



con la gente,  
**siempre**

**Marcelo Cabrera**  
ALCALDE

# 2016

# RENDICIÓN

DE CUENTAS



**cuenca**  
ALCALDÍA



# PRESENTACIÓN

La Alcaldía de Cuenca, a través de su Fundación Municipal Turismo para Cuenca, ha planificado y ejecutado varios proyectos a partir de los ejes de promoción y rescate de tradiciones, elaborando como primer paso el Plan de Desarrollo Turístico y la creación de Estadísticas, herramientas útiles para la gestión emprendida por nuestra institución.

El trabajo desarrollado ha tenido por objetivo dar a conocer a Cuenca como destino óptimo para turistas nacionales e internacionales.

En este contexto se realizaron estrategias de promoción como Fam y Press Trip. Los Fam Trip, compuestos por operadoras nacionales e internacionales permitieron realizar ruedas de negocios con integrantes del sector turístico de Cuenca para que nuestra ciudad sea comerciada en paquetes turísticos dentro y fuera del Ecuador.

Los Press Trip, se realizaron a través de la llegada de periodistas nacionales e internacionales, de medios de comunicación que potenciaron el destino a través

de reportajes en sus importantes canales televisivos, revistas, periódicos, blogs, etc.

A través de trabajos de coordinación con diferentes entidades públicas y privadas, se dio realce a las principales celebraciones tradicionales de la ciudad de Cuenca como el Jueves de Compadres, Semana Santa, fiestas de Fundación e Independencia, Corpus Chirsti, Festival de Luces, El Pase del Niño Viajero, entre otras.

Para cada una de las actividades de rescate de tradiciones se han planificado agendas de medios a nivel local y nacional, realizando un trabajo de promoción integral, a través de campañas en distintas provincias del Ecuador. Como parte de la creación de nuevos productos turísticos, la Fundación ha realizado un trabajo de investigación para dar como fruto cinco rutas: Francesa, Pan y Hornos de Leña, Artesanías, Museos y la primera ruta rural, la de San Joaquín y el río Yanuncay.

La participación en ferias internacionales, fue un punto

importante para la promoción del destino. Dentro de las ferias, ITB, FIEXPO, TRAVELMART, por ejemplo, se realizaron contactos importantes tanto de operadores turísticos cuanto de prensa que han servido para el desarrollo turístico de Cuenca.

Este año, se dio empuje a las gestiones de regulación y control en conjunto con varias entidades municipales competentes y el Ministerio de Turismo.

Sin duda, el 2016 fue un año de relevancia en cuanto a la implementación del Plan de Desarrollo Turístico y la creación de Estadísticas Turísticas gracias a un convenio con la Universidad de Cuenca, lo que ha permitido respaldar actividades enfocadas a grupos y sectores determinados para un mejor resultado de la gestión.

Psc. Tania Sarmiento Tamayo  
Directora Ejecutiva



# SISTEMA ECONÓMICO

*Fortalecer el desarrollo productivo cantonal articulando los tres sectores; público, privado y popular y solidario con los principios del sistema económico social y solidario*







*Promoción y Comunicación del  
producto Turismo Cuenca*



## PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO CUENCA

Se considera a la promoción turística como una de las estrategias prioritarias para el fortalecimiento continuo del posicionamiento de Cuenca como destino turístico a nivel nacional e internacional y el incremento de turistas hacia el Destino. En este sentido, se mantiene un trabajo permanente de planificación de actividades que dan a conocer a los mercados objetivo la oferta turística de la ciudad para así mantener al turismo como una actividad que contribuye al desarrollo económico local.

# PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO CUENCA

## Objetivo General

- Incrementar el posicionamiento turístico del destino Cuenca a nivel nacional e internacional.

## Estrategias

- Participación en ferias, caravanas y eventos de promoción turística a nivel nacional e internacional.
- Organización de viajes de familiarización con operadores turísticos y prensa nacional e internacional.
- Organización de ruedas de negocios con operadores turísticos nacionales e internacionales.
- Promoción y publicidad en medios de prensa nacional e internacional.
- Promoción a través de medios virtuales y redes sociales.
- Campañas de empoderamiento turístico ciudadano.
- Edición y producción de material promocional.





## 1.1 MERCADOS INTERNACIONALES

### PARTICIPACIÓN EN FERIAS, CARAVANAS Y EVENTOS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

#### FERIA ITB BERLIN

La Fundación Municipal Turismo para Cuenca participó en la Feria ITB de Alemania del 09 al 13 de marzo, una de las ferias más grandes y reconocidas internacionalmente en la industria turística. La feria se llevó a cabo en la ciudad de Berlín en el Recinto Ferial Messe; en el cual el Ministerio de Turismo tuvo un stand para 30 representantes del sector turístico del Ecuador, entre ellos, nuestra Institución. Durante este encuentro se

realizaron alrededor de 45 citas con importantes operadoras como Gruner + Jahr GmbH & Co, 54 Traveler, CITO new Generations, Terre a l'horizon, Kondor Tours, Ruppert Brasil, Realice Tours, y medios de prensa como National Geographic Traveller y Mochileros TV, lo que permitió generar promoción y difusión del destino en este mercado considerado como uno de los más importantes para Cuenca en el ámbito internacional.

## FIEXPO – LIMA

FIEXPO es una feria especializada en turismo de eventos y convenciones; la edición 2016 se desarrolló en la ciudad de Lima, Perú del 30 de Mayo al 1 de Junio. A este evento se dan cita destinos de congresos, ferias, centros de convenciones, hoteles y empresas relacionadas al segmento MICE a nivel latinoamericano. Este año tuvo una participación de 958 visitantes comerciales, 190 expositores y 145 compradores invitados de Argentina, EE.UU., México, Colombia, Uruguay, Brasil, Chile, entre otros.

FIEXPO es avalado por ICCA (International Congress and Conventions Association) que es el principal organismo internacional en el manejo de congresos, convenciones, ruedas de negocios a nivel internacional, con estándares de calidad, manejo de base de datos, ruedas de negocios entre otros. Cabe recalcar que previa a la participación en esta feria, la Fundación se suscribió al ICCA, lo cual nos avala como un destino idóneo para eventos y convenciones.

La participación en esta feria se dio conjuntamente con las oficinas de turismo de los

GAD's Municipales de Quito y Guayaquil, en articulación con el Ministerio de Turismo del Ecuador. Durante este evento se mantuvieron un total de 52 citas con organizadores de eventos de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, España, México, Holanda, Paraguay, Perú, Uruguay y Estados Unidos de Norteamérica.

## PARTICIPACION TRAVEL MART LATIN AMÉRICA 2016 IGUAZU – BRASIL

Cuenca participó en la feria turística Travel Mart Latin America, una de las ferias más grandes y reconocidas a nivel de Latinoamérica. La feria se llevó a cabo en Iguazú-Brasil. Para esta participación se contó con un

stand decorado con las mejores imágenes de Cuenca en cuanto a sus atractivos arquitectónicos, de aventura y tradición.

En este espacio se mantuvieron alrededor de 25 citas con operadores turísticos como Mexitours DMC & Grand Tour Operator, Elegance Travel Pvt Ltd, Latin America Experiences, Latino Holidays, Dreamtime Travel, Dorado Latin Tour, entre otros, a quienes se les capacitó en cuanto a las ventajas del destino Cuenca. Esta feria se caracteriza por proveer un ambiente profesional reflejando productividad y abriendo puertas a las oportunidades de negocio personal; el mismo se ha manejado durante más de 39 años.







## FAM & PRESS TRIPS, RUEDAS DE NEGOCIOS Y CARAVANAS TURÍSTICAS

### CARAVANA TURISTICA PIURA

Atendiendo la convocatoria realizada por la Embajada de Ecuador en Perú y con la finalidad de promocionar los atractivos del sur de nuestro país una delegación de empresarios turísticos de Cuenca, Loja,

Machala, Zaruma y Santa Rosa participaron en una Caravana Turística en Piura – Perú.

El evento tuvo lugar el 8 de julio y con la colaboración del Ministerio de Turismo del Ecuador se coordinó una Rueda de Negocios para la presentación de paquetes turísticos de los dos países; el destino Cuenca y su área de influencia se hizo presente con una delegación de 15 representantes de la industria turística entre operadores de turismo, establecimientos de alojamiento, servicio de

transporte turístico y la Fundación Municipal Turismo para Cuenca como la Institución responsable de la promoción turística del destino.

Al final de la jornada, los operadores y empresarios de los Destinos Cuenca y Piura lograron su objetivo de intercambiar la promoción de sus productos, negociar y promover el intercambio comercial de destinos y generar la visita de ambos destinos, de manera organizada.



### **PRESS TRIP HONG KONG PROGRAMA BIG BIG WORLD**

El programa “A Big Big World” producido por el Departamento de Noticias de TVB de Hong Kong, China que realiza documentales de diferentes países del mundo, desde una visión periodística, visitó Cuenca en el mes de julio. El potencial del mercado asiático, demanda expandir la comunicación hacia esta región y no hay mejor forma de mostrarles

nuestra cultura y crear interés, que desde su propio punto de vista y desde una interpretación más cercana a la suya, es por eso que mediante un press trip, se realizaron varias visitas a diferentes atractivos de la ciudad para mostrar los encantos de Cuenca al mercado asiático. Se realizaron además entrevistas al Alcalde de la ciudad, expats radicados en Cuenca así como a la Directora Ejecutiva del FMTPC.

## FAM / PRESS TRIP Y RUEDA DE NEGOCIOS PERU

Continuando con las estrategias de promoción realizadas hacia el mercado peruano, del 31 de agosto al 04 de septiembre se realizó un Fam Trip Perú con 15 tour operadores de la zona de Piura (Canechi Tours, Contac Tours, Discovery Piura, Lizana Tours, Norte Palmeras, Rutas Del Norte, Skp Travel Piura, Proviatur, Ona, Turismo Peru Norte, Asotur Piura, Jm Tours, Tierra Paraiso, Mh Travel, Nevado Tours) y representantes de medios de comunicación de Lima

y la región norte de Perú (Revista Rumbos, Revista Viajeros, Mochila Viajera, Revista Ladevi, Revista la Cueva de Domínguez, Revista Tráfico). Los visitantes pudieron realizar recorridos por los atractivos de la ciudad y su área de influencia en un itinerario que incluyó deportes extremos, naturaleza y cultura, sumado a la realización de un workshop entre operadores locales y peruanos a fin de generar la comercialización del destino. Como resultado obtenido de la visita de los medios de comunicación se lograron publicaciones en los siguientes medios:

PRESS TRIP PERU				
Medio	Inversión FMTPC	Valoración	Beneficio en Publicidad	Alcance/ Lectores
Revista Rumbos	654,14	1.000,00	345,86	4.800,00
Revista Viajeros	654,14	3.000,00	2.345,86	4.000,00
Guitarra Viajera	654,14	1.000,00	345,86	4.000,00
Mochila Viajera	654,14	3.000,00	2.345,86	20.000,00
Revista Ladevi	654,14	3.500,00	2.845,86	17.500,00
Revista la Cueva de Domínguez	1.308,28	6.000,00	4.691,72	15.000,00
Revista Tráfico	654,14	3.000,00	2.345,86	25.000,00
<b>Total</b>	<b>5.233,12</b>	<b>17.500,00</b>	<b>15.266,88</b>	<b>90.300,00</b>

## FAM / PRESS TRIP Y RUEDA DE NEGOCIOS EUROPA

Gracias a la alianza generada con la Aerolínea LATAM, la Empresa Pública Quito Turismo y la Prefectura del Guayas, se llevó a cabo del 13 al 24 de octubre un fam/press trip con operadores del mercado europeo, específicamente de España, Francia, Alemania y Reino Unido

(Jasmine Holidays, QADIMA DMC, Viajes Transfronteras, ,Reallatino Tours), además de relevantes medios de comunicación de Inglaterra, Francia y España (Cadena Ser/ la Ventana, Agencia EFE, Levante EMV, YM&LF Entretainment Productions, Financial Times, Monocle Magazine, Tendance Nomad) quienes documentaron la potencialidad que tiene el Ecuador, en especial el destino

Cuenca lo que permitirán en futuras publicaciones fortalecer la promoción de nuestro destino en el mercado europeo. Se aprovechó además la visita para realizar un workshop entre los tour operadores locales y los visitantes.

De la visita de los medios de prensa, se obtuvieron los siguientes resultados:

### PRESS TRIP ARGENTINA

Medio de Comunicación	Inversión FMTPC	Valoración de Publicaciones	Beneficio en Publicidad	Alcance/relectoría
Foodie Latinoamericana	614,88	5.000,00	4.385,12	20.000,00
La Nación	614,88	5.000,00	4.385,12	1.000.000,00
El Clarín	307,44	6.500,00	6.192,56	5.000.000,00
Intripper	307,44	6.000,00	5.692,56	150.000,00
<b>Total</b>	<b>1.844,64</b>	<b>22.500,00</b>	<b>20.655,36</b>	<b>6.170.000,00</b>





## FAM TRIP Y RUEDA DE NEGOCIOS ARGENTINA

Del 26 al 30 de octubre se desarrolló una visita al Destino con representantes de cinco mayoristas de turismo y agencias de viajes turísticas (Aero La Plata, América Indígena,

Consolid Argentina, Piamonte y Viajo Bien) y cuatro medios de comunicación argentinos (La Nación, El Clarín, Intripper, Foodie Latinoamericana).

El itinerario establecido para esta visita estuvo enfocado en dar a conocer los atractivos naturales, opciones de aventura,

conocimiento de las nuevas rutas turísticas y lo mejor de la oferta cultural de Cuenca y su área de influencia.

Como parte de esta visita, se organizó una rueda de negocios para que los empresarios turísticos de Cuenca puedan establecer contacto directo con los visitantes argentinos.

PRESS TRIP EUROPA				
Medio de Comunicación	Inversión FMTPC	Valoración de Publicaciones	Beneficio en Publicidad	Alcance/Lectores
Financial Times	1.004,87	31.584,00	30.579,14	2.950.000,00
Monocle Magazine	1.004,87	18.450,00	17.445,14	95.000,00
Tendance Nomad	636,25	8.000,00	7.363,75	98.000,00
YM&FL Entertainment Productions	1.900,00	60.000,00	58.100,00	3.000.000,00
Agencia EFE	636,25	6.000,00	5.363,75	5.000.000,00
Cadena SER	636,25	2.000,00	1.363,75	3.000.000,00
Periódico / TV Levante -EMV	1.272,50	9.000,00	7.727,50	3.136.837,00
<b>Total</b>	<b>7.090,98</b>	<b>135.034,00</b>	<b>127.943,02</b>	<b>17.279.837,00</b>





### **PARTICIPACIÓN EN HÁBITAT III**

Del 17 al 20 de Octubre de 2016 la ciudad de Quito acogió a Hábitat III, Conferencia de las Naciones Unidas sobre Vivienda y Desarrollo Urbano Sostenible, magno evento que ocurre cada 20 años. En su tercera ocasión tuvo como propósito presentar una Nueva Agenda Urbana tomando en consideración los vínculos entre el espacio urbano y el rural, y las relaciones económicas, sociales y ambientales del

desarrollo sostenible en aras de sociedades estables e inclusivas.

La delegación de la Fundación Municipal Turismo para Cuenca participó de esta importante cita con activaciones, entrega de dulces de Corpus y distribución de material informativo en el stand general de la ciudad coordinado por la Alcaldía, invitando a los asistentes a conocer el destino Cuenca.

Con el fin de darle un valor agregado al stand y atraer mayor número de visitantes se

colocaron en sitios estratégicos del stand dos reconocidos artesanos del Destino, que elaboran elementos tradicionales que nos caracterizan como son los sombreros de paja toquilla y la macana, actividades realizadas que sorprendieron gratamente a los asistentes.

Según datos recogidos por la ONU se estima que aproximadamente 100.000 personas se dieron cita las charlas y eventos desarrollados dentro del marco de esta cumbre mundial

# Cuenca Ecuador

Visita Cuenca, ciudad con cuatro reconocimientos UNESCO, ubicada en los Andes Ecuatorianos.

Reconocimientos UNESCO  
Cuenca, Patrimonio Cultural de la Humanidad  
Tejido Tradicional del Sombrero de Paja Toquilla, Patrimonio Inmaterial de la Humanidad  
Qhapaq Nan, Sistema Vial Andino, Patrimonio Mundial de la Humanidad  
Macizo del Cajas, Reserva Mundial de la Biosfera

WORLD HERITAGE

TurismoCuencaEC  
www.cuencaecuador.com.ec

TURISMO  
CUENCA

CUENCA  
I. MUNICIPALIDAD

## PUBLICIDAD INTERNACIONAL

### PUBLICACIÓN REVISTA VISIT LATIN AMERICA EDICIÓN ABRIL

Visit Latin America es una plataforma impresa y online que permite al agente de viajes francés a conocer más sobre destinos en Latinoamérica. Considerando a Francia un mercado de interés para Cuenca, se llevó a cabo la publicación de un aviso publicitario del destino. Además, se contó con una web personalizada sobre Cuenca a la cual los agentes franceses pudieron acceder durante todo el año. Según las cifras reportadas, más de 2 mil agentes accedieron a esta plataforma en lo que fue el 2016 lo que demostró un gran interés en nuestro destino. El costo de esta publicación fue de

USD \$ \$3.284,40

Una segunda publicación de Cuenca en este medio se dio en el mes de septiembre, coincidiendo con el desarrollo de la feria FTM Top Resa, la feria de turismo para profesionales más importante de Francia que tiene lugar en París. La revista Visit Latin America fue distribuida en dicha Feria permitiendo llegar a los profesionales del turismo francés con una publicidad que se basó en la Ruta Francesa de Cuenca. La revista llegó a más de 6 mil lectores, en su mayoría, agentes de viajes interesados en América Latina.



## PUBLICACIÓN REVISTA VAMOS AEROLINEA LATAM

Considerando a LATAM como una aerolínea líder en Latinoamérica, se realizó la contratación de 3 publicaciones en los meses de septiembre, octubre y noviembre en la revista VAMOS que se encuentra dentro de sus aviones, sumado a un mes de pauta del spot “Por eso te quiero Cuenca” de 30 segundos en las pantallas abord.

LATAM tiene frecuencias de viaje a mercados relevantes como Chile, Argentina, Perú, Colombia, México, Brasil, Cuba, Uruguay, República Dominicana, así como en vuelos a Orlando, Miami en Estados Unidos.

Esta publicación tiene una lectoría de más de 3 millones 200 mil pasajeros lo que aporta directamente a la promoción a nivel nacional e internacional. Adicional a esta actividad contratada, la revista ofreció un aviso como bonificación fortaleciendo así esta estrategia promocional en desarrollada en el tercer cuatrimestre del año.

La inversión realizada fue de USD \$ 6.600,00





Panoramic view of the Historical Center (UNESCO World Cultural Heritage Site)



@Visit\_CuencaEc

[www.cuencaecuador.com.ec](http://www.cuencaecuador.com.ec)



### **PUBLICACIÓN REVISTA HOLLAND HERALD DE KLM**

Vinculados a una estrategia global de promoción promulgada por el Ministerio de Turismo, se realizó la publicación de un aviso promocional sobre Cuenca y las 10 razones por que visitarla, en la revista de la aerolínea KLM denominada “Holland Herald”, medio que llega a más del 90% de los mercados objetivos y de oportunidad como Alemania y Holanda en Europa y Canadá,

Estados Unidos Centro y Sud América. Esta publicación permitió de Cuenca llegar a alrededor de 80 países y tuvo un alcance de más de 2 millones de pasajeros, convirtiéndolos en posibles viajeros hacia nuestro destino. La inversión realizada fue de USD \$ 7.094,00



## PUBLICACIÓN NATIONAL GEOGRAPHIC

Como una estrategia enfocada al mercado de habla inglesa, se realizaron publicaciones en la revista internacional "National Geographic Traveller" reconocida a nivel mundial y traducida a 34 idiomas. Las temáticas consideradas para las publicaciones realizadas fueron el Pase del Niño Viajero como una de las fiestas tradicionales más relevantes de Cuenca y el Parque Nacional Cajas como sitio de interés para el avistamiento de aves y contacto con la naturaleza, explicando de manera más profunda las cualidades por las que este sitio es considerado Reserva Mundial de la Biosfera y su potencial turístico. La revista cuenta con un tiraje de 60 mil ejemplares y llega hasta los 240 mil lectores, lo cual nos da un alcance amplio. La inversión realizada fue de USD \$11.856,71



**PUBLICACIÓN REVISTA  
TRÁFICO - EDICIÓN  
SEMANA SANTA  
MARZO 2016**

La revista Tráfico de Perú, es un material de apoyo para el agente de viajes de este país en la que se encuentra información sobre lugares, actividades, restaurantes, hoteles, entre otro tipo de contenido de interés. En el mes de marzo del 2016 se llevó a cabo una publicación de una de las fiestas religiosas tradicionales de la ciudad de Cuenca, la Semana Santa, cumpliendo así con el objetivo de promocionar el destino y sus principales eventos culturales en un mercado de interés como resulta ser este país. La publicación se realizó en la portada de la revista además de una página de contenido el cual relata la tradición de Semana Santa, sus iglesias y su gente. Esta revista cuenta con un alcance de 10 mil ejecutivos y profesionales del primer nivel en la industria turística y afines en el Perú. La inversión en esta publicación fue de USD \$3.041,03



@TurismoCuencaEC



WORLD  
HERITAGE



**CUENCA**  
MUNICIPALIDAD

En estas  
**Fiestas Patrias**  
**cuenca**  
Ecuador  
¡Ciudad Viva te espera!


Con lo mejor de su cultura, naturaleza y la amabilidad de su gente.  
Disfruta de su vida nocturna, deportes extremos... y mucho más.







[www.cuencaecuador.com.ec](http://www.cuencaecuador.com.ec)  




  
 @Visit\_CuencaEc





## PUBLICACIÓN DIARIO EL TIEMPO PIURA PERÚ

En la edición del viernes 22 de julio de 2016 del Diario “El Tiempo” de Perú, se publicó un reportaje complementado con un aviso publicitario en el suplemento especial de fiestas patrias que coincidía con el feriado de 4 días del 28 al 31 de julio de este país. El diario tiene un alcance de más de 30 mil personas, sobre todo en la región norte del Perú. La inversión en esta publicación fue de USD \$4.000,00

### **PUBLICIDAD EVENTO MISS TURISMO LATINO INTERNACIONAL 2016**

En el mes de noviembre de 2016 se llevó a cabo en nuestra ciudad la elección de Miss Turismo Latino. Este evento fue retransmitido por redes sociales a más de 10 países con una audiencia estimada de 60 mil personas, es así que se aprovechó el espacio para la promoción de Cuenca a través de videos promocionales que presentaban gastronomía, artesanías, cultura, arte y tradición del destino. El aporte para esta actividad fue de USD \$570,00





## 1.2 MERCADO NACIONAL FAM & PRESS TRIP, RUEDAS DE NEGOCIOS Y CARAVANAS TURÍSTICAS

### **VISITA OFICIAL OPERADORAS Y AGENCIAS DE VIAJES. RUEDA DE PRENSA JUEVES DE COMPADRES EN QUITO TURISMO**

Del 18 al 20 de enero la Directora Ejecutiva de la Fundación llevó a cabo una visita oficial a 14 importantes operadores turísticos de la ciudad de Quito (Metropolitan Touring, Tropical Birding, Condor Travel, Quimbaya Ecuador, Viajes Gaston Sacaze, Geo Reisen, Grayline, South American Tours, Surtrek, Pure Ecuador, Columbustravel, Eco Andes, Klein Tours, Endless Expeditions), generando un acercamiento que posiciona a Cuenca en estas empresas de turismo, responsables

de la generación de turismo receptivo hacia nuestro país. Como parte de esta visita y con la colaboración de Quito Turismo, se desarrolló una rueda de prensa de presentación del Carnaval Cuencano y la celebración del Jueves de Compadres y Comadres con la presencia de la comadre 2016, la cantante Margarita Laso. Gracias a las diferentes gestiones se realizaron publicaciones de prensa y reportajes televisivos en medios como Diario el Comercio, Metro, Teleamazonas, Ecuador TV, GamaTv, Tc Televisión, Telerama, La Voz del Tomebamba, Diario El Tiempo, Telecuenca, Austral tv, radio Splendid, Unsión, Radio Católica, Ladevi, This is Ecuador, Radio Cielo, RCE Satelital, entre otras.





## **PRESENTACION DE DESTINO EN MACHALA**

La tarde del 17 de Marzo del presente año, en la ciudad de Machala se llevó a cabo el evento "Café Cuencano" en el salón Machala del Hotel Oro Verde, evento dirigido a las damas de la Capital Orense. El evento conto con alrededor de 100 asistentes quienes a través de una presentación de destino, conocieron sobre la oferta de la ciudad para visitarla en época de Semana Santa.

Se realizó además una gira de medios visitando a Diario la Opinión, Diario El Correo, Ok Tv, radio Candela y radio Superior, principales medios de esta ciudad.





# Café Cuencano en Quito

## III WORKSHOP LADEVI ECUADOR Y VISITA A OPERADORAS QUITO

Cumpliendo con el plan de promoción y marketing 2016, se llevó a cabo la participación de Cuenca en el III Workshop Ladevi Ecuador realizado el día 06 de abril, en la ciudad de Quito. Esta rueda de negocios es un espacio creado para generar contactos entre prestadores de servicios turísticos y es considerado como una herramienta para mejorar la efectividad en la industria turística. Esta edición se contó con la asistencia de

más de 300 Agentes de Viajes quienes tuvieron la oportunidad de capacitarse sobre el Destino Cuenca.

La participación en este evento se complementó con la visita personal de la Directora Ejecutiva a nueve operadores turísticos quiteños (Latin Trails, South Expeditions, Pam Pours, Palmar Voyages, Andean Travel Company, Creter Tours, Ecole Travel), consolidando el trabajo realizado a inicios de año cuando se realizó una primera visita a las principales tour operadoras nacionales.



## **PRESENTACION DE DESTINO EN QUITO PROMOCIÓN CORPUS CHRISTI**

En la ciudad de Quito, en el mes de mayo, se llevó a cabo un evento de presentación de destino y promoción del Corpus Christi en las instalaciones de la Casa de Cuenca con la presencia de aproximadamente 70 mujeres de

target clase media alta y alta. El evento, tuvo como objetivo dar a conocer la tradicional celebración de Corpus Christi, con su muestra de dulces posicionado bajo el slogan “la feria de dulces más grande del país”. La dinámica del evento permitió realizar la degustación de los tradicionales Corpus Christi, además de conocer de cerca la propuesta de Cuenca para estas fechas.

## FAM / PRESS TRIP NACIONAL: PROMOCIÓN DE CUENCA A OPERADORES TURÍSTICOS DE QUITO

Del 25 al 28 de mayo se llevó a cabo el Fam Trip con la participación de representantes de 10 tour operadores de la ciudad de Quito que tiene un importante movimiento en turismo receptivo y que fueron visitados en los meses de enero y abril. (Latin Trails, South American Tours,

Pam Tours, Andean Travel, Creter Tours, Ecolé Travel, Gray Line, Pure Ecuador, Eco Andes, South Expeditions). Durante su visita se programó un itinerario que incluyó los principales productos y las nuevas rutas turísticas desarrolladas por la Fundación. Este viaje fue planificado para que los tour operadores estén presentes en la celebración de Corpus Christi con su tradicional feria de dulces. También se incluyó una visita a la Catedral nueva, participando de

actividades culturales y religiosas propias de esta fecha, tales como la misa y procesión de Corpus Christi.

De la misma manera, se contó con la participación de periodistas de medios nacionales masivos y especializados; como resultado obtenido de la visita de los medios de comunicación se lograron publicaciones y reportajes en los siguientes medios:

Medio de Comunicación	Inversión FMTPC	Valoración de Publicaciones	Beneficio en Publicidad	Alcance relectoría
Revista This is Ecuador	514,53 514,53	4500	3471	40.000
Revista Transport	546,15	3000	2453,85	40.000
Revista Dinners	497,79	4650	4152,21	160.000
Teleamazonas	571,57 603,15	4000	2825,28	750.000
Telerama	554,84 554,84	5000	3890,32	300.000
<b>Total</b>	<b>4357,4</b>	<b>21.150</b>	<b>16.793</b>	<b>1.290.000</b>





### **PARTICIPACION I ENCUESTRO INTERNACIONAL DE COMUNICACIÓN TURÍSTICA**

El pasado 21 de junio se recibió la invitación por parte de las oficinas de Quito Turismo para participar en el I Encuentro Internacional de Comunicación Turística el cual se llevó en Quito el 30 de junio, en una jornada intensa de charlas y conferencias a cargo de expertos en comunicación turística quienes presentaron las últimas propuestas en temas de difusión y manejo de información.

### **PRESS TRIP TELEAMAZONAS - PROGRAMA DÍA A DÍA ESPECIAL MISION GEODÉSICA**

El programa Día a Día, que se trasmite a nivel nacional a través de Teleamazonas realizó una visita a Cuenca para documentar parte de la historia sobre las MISIONES GEODESICAS FRANCESAS realizadas en el país en el siglo XVIII, para lo cual se contactó con la Fundación Turismo con la finalidad de incluir la ruta francesa implementada por esta institución dentro del

especial realizado. Día a Día es un programa de alto rating y audiencia por lo que el aporte de esta visita, pone en valor las rutas propuestas por esta Institución.



**CAMPAÑAS  
PROMOCIONALES  
FOCALIZADAS  
CAMPAÑA  
VACACIONES COSTA**

**PUBLICIDAD EN  
SUPERCINES GUAYAQUIL**

Del 29 de enero al 10 de marzo se realizó la difusión del video “Por eso te quiero Cuenca”, en los espacios de Supercines de Ceibos y Samborondón en la ciudad de Guayaquil, la cual se llevó a cabo por motivo de la temporada de

vacaciones costa. El spot tuvo una duración de 30 segundos los cuales proyectaban los mayores atractivos del destino. El alcance de esta campaña llegó a más de 80 mil personas quienes tuvieron la oportunidad de recibir un mensaje directo sobre Cuenca lo que motiva a escoger este destino como sitio de visita.

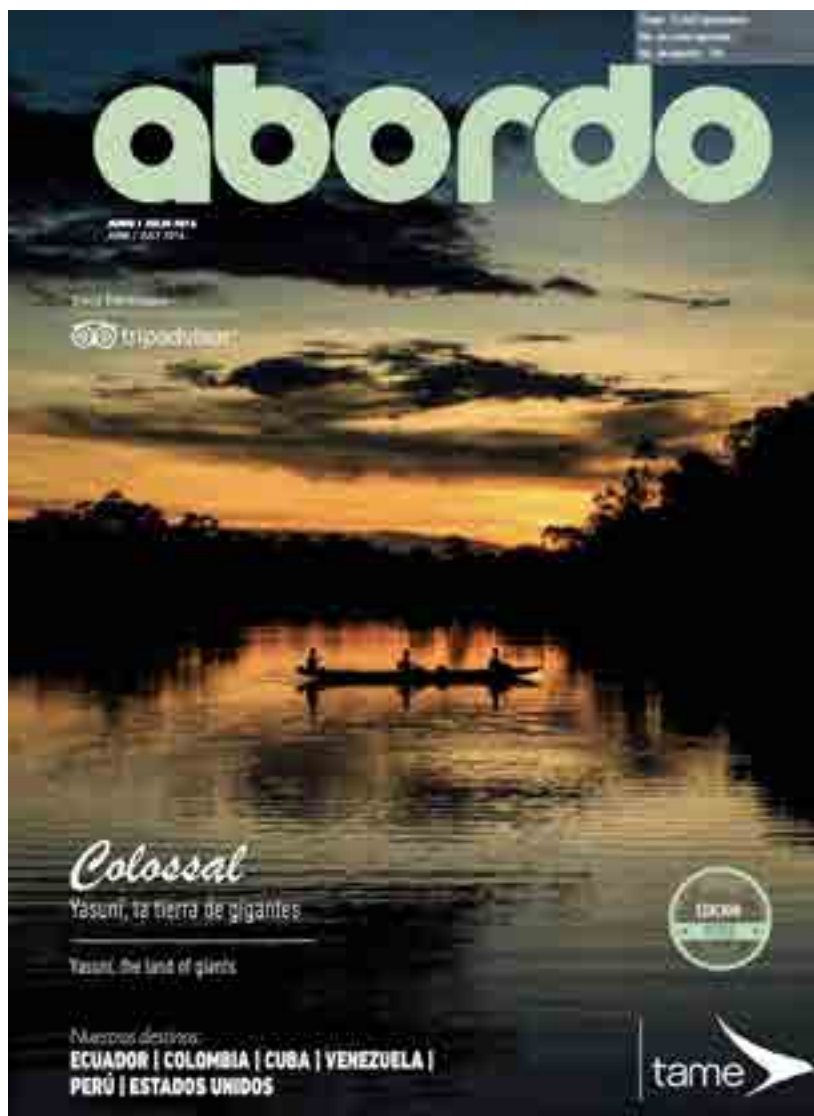


## PUBLICACIÓN REVISTA ABORDO ENERO 2016

En el mes de enero se llevó a cabo un publireportaje a doble página en la revista Abordo de Tame con el tema “Carnaval en Cuenca, gastronomía y tradición” el cual fue incluido dentro de la edición especial de Guía Turística que la revista emite al inicio de cada año y se mantiene durante el mes de enero en los aviones de Tame en todas su frecuencias nacionales e internacionales. La revista tiene un alcance de más de 210 mil pasajeros que utilizan este servicio aéreo mensualmente.

## PAUTAJE DE CUÑAS PUBLICITARIAS

Del 28 de diciembre de 2015 al 27 de enero se llevó a cabo la campaña publicitaria en radio Canela y radio La Otra de la región costa, bajo el marco de la campaña “Vacaciones Costa en Cuenca” y “Carnaval en Cuenca”. La pauta en radio contribuye a una exposición del destino ante un mercado potencial en las emisoras de alta sintonía en las provincias de Guayas, Los Ríos, Santa Elena y El Oro, principales mercados de Cuenca.





## PAUTA PUBLICITARIA ECUAVISA

Del 28 de enero al 05 de febrero se realizó la difusión de un spot promocional en la cadena Ecuavisa, lo que permitió exponer ante el mercado de Guayas, principal mercado natural de Cuenca, la oferta del destino para ser visitado en el feriado de carnaval y las vacaciones escolares de la Costa. El anuncio realizado muestra imágenes representativas de Cuenca, además de su gente, lo que aporta y contribuye a la campaña de Cuenca como ciudad amable.

Esta actividad permitió tener un alcance de más de 727 mil televidentes, siendo su mayoría de la región costa.

La inversión total realizada en las diferentes estrategias de esta campaña fue de USD \$32.111,00

# Ciudad Viva te espera



[www.cuencaecuador.com.ec](http://www.cuencaecuador.com.ec)



TurismoCuencaEC



## Gastronomía

Olores, sazones y sabores, son la mezcla perfecta de la cocina cuencana. Su gastronomía es variada y se basa principalmente en la preparación de diversos platos a partir del maíz cocinado o molido, el ajonjolí, el cacahú, la trucha, las papas, encontrando un sin número de recetas que conforman la comida típica de los cuencanos.



## Artesanías

Cuenca es la ciudad que concentra la mayor variedad de producción artesanal que se realiza en el Azuero del Ecuador. Las actividades artesanales son diversas y con diferentes fines de tipo utilitario, decorativo, religioso etc. Las técnicas ancestrales incorporan elementos culturales incasos, cañaris e inclusive de otras regiones para dar como resultado finos y hermosas artesanías.



## Naturaleza

El Parque Nacional El Cajas, constituye por su diversidad en flora, fauna y sistema acuático un escenario único en el mundo por esta razón está reconocido como Patrimonio Nacional del Estado y ha recibido el reconocimiento por parte de la UNESCO como Área Núcleo de Reserva de Biosfera en el 2013.



## Vida nocturna

Cuenca no solamente se caracteriza por su cultura, tradición y buena mesa, también se distingue por la diversión y por supuesto su vida nocturna ofrece varias alternativas. Sus restaurantes, bares y discotecas, ofrecen un ambiente ameno y divertido con música en vivo, pizarras, cocktails, bebidas y los mejores platos.



Reconocimientos UNESCO  
• Cuenca, Patrimonio Cultural de la Humanidad  
• Típico Tradicional del Sombrero de Paja Toquilla, Patrimonio Inmaterial de la Humanidad  
• Qhapaq Ñan, Sistema Vial Andino, Patrimonio Mundial de la Humanidad  
• Macizo del Cajas, Reserva Mundial de la Biosfera



Fundación Municipal Turismo para Cuenca  
Bolívar 8-44 entre Berengio Malo y Luis Cordero  
Tel: (593 7) 2 840 383/2832 416  
E-mail: [info@cuenca.com.ec](mailto:info@cuenca.com.ec)

## CAMPAÑA VACACIONES SIERRA EN CUENCA

### PUBLICACIÓN REVISTA CLAVE TURISMO EDICIÓN ABRIL

En la edición de abril de la revista Clave Turismo, revista especializada en este sector y que tiene un target medio alto y alto de la ciudad de Quito principalmente, se publicó un aviso con el fin de promocionar el Destino Cuenca en la temporada de vacaciones en la sierra

presentando 4 actividades que se pueden aprovechar en la visita a la ciudad: gastronomía, artesanías, naturaleza, vida nocturna. La publicación se encontró disponible para su lectura por tres meses, permitiendo llegar a aproximadamente 30 mil lectores que tiene este medio en su formato impreso, además de encontrarla en formato on-line lo que permitió una mayor difusión.



# Cuenca,

## Carnaval y Gastronomía

**Cuenca, es cuna de tradiciones y festividades, evocar, por ejemplo, el Carnaval, es traer a la memoria el olor a dulce, a pan, a agua florida y a las delicias que por esta época los cuencanos preparamos para deleite nuestro y de quienes nos visitan.**

La fiesta de Carnaval, que tiene lugar entre febrero y marzo de cada año, va ligada estrechamente a la gastronomía. Es sin duda, una de las manifestaciones culturales que trae consigo rituales tradicionales acompañados de platos especiales de la época. En los días de Carnaval, las personas disfrutan de reuniones familiares, de amigos y de juegos con agua, harina, maicena y en algunos casos con dulce de leche.

En Carnaval el plato fuerte es el mote pata, una sopa preparada en base a maíz pelado, chorizo, tocino y una diversidad de ingredientes que se suman en cada hogar. Los deliciosos dulces de higo, de leche, de durazno y mora no pueden faltar, al igual que el pan hecho en casa. En algunas familias es tradicional faenar un chanco y preparar diversos platillos en los que participan todos los asistentes a manera de unir en la cocina y compartir una experiencia vivencial, con la familia y los amigos. Del cerdo se disponen las "cascaritas" (cuero del cerdo tostado), con mote (maíz cocinado), morcillas blancas y negras, sancocho (carne de cerdo cocinada) y fritada (carne de cerdo tostada) que a su vez es servida con el mismo mote y tostado (maíz tostado); y para complementar, el canelazo (agua de canela, con naranja y licor de caña) para el frío carnavalesco.

Desde hace varios años la Fundación Municipal Turismo para Cuenca, ha sido el ente encargado de rescatar la tradición de "Jueves de Compadres y Comadres", que generalmente se realiza uno o dos jueves antes del Carnaval, marcando el inicio de esta festividad popular. En este día, se hace entrega al compadre y comadre elegidos previamente, de un charol adornado con pétalos, una "guagua" de pan de azúcar, confeti, globos, maicena y agua florida. La entrega de la "guagua" de pan simboliza el estrechamiento de lazos familiares y de amistad, como un signo de respeto, igual como cuando se bautiza a un niño. Este acto, tiene lugar en las inmediaciones del Parque Abdón Calderón, parque central de la ciudad, en donde se reúnen centenares de personas para jugar el Carnaval y divertirse con shows artísticos y revivir esta tradición.

Como reza una canción popular en Cuenca: "A la voz del Carnaval, todo el mundo se levanta" a jugar, a comer y a beber, disfrutando de la vida, la familia y la amistad.



cuenca  
I. MUNICIPALIDAD



Tradicional Bandeja de Compadres



Variedad de platos tradicionales a base de cerdo.  
Fotografía tomada por Iván Escobar de Los reporteros, en la Vitrinilla de Crespo



Celebración del "Jueves de compadres y comadres"

## PUBLICACIÓN REVISTA ABORDO JULIO 2016

En el mes de julio se realizó una publicación en la revista A Bordo de la aerolínea Tame. Cuenca tuvo presencia con un aviso de doble página presentando al destino como sitio ideal para las vacaciones escolares de la región sierra. La publicación estuvo ubicada en la página No. 2 y 3, lo que consigue un mayor impacto hacia el lector. La revista A Bordo tiene un promedio mensual de 210.000 lectores en los vuelos de esta aerolínea a destinos nacionales e internacionales.





## **PRESENTACIÓN DE CUENCA COMO DESTINO DE EVENTOS Y CONVENCIONES EN QUITO Y GUAYAQUIL**

En coordinación con el Centro de Convenciones Mall del Río, la Fundación Turismo participó en una presentación de Cuenca como destino de Eventos y Convenciones, misma que se realizó los días miércoles 06 y jueves 07 de julio en las ciudades de Guayaquil y Quito respectivamente.

El trabajo realizado incluyó eventos de presentación para empresarios, asociaciones, colegios de profesionales y organizadores de eventos. Adicionalmente se tuvo una

rueda de medios con entrevistas y notas en los principales medios de prensa de las dos ciudades visitadas.

La actividad desarrollada fue de utilidad para iniciar el posicionamiento de la ciudad como un destino óptimo para la realización de eventos y convenciones, consolidando la imagen del destino con acciones articuladas entre el sector público y privado.

La inversión total realizada en las diferentes estrategias de esta campaña fue de USD \$ 38.374,40



## PARTICIPACIÓN EN LA CAMPAÑA 2X1

Con el propósito de mejorar la situación de alojamiento y del turismo en general en el destino, mediante acuerdo entre la Asociación Hotelera del Azuay y la Alcaldía de Cuenca se desarrolló la campaña “Cuenca

2x1 – Paga una noche y quédate dos”.

Para apoyar a esta estrategia que se realizó entre el 15 de julio y el 29 de septiembre, se unieron prestadores de servicios turísticos como restaurantes, bares, discotecas, aguas termales, entre otros.

Para esta campaña, la Fundación Municipal Turismo para Cuenca realizó un aporte de USD \$29.000,00

La Fundación Turismo para Cuenca aportó con una campaña promocional que incluyó las siguientes actividades:

### CAMPAÑA 2X1

- Elaboración de 30.000 Flyers de la campaña
- Presentación de la campaña, activaciones y visita a agencias de viajes y medios de prensa de Quito, Guayaquil, Machala y Loja
- Publicaciones en diario El Comercio, El Universo, Revista Clave Turismo
- Spots publicitarios en radios de Quito, Guayaquil, Machala y Loja.
- Información permanente de la campaña en la página Web y redes sociales oficiales del Destino.

# EN ESTA NAVIDAD, REGÁLATE CUENCA

CIUDAD DE TRADICIONES



## CAMPAÑA EN ESTA NAVIDAD REGÁLATE CUENCA

Campaña para motivar la visita a la ciudad durante la temporada de Navidad y Fin de Año, resaltando el tradicional Pase del Niño Viajero como el principal atractivo del destino en esta temporada.

La inversión realizada para esta campaña fue de USD \$ 12.000,00.

Para esta campaña se realizaron las siguientes actividades:

### EN ESTA NAVIDAD REGALATE CUENCA

- Producción y distribución con la revista Vistazo de 12.000 ejemplares de la agenda de actividades del mes de diciembre en la ciudad de Guayaquil.
- Publicidad del Pase del Niño Viajero en revista Vistazo y revista Diners.
- Publicidad del Festival de Luces en "La Revista" de diario El Universo.
- Spots publicitarios en radios nacionales y locales.
- Promoción permanente a través de redes sociales.



# CASA DE CUENCA

## PUBLICIDAD EN ESPACIOS PUBLICOS

### PUBLICIDAD EN VALLA CASA DE CUENCA EN QUITO

La Casa de Cuenca en Quito es un espacio utilizado para la realización de eventos de interés turístico y cultural, por lo que se aprovechó una valla del lugar

para realizar la promoción de Cuenca y sus canales de difusión como la página web y redes sociales. Las vallas tienen un alto alcance e impacto en publicidad además de que es un sitio de alta concurrencia por la zona en la que se encuentra. Esta publicidad tuvo un costo de USD \$320,00





### **PUBLICIDAD EN SECTOR VIA CUENCA MOLLETURO NARANJAL**

Aprovechando los espacios públicos y la alta afluencia de tráfico y visitantes en la vía Cuenca – Molleturo - Naranjal a la altura de la Virgen del Cajas se colocó una valla para promocionar el Pase del Niño Viajero, evento religioso y de interés turístico, esto dentro de un acuerdo con

la Cámara Provincial de Turismo del Azuay. Por esta vía transitan alrededor de 90 mil vehículos mensualmente lo que proyecta un alto número de impactos visuales en posibles turistas. El costo de esta valla publicitaria fue de USD \$1.000,00



### **PUBLICIDAD EN SERVICIO DE BUSES DEL AEROPUERTO DE QUITO**

En octubre pasado se realizó el contrato con la empresa AEROSERVICIOS, empresa que ofrece el servicio de transfer desde el aeropuerto de Tababela hasta Quito y que maneja un target de clase Media y Alta. Durante 3 meses de pauta se promocionó, a través de las pantallas de sus buses, spots de 30 segundos sobre Cuenca y el Pase del Niño Viajero, principal evento del mes de diciembre y el cual busca posicionarse como

un evento cultural de interés turístico. El servicio permitió que la pauta esté presente las 24 horas, los 7 días a la semana, con lo que obtuvo un impacto en más de 322.560 viajeros al mes con un total de 900 mil personas durante este periodo; el valor de esta publicidad fue de USD \$836,00

## OTRAS ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

### **PRODUCCIÓN DE VIDEO “AMOR DE DOS”, APOYO CON PERSONAL Y TOMAS DE LA CIUDAD**

Aprovechando los espacios icónicos y representativos que caracterizan a Cuenca, el cantautor ecuatoriano Fausto Miño, realizó el video de su tema musical “Amor de dos” en escenarios como la Catedral nueva, el barranco, Museo de Arte Moderno, entre otros. La exposición y participación en este tipo de producciones promociona al destino a través de un videoclip que se promocionará a nivel nacional e internacional a través de varios medios canales de difusión.

La inversión realizada fue de USD \$3.990,00 con muy buenos resultados de difusión de redes sociales, superando las 65.000 vistas en youtube.

### **PRODUCCION DE VIDEOS PROMOCIONALES**

Durante el año se realizaron una serie de videos promocionales de diferentes temáticas y bajo el slogan “Por eso te quiero Cuenca”, de esta manera, se realizaron spots acerca de las fiestas tradicionales del Destino (Pase del Nniño Viajero, Día de los Inocentes, Carnaval en Cuenca), Vacaciones en Cuenca, gastronomía, arquitectura urbana, naturaleza, aventura y Parque Nacional Cajas.

El material obtenido es versátil para su difusión y fue utilizado en pautas publicitarias en cine, televisión abierta, televisión pagada, redes sociales, pantallas en espacios públicos y para exposición en ferias nacionales e internacionales. El monto de esta inversión fue de USD \$5.900,00



## PUBLICACIONES EN MEDIOS DE PRENSA NACIONALES

### **PUBLICACIÓN REVISTA A BORDO EDICIÓN MAYO 2016 CORPUS CHRISTI**

En la edición de mayo de la revista Abordo de Tame se publicó un aviso con el tema Corpus Christi, fiesta tradicional representativa del Destino Cuenca. La publicación presentada fue un publitreportaje de doble página.

La revista tiene un alcance en países como Venezuela, EEUU, Brasil, Colombia, Panamá, Argentina, Cuba, Perú, EEUU, además del interior del país. Se consiguió llegar a aproximadamente 210 mil personas con esta publicidad. El costo de esta publicación fue de USD \$3.284,40

### **PUBLICACION REVISTA VISTAZO SUPLEMENTO CUENCA CIUDAD DE CONVECCIONES Y EVENTOS / LO MEJOR Y LO NUEVO DE CUENCA**

Dentro de los objetivos de la FMTPC se encuentra posicionar a Cuenca como un destino para la realización de eventos y convenciones, es así que en un trabajo conjunto con revista Vistazo, se llevó a cabo el Suplemento “Cuenca, ciudad de convenciones y eventos” la cual fue distribuida dentro de los 25 mil ejemplares que tiene la revista y que son distribuidas a nivel nacional, con una lectoría de 150.000 personas. Además, esta publicación incluyó el especial “LO MEJOR Y LO NUEVO DE CUENCA”, Bares, Restaurantes y Cafeterías se promovieron en este espacio y que fue además distribuido en el ingreso a la ciudad, en el control del Parque Nacional Cajas. El monto invertido fue de USD \$1.710,00



**cuenca**

con la gente, **siempre**

## Ciudad para activar todos los sentidos

Te espera para vivir aventuras increíbles con familia y amigos, contando con una diversidad de actividades que suman emociones a la experiencia de recorrer Cuenca. Viajeros de todo el mundo, apuestan por la aventura y adrenalina que ofrece la ciudad para sus visitantes:

### Tour en bicicleta

El tour en bicicleta es sin duda, una manera divertida de recorrer y conocer los ambientes de la ciudad. Siendo esta, una oportunidad para disfrutar de sus coloridas y paisajes únicos.

Existen dos alternativas para pedalear: una lleva a visitar lugares de la urbe cuencana y la otra, lleva por paisajes rurales de belleza natural incomparable.



### Cabalgata

La cabalgata, es un espacio para tomarse un tiempo, para hacer una introspección y conectarse con la naturaleza, la tierra, las estrellas y crear una conexión especial con los caballos. 45 minutos aseguran la pedaleación de Toraja, de la ciudad de Cuenca. Aquí se ofrecen varios recorridos a caballo, entre haciendas del lugar o tours más alejados donde se pueden apreciar los bosques montañosos y los característicos paisajes de la sierra del Ecuador. Esta experiencia permite aprender acerca de la naturaleza del lugar y la vida en el campo, además de crear un espacio para reflexionar.



### Barranquismo

A diez minutos de la ciudad, se puede encontrar un lugar único: el Ventano del Diablo, estandarte del barranquismo en Cuenca.

En los desfiladeros por lo general, predominan los rápidos, toboganes y saltos, todo entre aguas cristalinas y grandes paredes verticales. Un paraje espectacular y una diversión asegurada.

La duración de este deporte y su dificultad, se adapta para todas las edades y niveles, con guías que acompañan y brindan seguridad a los turistas.



### Escalada

Alrededor de 300 rutas, distribuidas en siete lugares estratégicos para hacer escalada en roca, todas a escasos minutos de Cuenca esperan al aventurero, para ofrecer una alternativa de recreación.

Cada ruta posee un grado de dificultad para que expertos y principiantes puedan alcanzar el éxito en la escalada. Este deporte, exige esfuerzo físico y mental para desafiar a la gravedad, sin duda escalar, es una gran satisfacción para los aficionados a los deportes extremos.



Más información en:

[www.cuencaecuador.com.ec](http://www.cuencaecuador.com.ec)







Uisit...CuencaEc



WORLD HERITAGE

**Reconocimientos UNESCO**

- Cuenca, Patrimonio Cultural de la Humanidad
- Toppo, Tradición del Saborero de Pajo, Toppo, Patrimonio Inmaterial de la Humanidad
- Dhapag Nan, Sistema Vial Andino, Patrimonio Mundial de la Humanidad
- Macizo del Cajas, Reserva Mundial de la Biosfera



TURISMO CUENCA

## PUBLIREPORTAJE REVISTA ÑAN EDICIÓN AVENTURA OCTUBRE 2016

En el mes de octubre se realizó la publicación de un publireportaje en la Revista Turística Ñan en su edición #23, enfocada en el tema de deportes de aventura. Con dos páginas de publicidad, se realizó una descripción de varias actividades que se pueden realizar en el destino como

cabalgata, bicicletas, escalada y barranquismo. La revista tiene un alcance de 20 mil personas, además de presencia digital en versión APP STORE Y GOOGLE PLAY, con un alcance de 8.000 usuarios que poseen dispositivos móviles. La inversión realizada fue de USD \$1.738,50

**cuenca**  
I. MUNICIPALIDAD

con la gente, **siempre**

# THE FRENCH ROUTE OF CUENCA

*A new look to rediscover History*

**UNESCO Awards**

- Qhapaq Ñan, Andean Road System, World Heritage Site
- Traditional weaving of "Toquilla Straw Hats", Intangible Heritage of Humanity
- Massif of "El Cajas", World Biosphere Reserve
- Cuenca, World Cultural Heritage Site

**TURISMO**  
**cuenca**

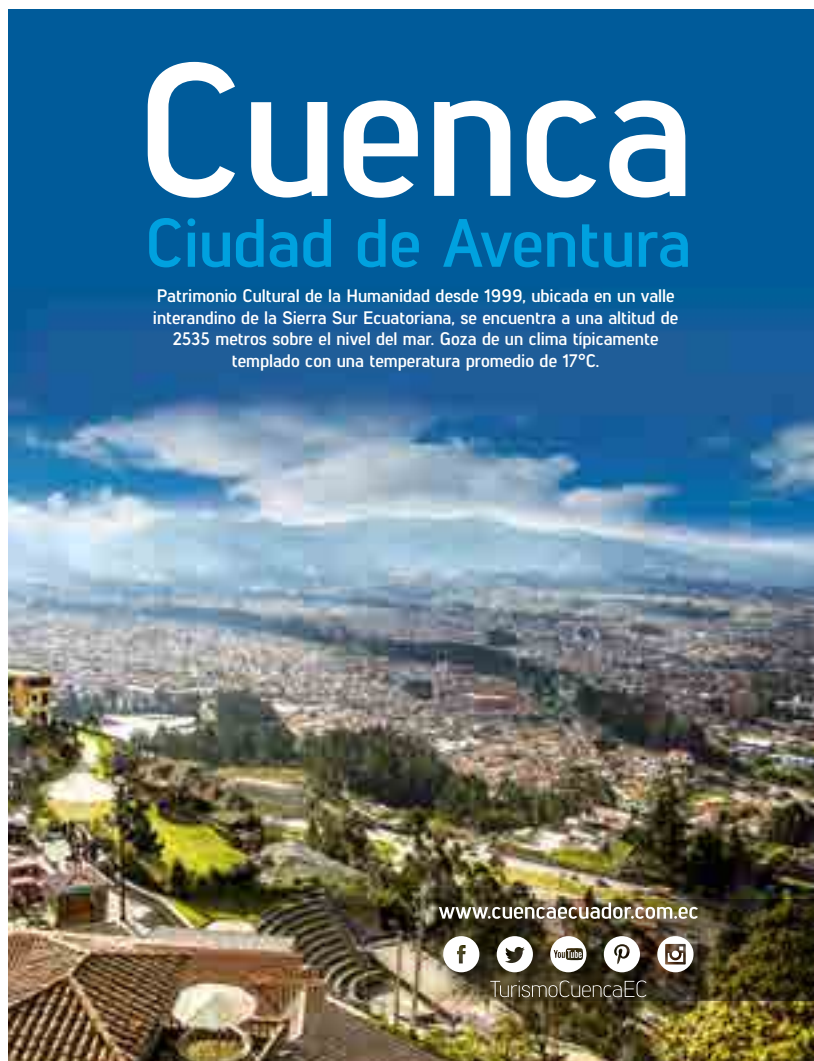
[www.cuencaecuador.com.ec](http://www.cuencaecuador.com.ec)

## PUBLICACIÓN EN LA GUÍA TURÍSTICA "THIS IS ECUADOR"

En la edición de junio de la revista "This is Ecuador" se realizó un publireportaje de 4 páginas sobre la ruta francesa implementada este año por la Fundación. El contenido fué reforzado con un aviso de esta misma ruta en la portada interior. This is Ecuador es una revista de publicación mensual en versión inglés que llega a turistas extranjeros, oficinas de información turística, hoteles e importantes empresas privadas con un alcance de más de 30 mil lectores. La inversión realizada fue de USD \$478,80

## **PUBLICACIÓN GUÍA DE ESCALADA “ANDES VERTICAL”**

Cuenca es reconocida internacionalmente como destino para la práctica de deportes extremos, es así que apoyando a una de estas actividades, el de la escalada específicamente, se colaboró con la producción de la primera guía informativa de escalada “Andes Vertical” con el fin de promover y promocionar esta actividad. La guía contiene más de 300 rutas de escalada con niveles desde el más sencillo para inexpertos hasta rutas de alto rendimiento para profesionales. La inversión realizada fue de USD \$1.344,00





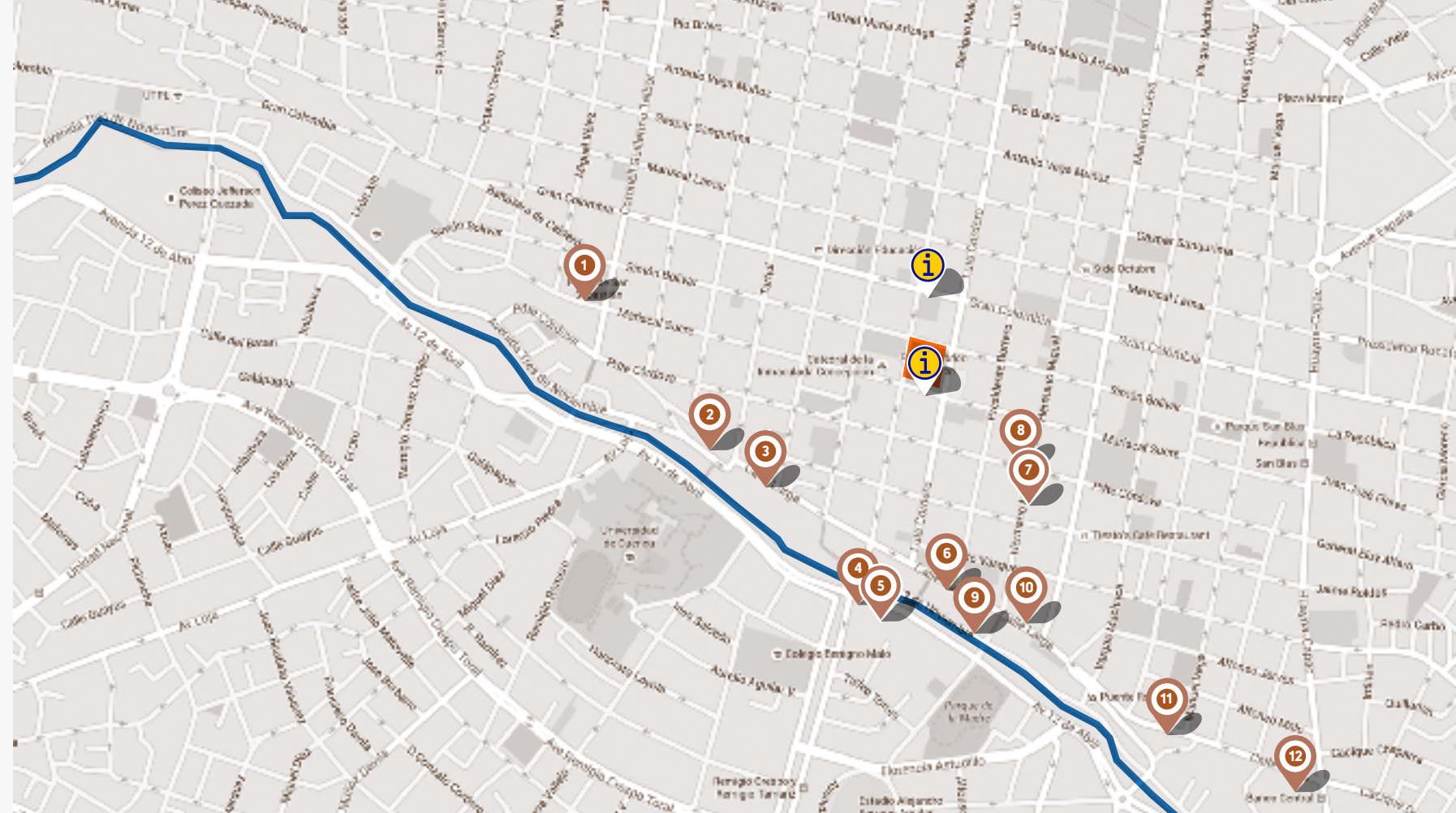
## PUBLICACIONES EN EVENTOS LOCALES

### PUBLICIDAD EN PROGRAMAS DE MANO EVENTO FIESTA DE LA MÚSICA 2016

La Fiesta de la Música organizada por la Alianza Francesa de Cuenca es uno de los festivales musicales en la ciudad. Aprovechando este evento de interés masivo, se incluyó el mapa

de la ruta francesa dentro de la programación del evento el cual se realizó los días 17 y 18 de junio. La Fiesta de la música 2016 tuvo una asistencia de al menos 20 mil espectadores quienes apreciaron en 20 escenarios entre espacios públicos y privados, 52 bandas de todo el país así como de México y Francia. El aporte realizado fue de USD \$1.500,00





## PUBLICIDAD DE LA RUTA FRANCESA EN FERIA “CIRCO MODA”

Con el fin de promocionar los atractivos de la ciudad en eventos de asistencia masiva, se distribuyó material promocional de la Ruta Francesa en la feria Circo Moda que tuvo lugar el barrio tradicional El Vado durante las fiestas de Independencia de la ciudad. La Ruta Francesa de Cuenca desarrollada por esta Institución da inicio en este espacio. Durante los 4 días del evento acudieron alrededor de 4 mil personas quienes visitaron más de 10 espacios de exhibición. El monto invertido fue de USD \$227,54

## PUBLICIDAD RUTA DE LOS MUSEOS EN PROGRAMAS DE MANO FESTIVAL DE JAZZ Y MUSICA CONTEMPORANEA DE CUENCA

Del 15 al 24 de septiembre se desarrolló el festival de Jazz y Música Contemporánea de Cuenca, espacio seleccionado para la promoción de la Ruta de los Museos que da a conocer atractivos de la ciudad relacionados con la cultura y el arte. La publicación se encontró ubicada dentro del programa de

mano del festival y permitió a los asistentes considerar la visita a espacios que contienen mucha de la historia de la ciudad. La inversión realizada fue de USD \$570,00



### **PUBLICIDAD RUTA DE SAN JOAQUÍN EN PROGRAMAS DE MANO FESTIVAL “LO MEJOR DEL AYER Y LO NUESTRO”**

En el mes de octubre se realizó el festival cultural denominado “LO MEJOR DEL AYER Y LO NUESTRO”, evento en el que se

promocionó la nueva Ruta de San Joaquín y el Río Yanuncay en los programas de mano. La ruta propone un recorrido por espacios que van desde talleres de chocolate artesanal hasta aguas termales y se presenta como una propuesta de actividad dentro de la ciudad. La inversión realizada fue de USD \$1.710,00

**PUBLICIDAD EN LA 10MA  
EDICIÓN DEL FESTIVAL  
DE ARTES ESCÉNICAS  
“ESCENARIOS DEL MUNDO”**

Del 11 al 23 de octubre se realizó el festival “ESCENARIOS DEL MUNDO”, evento en el que se promocionó la nueva “Ruta de los Museos” en los programas de Mano con la distribución de 17 mil programas de mano. Alrededor de 22.000 personas asistieron a este evento posicionado en Cuenca.

**10**

FESTIVAL INTERNACIONAL  
DE ARTES ESCÉNICAS  
**ESCENARIOS  
DEL MUNDO**

PORTUGAL / FRANCIA / MÉXICO / BRASIL / INDIA / COLOMBIA / CHILE / ARGENTINA / ECUADOR

**16-24**

10ma Edición

11 de octubre - 23 de octubre

Para más información: [www.festivalinternacional.com](http://www.festivalinternacional.com)  
@FestivalEscenarios

IBERESCENA

Ministerio de Cultura y Patrimonio

CUENCA

## EVENTOS DE INTERES TURISTICO

### CELEBRACIÓN DEL DÍA MUNDIAL DEL TURISMO

El 27 de septiembre de cada año se conmemora “El Día Mundial del Turismo”, celebración instituida por la Organización Mundial de Turismo (OMT) con el objetivo de dar a conocer en el contexto internacional la importancia del turismo y su valor social, cultural, político y económico. El Día Mundial del Turismo se celebra con actividades adecuadas sobre temas escogidos por la Asamblea General de la OMT, siendo la temática propuesta para este

año “TURISMO PARA TODOS: PROMOVER LA ACCESIBILIDAD UNIVERSAL”.

La celebración del día mundial del turismo fue organizada articuladamente entre la Fundación Municipal Turismo para Cuenca, la Coordinación Zonal 6 del Ministerio de Turismo y la Asociación Hotelera del Azuay.

La realización de estos eventos tuvo una buena cobertura de prensa lo que permitió resaltar el trabajo que viene realizando la Fundación en pro del desarrollo turístico, destacando el trabajo articulado entre las diferentes entidades que trabajan por el turismo en Cuenca, reafirmando la voluntad de la Fundación de trabajar con todos los actores del destino.

De acuerdo al cronograma establecido, se cumplió con las siguientes actividades:

#### DÍA MUNDIAL DEL TURISMO

Bienvenida a turistas en Aeropuerto Mariscal Lamar

Entrega de suvenires por el Día Mundial del Turismo

Presentación del día Mundial del Turismo

Conferencia sobre Turismo Accesible  
Recorridos guiados por las Rutas Francesa, de los Museos y Artesanal.

Recorrido turístico en bus de dos pisos con niños con capacidades diferentes  
Saludo y fotografías a turistas en el Parque Calderón.

Recorridos guiados por las Rutas Francesa, de los Museos y Artesanal.

Retreta con banda de la Guardia Ciudadana en Glorieta del Parque Calderón



### **PARTICIPACION EN LA INAUGURACIÓN XIII EDICIÓN DE LA BIENAL DE CUENCA “IMPERMANENCIA”**

El 25 de noviembre, se realizó la inauguración de la XIII edición de la Bienal DE Cuenca denominado “IMPERMANENCIA”; evento que se llevó a cabo en el Teatro Pumapungo con una importante asistencia de público local, turistas y artistas participantes. Como parte de la inauguración y con el objetivo de dar a conocer nuestras tradiciones, la Fundación Turismo organizó una noche cuencana que tuvo una muy buena acogida entre los presentes. El costo de esta actividad fue de USD \$684,00





## ELABORACIÓN DE SOUVENIRES

Considerando como una eficiente estrategia la distribución de elementos recordatorios del Destino, se contempló la elaboración de souvenirs tales como buffs, almohadas de viaje, llaveros, esferos, paraguas, toma todos, impermeables, manillas conmemorativas en fechas especiales, entre otros. Estos elementos fueron entregados a lo largo del año a operadores de turismo, prensa nacional e internacional, Embajadores y Diplomáticos que viajan a su país con un recuerdo de Cuenca. El monto invertido en esta estrategia promocional fue de USD \$19.639,48

## 1.3 PROMOCION TURISTICA LOCAL

### PROGRAMA “CUENTA CUENCA CUENTA”

Mediante convenio suscrito con la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Cuenca se desarrolló el programa de Rutas Académicas “Cuenta, Cuenca, Cuenta”

Este proyecto que inició en el mes de abril tuvo por finalidad fortalecer las principales alternativas de recorridos turísticos del destino Cuenca, revitalizando el conocimiento de los elementos que los componen, capacitando a los distintos actores de la actividad turística y generando empoderamiento ciudadano de los principales atractivos turísticos de la ciudad.

Dentro de esta iniciativa se realizaron nueve salidas, un sábado al mes, entre el 09 de abril y el 10 de diciembre. El plan contempló la selección de lugares históricos, atractivos naturales y culturales, diferentes expresiones artísticas, rutas y circuitos que fueron interpretados y guiados

por profesionales y especialistas sobresalientes en el respectivo tema.

Como resultado de este proyecto se destaca la participación ciudadana, de guías de turismo y estudiantes quienes pudieron conocer desde un punto de vista diferente los atractivos turísticos del destino; adicionalmente, de las conferencias ofrecidas por los

diferentes expositores se obtuvo un valioso material que contribuyó para la elaboración y planificación de nuevas rutas que desarrollará la fundación tales como la ruta de los molinos y el pan, de galerías y arte contemporáneo y la ruta de las orquídeas y macanas.

El monto invertido en este programa fue de USD \$3.746,42

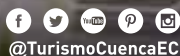
#### AGENDA DE RECORRIDOS CUENTA, CUENCA, CUENTA

FECHA	TEMA	ROUTA	EXPERTOS RESPONSABLES DEL RECORRIDO
Abril 09	Rutas precolombinas	Visita guiada y recorrido al Museo precolombino de la Universidad de Cuenca. Caminata hasta las Ruinas de Todos Santos Guía dirigida al Museo Pumapungo.	Arq. Santiago Ordoñez Arqueólogo Jaime Idrovo
Abril 30	Espacios espirituales y mujeres	Visita a la Iglesia de las Conceptas. Recorrido al Museo de las Conceptas. Charla Música sacra siglo XIX.	Dra. Alexandra Kennedy Mst. Arletti Molerio
Mayo 28	Sabores y alores	Visita dirigida por las distintas panaderías. Tema: Huertas cuencanas. Recorrido hasta las instalaciones del CIDAP. Charla sobre la comida Cuencana. Auditorio del CIDAP.	Dr. Juan Martínez Sra. Nidia Vázquez
Junio 25	Cuenca renovada: Restauraciones y remodelaciones	Visita guiada las instalaciones del Pasaje León. Recorrido hacia San Sebastián, calle Juan Jaramilla y Calle Larga. (Casas transformadas)	Arq. Gustavo Lloret Arq. Carlos Espinoza
Julio 30	Casa bienal y artistas contemporáneos	Visita del taller de Patricio Palomeque. Pintor. Visita al taller de Melissa Washima y Juan Pablo Alvarado. Visita a la Casa Bienal.	Sr. Patricio Palomeque Sra. Melissa Washima Sr. Cristóbal Zapata
Agosto 27	Centros culturales alternativos	Visita al Centro Cultural El Prohibido. Visita al Centro Cultural Sono.	Sr. Eduardo Moscoso Sr. Bolívar Ávila
Octubre 29	Agua para Cuenca	Recorrido por Laguna de Llaviuco	Ing. Kabir Montesinos Blga. Paula Cordero
Noviembre 26	Entre Bromelias y Floripondios: Jardines de Cuenca	Charla: Historia de los Floripondios Visita al sendero de bromelias de galería Eduardo Vega	Ing. Eduardo Sánchez Sr. Eduardo Vega
Diciembre 10	Juegos y Juguetes: Instrucciones para conocer el Barranco al Revés	Charla: Dibujar para reconocer, jugar para descubrir Exposición de intervenciones urbanas en el Barranco Charla: Antropología del juego y del espacio	Arq. Verónica Luna Antropólogo Israel Idrovo

cuenca  
I. MUNICIPALIDAD

con la gente, **siempre**

Cuenca, ciudad enmarcada  
en **tradiciones** que te transportan  
a **vivir** el pasado, en el presente.



@TurismoCuencaEC



## PUBLICACION REVISTA CUENCA ILUSTRE ABRIL 2016

En la edición de abril de 2016 se realizó una publicación en la contraportada de la revista “Cuenca Ilustre” con el fin de promocionar la ciudad en sus 549 años de Fundación. Este medio tiene un tiraje de 3.000 ejemplares, con una lectoría de 12.000 personas. La inversión realizada fue de USD \$ \$560,00



**PARTICIPACION EN  
EVENTO DE APOYO A  
DAMNIFICADOS DEL  
TERREMOTO DE MANABI  
Y ESMERALDAS**

El 07 de mayo se llevó a cabo un festival en el teatro Sucre con el objetivo de recaudar fondos para las víctimas del sismo ocurrido el mes de abril en las costas ecuatorianas. A este evento asistieron en su mayoría residentes extranjeros por lo que se aprovechó el espacio para proyectar videos promocionales del destino, lo que contribuye a una difusión local y aporta al boca a boca, principal sistema de difusión del destino. A este evento acudieron además medios de comunicación como Ondas Azuayas, Antena Uno, radio Visión, Telerama, Unsión TV, radio Ciudad.

**Concierto**  
*por las*  
**Víctimas**  
*del*  
**Terremoto**

CELEBRA EL DIA  
DE LA MADRE  
A TRAVÉS DE TU  
CONTRIBUCIÓN

SÁBADO 7 de Mayo 19h00  
Teatro Sucre - Ave. Soledad y Cordero

MUSICOS / ACTORES

Vanessa Regalado  
Teatro Barrojo  
Priscilla Urgilés  
Ballet Andino Causanacunchie  
Cindy Benson  
Coro Santa Catalina  
Diego Carneiro  
Gaudia Quartet  
Umberto Ballone  
Luz Ma. Crespo / Martina Durán  
Paulo C. Morocho / Tiina Soé  
Peter Dudar

ARTISTAS

Eduardo Vega  
Sofía Jaramillo  
Eduardo Segovia  
Fernanda García  
Pablo Cardoso  
Janneth Mendez  
José Cardoso  
Fausto Bravo  
Sally Marr

Boletos: \$20 / \$10  
0994821907 / 284-8584  
www.VenchiTravel.com.ec

El Bardo en Música  
Avenida 4 de Agosto y Bolívar - 2007-7494

Carolina Boletos:  
hermanos Miguel 4-46 y Calle Larga

cuenco  
Soy  
cb



## DIFUSION DE FESTIVIDADES DE LAS PARROQUIAS RURALES

Con el objetivo de impulsar el turismo local y que la ciudadanía conozca los atractivos con los que cuentan las parroquias rurales del cantón Cuenca, se realizó la promoción radial en las principales emisoras de la ciudad de las fiestas de parroquialización de Checa, El Valle, Llacao, Molleturo, Paccha, Quingeo, San Joaquín, Sidcay, Sinincay, Tarqui y Turi.

Para la realización de esta actividad, se suscribieron acuerdos de intención con las parroquias beneficiarias.





*Mejoramiento y calidad de  
los servicios turísticos*



## DESARROLLO INTEGRAL DEL SECTOR TURÍSTICO DEL DESTINO CUENCA

La Fundación Municipal Turismo para Cuenca establece como uno de los principales objetivos el desarrollo integral del sector turístico, considerándose como todas aquellas acciones que contribuyen al mejoramiento y crecimiento de la actividad turística y sus actores en el destino. De esta manera, se asume como competencia de la Fundación Turismo, realizar los proyectos y actividades que contribuyan a alcanzar este objetivo.

# DESARROLLO INTEGRAL DEL SECTOR TURISTICO DEL DESTINO CUENCA

## Objetivo General

- Mejorar de manera integral la competitividad turística del destino Cuenca

## Estrategias

- Creación de nuevas temáticas turísticas
- Regulación y control del sector turístico
- Elaboración de estadísticas turísticas
- Presentación del Plan Estratégico de Turismo
- Implementación de Tics para promocionar el turismo
- Capacitación del sector turístico
- Puesta en valor para el turismo de las principales manifestaciones culturales intangibles.



### 3.1 CREACIÓN DE NUEVAS TEMÁTICAS TURÍSTICAS.

#### CREACIÓN DE RUTAS TURÍSTICAS

La Fundación Municipal Turismo Para Cuenca, en su planificación operativa 2016 consideró realizar como estrategia de apoyo al desarrollo turístico la elaboración de rutas turísticas en las que se genere principalmente experiencias vivenciales, con la finalidad de contribuir con la diversificación de la oferta turística de del destino, de manera tal que permita evidenciar el potencial de Cuenca en torno a su riqueza como patrimonio natural y cultural.

El proyecto consistió en el diseño

de rutas temáticas, con una estrategia definida de activación liderada por la Fundación Municipal Turismo para Cuenca y articulada con los diferentes actores del turismo en la ciudad.

Para este fin se estableció la siguiente metodología:

Identificación de los elementos necesarios para estructurar una ruta.

Priorización y selección de rutas a desarrollarse.

Trabajo de campo para el desarrollo de la ruta:

- Investigación de campo para determinar los principales atractivos.
- Levantamiento fotográfico en coordinación con el Diseñador Gráfico de la Fundación Municipal Turismo para Cuenca.
- Talleres de socialización con los principales involucrados en cada ruta.

- Creación de fichas de inventario de los atractivos de cada ruta.
- Levantamiento de información para la estructuración de textos.
- Estructuración de textos y guión de la ruta.
- Articulación del diseño de los materiales comunicacionales de cada ruta.
- Recorrido con operadores locales como prueba de mercado de cada ruta.
- Retroalimentación y análisis.

De esta manera, en 2016 se presentaron cinco rutas turísticas:

- Ruta Francesa
- Ruta Vivencial Artesanías Cuencanas
- Ruta de los Museos
- Ruta de los Molinos y el Pan
- Ruta rural San Joaquín y Río Yanuncay

La inversión para la implementación de estas rutas fue de USD \$ 17,229,38



## DESARROLLO DEL SEGMENTO EVENTOS Y CONVENCIONES (MICE)

Dentro de las estrategias establecidas en el presente año para la diversificación de la actividad turística en Cuenca, la Fundación Turismo trabajó en el desarrollo del segmento de “Reuniones, Incentivos, Conferencias y Exposiciones” (MICE por sus siglas en inglés).

El segmento MICE es uno de los más importantes y de mayor crecimiento dentro del turismo; al ser los eventos y los incentivos las generadoras de los mayores réditos dentro del conjunto de esta actividad.

Para el fortalecimiento de este tipo de turismo, se han desarrollado diferentes acciones

como la articulación con el sector privado para la conformación del Buró de Convenciones de Cuenca, la suscripción a la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA), participación en la Feria Latinoamericana de Eventos y Convenciones FIEXPO, presentación en Quito y Guayaquil de Cuenca como destino de Eventos y Convenciones, participación en Evento - Taller “II Meeting Industry Conference 2016” en Quito, participación en el XXXV Congreso Interamericano de Ingeniería Sanitaria y Ambiental, Cartagena – Colombia, evento el cual se confirmó a Cuenca como sede del 7mo Congreso Interamericano de Residuos Sólidos en abril de 2017.





## 3.2 REGULACIÓN Y CONTROL DEL SECTOR TURÍSTICO

### ACOMPañAMIENTO EN OPERATIVOS DE CONTROL SECTOR ALOJAMIENTO

A partir del mes de febrero, en articulación con la Coordinación Zonal 6 del Ministerio de Turismo, Dirección Municipal de Áreas Históricas y Control Municipal, se iniciaron actividades de regulación y control con el

objetivo de combatir la ilegalidad e informalidad en el sector turístico.

Durante este periodo se llevaron a cabo más de 30 operativos enfocados principalmente en el sector de alojamiento, para identificar posibles infractores que realicen actividades ilegales e informales en el destino.

Los controles realizados a los establecimientos de alojamiento permitieron verificar el cumplimiento de las obligaciones de ley en la mayoría de estos, recomendando a quienes no cumplían con todos los requerimientos su regularización

inmediata y en los casos correspondientes se procedió a clausurar a establecimientos que no contaban con los requisitos establecidos.

Cabe recalcar que se inició con una etapa de control sobre la oferta informal de alojamiento, obteniéndose las primeras respuestas de establecimientos que se han registrado como casa de huéspedes, sin embargo al no existir medidas sancionatorias al respecto queda pendiente el control de esta competencia desleal.



## **IMPLEMENTACIÓN DEL PROGRAMA FREE WALKING TOUR LEGAL**

Una de las actividades turísticas, que ha presentado mayor crecimiento en cuanto a informalidad es la oferta de personas que se denominan “guías turísticos” sin los debidos permisos, licencias y contratos de operación turística. Es así que se establece la modalidad denominada “Free Walking Tour” que consiste en ofertar recorridos gratuitos a turistas, solicitándoles únicamente una propina voluntaria a quienes acceden a este servicio.

Como una medida para combatir esta oferta informal, la Fundación Municipal Turismo para Cuenca acogió la iniciativa de las

operadoras de turismo Southland Touring, Expediciones Apullacta, Terra Diversa, Hualambari Tours y Corpoviajes que aunaron esfuerzos para ofrecer de manera legal el servicio de Free Walking Tour.

El proyecto Free Walking Tour presentada por estas cinco operadoras turísticas en coordinación con la Fundación Turismo para Cuenca inició en noviembre y hasta finales de año participaron 394 turistas. El programa ofrece recorridos gratuitos por la ciudad a los turistas en coordinación con hoteles, oficinas de información turística y operadoras turísticas legales.

## ELABORACIÓN DE ESTADÍSTICAS TURÍSTICAS

El 22 de diciembre de 2015, la Fundación Municipal Turismo para Cuenca suscribe un convenio con la Universidad de Cuenca con el objetivo de caracterizar la demanda turística nacional e internacional y calcular la ocupación hotelera en el cantón Cuenca. El trabajo investigativo, de levantamiento de información y análisis de

la misma es realizado por la facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Cuenca y su Grupo de Investigación de Economía Regional conformado por expertos en materia de levantamiento de información estadística.

De acuerdo a lo planificado, se entregaron durante 2016 tres boletines cuatrimestrales y un boletín anual final con los datos estadísticos más relevantes; en el caso de demanda: perfil demográfico del visitante

nacional y extranjero, motivación del viaje hacia Cuenca, duración del viaje, gasto diario durante su visita, percepción de los servicios en la ciudad. En el caso de oferta de servicios de alojamiento: porcentaje de ocupación, tarifa promedio y el índice de rentabilidad (REVPAR).

Los boletines estadísticos, como herramienta de planificación, son de uso público y se encuentran publicados en la página web [www.cuenca.com.ec](http://www.cuenca.com.ec), sección servicios.



## PRESENTACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO

El Plan Estratégico de Desarrollo Turístico y Mercadeo del destino Cuenca y su área de Influencia para el periodo 2016-2021 se presenta como la principal herramienta para la gestión del turismo en Cuenca, planteando estrategias, programas, proyectos y actividades que deberán ser puestos en marcha en el mediano plazo,

contribuyendo al desarrollo sustentable y sostenible de esta actividad ratificando la vocación turística con la que es reconocida nuestra ciudad.

Luego del análisis realizado se definió como objetivo central de este Plan mejorar el aprovechamiento del potencial turístico del cantón Cuenca, generando oportunidades inclusivas de desarrollo económico, social y cultural bajo estándares de calidad, contribuyendo a la conservación

del patrimonio cultural y natural para construir un destino con estilo auténtico, innovador y dinámico. De esta manera, se construye el Plan Estratégico que comprende 5 estrategias, 33 programas, 70 proyectos y 309 actividades para ser desarrollados hasta el año 2021, con una inversión total de USD \$ 1'388.000,00

### PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO

5 ESTRATEGIAS

33 PROGRAMAS

70 PROYECTOS

309 ACTIVIDADES

**PRESUPUESTO TOTAL PARA EJECUCION DEL PLAN**

**\$ 1'388.000,00**

Est.	Estrategia	Presupuesto
E1	Eficiente ordenamientos de las actividades que afectan al turismo	263.500,00
E2	Mejorar la capacidad empresarial para aprovechar el potencial turístico	397.500,00
E3	Mejorar la capacidad de gestión turística del sector público	109.000,00
E4	Fortalecer el desarrollo del destino turístico	375.000,00
E5	Elaborar un plan global de Marketing	243.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1'388.000,00</b>

# IMPLEMENTACIÓN DE TICS PARA PROMOCIONAR EL TURISMO

## PROMOCIÓN EN REDES SOCIALES

La promoción que realiza la Fundación Municipal Turismo para Cuenca en las redes sociales se ha convertido en una de las actividades promocionales prioritarias que planifica y desarrolla la institución.

En este aspecto, el destino tiene presencia en las principales redes sociales como: Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest y Youtube en las cuales se comparte información sobre el destino y las distintas actividades que se realizan de manera institucional. Cada una de las plataformas tiene su propia temática, audiencia y contenido propio. En 2016 se planteó cambiar

el nombre de las redes de la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca por @Visit\_CuencaEc, para seguir con la tendencia mundial de lugares turísticos y así aumentar los alcances de las mismas. Como resultado se ha obtenido un crecimiento constante de seguidores en las redes sociales. Las redes sociales permiten el acceso inmediato de quienes buscan información y respuestas inmediatas, a través de mensajes directos se facilita el acceso a la información requerida.

Adicional al trabajo en redes sociales, se diseñaron las siguientes campañas de

publicidad digital:

- Spotify, dirigida a público nacional (Quito y Guayaquil)
- Campaña Cuenca 2 x 1
- Campaña Visit Cuenca Ecuador
- Campaña Fiestas de Cuenca
- Campaña en TripAdvisor, dirigida a mercados internacionales bajo el concepto Visit Cuenca Ecuador
- Google adwords (Banners y Youtube)
- Campaña para mercados nacionales (Guayas, Pichincha, El Oro, Loja y sierra centro)
- Campaña para mercados internacionales (Perú, Argentina, Estados Unidos, Francia)

### REDES SOCIALES

Red Social	Seguidores 2015	Seguidores 2016	% de crecimiento
Facebook	27.206	65.299	140%
Twitter institucional	5.123	6.451	25%
Twitter promocional	0	1.375	1375%
Instagram	1.249	4.148	231%
Youtube	159	253	60%
Pinterest	509	1.075	111%

## CÓMO LLEGAR



### CONECTIVIDAD AÉREA

El aeropuerto internacional y terminal de pasajeros  
TAMAYO BUSTAMANTE DE CUENCA, OFRECE SERVICIOS  
AEROS INTERNACIONALES Y NACIONALES.  
SOLICITE SU PASAJE EN: [www.aerocuenca.com.ec](http://www.aerocuenca.com.ec)

[¡¡¡¡¡ MÁS !!!!!!](#)



### CONECTIVIDAD TERRESTRE

Trasladados por el sistema de transporte  
AEROTERRESTRE CUENCA-BAHÍA DE GUAYAS  
Y POR FERROCARRIL Y AUTOBUS EN LA RUTA  
CANTÓN BAHÍA DE GUAYAS - CANTÓN CUENCA.

[¡¡¡¡¡ MÁS !!!!!!](#)



## RELANZAMIENTO DE LA PÁGINA WEB [WWW. CUENCA.COM.EC](http://WWW.CUENCA.COM.EC)

Desde fines de 2015 se inició un proceso de renovación de la página web del destino y en el mes de marzo se realizó el relanzamiento de este servicio con el objetivo de facilitar la entrega de información. La página cuenta con un diseño

de fácil manejo y es adaptable para ser utilizada en cualquier dispositivo móvil.

Dentro del periodo 2016 se registraron 554.473 visitas, representando un incremento del 9% con respecto al año anterior.

[www.cuenca.com.ec](http://www.cuenca.com.ec)

Visitas 2015	Visitas 2016	%
510.245	554.473	9%

## ENVÍO DE BOLETINES ELECTRONICOS

La Fundación Municipal Turismo para Cuenca, realiza el envío quincenal de boletines electrónicos sobre las actividades que lleva a cabo la Institución. Actualmente se cuenta con una base de datos de 1.998 usuarios en los que se incluyen agentes de viajes y tour operadores nacionales e internacionales, organismos gubernamentales, directores, autoridades y público en general que se han registrado al ingresar al sitio web [www.cuencaecuador.com.ec](http://www.cuencaecuador.com.ec) y [www.cuenca.com.ec](http://www.cuenca.com.ec).







## CAPACITACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO

Como aporte de la Fundación Municipal Turismo para Cuenca para la profesionalización del sector se realizó el taller “REVENUE MANAGEMENT PARA EL SECTOR HOTELERO DE CUENCA”. Esta actividad se efectuó en coordinación con la Cámara de Turismo del Azuay, la Asociación Hotelera del Azuay, la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad de la Universidad de Cuenca y la Escuela de Turismo de la Universidad del Azuay.

El taller fue dictado por el experto colombiano Msc. Xavier Cárdenas Becerra, el día 02 de

marzo con la siguiente temática:

1. Entendiendo la oferta y la demanda en la hotelería.
2. Contexto del Revenue Management.
3. Importancia de la segmentación y pricing en ambientes competitivos.
4. Gestión del inventario y pronósticos en ambientes competitivos.

Se contó con la asistencia de 90 personas representantes de los hoteles de la ciudad, de esta manera se ofreció la posibilidad al sector hotelero de Cuenca de recibir una explicación clara sobre el concepto y los beneficios del

Revenue Management como una de las estrategias de vanguardia para mejorar el manejo de sus establecimientos. Dentro del ámbito de capacitación, la Fundación ha otorgado el aval para las siguientes capacitaciones:

- II Conferencia Internacional de Coctelería y Gestión de Bar, dictada por el Profesor peruano Juan Carlos Gómez (Perú), Bartender profesional con 27 años de experiencia y 20 años de Maestro de Coctelería.
- 1er. Curso de Aviturismo para guías de turismo, dictado por el Biólogo Norby López, especialista en ornitología.



## 4. TRADICIONES PUESTAS EN VALOR

### JUEVES DE COMPADRES Y COMADRES

El tradicional “Jueves de Compadres y Comadres” se consolida como una de las tradiciones que con mayor intensidad viven los cuencanos dentro de las festividades de Carnaval Cuencano.

Esta festividad se desarrolló el jueves 04 de febrero y para este año, los compadres oficiales fueron el reconocido deportista Alex Aguinaga y la cantante

nacional Margarita Laso quienes adquirieron el compromiso de ser los principales promotores turísticos de la ciudad a nivel nacional. Dentro del festival organizado participaron grupos de danza, la banda musical de la Guardia Ciudadana, cantantes locales y la presentación especial de los Hermanos Miño Naranjo.

La participación popular en esta tradición se viene incrementando año tras año tal como lo confirma la presencia de más de 10.000 asistentes entre cuencanos y turistas que se dieron cita en el parque Calderón, demostrando una vez más la alegría y amabilidad de los cuencanos que disfrutaron a plenitud esta tradición.

El evento contó con la cobertura de importantes medios de comunicación, entre ellos Tc televisión, GamaTV, Ecuavisa, Teleamazonas, Unsión, Telerama, Tele Cuenca, Austral tv, Diario Mercurio, El Tiempo, Universo, Telégrafo, El Diario Ecuador de Manabí, El Expreso, Revista Transport, Diario El Universo, Diario El Comercio, Radio Cómplice, Radio la Voz del Tomebamba, Radio FM88, Radio la Cien, entre otros. El monto invertido en esta actividad fue de USD \$8.836,12; contando además con el aporte del sector turístico así como de diferentes entidades de la Corporación Municipal.



## SEMANA SANTA EN CUENCA

Considerando la importancia de la celebración de Semana Santa para los cuencanos y las diferentes actividades relacionadas a la misma, se planificó un plan de promoción que incluyó la presentación del destino en Machala, campaña promocional en medios de prensa nacionales, campaña en

redes sociales y una publicación en la revista de turismo "Tráfico" de Perú.

Dentro de la conmemoración de la semana mayor de la iglesia católica, la Fundación Turismo participó en la realización del Viacrucis el Viernes Santo con la distribución entre los asistentes de 300 velas y faroles. El monto invertido para esta actividad fue de USD \$250,00



## CORPUS CHRISTI

Del 26 de mayo al 02 de junio se desarrolló una de las celebraciones más antiguas de la ciudad como es el Corpus Christi con su septenario y feria de dulces. Para este año se desarrolló una campaña promocional para iniciar el posicionamiento de la exposición de dulces de Corpus como la feria de dulces más grande del Ecuador, para lo cual se realizó un video promocional, presentación de la celebración en Quito, publicaciones de prensa, campaña en redes sociales elaboración de manillas y material informativo, gorros y

mandiles para las vendedoras de dulces, entre otras actividades.

Cabe señalar que la Fundación Municipal Turismo para Cuenca planificó la participación de un grupo de artesanos fabricantes de dulces del Cantón Sucre, Manabí para que participen en la feria de dulces de Corpus Christi, brindando la oportunidad de comercializar sus dulces y de esta manera contribuir en parte a la reactivación económica de las zonas damnificadas por el terremoto acaecido el 16 de abril de 2016. Más allá de los resultados económicos, el principal resultado tal como

lo expresaron los artesanos participantes, fue recibir toda la solidaridad de los cuencanos y poder renovar sus energías para continuar trabajando en la reconstrucción de todo lo perdido luego del terremoto.





# Hola Gente

FESTIVAL  
**SANTA ANA**

## GASTRONOMÍA MANABITA Y ARTESANÍA CUENCANA

23 y 24 JULIO

Seminario San Luis

### **CELEBRACIÓN DE LA FIESTA DE SANTA ANA**

La celebración de Santa Ana constituye una festividad de importancia para el destino considerando su connotación dentro de la historia de Cuenca. El nombre de la ciudad se relaciona directamente con Santa Ana, dentro de la religión católica es la protectora de la ciudad, una de las primeras calles y que será reaperturada próximamente lleva este nombre.

Esta celebración se realiza anualmente el 26 de julio, siendo una fecha propicia para presentarse como un atractivo para el principal mercado natural

de turismo para la ciudad como es Guayaquil, que al tener la celebración de fundación el día 25 de julio, tradicionalmente tienen un festivo local que aprovechan para la visita a Cuenca.

Para el fortalecimiento de esta festividad se desarrolló un festival artesanal, cultural y gastronómico los días 23 y 24 de julio, en articulación con EDEC que se encargó de convocar a artesanos con productos calificados bajo los parámetros de calidad de esta entidad. En lo referente a la muestra gastronómica, dentro del convenio de hermanamiento suscrito con el GAD de Sucre, Manabí se tuvo una muestra gastronómica de esta provincia,

como otro aporte a la reactivación económica de esta población damnificada por el terremoto del 16 de abril pasado.

El festival Santa Ana tuvo una gran afluencia de personas especialmente provenientes de la ciudad de Guayaquil, que visitaron la ciudad con motivo de su feriado local de fiestas de Fundación. Igualmente se dio una presencia masiva de los extranjeros residentes en la ciudad así como de público local. Los turistas provenientes de Guayaquil felicitaron por este tipo de iniciativas y por contar con actividades en la ciudad durante su estadía. La inversión realizada para esta actividad fue de USD \$746,00



## CELEBRACIÓN VIRGEN DE LA MERCED EN LA CALLE RAFAEL MARÍA ARÍZAGA

La celebración de la Virgen de la Merced es un evento que se lo realiza anualmente en la Iglesia de San José del Vecino ubicada en las calles Rafael María Arízaga y Manuel Vega.

Siendo la Calle Rafael María Arízaga una de las calles con más tradición e historia de la ciudad, especialmente relacionada con la producción y exportación de sombreros de paja toquilla, La Fundación de Turismo trabaja en la puesta en valor de este sector para el uso turístico, cumpliendo con lo solicitado por los habitantes de la parroquia El Vecino.

En este marco, el “Festival Virgen de la Merced” se realizó del 23 al 25 de septiembre para lo cual los vecinos de este sector abrieron sus casas para realizar en los portales una feria artesanal y gastronómica, además de recorridos guiados organizados por la Fundación de Turismo contando la historia de este barrio y la celebración religiosa con misas y procesiones en honor a la Virgen de la Merced.

Las actividades realizadas durante este festival fueron las siguientes:

- Presentación del concurso de balcones floridos, conjuntamente con EMAC.
- Feria municipal desarrollada en la Plazoleta de la Virgen de la Merced (Calle Rafael María Arízaga y Huayna Capac) durante

los días 24 y 25 de septiembre.

- Recorridos Guiados por la calle Rafael María Arízaga con la participación de funcionarios de la Fundación los días 24 y 25 de septiembre.

- Participación en la procesión de la Virgen de la Merced realizada la noche del 24 de septiembre. La Fundación Turismo distribuyó entre los asistentes un total de 1.000 velas y 1.000 faroles con la imagen de la calle Rafael María Arízaga para de esta manera posicionar a este emblemático sector como uno de los potenciales atractivos turísticos de Cuenca.

La inversión realizada para esta actividad fue de USD \$369,42

## FESTIVAL DE LOS HORNOS DE LEÑA DE TODOS SANTOS

Dentro de las actividades de celebración de las Fiestas de Independencia de la Ciudad, los festejos en los barrios tradicionales contribuyen a fortalecer la identidad de los cuencanos así como a promocionar los atractivos que estos sectores tienen. La celebración del festival de los Hornos de Leña de Todos Santos el día 02 de noviembre es un evento que se viene realizando desde hace seis años con la finalidad de preservar la tradición en el barrio conocido también como el de las panaderías.

La Fundación de Turismo ha apoyado la realización del evento como una contribución al empoderamiento ciudadano de las tradiciones de la ciudad y a la preservación los valores culturales de potencial uso turístico.

Para el fortalecimiento de este festival se realizó un evento cultural y gastronómico en coordinación con la Directiva del Barrio de Todos Santos así como con los panaderos y vecinos,

siendo así uno de los principales eventos dentro de los festejos de la ciudad, atrayendo a locales y visitantes para ser parte del mismo.

El festival se desarrolló el día 02 de noviembre con la presencia del Sr. Alcalde de la ciudad quien, conjuntamente con la Directora de la Fundación y el Presidente del Barrio, dio por inaugurado el evento. Acto seguido se procedió a visitar los diferentes hornos de leña de este sector y a degustar la tradicional colada morada con guaguas de pan.

A continuación se dio paso al evento cultural que inició con la participación del grupo de danza Cisarina, el grupo de teatro Barojo con la obra “las Suquitas Mateas” y la presentación de los cantantes Juanita Fernández y Leomarck. El número central del evento constituyó la participación del público en la decoración de guaguas de pan, degustación de pan y dulces tradicionales y la muestra de la guagua de pan gigante elaborada por los panaderos de Todos Santos. El festival de los Hornos de Leña contó con una importante presencia de personas entre los que se destacan turistas que



hicieron el recorrido de Free Walking Tour organizado por los operadores turísticos de Cuenca, igualmente se dio una presencia masiva de público local.

El evento generó una buena percepción entre los moradores del barrio de Todos Santos quienes participaron activamente de este festival, cumpliéndose así con el objetivo de fortalecer el empoderamiento ciudadano con relación a las tradiciones.

La inversión realizada para esta actividad fue de USD \$403,96





## **FESTIVAL DE LUCES EN HONOR A LA MORENICA DEL ROSARIO**

En 1928, tras celebrarse en Cuenca el I Congreso Mariano del Ecuador, se sugiere la idea de nombrar oficialmente a la Virgen de Nuestra Señora del Rosario o “Morenica del Rosario” como Reina de Cuenca y del Azuay, idea que se cristaliza el 8 de diciembre con la asistencia de más de setenta mil personas procedentes de todos los confines de la región.

En la actualidad, el aniversario de la coronación de la Morenica del Rosario, se celebra la noche del 7 de diciembre de todos los años con un festival de luces y faroles, junto con una misa solemne. Cientos de fieles colaboran con la elaboración y la colocación de faroles iluminados con velas en la plazoleta de la iglesia de Santo Domingo y sus inmediaciones. A partir de 2016, la Fundación Municipal Turismo para Cuenca decide apoyar a esta tradición que marca además el inicio de la temporada navideña en la ciudad. De esta manera, el miércoles 07 de diciembre se realizó un festival

que incluyó música, danza y otras manifestaciones artísticas que contribuyeron a dar realce a este evento.

El evento en general fue exitoso y tuvo una concurrencia de aproximadamente 5.000 personas. La interacción del público fue bastante positiva, pues mucha gente intervino en la colocación y el encendido de los faroles.

La participación en el rescate de esta tradición tuvo una inversión de USD \$3.219,08





## **PARTICIPACIÓN EN EL PASE DEL NIÑO VIAJERO**

El Pase del Niño Viajero es uno de los desfiles más tradicionales de Cuenca y que ha sido declarado Patrimonio Cultural de la Nación, motivo por el cual la Fundación Municipal Turismo para Cuenca ha venido promocionando desde años anteriores al Pase del Niño Viajero como un evento de interés turístico a través de la realización de conversatorios, elaboración de folletería y publicidad sobre el mismo.

Toda vez que es un evento con potencial de generar visitación turística, se participó en el Pase del Niño Viajero conjuntamente con otras Instituciones del quehacer turístico en la ciudad para de esta manera contribuir a poner en valor esta fiesta.

Para esta participación se contó con un carro alegórico que tuvo la representación de un pesebre, un caballo de mayoral y tres caballos de reyes magos, que estuvieron complementados con la presencia de la banda de música de la Guardia Ciudadana y

de comparsas de la Coordinación Zonal 6 del Ministerio de Turismo, Dirección de Áreas Históricas y Cámara de Turismo del Azuay. La participación en este tradicional desfile tuvo una inversión de USD \$3.585,45

**5. INFORME  
FINANCIERO:****PRESUPUESTO Y  
APORTE DEL SECTOR  
PÚBLICO Y PRIVADO  
CON GRATUIDADES POR  
GESTIÓN INSTITUCIONAL**

Adicionalmente a la gestión realizada con los recursos económicos, a través de la gestión de la Fundación Municipal Turismo para Cuenca se ha obtenido un aporte de USD de \$ 28.189,20; lo que representa un 4,00% por concepto de gratuidades de las diferentes actividades realizadas en la Fundación.

**GESTION FINANCIERA 2015**

<b>RUBRO</b>	<b>VALOR</b>
Presupuesto Asignaciones aprobado	\$ 700.000,00
Asignaciones Presupuestarias 2015 Ctas. X Cobr.	\$ 157.303,66
Saldo Caja –Bancos – Transferencia	\$74.965,72
Total Transferencias municipales a Dic/2016	\$ 932.269,38
Otros Ingresos	\$29.268,862
<b>TOTAL PRESUPUESTO FMTPC 2016</b>	<b>\$961.538,20</b>
VALORES RECAUDADOS 2016:	
Transferencias municipales a Dic/2016	\$ 700.000,00
Transferencias Ctas x Cobr 2015 \$ 157.303,66	
Saldo Caja –Bancos – Transferencia	\$74.965,72
Otros Ingresos	\$29.268,62
Total de ingresos a diciembre 2016	\$ 961.538,20
VALORES EJECUTADOS 2016:	
<b>Presupuesto ejecutado a diciembre de 2016</b>	<b>\$ 928.685,95</b>
<b>PORCENTAJE DE EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA</b>	<b>97.00%</b>

con la gente,  
**siempre**

**Marcelo Cabrera**  
ALCALDE