



## INFORME NARRATIVO RENDICIÓN DE CUENTAS 2025 FUNDACION MUNICIPAL TURISMO PARA CUENCA

**Cuenca afianza su reconocimiento turístico mediante la ejecución de una estrategia articulada y orientada al desarrollo sostenible.**

En el cantón Cuenca, en el año 2025, el turismo se consolida como un eje importante dentro de la economía local, en un contexto donde aproximadamente el 59,5% de la población cuenta con empleo adecuado. Esta situación refleja una estructura laboral relativamente sólida en la ciudad, en la cual actividades como el turismo aportan significativamente a la generación de plazas de trabajo, especialmente en sectores como alojamiento, gastronomía y transporte turístico.

En este contexto, el turismo contribuye de manera directa e indirecta a la generación de aproximadamente entre 14.000 y 19.000 empleos en el cantón Cuenca. Esta estimación se fundamenta en datos del Ministerio de Turismo del Ecuador, que reporta 549.508 empleos en actividades turísticas a nivel nacional en 2025, según la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo elaborada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos. Además, se considera que el turismo representa aproximadamente entre el 5% y el 7% del empleo total a nivel nacional, lo que permite realizar una estimación proporcional para destinos turísticos urbanos como Cuenca.

Durante el año 2025, la Fundación Municipal Turismo para Cuenca consolidó importantes avances en la promoción del destino urbano y rural, la articulación territorial, la profesionalización del sector, y el posicionamiento nacional e internacional de la ciudad como un referente turístico sostenible, competitivo y culturalmente diverso.

Para alcanzar estos hitos, la institución ejecutó el **Proyecto 40: Promoción Integral del Turismo Urbano y Rural**, el cual permitió fortalecer la oferta, dinamizar la economía local y contribuir al desarrollo comunitario a través de los siguientes ejes estratégicos:

### 1. Desarrollo Competitivo, Calidad y Sostenibilidad

Desde este eje se avanzó en la mejora continua de los servicios y en la obtención de avales internacionales que refuerzan la reputación de Cuenca como un destino líder.

- **Reconocimientos al destino Cuenca - Certificaciones Internacionales:**  
Cuenca obtuvo y renovó sellos que avalan su excelencia siendo éstas:
  - **Recertificación Culinary Capitals:** Otorgada por la World Food Travel Association que reconoce nuevamente a Cuenca como una ciudad con identidad culinaria destacada a nivel mundial.
  - **Recertificación TourCert:** Recibida el 5 de marzo de 2025 durante la feria ITB Feria Internacional de Turismo Berlín que



- acredita nuestro compromiso con una gestión turística sostenible, basada en estándares internacionales.
- **Cuenca, Ciudad Creativa de la UNESCO en Gastronomía:** Membresía Red de Ciudades Creativas de la UNESCO (Gastronomía) vigente por cuatro años desde octubre de 2025 que reconoce el trabajo sostenido de la ciudad en la revitalización de sus saberes culinarios, la innovación gastronómica, la sostenibilidad y la interculturalidad.
  - **Fortalecimiento Empresarial:** Mediante el programa **SCORE HoCo**, en alianza con la OIT, se entregaron **21 certificaciones empresariales** para elevar la competitividad del sector local.
  - **Plan Gradual de Capacitación al sector turístico urbano y rural:** Se formaron 344 actores turísticos de alojamiento, restaurantes, guías de turismo, empresarios emprendedores y parroquias rurales mediante módulos presenciales, híbridos e itinerantes en áreas de innovación, patrimonio y turismo cultural, analítica de datos y business intelligence, gastronomía F&B, marketing gastronómico, comercialización y marketing, hospitalidad y atención al cliente, sostenibilidad y operación, incluyendo 3 salidas técnicas de campo al relleno sanitario Pichacay, ruta patrimonial y cultural Gualaceo y ruta gastronómica – Calle Larga.
  - **Sistema de Gestión de Calidad (GESTUR) - Buenas prácticas de calidad y sostenibilidad:**
    - **34 establecimientos turísticos** (alojamiento, guianza, A&B, operadores, centros de convenciones y emprendedores turísticos locales) recibieron en diciembre 2025 el Compromiso de Participación de la Plataforma en el Programa de Buenas Prácticas “GESTUR”.
    - **10 funcionarios de la Fundación de Turismo** cuentan con las capacidades técnicas para acompañar a establecimientos turísticos del cantón en la implementación de buenas prácticas de sostenibilidad y calidad.

## 2. Gastronomía: Producto Turístico de Alto Valor

La estrategia gastronómica se posicionó como un motor de atracción mediante activaciones masivas y contenido especializado.

- **Activaciones y Eventos Gastronómicos/Masterclass Gastronómica:** Se ejecutaron **27 festivales**, destacando el Motepata más grande del mundo, el Banquete de la Trucha y ferias en parroquias como Sinincay, Molleturo y Baños.
- **Contenido Digital y Prensa:** Se estrenó la serie documental "Cuenca Destino Gastronómico" (6 episodios) y se publicaron **42 artículos especializados** en Buen Gusto Magazine. Adicionalmente, se realizó un podcast sobre gastronomía cuencana con la comunidad española en el programa Turismo Gastronómico #2



Un viaje por Cuenca Ecuador transmitido por el canal de youtube español “Gastronomia.com TV”.

- **Promoción Nacional:** Se realizaron **6 giras** para posicionar la gastronomía cuencana en Quito, Guayaquil, Manta, Machala y Loja.
- **Capacitaciones al sector gastronómico:** La estrategia formativa alcanzó a 475 actores en su mayoría mujeres de los señores de los mercados, con talleres de Buenas Prácticas de Manufactura, inglés y manejo de alimentos, rescate de tradiciones, historia de la gastronomía cuencana – turismo gastronómico, atención al cliente como parte de la estrategia de fortalecimiento de la cadena de valor gastronómica y turística de Cuenca.

### 3. Innovación, Conectividad y Promoción del Destino

Este eje permitió ampliar la visibilidad de Cuenca a través de campañas de alto impacto y una gestión activa con mercados estratégicos.

- **Campañas y Alcance:** Se implementaron 8 campañas promocionales temáticas (Feriado de inicio de año, Carnaval, Promoción Vacaciones Costa, Semana Santa, Fiestas de Cuenca, Fundación de Cuenca, Cuenca Inspira, Cuenca Inspira tus vacaciones y Promoción Navidad) y 61 activaciones BTL en espacios patrimoniales, además de 9 agendas turísticas con información y actividades de temporada del destino Cuenca.
- **Comunidad Digital:** El destino alcanzó los **370.339 seguidores** en sus redes sociales oficiales de la institución, fortaleciendo el vínculo con el turista.
- **Experiencias Vivenciales (Fam Trips):** Un total de 153 participantes formaron parte de viajes de familiarización, incluyendo 43 operadores de EE. UU. (AdventureNEXT) y 70 delegados de 25 países del continente y de la Unión Europea que visitaron la ciudad de Cuenca en el marco del evento “Seminario Regional de Administración de las delegaciones de la Unión Europea en las Américas”, además de un fam trip para promoción del destino en salud y bienestar del cantón.
- **Ferias Nacionales:** Se registraron 2 participaciones
  - Feria Gastronómica Raíces 2025 Edición 12. Desde el 12 al 14 de julio, el stand de la FMTPC contó con 25 beneficiarios directos, entre chefs, operadores turísticos, restaurantes y el GAD Parroquial de Baños, además de recibir aproximadamente 2.000 visitantes; a nivel general, la feria alcanzó 35.000 beneficiarios indirectos. En este espacio se realizó además el lanzamiento de la campaña “Cuenca Inspira”, contribuyendo al posicionamiento del destino Cuenca.
  - Encuentro de Rincones Mágicos: realizado en el mes de octubre en la ciudad Latacunga, promoviendo el destino bajo la Declaratoria de Cuenca Patrimonio Mágico, con un alcance de 300 beneficiarios directos y 600 beneficiarios indirectos.
- **Estrategias Comunicacionales:** Se realizaron 33 giras de medios y 35 ruedas de prensa en las ciudades de Guayaquil, Quito, Loja, Manta, Machala y Cuenca.
- **Indicadores de Ocupación Hotelera**



El monitoreo estadístico de los feriados de 2025 reflejó el dinamismo y la efectividad de las estrategias implementadas, con un promedio general de 77,65% en ocupación hotelera.

<b>Feriado</b>	<b>Ocupación</b>
<i>Año Nuevo 2025</i>	78,60 %
<i>Carnaval</i>	65,37 %
<i>Semana Santa</i>	70,00 %
<i>Batalla de Pichincha</i>	75,02 %
<i>Primer Grito de Independencia</i>	87,19 %
<i>09 de Octubre</i>	60,75%
<i>Años de Independencia</i>	93,17%
<i>Año Nuevo 2026</i>	91,13%

- **Internacionalización:** Cuenca tuvo presencia destacada en:
  - **Feria Internacional de Turismo ITB Berlín en el recinto ferial Messe Berlín:** Con más de 90.000 visitantes profesionales y alianzas con KLM y El Corte Inglés. Incluyéndose 5 activaciones internacionales mediante showcooking con degustaciones gastronómicas en el marco de la Feria.
  - **Casa Ecuador Madrid - España:** activación internacional con más de 5.000 asistentes y medios ganados valorados en USD 95.000.
  - **VIII Feria Nacional e Internacional de Turismo FIAVIT en Lima - Perú:** Generando más de 60 leads B2B y un alcance en medios superior a 250.000 personas.

#### 4. Turismo Rural y Desarrollo Territorial

La Fundación impulsó el redescubrimiento del territorio mediante la descentralización de la oferta.

- **Rutas Turísticas:** Se ejecutaron **13 rutas rurales** en las 21 parroquias del cantón. Para la difusión de estas experiencias, se produjeron **34 piezas audiovisuales** enfocadas en la promoción de rutas y parroquias, al igual que, destinos como Kimsacocha y las Sombrereras del Portete.
- **Hito "Camino y Raíz: Declaratoria de Identidad Rural y Lanzamiento de Rutas Rurales":** Un evento que reunió emprendimientos rurales, formalizó el "**Convenio por la Ruralidad**" y entregó **21 reconocimientos** a actores comunitarios de las 21 parroquias del cantón Cuenca.
- **Rutas Ecoturísticas a Kimsacocha:** 3 rutas a Faldas del Kimsacocha, Sombrereras Victoria del Portete y Tres Lagunas – San Gerardo.
- **Barrios Tradicionales:** Se ejecutaron 9 activaciones para promoción de barrios tradicionales en Las Herrerías, El Vado, Santa Anita, San Roque, Calle Larga, Escalinatas Juana de Oro, San Francisco.

#### 5. Impacto y Beneficiarios



Gracias a este conjunto de acciones ejecutadas por esta institución, se estima que 541.335 se beneficiaron del turismo en 2025.

- **Capacitación:** Se formaron **344 actores turísticos** en áreas de atención al cliente, sostenibilidad y operación, incluyendo salidas técnicas de campo.
- **Sector Gastronómico:** La estrategia formativa alcanzó a **475 actores**, con talleres de BPM, inglés y manejo de alimentos.
- **Experiencias Vivenciales (Fam Trips):** Un total de 153 participantes formaron parte de viajes de familiarización, incluyendo 43 operadores de EE. UU. (AdventureNEXT) y 70 delegados de 25 países del continente y de la Unión Europea que visitaron la ciudad de Cuenca en el marco del evento “Seminario Regional de Administración de las delegaciones de la Unión Europea en las Américas”, además de un fam trip para promoción del destino en salud y bienestar del cantón.
- **Turismo MICE:** Se desarrolló el Plan de Promoción de Reuniones y Congresos, con estrategias articuladas junto al sector privado. A través de las redes sociales institucionales, se promocionaron 45 eventos MICE de enfoque turístico, técnico y político, ambiental y sostenible, médico, empresarial, financiero, comercial y tecnológico, realizados en la ciudad de Cuenca, los cuales atrajeron a más de 15.000 participantes. Asimismo, se facilitó material digital de promoción del destino a los organizadores de dichos eventos.
- **Alcance de la comunidad digital:** El número total de personas alcanzadas e impresiones digitales de las 7 campañas de 2025. Consolidación de la comunidad digital con 370.339 seguidores en las redes sociales de promoción del destino Cuenca/Visit Cuenca (Facebook, Instagram, X, Tik Tok y Threads).
- **Total de Beneficiarios:** El número consolidado de personas beneficiadas de manera directa 59.557 e indirecta 481.778 por las actividades turísticas ejecutadas durante el año 2025.
- **Ordenanza de Turismo:** Este proceso se inició en el año 2024, consolidándose en el año 2025 pues se desarrolló el proceso para la construcción de la ORDENANZA QUE REGULA, PLANIFICA, CONTROLA Y SANCIONA LAS FACULTADES Y ATRIBUCIONES PARA EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN EL CANTÓN CUENCA, para lo cual se ejecutaron 18 reuniones interinstitucionales con la participación integral del sector turístico —hotelero, bares y restaurantes, operadores, guías y transportistas—, así como equipos técnicos municipales y concejales del cantón; adicionalmente, se efectuaron 10 reuniones internas de carácter técnico en la Fundación Municipal Turismo para Cuenca receptándose diversas propuestas de reforma al proyecto normativo y, como resultado de este trabajo, el documento fue remitido a la máxima autoridad, encontrándose actualmente en conocimiento de Sindicatura, a la espera del informe correspondiente.

## 6. Consulta Ciudadana

En referencia al espacio brindado a la ciudadanía para el ingreso de consultas ciudadanas en relación a la gestión realizada el año anterior, según lo estipula la fase 1



del reglamento de rendición de cuentas vigente en la RESOLUCIÓN No. CPCCS-PLS-SG-004-O-2026-0030 28-01-2026 del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, mediante el formulario Google form Consulta Ciudadana publicado en el portal web institucional durante el mes de marzo se recibió una consulta, mismo que procedo a dar lectura y posteriormente su respuesta:

**¿De qué manera el reconocimiento de la UNESCO como Ciudad Creativa potencia el posicionamiento de Cuenca como destino turístico de clase mundial?**

Respuesta: El reconocimiento de UNESCO a Cuenca como Ciudad Creativa en el ámbito Gastronómico potencia su posicionamiento como destino turístico de clase mundial al destacar su riqueza culinaria como un elemento diferenciador y de alto valor tradicional y cultural. Esta distinción internacional visibiliza la diversidad de sabores, saberes ancestrales y productos locales, atrayendo a turistas motivados por experiencias gastronómicas, auténticas y sostenibles. Asimismo, fortalece la promoción del destino en mercados especializados, impulsa la innovación en la oferta culinaria y consolida a la gastronomía como un eje estratégico para el desarrollo turístico y la proyección global de la ciudad.

**Conclusión**

La gestión 2025 de la Fundación Municipal Turismo para Cuenca reafirma el compromiso de articular, conectar y transformar. A través de un modelo de gestión integral, se ha logrado posicionar a Cuenca como un destino de alto valor, equilibrando la identidad urbana y rural con estándares internacionales de sostenibilidad y competitividad.

Mgtr. Lorena Guillén

**Directora Ejecutiva**

**FUNDACIÓN MUNICIPAL TURISMO PARA CUENCA**