidad en los visitantes y residentes a través de corredores seguros, protocolos integrados de atención y una cultura de hospitalidad que a Guayaquil como un destino confiable y protegido.	3.1 Corredores Turísticos Seguros	Gestión de y Patillaje de protocolos unificados (Policía Turismo Anfitriones)	Turnos coordinados; Gestión TICs; Checklist hotel-operador	x	x	x	x	x	-10% incidentes registrados en zonas piloto	Número de incidentes en polígonos (Zona Turística)	Dir. Turismo, SEGURA EP, Policía Turística, OGD, Observatorio
			Inducción de en Protocolos Corredores turísticos seguros.	Definición de protocolos de seguridad. Mesas técnicas de seguridad turística. Simulacros preventivos Mapas con puntos SOS. Coordinación con PAT	x	x	x	x	x	3 mesas técnicas de seguridad turística; 2 simulacros realizados	Número de asistentes, Actas de reuniones.	Dir. Turismo, Segura EP, Observatorio, Clúster zonal
		3.2 Defensoría del Turista	Ordenanza y de protocolo atención (Modelo de gestión)	Definición Modelo de Gestión de Borrador de ordenanza; Articulación PAT como ventanilla; Articulación OGD, PAT, Clústeres	x	x	x	x	x	100% casos con respuesta	Número de casos resueltos	Dir. Jurídico, Dir Turismo, OGD, Segura EP, Clústeres
			Micrositio y línea de soporte	Portal multilingüe; Métricas digitales (CRM de casos); Reportes trimestrales	x	x	x	x	x	90% satisfacción post atención.	Índice de satisfacción del usuario	Dir. Turismo, TIC, Observatorio, OGD
		3.3 Brigadas de seguridad Turística	Puestos de atención turística temporales (PAT)	PATs en feriados; Roles y bitácoras; Socialización y difusión Evaluación post-Feriado	x	x	x	x	x	5 PATs activos por feriado feriados;	Número de PAT temporales y operativos en feriados.	Dir. Turismo, Academia, Observatorio, SEGURA EP, EAS, Policía, Bomberos, ATM
			Protocolos para eventos MICE	Lineamientos sedes/hoteles; Simulacros; Briefings de seguridad. Socialización y difusión Evaluación post-Evento	x	x	x	x	x	1 PAT por evento MICE	Número de eventos MICE con protocolo	Buró, OGD, SEGURA EP

Nota. Elaborado por el Equipo Consultor, (2025).

EJE ESTRATÉGICO LIDERAZGO Y GESTIÓN

Eje Estratégico	Objetivo Estratégico	Programa	Proyecto	Actividades	2026	2027	2028	2029	2030	Meta Anual	Indicador	Responsable
4. Liderazgo y Gestión	Consolidar una organización de gestión de destino participativa y legitimada, que articule al sector público, privado, comunitario y académico, asegurando la sostenibilidad de la planificación y la toma de decisiones conjuntas para el turismo en Guayaquil.	4.1 Conformación de la OGD GYE	Modelo de Gestión para la creación de la OGD; Ordenanza y estatutos	Diseño normativo; Comités técnicos; Rendición de cuentas	x	x	x	x	x	OGD constituida y operativa. 6 reuniones ordinarias de OGD.	OGD creada y número de sesiones	Alcaldía, Concejo, Dir. Turismo
			Impulso al Bureau MICE	Catálogos; Procesos; Evaluación de Eventos	x	x	x	x	x	20 eventos gestionados y atendidos	Número de Eventos gestionados	OGD, Buró, Dir. Turismo.
		4.2 Laboratorio Turístico (LAB)	Potenciación al Observatorio Turístico	Modelo de datos; Incorporar investigación de Demanda potencial + gestión de destino;	x	x	x	x	x	3 reportes	Número de reportes y tráfico al tablero	Dir. Turismo, Observatorio, OGD
			Implementación de laboratorios vivos por Zonas turísticas establecidas (sandbox)	Pilotaje en Zona Centro 2026; Evaluación y réplica a otras zonas, Implementación de estrategias y programas.	x	x	x	x	x	1 zonas gestionadas e intervenida.	Número de zonas con modelo sandbox	OGD, Dir. Turismo, Academia, EPICO
			Incubadora y asistencia técnica	Convocatorias; mentoría; coordinación con la banca; Prototipado	x	x	x	x	x	20 emprendimientos acelerados	Número de emprendimientos acelerados	OGD, Academia, Banca. EPICO

Eje estratégico	Objetivo estratégico	Programa	Proyecto	Actividades	2026	2027	2028	2029	2030	Meta Anual	Indicador	Responsable
		4.3 Regula y Avanza	Consolidación de Catastro y simplificación	Base única; flujos digitales; control inteligente	x	x	x	x	x	100% oferta priorizada en catastro	Porcentaje de establecimientos en catastro	Dir. Control, TIC, OGD, MINTUR
			Acuerdo de corresponsabilidad	Acuerdos sectoriales; estándares mínimos;	x	x	x	x	x	10 acuerdos firmados y vigentes	Número de pactos y cumplimiento	OGD, Cámaras, Gremios
		4.4 Fondo mixto promoción	Fideicomiso y gobernanza del fondo	Diseño modelo de gestión. Estructura legal. comité y métricas de retorno.	x	x	x	x	x	Fondo constituido y operativo	Fondo creado (sí/no) y recaudación anual	OGD, Concejo, sector privado
			Héroes de marca y Responsabilidad Empresarial	Presentación del Plan a Empresarios Beneficios a	x	x	x	x	x	3 empresas Héroes anuales	Monto económico recaudado	OGD, Dir. Comunicación, Empresas

Nota. Elaborado por el Equipo Consultor, (2025).

EJE ESTRATÉGICO INNOVACIÓN Y PRODUCTOS													
Eje Estratégico	Objetivo Estratégico	Programa	Proyecto	Actividades	2026	2027	2028	2029	2030	Meta Anual	Indicador	Responsable	
5. Innovación y productos	Consolidar un portafolio de productos distintivos y sostenibles que resalten la relación de la ciudad con el río, la cultura, la gastronomía y la naturaleza, integrando propuestas creativas que diversifiquen la experiencia del visitante y refuercen la identidad local.	5.1 Factoría de Productos	Diseño y co creación de productos turísticos experienciales	• Análisis de rutas; • operadores formales; • Coordinación Observatorio	x	x	x	x	x	3 productos innovadores	Número productos operando	OGD, Operadores, Observatorio	
		5.2 Portafolio de Experiencias	Parrilla anual por segmentos de mercados.	• Diseño por mercados; • metas por temporada; • Feedback Observatorio	x	x	x	x	x	1 Catálogo anual	# experiencias x temporada	OGD, Buró, operadores	
			Impulso GYE destino MICE	• Bid books; • Captación de eventos; • encadenamiento local • Gestión Bleisure	x	x	x	x	x	5 eventos MICE	# eventos y gasto promedio	Buró, OGD	
		5.3 Eventos, Ferias y activaciones	Rescate de ferias emblemáticas y temáticas	• Logística con sectores; • Promoción, • Ejecución y retroalimentación	x	x	x	x	x	3 eventos anuales	Número de personas	OGD, Dir Turismo,	
			Gastro-activaciones por zonas turísticas	• Festivales; • promociones; • medición de ticket promedio	x	x	x	x	x	3 activaciones gastronómicas por año	Número de personas	Dir Turismo, OGD, Gremios A&B	

Nota. Elaborado por el Equipo Consultor, (2025).

EJE ESTRATÉGICO MARKETING Y POSICIONAMIENTO

Eje Estratégico	Objetivo Estratégico	Programa	Proyecto	Actividades	2026	2027	2028	2029	2030	Meta Anual	Indicador	Responsable
6. Marketing y posicionamiento	Lograr que Guayaquil sea reconocido como un referente turístico y amigable del Pacífico Sur, mediante estrategias de marketing inteligente, narrativas auténticas y alianzas comerciales que proyecten el destino en el imaginario nacional e internacional.	6.1 Identidad y relato Ciudadano (Cultura Turística)	Producción y posproducción y fotografía audiovisual	Producción de material audiovisual en concordancia con zonas turísticas y productos turísticos; Formación de voceros, testimonios ciudadanos	x	x	x	x	x	100 fotos; 10 videos	Parrilla de material audiovisual.	Dir. Comunicación, OGD
			Campaña "GYE destino amigable"	Campaña multicanal; Monitoreo de percepción	x	x	x	x	x	+10 pp. en percepción positiva	Índice de percepción trimestral	Dir. Comunicación, Observatorio
		6.2 Seguridad y percepción	Travel Safety Briefings	Cápsulas en llegada/hoteles; QR a rutas seguras (Sello)	x	x	x	x	x	100% hoteles top con briefings	% hoteles con briefing	OGD, Buró, Hoteles
			Landing page, Panel trimestral de percepción	Publicación y socialización de reportes con y Defensoría del turista.	x	x	x	x	x	4 paneles/año publicado	# paneles publicados	Observatorio, OGD, Defensoría del Turista.
			6.3 GYE PASS	Campaña de Promoción y comercialización turística; Web site + APP oficial del destino. Ecosistema digital Hub de	Integración de rutas, Directorio hotelero y eventos actividades y códigos QR, Red Turística cupones y agenda	x	x	x	x	x	100.000 usuarios activos	Usuarios activos

Eje estratégico	Objetivo estratégico	Programa	Proyecto	Actividades	2026	2027	2028	2029	2030	Meta Anual	Indicador	Responsable
			información y beneficios									
			City Marketing digital 360°	SEO/SEM, influencers; reporting por cohortes	x	x	x	x	x	+30% tráfico orgánico anual	Sesiones orgánicas	OGD, Agencia digital
		6.4 City Marketing + Comercialización	Publicidad y material impreso	Guías, mapas, folletos especializados Merchandising	x	x	x	x	x	50.000 guías 100.000 mapas	Informes de gestión	OGD
			Roadshows y rueda de negocios	Agendas B2B; Activaciones B2C de seguimiento leads	x	x	x	x	x	4 eventos nacionales 3 eventos internacionales 100 leads calificados Reportes de prensa	# leads	OGD, Buró, Fondo mixto
			FAM y Press Trips	Definición de itinerarios; medición de cobertura post actividad	x	x	x	x	x	4 FAM/Press Trips	# personas	OGD, Dir. Comunicación
			Vitrina y ferias internacionales	Stands; Agenda entrevistas;	x	x	x	x	x	3 ferias estratégicas atendidas	# ferias y workshops	OGD, Fondo mixto

Nota. Elaborado por el Equipo Consultor, (2025).

11. PRIORIZACIÓN DE PROYECTOS DEL PLAN MAESTRO DE TURISMO DE GUAYAQUIL.

La priorización de estos proyectos es fundamental porque permite concentrar esfuerzos y recursos en acciones de rápida ejecución que generan resultados visibles desde las primeras etapas del Plan Maestro de Turismo. Implementar iniciativas inmediatas fortalece la confianza institucional, mejora la experiencia del visitante, eleva la competitividad del destino y demuestra capacidad de gestión ante la ciudadanía, el sector privado y potenciales inversionistas. Además, estas intervenciones iniciales crean condiciones favorables para el desarrollo de proyectos de mayor escala en el mediano y largo plazo, acelerando el posicionamiento de Guayaquil como un destino ordenado, atractivo y preparado para crecer sostenidamente.

Proyecto	Impacto	Inversión	Tiempo
Señalización integral de corredores turísticos	Alto	Media	Corto
Iluminación de atractivos y tramos críticos	Alto	Media	Corto
Wayfinding GYE 360 (AR/QR)	Alto	Alta	Mediano
Link GYE – Tótem PAT: Free Wi-Fi & SOS	Alto	Media	Corto
Kioscos PAT (ATO, Terminal Terrestre, plazas)	Alto	Media	Corto
Módulos PAT (hoteles, restaurantes, centros comerciales)	Medio-Alto	Media	Corto
Módulo básico de facilidades turísticas y accesibles	Alto	Alta	Mediano
Zonas accesibles	Alto	Alta	Mediano
Capacitaciones especializadas en turismo	Alto	Baja	Corto
Certificación de excelencia y formalización	Alto	Baja	Corto
Red de anfitriones por zonas turísticas	Alto	Baja	Corto
Pasantías en zonas turísticas	Medio-Alto	Baja	Corto
Bolsa de pasantías y trabajo	Medio-Alto	Baja	Corto
Ranking de competitividad turística	Medio	Baja	Corto
Gestión de patrullaje y protocolos unificados	Alto	Media	Corto
Inducción de protocolos en corredores turísticos seguros	Alto	Baja	Corto
Ordenanza y protocolo de atención (modelo de gestión)	Alto	Baja	Corto
Puestos de atención turística temporales (PAT)	Medio-Alto	Baja	Corto
Protocolos para eventos MICE	Alto	Baja	Corto
Modelo de gestión para la creación de la OGD	Alto	Media	Corto
Ordenanza y estatutos	Alto	Baja	Corto
Fideicomiso y gobernanza del fondo	Alto	Media	Mediano
Héroes de marca y responsabilidad empresarial	Medio-Alto	Baja	Corto
Fondo mixto de promoción (tasa de pernoctación)	Alto	Media	Mediano
Potenciación al Observatorio Turístico	Alto	Media	Corto
Implementación de laboratorios vivos por zonas turísticas (sandbox)	Alto	Alta	Mediano
Incubadora y asistencia técnica	Alto	Media	Mediano
Consolidación de catastro y simplificación	Alto	Baja	Corto
Acuerdo de corresponsabilidad	Medio-Alto	Baja	Corto
Diseño y co-creación de productos turísticos experienciales	Alto	Media	Mediano
Agenda de productos y actividades segmentada por mercados	Alto	Baja	Corto
Impulso GYE destino MICE	Alto	Media	Mediano
Rescate de ferias emblemáticas y temáticas	Alto	Media	Corto
Gastro-activaciones por zonas turísticas	Alto	Baja	Corto
Website oficial del destino	Alto	Media	Corto
App oficial del destino	Alto	Media	Corto
Ecosistema digital Hub de información y beneficios	Alto	Media	Corto
Roadshows y ruedas de negocios internacionales	Alto	Media	Corto
FAM Trips internacionales	Alto	Media	Corto
Press Trips internacionales	Alto	Media	Corto