

RENDICIÓN DE CUENTAS 2017



Cuenca
ALCALDÍA



RENDICIÓN DE CUENTAS 2017



Cuenca
ALCALDÍA

The logo consists of the word "Cuenca" in a large, bold, sans-serif font, with a stylized archway integrated into the letter 'c'. Below it, the word "ALCALDÍA" is written in a smaller, all-caps, sans-serif font.



Ing. Marcelo Cabrera Palacios
Alcalde de Cuenca



PRESENTACIÓN

En el año 2017 iniciamos un período de recuperación tras un largo período de crisis generada por diversos factores que incidieron directamente en la actividad turística. La Fundación Municipal “Turismo para Cuenca” se planteó ante ello varias metas que han permitido poco a poco poner nuevamente en alto el nombre de nuestra ciudad como destino turístico de relevancia a nivel nacional e internacional.

Se registró en este año, de acuerdo a las cifras del boletín de estadísticas turísticas que se ha venido elaborando trimestralmente con el apoyo de la Universidad de Cuenca, un incremento del 28,5% en el ingreso de turistas a la ciudad de Cuenca en comparación con el año 2016. El trabajo coordinado que hemos venido realizando con instituciones, empresas y personas comprometidas con el desarrollo social y económico de nuestra ciudad a través del turismo, sin duda hizo posible alcanzar este logro.

En este contexto, es importante destacar el hecho de haber

conseguido la certificación de Cuenca como “Destino Turístico Sostenible” a nivel internacional, gracias a la gestión realizada con la certificadora alemana “Tour Cert” y al apoyo de instituciones y empresas vinculadas con la actividad turística. Por otro lado, la obtención del premio a Cuenca como “Mejor Destino para Vacaciones Cortas en Sudamérica” en los World Travel Awards 2017, es sin duda uno de los más grandes éxitos alcanzados en este año. Ello supuso una intensa labor de parte de la Municipalidad de Cuenca en coordinación con nuestra institución para el desarrollo de una campaña destinada a incentivar entre el público local, nacional y extranjero, el voto para nuestra ciudad. Este nuevo reconocimiento obtenido para Cuenca, se traduce en una serie de beneficios que contribuirán a consolidar su posicionamiento internacional como un destino turístico de prestigio.

Este fue además un año muy fructífero en cuanto a promoción, pues se concretaron acciones importantes como la participación en ferias de turismo,

consecución de viajes de prensa y familiarización, publicidad en medios masivos de comunicación, elaboración de material promocional e informativo, activaciones permanentes en Guayaquil y la consolidación del “Free Walking Tour” mediante una alianza estratégica con operadores turísticos de Cuenca, como una alternativa que permite combatir la informalidad de guías no autorizados que realizan este servicio en forma clandestina.

Ante la labor cumplida, nos hemos propuesto como reto en el nuevo año, fortalecer las acciones promocionales y el desarrollo de proyectos que permitan incrementar el porcentaje de ocupación hotelera en la ciudad. Contamos para ello con el valioso apoyo de instituciones y empresas públicas y privadas, a quienes agradecemos por el importante papel que siempre han cumplido para la obtención de todos los logros obtenidos en favor del desarrollo social y económico de nuestra ciudad a través del turismo.

MISIÓN

Desarrollar y promocionar a Cuenca como un producto-destino turístico de calidad a nivel nacional e internacional, bajo conceptos de seguridad del turista y garantías del consumidor, en concordancia con la planificación nacional, generando una conciencia colectiva sobre la importancia de la práctica turística, el respeto a la naturaleza y la cultura a través de la incorporación de principios de desarrollo sostenible en todas las actividades, sin descuidar el bienestar, la salud y la seguridad de nuestros colaboradores, todo dentro del marco legal y la sana competencia.

VISIÓN

En el 2020 ser reconocida como una institución modelo a nivel nacional en el manejo de un turismo responsable, sostenible, demostrando que el turismo es una pieza clave del desarrollo económico de Cuenca.

SISTEMA ECONÓMICO



1. Promoción Y Comunicación Turística Del Destino Cuenca A Nivel Internacional, Nacional Y Local

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

1.1.1 PARTICIPACIÓN EN FERIAS, CARAVANAS Y EVENTOS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA A NIVEL INTERNACIONAL

1.1.1.1 FERIAS

ANATO BOGOTA-COLOMBIA

Del 01 al 03 de marzo, se llevó a cabo en la ciudad de Bogotá, Colombia, la feria turística internacional ANATO, organizada por la

Asociación Colombiana de Agencias de viajes y Turismo, evento de carácter gremial que congrega a profesionales del turismo siendo sus principales objetivos Consolidar negocios turísticos, generar nuevos contactos y definir las tendencias en planes y paquetes de vacaciones. Cuenca se presentó, junto a Quito turismo, con la nueva Ruta Colonial, la cual es una nueva propuesta para visitar las ciudades de Cartagena, Bogotá, Quito y Colombia en un itinerario de 10 días.



FIEXPO SANTIAGO DE CHILE

Considerando la apuesta de la ciudad por posicionarse como un destino de Convenciones y eventos, se decidió participar en el mayor evento internacional orientado a Turismo de Reuniones y Viajes de Incentivo del Caribe y América Latina FIEXPO, el cual realizó su décima edición en la ciudad Santiago de Chile del 05 al 07 de junio y que será ciudad sede por dos años más. Se

llevaron a cabo más de 25 citas con compradores de destino interesados en que Cuenca sea la posible sede de su próxima reunión, eventos, conferencia o viaje de incentivo.

CONNECTIONS MEETINGS, QUITO, 02-04 DE JULIO, 2017

“Connections” es un nuevo formato de “feria”, quienes a través del networking buscan establecer contactos comerciales mediante

actividades turísticas vivenciales (recorrido por las montañas, cabalgata, cocina, ejercitándose, etc.), siendo éstos los líderes a nivel mundial en este formato innovador de ferias.

“Connections Meetings” es el organizador global de redes y eventos que agrupa exclusivamente a líderes y expertos en reuniones de lujo y bienestar. Cuenca se hizo presente mediante la gestión de la Fundación Municipal “Turismo para Cuenca” en esta



feria realizada en Quito del 02 al 04 de Julio, 2017 con la presencia de la Directora Ejecutiva y un representante de los operadores de turismo del Destino, quienes tuvieron más de 15 citas con importantes desarrolladores y empresas que organizan y planifican eventos alrededor del mundo. Posterior a este evento se organizó un viaje de visita a Cuenca para que los principales participantes de este evento puedan conocer las principales características del destino.

PARTICIPACION EN LA 6ta. MACRORUEDA DE NEGOCIOS – PROECUADOR

La Macrorrueda de Negocios es un espacio que permite tener presencia frente a mercados internacionales que están interesados en la oferta turística del país, que han tenido conocimiento previo del Ecuador a través de las oficinas comerciales de Pro Ecuador y el Ministerio de Productividad.

En este marco, la Fundación Turismo participó en la 6ta edición de este encuentro internacional llevado a cabo en el Centro de Convenciones de Guayaquil los días 06 y 7 de junio. Durante esta jornada se mantuvieron citas con empresarios turísticos de Argentina, Chile, China, España, así como con representantes de las oficinas comerciales de Chicago – Estados Unidos y Milán – Italia quienes manifestaron su interés en el Destino Cuenca.



PARTICIPACIÓN EN IBTM MÉXICO

El IBTM figura como una de las ferias más importantes de Latinoamérica especializada en Turismo de Congresos y Convenciones. Ecuador participó además con un stand patrocinado por 4 empresas de Quito, donde se consideró la presencia de Cuenca, participando dentro de la presentación de la oferta de Ecuador. En esta edición participaron alrededor de 600 compradores (150 nuevos) y 5.400 visitantes. Esta Feria es un punto de encuentro líder en la región y puente de conexión a la mayor comunidad global de negocios.

TRAVEL MART LATIN AMERICA 2017

En continuidad con el trabajo de promoción del Destino Cuenca, se llevó a cabo la participación en el Travel Mart Latin America 2017 en Guayaquil, del 13 al 15 de septiembre de 2017 en el Centro de Convenciones Simón Bolívar, evento reconocido desde 1978 como una herramienta principal para desarrollar destinos turísticos en América Latina. Este evento reunió aproximadamente a 1.000 delegados de 250 tour operadoras del mercado global y 250 proveedores de Centro y Sur América. En la feria, Cuenca tuvo

su propio stand en el cual recibió alrededor de 38 tour operadores nacionales e internacionales, 6 medios de comunicación, 3 aerolíneas y 14 representantes de hoteles a quienes se les entregó material promocional digital. Esta participación incluyó una firma de convenio con el Municipio de Guayaquil a través de su Empresa Pública de Turismo, liderado por Gloria Gallardo.



WORLD ORCHID CONGRESS

Ecuador, considerado el país de las orquídeas, acogió la Feria Internacional World Orchid Congress (WOC) el cual se ejecutó en la ciudad de Guayaquil del 07 al 12 de noviembre. Cuenca estuvo presente con un stand propio en el cual pudo brindar desde material promocional impreso tipo mapas, degustaciones gastronómicas, hasta demostraciones de técnicas artesanales en vivo, lo cual cautivó a los más de 8 mil visitantes quienes se llevaron memorias de una ciudad que espera por su visita. Al acto inaugural asistió el Señor Alcalde de la ciudad.

1.1.1.2 FAM & PRESS TRIP, RUEDAS DE NEGOCIOS Y CARAVANAS TURÍSTICAS

FAM ALEMANIA

Del 31 de enero al 01 de febrero, se realizó este viaje de familiarización con la visita de 20 Tour Operadores alemanes, quienes venden el destino Ecuador incluyendo a Cuenca, sumado a 2 representantes de medios de comunicación, quienes buscaron en esta visita, conocer de cerca los principales atractivos turísticos de la ciudad. El itinerario incluyó visitas a sitios como el Parque Nacional Cajas, Fábricas de sombreros de paja toquilla, centro histórico y barrios tradicionales, Ingapirca. Los operadores mantuvieron también una rueda de negocios con Tour Operadores locales para intercambiar contactos y portafolios.

FAM EMBAJADORES

Del 12 al 14 de mayo, la ciudad recibió la visita ilustre de 8 embajadores radicados en el país en un itinerario de 3 días el cual presentó a Cuenca como el mejor destino de Vacaciones Cortas, nominación de la ciudad en los World Travel Awards. Este viaje incluyó la presentación de nuestra gastronomía, visita a espacios como el Museo Remigio Crespo Toral, Parque Nacional Cajas, Fábricas de Sombreros, entre otros. Los Embajadores se maravillaron con el destino, comprometiéndose a ser promotores turísticos de nuestro Destino.



POST TOUR “CONNECTIONS MEETINGS”

Con el fin de que 12 de los representantes de las distintas empresas participantes en la feria “Connections Meetings” con quienes se mantuvieron citas puedan conocer la oferta integral de nuestra ciudad, se organizó un Post Tour del 05 al 07 de Julio en Cuenca, de acuerdo a un itinerario previamente planificado, mediante el cual importantes organizadores de eventos a nivel internacional pudieron conocer las facilidades y atractivos con los que cuenta el destino para la organización de congresos y convenciones así como para viajes de incentivos

PRESS TRIP LOOK MAGAZINE

En conjunto con la oficina comercial de ProEcuador en Cuenca, recibimos la visita de la famosa e internacional revista guatemalteca Look Magazine quienes aprovecharon varias locaciones de la ciudad para llevar a cabo la producción fotográfica de su edición del mes de agosto. La revista cuenta con su propia página web y en redes sociales como Facebook cuentan con más de 65 mil seguidores y en Instagram con más de 31 mil de diferentes países. Lo que beneficia a la promoción del destino.

PRESS TRIP RUSIA

En una participación con la oficina comercial de ProEcuador en Guayaquil y Cuenca, se llevó a cabo el fam Rusia con la visita de Irina, María y Julia del programa

de televisión “Cocinando con Alexei” quienes en un fin de semana, conocieron sobre la gastronomía cuencana para presentarla en el mercado ruso, con una cobertura de aproximadamente 40 millones de espectadores.

PRESS TRIP KITCHEN GUERRILLA

Del 24 al 25 de mayo se realizó un viaje de prensa con un equipo de chefs alemanes del programa “Kitchen Guerilla” quienes, con un itinerario preparado por la Fundación Municipal “Turismo para Cuenca”, visitaron lugares en donde los chefs pudieron observar y participar de la elaboración de diferentes platillos típicos y fusión representativos de Cuenca. Así mismo pudieron conocer un poco acerca de la ciudad y algunos de sus atractivos principales.



VIAJE DE PRENSA PERÚ

Del 17 al 20 de octubre se llevó a cabo un viaje con periodistas y bloggers del Perú. (Misias pero Viajeras, Agenda País, Check List Viajeros, Revista Cosas Perú, Canatur Perú). A este viaje acompañó una agencia de viajes especializada en turismo religioso: Quo Vadis. En total fueron 10 periodistas y 1 agente de viaje los que participaron. Como resultado de este viaje se han obtenido los siguientes reportajes:

MEDIO DE COMUNICACIÓN	INVERSIÓN FMTPC	VALORACIÓN DE PUBLICACIÓN	COSTO-BENEFICIO	ALCANCE LECTORIA
PORTAL DE TURISMO DE PERÚ	629,96	3.000 USD	2.370,04	40.000 lectores semanales
REVISTA COSAS	629,56	4.000 USD	3.370,04	200.000 lectores
Ecoaventuravida.bb gspot y laabeja.pe	629,56	2.000 USD	1.370,04	28.000 lectores semanales
TOTAL1	888,68	9.000 USD	7.111,32	

VIAJES DE PRENSA EN ARTICULACION CON PROECUADOR

Mediante gestión realizada con PROECUADOR, Cuenca tuvo la oportunidad de ser incluida en viajes de prensa internacionales que realizaron coberturas y reportajes de los principales atractivos turísticos del Ecuador. De esta manera, se contó con la visita de periodistas de Italia, Inglaterra y Hungría, obteniéndose los siguientes resultados

MEDIO DE COMUNICACIÓN	PAÍS	INVERSIÓN FMTPC	VALORACIÓN DE PUBLICACIÓN	COSTO-BENEFICIO	ALCANCE-LECTORÍA
TRES ARTÍCULOS EN REVISTA DOLCE VITA MAGAZINE	ITALIA	\$ 768,37	\$ 6.000,00	\$ 5.231,62	40.000 LECTORES SEMANALES
ROMA NOTTE	ITALIA	\$ 768,37	\$ 4.000,00	\$ 3.231,62	120.000 LECTORES
GOOD THINGS MAGAZINE (MENCIÓN DE MEDIA PÁGINA)	INGLATERRA	\$ 1.253,16	\$ 1.700,00\$	447,00	160.000 LECTORES
BLOG PETERS-PLANET.TRAVEL Y REVISTA FORBES DE HUNGRÍA	HUNGRÍA	\$ 768,37	A PUBLICARSE EN 2018		
TOTAL\$		3.558,00\$	11.700,00	\$ 8.141,73	320.000 LECTORES

4 SPOTS INCONTORNABLES EN ÉQUATEUR / 4 ESSENTIAL SPOTS IN ECUADOR

Par / By Karinne Delorme

1. CUENCA AU-DELÀ DES CONQUÉRÉDORS

Classé au Patrimoine de l'Unesco ce petit village colonial fondé en 1537 illustre un véritable charme. Au-delà de l'héritage espagnol, le site archéologique Puma-piampi rappelle le passé lointain de cette région. Puis vous découvrez la Route Française nommée en l'honneur de la première mission géographique Française. C'est ainsi la ville créée de fondation par le missionnaire français par la maison Hernando Ortega.

2. BOL D'AIR AU PARC NATIONAL CAJAS

À 30 km de Cuenca, cette route à la nature vagabonde de collines et montagnes, de lacs et lagunes. Avec six randonneurs, une dizaine de sentiers dont une partie du superbe Chemin de Inca s'offre à vous.



3. QUITO, ESCAPADE DANS LA VILLE VILLE

CUENCA BEYOND THE CONQUERORS

Classified Unesco Heritage site and established in 1537, this small colonial marvel displays an incredible charm. Beyond the Spanish heritage, Puma-piampi archaeological site recalls the region's distant past. Then you will discover the French Route named after the first French explorer, missionary. You will know the city created by the missionary Jean-François Ortega.

2. A GATEWAY TO NATIONAL PARK CAJAS

30 km away from Cuenca, this route to nature wanders from hills to mountains, lakes to lagoons. Six to hike, about ten trails can be explored including part of the mythical Inca trail, only partly.

3. QUITO, A JAUNT IN THE OLD CITY



CUENCA, LA FESTIVE !

CUENCA, FESTIVE CITY!

Dans le riche calendrier des fêtes de cette cité de l'Équateur, le Corpus Christi sera fêté le 15 juin en 2017. Repères.

À l'apogée de vastes célébrations traditionnelles de l'Église catholique qui, dans la ville coloniale de Cuenca, sont mêlées avec ferveur et joie. Cette fête illustre l'héritage espagnol, mais célèbre aussi les traditions religieuses, comme celles de Pachamama, le Tiro-Món, devant les à la fois et les divinités personnifiant le Soleil, en rendant grâce pour les récoltes. C'est un très bel exemple du syncrétisme religieux de l'Équateur.

7 jours de fêtes avec de nombreuses processions organisées par les différents paroisses. C'est sur la place principale de Cuenca, Parque Calderón, que se réalisent de multiples activités et que la nuit que les

As part of the holidays calendar of this city in Ecuador, Corpus Christi will be celebrated on the 15 June 2017. Some key features:

In the colonial city of Cuenca in Ecuador, originally traditional celebrations of the Catholic Church are lived with enthusiasm and joy. This Christian celebration comes from the Spanish heritage, but it celebrates also the indigenous traditions such as Pachamama, Tiro-Món, the Ferrillay Goddes, and last, the Sun Divinity, to thank for the harvest. It is a great example of the religious syncretism of Ecuador.

Seven-day celebrations with many religious processions organized by different parishes. It is on the main square in Cuenca, Parque Calderón, where many activities are held and also

1.1.1.3 PUBLICIDAD INTERNACIONAL

PUBLICACIÓN REVISTA VISIT LATIN AMERICA

Visit Latin America es una publicación destinada al Agente de Viaje y Tour Operador francés interesado en destinos latinoamericanos. Continuando con la estrategia en este mercado, se incluyó en la contraportada interior de su primera edición un artículo promocional; de igual manera Cuenca estuvo presente en la edición número 5 de este medio con una publicación sobre deporte y aventura, temas de interés

para quienes buscan en nuestro destino un contacto más cercano con espacios verdes y de adrenalina. Los franceses se consolidan como el cuarto mercado de interés, según cifras del boletín de estadísticas turísticas.

CAMPAÑA PROMOCIONAL WORLD TRAVEL AWARDS

•Publicación en "Breaking Travel News", revista online Internacional con más de 180,000 lectores a nivel mundial, vinculados con la industria de los viajes y el turismo. Esta publicación fue también compartida con la extensiva red

de medios de la industria del turismo perteneciente a World Travel Awards, a nivel mundial.

•Mailings masivos internacionales, alcance mayor a 290,000 personas vinculadas a la industria del turismo y viajes.

•Pauta radial en la emisora Radio Impacto 91.9 de la ciudad de New York, la cual es líder entre la comunidad migrante ecuatoriana radicada en EEUU, esto con el objetivo de promocionar y empoderar a este importante mercado sobre esta nominación y conseguir más votos por Cuenca.



CUENCA SE PROMOCIONA EN RADIOESCUCHAS A NIVEL INTERNACIONAL

Mediante una transmisión radial desde el refugio de la laguna Torreadora en el Parque Nacional Cajas, Azuay radio club sostuvo una conversación con aproximadamente 450 radio aficionados de Argentina, Colombia, Ecuador, Republica Dominicana, Estados Unidos, España, Rusia, Holanda, Ucrania, Italia, Islas Canarias, Marruecos, entre otros, para promocionar el destino Cuenca. Posteriormente, serán enviadas postales coleccionables con imágenes de la catedral y PNC como aporte a la promoción.

PROMOCION DESTINO CUENCA EN DESFILE DE LA ECUATORIANIDAD - EEUU

En el mes de agosto la Fundación de Turismo hizo parte de las celebraciones de nuestras fiestas patrias en la ciudad de Nueva York, participando en el evento denominado Desfile de la Ecuatorianidad con la asistencia de alrededor de 15 mil personas entre ecuatorianos y extranjeros. Una representación de Cuenca estuvo presente a través de mensajes publicitarios en lonas impresas las cuales presentaban imágenes del destino que permitían recordar al público asistente

sobre los atractivos turísticos de nuestro destino. Cholitas cuencanas acompañaron el desfile lo que aportó a la representación de nuestra identidad.

PAUTA PUBLICITARIA EN FOX SPORTS - WORLD TRAVEL AWARDS

Con el nuevo reconocimiento como Mejor Destino de Vacaciones Cortas, Cuenca estuvo presente con anuncios publicitarios en los partidos de semifinal de la Copa Libertadores de América en el cual estuvimos representados por un equipo nacional con la mayor hinchada del país y que con su transmisión en 3 países,



obtuvo una audiencia de más de un millón de espectadores en sus dos partidos de clasificatoria. Cuenca continúa posicionándose con su nuevo e internacional galardón según los World Travel Awards.

PUBLICIDAD EN AVIANCA

Durante el último trimestre del año, se llevó a cabo la pauta publicitaria de videos promocionales de Cuenca en las pantallas de los aviones de Avianca, en su segmento video de abordaje. 17 vuelos entre nacionales e internacionales presentan tomas de la ciudad a una audiencia de más de 540 mil pasajeros.

1.2 MERCADO NACIONAL

1.2.1 FAM & PRESS TRIP, RUEDAS DE NEGOCIOS Y CARAVANAS TURÍSTICAS

FAM TRIP GUAYAQUIL

En un trabajo articulado con la Gerencia de la Empresa Pública de Turismo de Guayaquil, se llevó a cabo el viaje de familiarización de 10 tour operadoras a la ciudad de Cuenca para conocer los principales y nuevos atractivos del destino, además de participar en un workshop con tour operadores locales en donde se llevaron a cabo negociaciones de interés para ambos mercados.

VIAJE DE PRENSA “VACACIONES SIERRA”

Se realizó un trabajo de coordinación para la realización de un Press Trip Nacional con motivo de vacaciones Sierra. El viaje de prensa contó con la participación de 19 periodistas de 12 medios de comunicación. Se atendió los requerimientos de los periodistas durante todos los recorridos realizados del 11 al 15 de julio de 2017 a la par que se hizo un trabajo de cobertura en redes sociales.

Reportajes conseguidos

MEDIO DE COMUNICACIÓN	INVERSIÓN FMTPC	VALORACIÓN DE PUBLICACIÓN	COSTO-BENEFICIO	ALCANCE-LECTORÍA
CANAL UNO	707,71	3.000 USD	2292,29	Nivel nacional (1.000.000 espectadores)
DIARIO EXPRESO	707,71	1.000 USD	292,29	20.000 ejemplares diarios (80.000 lectores)
ECUAVISA INTERNACIONAL	707,71	8.000 USD	7292,29	8.000.000 espectadores
RTU	707,71	3.000 USD	2292,29	Nivel nacional (1.000.000 espectadores)
EL HERALDO	707,71	800 USD	92,29	10.000 ejemplares diarios (40.000 lectores)
CHOKOTRIP	707,71	1.000 USD	292,29	Indefinido
TOTAL	4246,26	16.800 USD	12.553,74	

PROMOCION FIESTAS DE CUENCA EN RADIOS NACIONALES

Se realizó promoción radial nacional de la ciudad por sus fiestas del 3 de noviembre, y también promocionándola como un destino ideal para vacaciones cortas de acuerdo a su galardón obtenido en los WTA 2017. Para ello se escogió las radios de mayor audiencia en la Sierra y en la Costa. El pautaaje se realizó de la siguiente manera

MEDIO	PAUTAJE	FECHA	VALOR
Radio La Bruja	150 cuñas de 30" al mes	Octubre y noviembre de 2017	3360
Radio Forever	150 cuñas de 30" al mes	Octubre y noviembre de 2017	3360
Radio Fuego	120 cuñas de 30" al mes	Diciembre 2017 y enero 2018	3360
Radio La Otra	100 cuñas de 30" al mes	Diciembre 2017 y enero 2018	3360
Productora	Elaboración de 3 cuñas radiales de 30" a dos voces		604,80
TOTAL			\$14.044



PRESENTACION DEL DESTINO TOUR OPERADORAS QUITEÑAS

El 09 de febrero se llevó a cabo una presentación de destino Cuenca en la ciudad de Quito ante más de 90 tour operadoras con el objetivo de dar a conocer las nuevas rutas turísticas con las que cuenta la ciudad, ente ellas la Francesa, Molinos y el Pan, Artesanías, San Joaquín y Museos lo que diversifica las actividades que se pueden realizar en la ciudad. Adicional se promocionó el Jueves de Compadres y comadres, evento que abre los carnavales cuencanos. Se llevó a cabo además sorteos de alojamientos en Cuenca, sombreros de paja toquilla, y libros de fotografías.

PRESENTACIÓN DE DESTINO CUENCA EN GUAYAQUIL

Siendo Guayaquil el principal mercado de origen de visitantes en feriado y por turismo recreacional, el 04 de mayo se llevó a cabo una presentación de destino ante 38 asistentes entre las cuales se contaron con tour operadores, directores de escuelas de turismo y autoridades representativas. Durante esta actividad se entregó material promocional, suvenires, degustación gastronómica y se dio a conocer las rutas turísticas, además del Corpus Christi, se incluyeron en la presentación la cual amplió los conocimientos sobre el destino.

PRESENTACION ANTE ASOCIACION HOTELERA DEL ECUADOR (AHOTEC)

En el marco de los eventos organizados por la Asociación Hotelera del Azuay quienes acogieron a la asamblea general anual este año el 05 y 06 de mayo, se llevó a cabo una presentación de Destino Cuenca ante gerentes y altos representantes de la AHOTEC, más de 90 asistentes conocieron sobre las bondades turísticas de esta ciudad.



CAPACITACION A TOUR OPERADORAS QUITEÑAS

Con la intención de mantener actualizados a las agentes de counter, ventas, comercialización y gerentes de las principales tour operadoras de la ciudad de Quito, el 29 de marzo se llevó a cabo una capacitación sobre las nuevas rutas turísticas que presenta la ciudad, las cuales, pueden complementar los recorridos de los grupos de turistas extranjeros.

WORKSHOP SANTA ELENA

El pasado mes de junio se llevó a cabo en la ciudad una rueda de negocios entre tour operadores locales y operadoras de la provincia de Santa Elena quienes, por estar próximos a la temporada de avistamiento de ballenas, decidieron presentar su oferta para la experiencia de esta actividad, así como conocer sobre la oferta cuencana para poder ser comercializada en esta provincia.

PRESENTACION DESTINO EVENTO GUAYAQUIL

Por invitación de Tecnoreps, una de las Mayoristas de turismo más grandes del Ecuador y quien organizó en el mes de noviembre Guayaquil un evento para 100 agentes de viajes y tour operadores de la provincia del Guayas, Cuenca estuvo presente con una presentación de destino que permitió que los profesionales del turismo se enteren de las últimas novedades y de sus principales atractivos que tiene como ciudad. Esto sumado a la entrega de material promocional que garantiza un mejor conocimiento del destino.



WORKSHOP GALAPAGOS

A través de una invitación del Ministerio de Turismo para participar en el denominado WORKSHOP GALAPAGOS, el día jueves 23 de noviembre en las oficinas del Ministerio de Turismo en la ciudad de Quito, se realizó un encuentro entre tour operadores del destino Galápagos y profesionales de turismo del continen-

te para presentar la información que permita un mayor conocimiento de oferta y demanda, Cuenca participó teniendo un total de 36 citas pre asignadas lo que permitió conocer de cerca la realidad turística de este símbolo del turismo a nivel nacional e internacional, además de generar base de datos de relevancia y contactos para envío de información de nuestro destino.

ACTIVACIONES PARA FERIADOS

SEMANA SANTA Y FIESTAS DE CUENCA

Considerando que por Semana Santa se otorgó un feriado de 3 días a nivel nacional, se realizó una activación en el Malecón 200 en la ciudad de Guayaquil denominada "VIVE LA EXPE-



RIENCIA CUENCA” la cual buscó captar la atención del Destino Cuenca para ese feriado, a través de una presentación de la agenda de festividades del mes de abril por fiestas de Fundación el cual coincidió con este feriado. Con la participación de artesanos, cholas cuencanas con trajes típicos, entre ellas la Cholita cuencana 2017 y su corte, Reina de Cuenca y miembros del sector turístico, se presentó lo mejor que tiene la

ciudad y se llevaron a cabo varias entrevistas con medios de comunicación.

EVENTOS MASIVOS EN CUENCA

La tarde del viernes 21 de abril se llevó a cabo, en la ciudad de Guayaquil en el sector VII del Malecón 2000, la segunda activación denominada “Vive la ex-

periencia Cuenca”. Decenas de asistentes se pudieron deleitar con las técnicas de artesanos de paja toquilla y macanas, además de disfrutar de bandas de pueblo tradicionales y grupos de danza. Vale destacar que se llevó a cabo además la promoción del evento RotoFest el cual se llevó a cabo el sábado 29 de abril y que acogió a aproximadamente 25 mil personas.

FERIADO 24 DE MAYO

Se llevó a cabo en Guayaquil una nueva activación previa a un feriado nacional. Durante la tarde del 19 de mayo se presentó música, danza y artesanías cuencanas, captando así la atención del mercado Guayaquileño obteniendo así una ocupación hotelera del 51% de durante este feriado.

FERIADO 09 DE OCTUBRE

Cerca del feriado nacional por las fiestas octubrinas, se llevó a cabo en la ciudad de Guayaquil la presentación de bailes folclóricos, trabajos artesanales en joyería, cestería y paja toquilla, bandas de pueblo, cholas cuencanas y más. La presentación de nuestras costumbres tradiciones y herencias, motivaron al asistente guayaquileño a disfrutar de su feriado en nuestra ciudad obteniendo así una ocupación hotelera del 67%.

ACTIVACION FIESTAS DE CUENCA

Una visita a Guayaquil que incluyó una gira de medios promocionales en varias cadenas radiales, televisivas, así como prensa escrita, sumado a una activación en la zona del Malecón 2000, permitió contar con una ocupación hotelera promedio del 98% durante los 4 días de feriado que se dio en el país por la celebración de la Independencia de Cuenca.

ACTIVACION NAVIDAD EN CUENCA

Se llevó a cabo en la ciudad de Guayaquil, importantes acciones que aportan a la promoción del destino por temporada de Navidad ya que Cuenca propone varias actividades durante esta temporada, que resultan de interés para el turista, es así que una gira de medios, participación de artesanos, teatro y una corta pero simbólica “pasada” se llevó a cabo en Guayaquil la última activación del año la cual busca generar el interés de este mercado por visitar Cuenca.

PROMOCION RUTAS TURÍSTICAS

RUTA DE LAS ARTESANÍAS

Como parte de los eventos propuestos en el mes de abril por fiestas de Cuenca, el gremio de Artesanos desarrolló la feria denominada FERIA DE SALDOS en la cual, a través de su folletería, se colocó información sobre la Ruta de las Artesanías Cuencanas con el mapa que indica los puntos a recorrer dentro de esta ruta.

RUTA SAN JOAQUIN

En los programas de mano del evento denominado “Cuenca, Historia y Paisaje” los clubes de jardinería de “Cuenca” y “El Sigal” se promocionó mediante

un mapa, la nueva Ruta de San Joaquín y el Río Yanuncay. La exposición tuvo lugar en el Banco Central de la ciudad de Cuenca los días 21, 22 y 23 de abril. Al evento asistieron alrededor de 5 mil personas, con la entrega de esta información, conocieron sobre esta nueva propuesta turística.

RUTA DE LOS MOLINOS Y EL PAN

La Ruta de los Molinos y el Pan fue parte de los flyers y programas de mano del evento denominado Opera JESUCRISTO SUPERSTAR organizado por la Universidad de Cuenca, evento que tuvo lugar en el teatro Carlos Cueva Tamariz los días 13, 14 y 15 de abril a las 20h00 y al que asistieron alrededor de 2700 personas.

RUTA FRANCESA DE CUENCA

La Alianza Francesa de Cuenca en la celebración de la Fiesta de la Música, evento que reunió a más de 20 mil espectadores con la presencia de 44 bandas, de varios países, en 13 escenarios entre públicos y privados, presentó en sus programas de mano la Ruta Francesa de Cuenca para que tanto propios como visitantes, puedan conocer sobre esta propuesta turística para recorrer la ciudad.

RUTA
ARTESANÍAS
CUENCANAS



RUTA RURAL
SAN JOAQUÍN
Y EL RÍO
YANUNCAY



RUTA
DE LOS
MOLINOS Y EL
PAN



RUTA
DE LOS
MUSEOS



LA RUTA
FRANCESA
DE CUENCA



CU

CU

CUENCA
ALCALDÍA



CUENCA
ALCALDÍA



CUENCA
ALCALDÍA



1.2.2 PUBLICACIONES EN PRENSA

JUEVES DE COMPADRES EN REVISTA ÑAN

La revista "ÑAN", la cual tiene el objetivo de inspirar e informar a los viajeros acerca de las riquezas de nuestro país se ha posicionado como una de las mejores revistas de turismo a nivel nacional. Durante 2017 se realizaron dos publicaciones promocionales; en el mes de febrero, en su edición especial de fiestas tradicionales, un Publireportaje sobre Jueves de Compadres y Comadres. En

el mes de noviembre, un publireportaje dedicado a la gastronomía cuencana que es detallada en una interesante lectura que motiva al lector a visitar Cuenca para deleitarse con nuestras delicias gastronómicas.

WORLD TRAVEL AWARDS EN PORTADA DE REVISTA CUENCA ILUSTRE

La revista Cuenca Ilustre presentó en su portada del mes de abril, la campaña WTA, la cual busca ganar el reconocimiento de Cuenca como mejor destino de vacaciones cortas.

WORLD TRAVEL AWARDS EN VISTAZO

La revista Vistazo en su Edición del 07 de abril produjo un suplemento dedicado a Cuenca. El contenido incluye temas de Historia, religión y tradición: la Catedral Vieja, la nueva, los claustros de la Asunción y las Conceptas; tradiciones de Semana Santa y sus celebraciones religiosas. Además, en su edición del 23 de abril se incluyó publicidad sobre los WORLD TRAVEL AWARDS con imágenes de las famosos aguas termales de baños.

WORLD TRAVEL AWARDS EN COLMENA MAGAZINE EDICION ABRIL

Colmena Magazine una revista de diversos tópicos, de varias tendencias informativa, con énfasis en el discurso narrativo y que circula mensualmente en la ciudad de Cuenca incluyó en su edición del mes de abril a la campaña 72h Cuenca, por la nominación en los World Travel Awards como Mejor Destino de Vacaciones Cortas en Sudamérica en una página derecha, siendo esta una excelente ubicación.

PUBLICIDAD WORLD TRAVEL AWARDS EN EVENTO “ESCENARIOS DEL MUNDO” 2017

El festival Internacional ESCENARIOS DEL MUNDO llevó a cabo su décima edición con una semana entera dedicada al teatro de artes escénicas. Mas de 22 mil personas asistieron a este evento en el cual fue anunciado el nuevo logro obtenido para la ciudad, como Mejor Destino de Vacaciones Cortas en Sudamérica según los World Travel Awards. En todos los eventos que se desarrollaron en este festival, contó con la entrega de material promocional el cual incluía un aviso que presentaba el escudo ganador a esta nominación internacional.

AGENDA FESTIVIDADES FIESTAS DE FUNDACION

En la agenda del mes de abril, de distribución masiva y publicada por el Comité Permanente de Festejos, se incluyó publicidad sobre los WTA con la intención de que miles de asistentes a los diferentes eventos que se llevaron a cabo en la ciudad por estas fechas, conozcan y voten por Cuenca en esta nominación internacional.

WORLD TRAVEL AWARDS EN SUMMER EC

La revista Summer Ec, dirigida a un target tipo A tanto de Guayaquil como de Quito, llevó en su edición del mes de junio publicidad sobre los WTA con imágenes de aguas termales, así también se mencionó la candidatura por la que la ciudad compite. La revista incluyó en su edición todo un especial sobre una visita a Cuenca resaltando la temática de cultura y gastronomía.

PUBLICIDAD EN REVISTA “GUIA DE ORO, ECUADOR 2018”

La Guía de Oro “Ecuador” es la mejor publicación turística anual que durante dieciséis años ha recopilado información sobre nuestro país, resaltando las bellezas naturales de cada región y provincia del país y el cual es distribuido en sitios de interés

turístico que van desde hoteles de categoría hasta embajadas y consulados. En esta edición fue publicado un aviso con el nuevo reconocimiento para Cuenca como Mejor Destino de Vacaciones Cortas en Sudamérica, posicionándonos así como un destino para llevar a cabo una escapada.

PUBLICACION EN DIARIO EL UNIVERSO - FESTIVAL DE LUCES

Se llevó a cabo una publicación en diario el Universo para promocionar el evento denominado “Festival de Luces” el cual se lleva a cabo cada 07 de diciembre. La publicación tuvo un alcance de más de medio millón de lectores lo que permitió promocionar ante un mercado cautivo este evento que muestra las tradiciones y costumbres de los cuencanos. El contenido incluyó la agenda festiva preparada para este mes de diciembre.

SUPLEMENTO NAVIDEÑO DE CUENCA EN REVISTA VISTAZO Y HOGAR

Con un alcance de más de 200 mil lectores, se distribuyó la agenda de navidad en Cuenca en las revistas Hogar y Vistazo lo que permitió la promoción de las varias y diferentes actividades que ofrece el destino. La agenda contó además con villancicos cuencanos e información sobre el Festival de Luces, Pase del Niño



y la iluminación ornamental de la ciudad, como atractivos turísticos durante esta época del año.

PROMOCIÓN PASE DEL NIÑO EN RADIOS LOCALES

Se realizó el pautaaje de cuñas radiales de 30" con un mensaje alusivo a la importancia de ser parte del Niño Viajero en Cuenca. Para ello se pautó en dos radios locales de importante nivel sintonía (la Voz del Tomebamba y La Voz del Río Tarqui), pero dirigidas a diferentes targets de audiencia (una estación dirigida a un público de clase media alta y alta y otra a un público de clase popular) esto con la finalidad de alcanzar una audiencia diversa que contribuya a fortalecer la tradición del Pase del Niño en Cuenca.

MEDIO / proveedor	PAUTAJE / Servicio	Valor
Radio Tomebamba	6 cuñas diarias de 30" en horario rotativo del lunes 18 a sábado 23 de diciembre 2017	241,92
Radio Tarqui	6 cuñas diarias de 30" en horario rotativo del lunes 18 a sábado 23 de diciembre 2017	201,60
Cristian Flores	Elaboración de cuña musicalizada a una voz de 30"	168
TOTAL		611,52



PUBLICACIONES SEGMENTO MICE

CUENCA HIGHLIFE

Resources for Expat Living: “Cuenca is poised to become a national and international events destination”.

PUBLIRREPORTAJE EN REVISTA “VIAJES BODAS Y MÁS”

Se realizó una publicación en el primer tiraje de la Revista “Viajes Bodas y más”, sobre Cuenca como destino ideal para Bodas y Lunas de miel, con el fin de posicionar a la ciudad como un proveedor privilegiado para llevar a cabo este tipo de eventos en la ciudad para nacionales y extran-

jeros. La revista tuvo dos ediciones: abril 21 a Julio y agosto a diciembre.

En su primera edición tuvo un tiraje mayor a 5000 ejemplares, llegando a agencias de viajes, wedding planners y hoteles, tendrá además presencia digital y será difundida a nivel internacional. La segunda publicación fue difundida en la Feria “LOVE México”, en diciembre, donde además se mostró el video Cuenca Destino de Convenciones y Eventos.

Para el 2018 se planea realizar un workshop en la ciudad de Cuenca con el aval de la empresa “Viajes, Bodas y más” con actores y empresarios del sector de bodas y lunas de miel.

ACTUALIZACIÓN DE CATALOGO DE OFERTA DE SALONES DE RECEPCIÓN PRIVADOS PARA EVENTOS Y CONVENCIONES.

Actualización de Folleto con información relevante a Cuenca como Destino de Convenciones e Incentivos, atractivos turísticos y plazas de alojamiento.

El folleto ha sido presentado en Ferias como FIEXPO, CONNECTIONS MEETINGS e IBTM. De la misma manera, se actualizó la base de datos de organizadores de bodas y fotógrafos de la ciudad de Cuenca.



1.2.3 PUBLICIDAD EN ESPACIOS PÚBLICOS

VALLA PUBLICITARIA DE CUENCA

En la vía Cuenca - Molleturo - Naranjal a la altura de la Virgen del Cajas, se colocó una valla publicitaria sobre Cuenca con una llamativa fotografía del Se-

minario San Luis y las Cúpulas de la Catedral Nueva, principal ícono de la ciudad. Por esta vía se concentra un alto flujo de turistas quienes visitan Cuenca, sobre todo en un sitio de alto interés turístico como el Parque Nacional Cajas.

VALLA PUBLICITARIA EN LA COSTA

Considerando la propuesta de la Cámara Provincial de Turismo del Azuay, se instaló una valla promocional del destino en la Y de las vías Cuenca - Molleturo - Naranjal y Puerto Inca - Machala, sitio estratégico de alto tránsito y que define el desvío que conduce a nuestro destino.



PUBLICIDAD EN BUSES DE DOS PISOS QUITO TOUR BUS - QUITO

Por un periodo de 6 meses, los buses turísticos de dos pisos de la ciudad de Quito, llevarán la campaña “Despierta tus sentidos” la cual incluye imágenes del destino como paja toquilla, catedral y PNC y que estarán ubicadas en los vidrios posteriores de 3 buses los cuales son usados por

cientos de turistas mensualmente, además del impacto generado en transeúntes de la ciudad.

EL RINCON DE CUENCA EN MITAD DEL MUNDO

Mediante convenio firmado con Ciudad Mitad del Mundo para la cooperación de promoción de ambas instituciones, Cuenca cuenta con un espacio promocional en la oficina de información

turística de este atractivo turístico nacional, para ello se llevó a cabo el brandeo de una pared de grandes dimensiones con ilustraciones de la chola cuencana, detalles de polleras de paja toquilla y catedral. Ciudad Mitad del Mundo recibe anualmente a más de 700 mil turistas quienes ahora podrán enterarse sobre el destino Cuenca.



1.2.4 OTRAS ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

RECONOCIMIENTO DE LA CIUDAD COMO MEJOR DESTINO PARA VACACIONES CORTAS EN LOS WORLD TRAVEL AWARDS

Por primera vez Cuenca obtiene en el concurso “World Travel Awards”, reconocidos como “Los premios Oscar del Turismo” el premio de mejor destino para vacaciones cortas en Sudamérica. Las votaciones online para alcanzar este reconocimiento se dieron entre el 22 de marzo y el 19 de julio. Luego de aceptarse esta nominación se desarrolló una estrategia integral de promoción para alcanzar los votos necesari-

os. Entre las principales acciones realizadas se destacan:

- Elaboración de 50.000 flyers distribuidos con instructivo de cómo votar
- Videos con influencers locales y nacionales, llegando a tener un alcance mayor a 170,000 el influencer más difundido en redes.
- Difusión de videos promocionales e infográficos de la campaña en redes sociales y eventos varios de la ciudad.
- Brigadas de votación diarias en lugares de concurrencia masiva y colegios de la ciudad (La Inmaculada, La Salle, Los Andes, Febres Cordero).
- Vallas de la campaña en los lugares de mayor tránsito de la ciudad.
- Mailings masivos internacionales, alcance mayor a 290,000 personas vinculadas a la indus-

tria del turismo y viajes. Enviado en mayo, 2017.

- Mailings masivos a: funcionarios municipales, estudiantes de colegios de la ciudad, residentes extranjeros en la ciudad de Cuenca, miembros de la Cámara Americana Ecuatoriana, miembros de la Cámara de Comercio de Cuenca, base de datos de la FMTPC.
- Pautaje de publicidad de la campaña en radios: Super 949, FM 88 y Excelencia.

El premio fue recibido por el Alcalde de la Ciudad, Ing. Marcelo Cabrera en ceremonia especial realizada en la Riviera Maya mexicana. Luego de recibir el premio se organizó un evento público con el objetivo de empoderar a la ciudadanía se este premio y la importancia que tiene para el desarrollo turístico.



ELABORACIÓN DE SOUVENIRES

Considerando como una eficiente estrategia la distribución de elementos recordatorios del Destino, se contempló la elaboración de souvenirs tales como calendarios, shopping bags, esferos, llaveros, buffs, almohadas de viaje, porta esferos, memorias USB, entre otros. Estos elementos son entregados 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 \$15.475,48



ELABORACION DE MATERIAL PROMOCIONAL

NUEVA EDICION DE RUTAS TURÍSTICAS

Con un renovado concepto en la línea gráfica, se llevó a cabo la nueva impresión de las rutas turísticas: San Joaquín, Ruta de los Museos, Ruta Francesa, Ruta Artesanal y la Ruta de los Molinos de Pan. Este material aporta a la difusión de estos recorridos y es entregado en Presentaciones de destino, fam y press trips, visitas VIP, además ser entregadas en oficinas Itur tanto de la ciudad como a nivel nacional.

MAPAS DE CUENCA

Considerando que los mapas de un destino aportan a la promoción y difusión de los atractivos, se llevó a cabo la producción de nuevos mapas de la ciudad los cuales llevan en su contenido temas como “Los 10 imperdibles de Cuenca” e información del área de influencia como el Parque Nacional Cajas. Este material es distribuido en los puntos de información turística Itur, además de hoteles de la ciudad y de destinos de interés como Guayaquil y Quito.

VIDEO PROMOCIONAL SOBRE RUTA DE SAN JOAQUÍN

Con increíbles tomas, se produjo el video promocional para la Ruta de San Joaquín, el cual en sus versiones de 60 y 30” ha sido utilizado para la campaña de Vacaciones en Cuenca por la temporada de la Sierra, obteniendo así una mayor difusión y promoción de esta interesante ruta.



VIDEO AVENTURA EN CUENCA

Con magníficos escenarios en los alrededores, se llevó a cabo la producción del video de Aventura en Cuenca, el cual muestra los deportes extremos que se pueden llevar a cabo en el destino, desde trekking en el PNC, pasando por escalada en roca, bicicletas, cabalgata, canopy y parapente. El material aporta a la promoción del destino y en su primer mes de publicación, el video obtuvo un alcance de más de 100 mil personas únicamente en la red social Facebook.

FIRMAS DE CONVENIOS

El fortalecimiento interinstitucional aporta grandemente al desarrollo y estrategias promocionales que buscan posicionar destinos y servicios específicos. Es así que se han llevado a cabo importantes firmas de convenios con Gobiernos Locales como son Guayaquil, Ambato, además de servicios turísticos como Quito Tour Bus y Ciudad Mitad del Mundo.



1.3 PROMOCION TURISTICA LOCAL

PROGRAMA “CUENTA CUENCA CUENTA”

Continuando con el convenio suscrito con la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad de Cuenca se desarrolló una nueva edición del programa de Rutas Académicas “Cuenta, Cuenca, Cuenta”

Dentro de esta iniciativa se realizaron siete salidas, un sábado al mes, entre el 22 de abril y el 02 de

diciembre. El concepto manejado para esta edición fue la puesta en valor de la arquitectura moderna de Cuenca, presentada por prestigiosos Arquitectos que han aportado a la modernidad de nuestra ciudad.

Como resultado de este proyecto se destaca la participación ciudadana, de guías de turismo y estudiantes quienes pudieron conocer desde un punto de vista esta arquitectura que constituye un elemento representativo dentro de los atractivos turísticos del destino.

El monto invertido en este programa fue de USD \$4.496,42



PROMOCION LOCAL DE FESTIVIDADES PARROQUIALES

Como un aporte al fomento del turismo local y para motivar que los cuencanos visiten las parroquias rurales del cantón, se llevó a cabo realizó la promoción radial en las principales emisoras de la ciudad de las fiestas de parroquialización de Baños, Molleturo, Quingeo, entre otras.



2. *Desarrollo integral del sector turístico*

Objetivo General

- Mejorar de manera integral la competitividad turística del destino Cuenca

Estrategias

- Elaboración de estadísticas turísticas
- Elaboración de la Ordenanza de Turismo
- Proceso de Certificación Internacional de Destino
- Regulación y control del sector turístico
- Creación de nuevas temáticas turísticas
- Implementación de Tics para promocionar el turismo



2.1 ELABORACIÓN DE ESTADÍSTICAS TURÍSTICAS

Continuando con el proyecto iniciado en 2016, se renovó el convenio con la Universidad de Cuenca para la elaboración de estadísticas turísticas.

Para el presente año, los resultados son presentados de manera trimestral, con la finalidad de contar con la información actua-

lizada y de manera más oportuna.

Los boletines estadísticos son una herramienta de planificación y se encuentran disponibles en la página web www.cuenca.com.ec.



2.3 PROCESO DE CERTIFICACION INTERNACIONAL DEL DESTINO

El tres de noviembre Cuenca recibió un nuevo reconocimiento internacional vinculado con la actividad turística. La certificadora alemana TourCert realizó la entrega a la ciudad de la distinción como Destino Turístico Sos-

tenible, siendo el primer destino en Latinoamérica certificado por este organismo.

La Certificación Internacional de Destino “TourCert” consiste en la implementación de un sistema de mejora continua en la calidad de los servicios turísticos y abarca tres niveles: en primer lugar un producto turístico del destino con

sus atractivos más importantes para lo cual se identificó el tramo del Centro Histórico comprendido entre San Sebastián y el Parque Arqueológico Pumapungo. En segundo lugar, las empresas y emprendimientos (Hoteles, Restaurantes, Bares, Cafeterías, Tiendas de Artesanías, Galerías, Museos) en el tramo antes mencionado y que se identifican



como empresas asociadas. Finalmente, la Fundación de Turismo como la OGD (Organización de Gestión de Destino) responsable de llevar a cabo el proceso de mejora continua. Para cada área existen criterios específicos que deben ser cumplidos.

El proceso inició en el mes de abril con la firma del convenio, luego de lo cual se estableció un cronograma de actividades dentro de las cuales hasta el momento se han desarrollado talleres de so-

cialización, sensibilización y definición del producto a certificar, identificación de empresas asociadas, generación de planes de acción inmediatos, mapeo de los atractivos, y asesorías puntuales para centros artesanales.

Para el desarrollo de este proyecto, se contó con el aporte técnico del Ministerio de Turismo del Ecuador a través de la Dirección de Calidad y la Coordinación Zonal 6; la Escuela de Turismo de la Universidad del Azuay y la ase-

soía permanente con el equipo de TourCert que ha acompañado durante todo el proceso. De igual manera, ha sido importante la participación del sector turístico privado que contribuyó desinteresadamente, con su vinculación como empresas asociadas que se han comprometido a llevar adelante el proceso de mejora continua a partir de esta certificación. La inversión para este proyecto es de USD \$15.000,00



2.4 REGULACIÓN Y CONTROL DEL SECTOR TURÍSTICO

2.4.1 COORDINACION Y ACOMPAÑAMIENTO EN OPERATIVOS DE CONTROL

Dentro de las actividades de regulación y control planificadas para el presente año, se han desarrollado diferentes actividades

de coordinación en articulación con la Coordinación Zonal 6 del Ministerio de Turismo, Dirección Municipal de Áreas Históricas y Control Municipal y los Gremios Turísticos; durante este periodo se llevaron a cabo operativos de control en los sectores de alojamiento, bares y restaurantes. En cuanto a la oferta de alojamiento informal, se ha identificado este tipo de oferta para iniciar con procesos de notificaciones, adicionalmente se espera contar con la ordenanza en vigencia

para contar con una herramienta sancionadora. Entre otros resultados se destacan la elaboración del “Manual de procedimientos para el registro y funcionamiento de locales turísticos en el cantón Cuenca” el cual deja claramente definido los pasos a seguir para el registro de un negocio vinculado con la actividad turística. Una vez revisado y aprobado dicho manual, se elevará a resolución administrativa para que sea de uso obligatorio.



2.4.2 PROGRAMA FREE WALKING TOUR LEGAL

Dentro del control a la guianza y operación turística informal, se ha continuado con el programa free walking tour legal con el cual se ha logrado eliminar del Centro Histórico esta problemática y posicionar un servicio gratuito de Calidad-

El proyecto Free Walking Tour presentada por cuatro operadoras turísticas en coordinación con la Fundación Turismo para Cuenca y ofrece recorridos gratuitos por parte del Centro de la ciudad a los turistas en coordinación con hoteles, oficinas de información turística y operadoras turísticas legales. Durante 2017 se ofreció este servicio a 3.666 turistas.



PROYECTO RESCATE DE BARRIOS TRADICIONALES

Con el propósito de hacer de cada barrio tradicional, un producto turístico de calidad que pueda atraer la inversión privada y ser promocionado a nivel local, nacional e internacional, logrando de esta manera, dinamizar los procesos socioeconómicos de cada lugar propendiendo a la regeneración integral del barrio, se inició en el 2017 el proyecto de “Rescate de Barrios Tradicionales”, tomando a el barrio de El Vado como proyecto piloto, para lo cual hasta el momento, se ha realizado:

-Trabajo investigativo destinado a recopilar información sobre la historia, tradiciones y valor arquitectónico de barrio de El Vado

-Trabajo de socialización con los diferentes actores culturales, económicos y sociales del barrio de El Vado: dirigentes barriales, artesanos, dueños de locales comerciales relacionados con el turismo, etc. Se determinó de esta forma las necesidades reales del lugar e identificó las oportunidades, fortalezas y debilidades del barrio.

-Reunión de socialización con Dirección de Áreas Históricas, Fundación Iluminar y Consejo de Seguridad Ciudadana para ex-

poner las necesidades del barrio y conseguir ayuda, Luego de un recorrido con los representantes de dichas instituciones, se consiguió: nueva cámara de vigilancia de alta tecnología instalada en la Plazoleta del Vado; colocación de poste de alumbrado en Calle de la Cruz y Presidente Córdova; Inicio de gestiones por parte de Dirección de Áreas Históricas, para recuperación de inmuebles en estado de deterioro

-Se identificó y se levantó la información de los atractivos existentes del barrio con potencial para el turismo.



PROMOCIÓN DE RUTAS:

-Viaje de prensa para promoción de Ruta de San Joaquín, Ruta de los Molinos y el Pan, Ruta Artesanal y Ruta de los Museos: El martes 28 de marzo y el jueves 30 de marzo de 2017, se invitó a periodistas de diario El Tiempo, diario El Mercurio, Radio Ciudad, Austral TV, Gringo Three, Cuenca High Life, radio Cómplice, radio Visión, diario El Comercio, radio Familia, revista Vista Al Sur.

-Activación Ruta de San Joaquín: El día 12 de abril de 2017, se organizó un tour con la finalidad de promocionar la Ruta de San Joaquín. La convocatoria estuvo abierta al público y el tour partió con 20 inscritos a quienes se ofreció un recorrido gratuito que incluyó la fábrica de chocolate El Cisne, la granja integral Cuadrucó, taller de cestería Don Gerardo, Ecomuseo del Yanuncay y Viveros Sustag.



2.4.3 DESARROLLO DEL SEGMENTO EVENTOS Y CONVENCIONES (MICE)

Como estrategia del posicionamiento de Cuenca como destino para Eventos y Convenciones, la Fundación de Turismo hizo parte de los siguientes eventos:

“I CONGRESO DE EMPODERAMIENTO CON CABALLOS”, 11-12 DE FEBRERO

Entrega de souvenirs para los asistentes y difusión en redes de este evento con el fin de instruir a los educadores, estudiantes y público en general facilitando los procesos de crecimiento personal, superación de traumas o desarrollo de equipos.

Se contó con la participación de:

- 30 asistentes de Quito Guayaquil y Otavalo.
- 20 asistentes de la ciudad de Cuenca.

“FERIA DE DEPORTES EXTREMOS”, 11 DE FEBRERO

La FMTPC apoyó con la difusión en redes de este evento realizado en Cuenca Canopy, donde se realizó una demostración de diferentes modalidades de deportes extremos que se pueden practicar en la ciudad de Cuenca. Entre éstos: parapentismo, canopy, etc.

Se contó con la asistencia de alrededor de 150 personas de la localidad.



“II CUENCA INTERNACIONAL WRITERS CONFERENCE”, 14-17 DE MARZO

La FMTPC apoyó a esta Conferencia de escritores internacionales y talleres para aprender a redactar artículos, con información turística promocional de la ciudad y souvenirs, y difusión del evento en redes. Este evento que se desarrolló en la Ciudad de Cuenca del 14 – 17 de marzo, 2017 fue organizada por la comunidad de extranjeros retirados residentes en nuestra ciudad y esta es su segunda edición.

Contó con 80 participantes, todos residentes extranjeros en Cuenca.

En el 2018 se planea realizar la tercera edición de esta conferencia en la Escuela Central. Además, se plantea la opción de incluir a escritores locales y nacionales, así se atraerá a los talleres de escritura a la comunidad cuencana, y el proceso de integración entre expats y la ciudadanía local se empieza a gestar. El apoyo y gestión de la FMTPC será indispensable



ESTACIÓN PEATONAL PARKING DAY, 07 DE ABRIL

El Parking Day donde artistas, diseñadores y ciudadanos transforman plazas de aparcamiento, en zonas públicas temporales. La misión de este proyecto "Parking Day" es llamar la atención sobre la necesidad de espacio abierto más urbano, generar un debate crítico en torno a la forma en la cual se usa el espacio público para comodidad del peatón local

y el visitante o turista.

La FMTPC participó de esta iniciativa con tres estaciones: expendio de comida a cargo de Restaurante "La Cuchara Mágica", Juegos tradicionales y votaciones WTA. La actividad se llevó a cabo desde la 07:30 hasta las 18:00, en la Benigno Malo y Gran Colombia.



CONGRESO DIRSA, 26-28 DE ABRIL

La gestión y postulación de Cuenca como sede, y organización de este evento en su totalidad fue un esfuerzo conjunto de todo el GAD Municipal, con el fin de dar a conocer a Cuenca como un referente a nivel latinoamericano de su efectivo manejo de sus residuos sólidos, además de destino ideal para Congresos Internacionales, su planta hotelera lista y dispuesta para recibir

todo tipo de turista, variedad gastronómica, etc.

La FMTPC en su misión de promocionar y difundir los atractivos turísticos de nuestra ciudad entregó de 100 shopping bags a los conferencistas, asistentes nacionales e internacionales al Congreso Dirsa, además de la organización de una amena Noche Cuencana llevada a cabo en el Puente Roto. Entre participantes al Congreso tanto locales, nacionales y extranjeros se dieron cita alrededor de 450 personas.



ASISTENCIA A LA PRIMERA REUNIÓN DE PLANIFICACIÓN DE ACCIONES MICE CON EL MINISTERIO DE TURISMO QUITO – NOVIEMBRE, 2017.

El 22 de noviembre, el Ministerio de Turismo organizó la primera reunión de planificación de acciones MICE, con los más relevantes representantes de este segmento a nivel nacional. En este espacio se definieron las acciones de

promoción, ferias especializadas en el segmento, workshops, capacitación, apoyo en candidaturas, participación en ferias 2018, análisis de estrategias, etc. enfocado –siempre– a beneficiar e incrementar el turismo local, y renovar sus plazas de atracción de turismo. En esta reunión se analizó el Plan de Acción de Mercados 2018, participación en ferias internacionales (FIEXPO, IBTM Latinoamérica, IMEX Las Vegas, Wedding Business 3.0, LOVE Ecuador); capacitaciones

a nivel nacional sobre MICE, desarrollo de material promocional: página web, diseño de catálogo digital, y diseño e impresión del folleto promocional MICE; además MINTUR rescató el apoyo que se brindará a cada una de las instituciones en postulaciones y apoyo en viajes de inspección.



OTROS EVENTOS RELACIONADOS

-“XII Congreso Iberoamericano de Inclusión Educativa con Tecnologías Emergentes” 24-26 de mayo, 2017.

-“VII Semana Ecuatoriana de Enfermedades Digestivas”, del 15-17 de junio, 2017, 8 internacionales y 21 nacionales.

-Andes Rider Challenge, Rueda de prensa 30 de junio, 2017 y apoyo logístico durante el desarrollo del evento 05 de agosto, 2017.

-Entrega de souvenirs de bienvenida a Embajadores y Autoridades extranjeras y nacionales que acuden a la ciudad, con el fin de forjar relaciones de cooperación

e intercambio con éstos:

- oEmbajadora de Canadá.
- oEmbajador de Francia.
- oTécnicos del Metro de Medellín.
- oEmbajador de Turquía.
- oSecretario del Grupo de los 77+ China, Mourad Ahmia.
- oDelegación Alcaldía Moyobamba Perú.
- oDelegación India.
- oDelegación de Alemania.
- oCónsul General de EEUU
- oCandidatas a Reina de Cuenca, 2018.
- oCAF de la Agencia Francesa de Desarrollo y Bolivia SASA.
- oEmbajador de Holanda.
- oEmbajador de Vietnam.

-Capacitación proyecto MICE en el Seminario Internacional de

Eventos. El “Seminario Internacional del Eventos” es un encuentro especializado en el turismo de reuniones, este evento tuvo lugar el 23 de noviembre de 2017 en el Hotel Oro Verde de Cuenca desde las 08:00 hasta las 18:30, con tres diferentes módulos sobre organización de eventos con conferencistas internacionales y nacionales.

-Exhibición Fotos de Cuenca en la exposición “Los Patrimonios de la Humanidad del Ecuador” en la Ciudad de México, en las galerías abiertas de la Av. Reforma en el Parque Chapultepec, y otros espacios abiertos en la ciudad de México, proyecto patrocinado por la Embajada de Ecuador en México.

Red Social	Seguidores 2017	Seguidores 2016	% de crecimiento
Facebook	138.734	98.353	41,06%
Twitter institucional	9.245	7.302	26,61%
Twitter promocional	2.783	2.609	6,67%
Instagram	8.797	5.886	49,46%
YouTube	339	320	5,94%
Pinterest	1.341	1.346	-0,37%

2.5 IMPLEMENTACIÓN DE TICS PARA PROMOCIONAR EL TURISMO

2.5.1 PROMOCIÓN EN REDES SOCIALES

La estrategia de promoción a través de redes sociales se ha convertido en una de las actividades promocionales prioritarias que se 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 donde se comparte información sobre el destino y las distintas actividades que se realizan en la institución. Cada una de las plataformas tiene su propia temática, audiencia y contenido propio.

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

- Vacaciones Costa
- Premios World Travel Awards
- Vacaciones Sierra
- Activaciones previas a feriados
- Campañas de fiestas tradicionales (Jueves de Compadres, Semana Santa, Corpus Christi, Festival De Luces, Pase del Niño)



3. *Conservación y protección del patrimonio para el aprovechamiento turístico*

Objetivo General

- Incrementar la oferta turística del destino con la puesta en valor de su patrimonio intangible.

Estrategias

- Puesta en valor para el turismo de las principales manifestaciones culturales intangibles.



TRADICIONES PUESTAS EN VALOR

JUEVES DE COMPADRES

El jueves 23 de febrero se llevó a cabo el evento de “Jueves de Compadres y Comadres 2017”, desarrollado en el Parque Calderón.

Por la importancia y magnitud que ha tomado la celebración de

esta tradición recuperada por la Fundación turismo, se tuvo un trabajo de planificación de alrededor de un mes que incluyó varias reuniones de coordinación interinstitucional con las Direcciones Municipales de Áreas Históricas, Cultura, Fundación Iluminar, Gestión de Riesgos, Comité Permanente de Festejos, EDEC, Guardia Ciudadana, Cuerpo de Bomberos, Consejo de Seguridad Ciudadana, entidades con los cuales se coordinó toda la logís-

tica del evento, temas de seguridad, control vehicular, prevención de desastres, entre otros.

Con el objetivo de fortalecer la participación de la ciudadanía y vincular a los barrios en el rescate de las tradiciones culturales, mediante iniciativa del Instituto de Tecnologías Sudamericano en coordinación con la Dirección de Descentralización se articuló la elección de la “Comadre de Carnaval de los Barrios de Cuenca”.



De esta manera, se contó con la participación del cantanta ecuatoriano Fausto Miño como compadre oficial y la Sra. Mariana Domínguez como comadre de carnaval de los Barrios de Cuenca en un evento que convocó la presencia de más de 10.000 asistentes quienes disfrutaron de un espectáculo lleno de alegría y espíritu festivo de los cuencanos. La inversión realizada fue de USD \$11.287,57

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 una campaña promocional con activaciones en la ciudad de Guayaquil, presencia en medios de prensa nacionales, y campaña en redes sociales.

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 1.000 velas y faroles. El monto utilizado para esta actividad fue de USD \$424,42

CORPUS CHRISTI

Del 15 al 22 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. Consolidando el posicionamiento iniciado el año anterior, se desarrolló una campaña promocional bajo el slogan “la feria de dulces más grande del Ecuador #CorpusEnCuenca”, para lo cual se realizó un video promocional, presentación de la celebración en Guayaquil, publicaciones de prensa, campaña en redes sociales elaboración de material informativo, gorros y mandiles para las vendedoras de

dulces, entre otras actividades.

Como priostes de la primera noche de Corpus se realizaron varios actos de celebración con la presencia de castillos, participación de la Banda de la Guardia Ciudadana, presentación de los grupos de danza, entre otros. Al igual que en 2016, se contó con la presencia de artesanos de Manabí que elaboran dulces tradicionales de esta provincia. La acogida que tuvieron los arte-

sanos de Manabí fue totalmente exitosa. Cabe resaltar que para el inicio de Corpus Christi se contó con la presencia del Ministro de Turismo, Dr. Enrique Ponce de León, con lo cual se logró una mayor cobertura de medios de comunicación y promoción a través de las redes sociales de esta cartera de estado.

El presupuesto devengado para esta actividad fue de USD \$3.118,86.



FESTIVAL DE LUCES

El Festival de Luces es un evento organizado por la comunidad religiosa de Santo Domingo como conmemoración de la Coronación de la Virgen del Rosario como reina de Cuenca y del Azuay. Esta celebración consiste en iluminar la plazoleta de Santo Domingo y sus calles aledañas con miles de faroles que son colocados formando diferentes figuras re-

lacionadas con la festividad religiosa. Esta celebración se lleva a cabo cada 07 de diciembre y se la viene organizando durante los últimos 10 años. Desde el año 2016, la Fundación Turismo viene impulsando esta festividad para posicionarla como un evento de interés turístico.

Para la celebración de este año se dio una mayor connotación y promoción; con la participación

de reconocidas agrupaciones musicales y coros reconocidos de la ciudad que motivaron la asistencia masiva de público para participar de esta iniciativa.

El presupuesto devengado para esta actividad fue de USD \$5.366,89



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, por lo que la Fundación Turismo lo ha venido promoviendo desde años anteriores como un evento de interés turístico a través de la realización de conversatorios, elaboración de

folletería y publicidad sobre el mismo. Desde 2015 la Fundación Turismo participa de este evento, como una forma de apoyar al fortalecimiento y conservación de nuestras tradiciones, toda vez que es un evento con potencial de generar visitación turística, la participación en el Pase del Niño Viajero representa una estrategia promocional adecuada para poner en valor esta fiesta.

El presupuesto devengado para esta actividad fue de USD \$1.952,00



4. OTRAS ACTIVIDADES

INSTALACION DE MESAS DE REACTIVACION TURISTICA

El 25 de enero del año en curso se realiza una reunión con el Sr. Alcalde, Ing. Marcelo Cabrera, Directores y Gerentes de la Corporación Municipal y representantes del sector turístico para

tratar varios aspectos relacionados con el desarrollo del turismo en la ciudad. Como resultado de esta reunión se decidió estructurar tres mesas de trabajo en las cuales se definan los mecanismos para realizar actividades que contribuyan a la mejora del turismo en el destino. Las mesas conformadas fueron:

- 1.Mesa de Estadísticas y Promoción
- 2.Mesa de Planificación y Control

3.Mesa de Conectividad

Para la instalación de estas mesas se acuerda como fecha el día 14 de febrero del año en curso y a partir de la misma se han realizado tres reuniones adicionales de estas mesas (17 de abril, 25 de julio y 29 de septiembre) las cuales han permitido generar un trabajo articulado entre las diferentes instancias del GAD Municipal con el sector turístico privado.



PARTICIPACION EN LA PRIMERA MINGA NACIONAL DE TURISMO RURAL SOSTENIBLE

Como una iniciativa local del Concejal Lauro Pesantez y de la Organización Rural Turismo Amigable Solidario, el día 15 de julio se desarrolló la Primera Minga Nacional de Turismo Rural Sostenible.

Este encuentro se desarrolló en la parroquia Cumbe con el objetivo de dar a conocer a la población rural sobre los beneficios que se pueden alcanzar con un adecuado desarrollo turístico, para lo cual se contó con expositores de excelente nivel que compartieron su experiencia con los asistentes. De esta manera, se contó con la participación del Ing. Miguel Ángel Acán, el representante de la Corporación de Turismo Comunitario de Chimborazo, CORDTUCH, Ing. David Villacís,

especialista en destinos del Ministerio de Turismo, Lcdo. Lauro Guayllas - Gerente de la operadora de turismo rural comunitario del cantón Saraguro-Loja y Mgs. Fernando Pontón, Gerente de GPA Tours.

Entre las principales conclusiones obtenidas se destacan:

- La puesta en valor del turismo rural es un proceso a largo plazo, que requiere el compromiso de la comunidad para trabajar de manera asociativa, bajo el concepto de que esta actividad es un negocio con la finalidad de contribuir al desarrollo económico local.

- Se debe trabajar para convertir a los atractivos en verdaderos productos turísticos, para lo cual es necesario contar con accesibilidad (vialidad), facilidades en el sitio (caminería, señalización, baños, etc.) y actividades en el atractivo (caminatas, senderismo, camping, experiencias vivenciales, etc.).

- Las parroquias rurales del Cantón Cuenca tienen potencialidad para desarrollar una oferta turística competitiva. Para esto se recomienda fortalecer las políticas públicas relacionadas con el desarrollo turístico rural. Al respecto se puntualiza que la Fundación Municipal Turismo para Cuenca apoya el desarrollo turístico rural con actividades como la implementación de la ruta de San Joaquín y Biocorredor del Río Yanuncay, inclusión de visitas a oferta rural dentro de los viajes de familiarización y prensa, promoción de las festividades de las parroquias rurales, entre otras.

- Se solicita al Ministerio de Turismo planificar un programa de capacitación en turismo rural para de esta manera formar a las personas que quieran emprender en esta alternativa y poder desarrollar efectivamente productos turísticos rurales de calidad.



ATENCIÓN AL TURISTA EN OFICINAS ITUR

Las oficinas de información turística i-Tur atendieron durante 2017 a 7.363 visitantes. El total de turistas nacionales ha sido 1.420 personas (19,29%); y 5.943 turistas extranjeros (80,71%)

Oficinas Itur	%	
Total Turistas	7.363	
T. Nacionales	1.420	19,29%
T. Extranjeros	5.943	80,71%

Los principales países de procedencia de los turistas atendidos son: Ecuador, Argentina, Estados Unidos, Francia, España, Alemania, Chile, Perú, Canadá, Colombia; cuyo número de visitas y porcentaje de participación se aprecia a continuación:

RESUMEN NACIONALIDAD DE TURISTAS ESTADÍSTICAS DE VISITACIÓN OFICINAS I-TUR AÑO 2016

	Nacionalidad	No. Turistas	% Participación	TOTAL
1	Ecuador	1420	19,29%	78,92%
2	Argentina	784	10,65%	
3	Francia	742	10,08%	
4	Estados Unidos	740	10,05%	
5	España	571	7,75%	
6	Alemania	415	5,64%	
7	Chile	355	4,82%	
8	Canadá	316	4,29%	
9	Perú	271	3,68%	
10	Colombia	197	2,68%	
11	Otros Países	1.522	21,08%	21,08%
Total		7.363	100%	100,00%

PROYECTO	GESTION DEL PROYECTO				PRESUPUESTO			
	PLANIFICADO %	EJECUTADO %	CUMPLI- MIENTO %	CODIFICADO	COMPROMISO	DEVENGADO	CUMPLIEN- TO COMPRO- MISO %	CUMPLIMIENTO DEVENGADO %
PROMOCION DEL DESTINO TURÍSTICO	100,00%	94,11%	94,10%	407.340,43	389.488,14	363.868,30	95,62%	89,33%
DESARROLLO INTEGRAL DEL SECTOR TURÍSTICO	100,00%	94,25%	94,30%	118.659,35	117.157,43	117.157,43	98,73%	98,73%
CONSERVACION Y PROTEC- CION DEL PATRIMONIO PARA EL APROVECHAMIENTO TURISTICO	100,00%	84,40%	84,40%	27.402,53	26.108,01	26.108,01	95,28%	95,28%
TOTAL	100,00%	90,92%	90,90%	553.402,31	532.753,58	507.133,14	96,27%	91,64%

RENDICIÓN DE CUENTAS 2017



Cuenca
ALCALDÍA



con la gente, **siempre**

MARCELO CABRERA
ALCALDE DE CUENCA

ADMINISTRACIÓN 2014 - 2019