

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL



CARRERA DE HOTELERIA Y TURISMO

**Implementación de un Libro Digital de los Mitos, Leyendas y Toponimias
más importantes del Cantón Cuenca para la Fundación Municipal de
Turismo para Cuenca**

Autor:

Verónica del Rosario Peláez Pizarro

Tutor:

MSC. Paola Molina

Quito Ecuador

2013

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

APROBACION DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación certifico:

Que el Trabajo de Graduación “IMPLEMENTACION DE UN LIBRO DIGITAL CON LOS MITOS, LEYENDAS Y TOPONIMIAS MAS IMPORTANTES DEL CANTON CUENCA PARA LA FUNDACION MUNICIPAL DE TURISMO PARA CUENCA”, presentado por Verónica del Rosario Peláez Pizarro, estudiante de la carrera de Turismo, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Grado, que se designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Quito, enero 2013

TUTOR

MSC. Paola Molina.

C.C. 010367549-2

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

AUTORÍA DE TESIS

La abajo firmante, en calidad de estudiante de la Carrera de Turismo declaro que los contenidos de este Trabajo de Graduación, requisito previo a la obtención del Grado de Ingeniera en Turismo, son absolutamente originales, auténticos y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, enero del 2013

Verónica del Rosario Peláez Pizarro

CC: 010578134-8

DEDICATORIA

Primero que todo dedico esto a Dios y a la Virgen por darme la fortaleza necesaria para seguir adelante.

A mi Madre y a mi Padre por ser lo más valioso que tengo. A mis Hermanos por haberme apoyado en todo el transcurso de mi carrera.

A mis Hermosas Sobrinas que fueronmi inspiración para seguir adelante en todas mis metas y a miAmado Esposo que siempre estuvo a mi lado en todo momento para brindarme todo su apoyo y amor.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por haberme dado todo lo que hoy tengo, en especial a mis padres, sobrinas, esposo, y hermanos, ya que ellos son mis más grandes apoyos y mis ejemplos a seguir, a mi maestra Paola Molina por haber estado a mi lado en todo el proceso de titulación y sobre todo por haberme enriquecido con sus conocimientos, y a todas las personas que supieron estar a mi lado en el transcurso de este proyecto.

RESUMEN

Han surgido múltiples tecnologías y aplicaciones que han revolucionado el mercado del turismo en el mundo como los sistemas globalizadores, estas son las principales herramientas tecnológicas para la promoción de atractivos turísticos, ya que permiten la concentración de la información de múltiples atractivos en un solo sitio web. La industria del turismo depende extraordinariamente de la información. Antes de realizar un viaje, los turistas solicitan o averiguan información para planear y elegir entre múltiples opciones, pero también se observa la necesidad creciente de información durante y después del viaje.

Hoy en día gracias a los avances que ha ido mostrando la tecnología, hoy se puede hablar sobre libros electrónicos como una herramienta fundamental para el uso dentro del campo turístico, ya que sirve como un guía virtual al momento de consultar algo u obtener información sobre los atractivos que representan el destino elegido.

Es por eso que el presente trabajo de tesis apunta a dar nuevas alternativas de promoción turística para la fundación Municipal De Turismo Para Cuenca a través de la implementación de un Libro Digital (ebook) como herramienta de promoción de los atractivos más importantes del Cantón Cuenca como es el caso de los atractivos intangibles de: Mitos, Leyendas y Toponimias.

SUMMARY

Have sprouted multiple technologies and applications that have revolutionized the tourism market in the world as globalizing systems, these are the main tools for promoting technological attraction, allowing the concentration of many interesting information in a single website . The tourism industry is extremely dependent information. Before making a trip, tourists ask or find out information to plan and choose from multiple options, but also show the growing need for information during and after the trip.

Today, thanks to the advances that have been showing the technology, we can now talk about e-books as a fundamental tool for use in the field of tourism, as it serves as a virtual guide to consult when something or learn about the representing attractive destination.

That's why this thesis aims to provide new alternatives to promote tourism within the Municipal Touring Basin through the implementation of a digital book (ebook) as a tool to promote the most important attractions of Cuenca Canton as what are the Myths, Legends and place names.

LISTA DE CUADROS Y GRAFICOS

FIGURA 1	18
FIGURA 2	24
FIGURA 3	25
FIGURA 4	26
FIGURA 5	26
FIGURA 6	27
FIGURA 7	27
FIGURA 8	28
FIGURA 9	29
FIGURA 10	30
FIGURA 11	31
FIGURA 12	38

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1	-----	71
ANEXO 2	-----	72
ANEXO 3	-----	73
ANEXO 4	-----	74
ANEXO 5	-----	75
ANEXO 6	-----	78
ANEXO 7	-----	80
ANEXO 8	-----	81

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCION	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Objetivos	3
1.2.1 General	3
1.2.2 Específicos	3
2. MARCO DE REFERENCIA	3
2.2.1 Marco Conceptual	3
2.2.2 Fundamentación Teórica	7
2.2.2.1 Teorías de Estudio	7
2.2.2.2 Teoría de Procesos	13
2.2.3 Hipótesis	16
2.2.3.1 General	16
2.2.3.2 Específicos	17
3. ESTRATEGIA METODOLOGICA	17
3.1 Unidad de Análisis	17
3.2 Población y Muestra	21
3.3 Tipo y Nivel de Investigación	21
3.4 Técnicas e Instrumentos	22
3.5 Organización y Análisis de Datos	24
3.6 FODA	32

3.6.1 Conclusión Parcial-----	33
4. RESULTADOS-----	34
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES-----	67
5.1 Conclusiones -----	67
5.2 Recomendaciones-----	67
BIBLIOGRAFIA -----	68
ANEXOS -----	71

1 INTRODUCCION

Esta introducción expone una idea principal que es la “Implementación de un Libro digital de los Atractivos Turísticos más importantes de Cuenca para la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca” (Mitos, Leyendas y Toponimias), con esta idea se pretende alcanzar una opción diferente al resto de las guías, como el de brindar una información más dinámica, con un enfoque diferente que conquiste al turista por su innovación, creatividad, por su impacto visual brindando una información clara y necesaria para la satisfacción del turista en el ámbito de la información especializada en el marco de los viajes.

Gracias a los avances en la tecnología hoy se puede habla del mercado de libros electrónicos que se están convirtiendo en el artículo de moda, son muy útiles

sobre todo en el campo turístico, ya que se debe tener varias guías de viaje y de esta manera una persona puede consultar una sola guía de manera virtual, que compile toda la información de los atractivos que representan el destino elegido.

1.1 ANTECEDENTES

El ebook llamado también libro digital desde 1971 hasta hoy, es una publicación en formato digital que requiere ciertos dispositivos para su almacenamiento y un software para su lectura. Al comienzo, los ebooks fueron la digitalización de los libros impresos. Esto se generaliza al final de la década de los 70 y principio de los 80. La mejora en las pantallas de ordenador popularizó la aparición de documentos en formato digital que además se distribuían por red: correo electrónico, web, etc. La gente empezó a leer en pantalla y a no imprimir los documentos que le llegaban. Todo esto ocurría a finales de los 90.

Pero con la llegada del nuevo siglo, y ante las molestias de leer durante muchos minutos de forma continua o incluso horas en pantalla, se desarrollaron tecnologías que trataban de conseguir que leer libros electrónicos fuese tan cómodo como los libros de papel. Al día de hoy los ebooks se están convirtiendo en el artículo de moda, son ecológicos, prácticos, te hacen ahorrar espacio y dinero. Son muy útiles sobre todo en el campo turístico, ya que una persona puede consultar la guía en todo momento.

Según el Reporte Global de Tecnología del 2010-2011^a de 138 países estudiados a Ecuador le corresponde el puesto 108 dentro de los países Latinoamericanos que sacan provechos con la TIC's, es por eso que hoy Ecuador está implementando nuevas formas de comunicación con el objetivo de estar más en contacto con las personas dentro y fuera del país, el Ebook es una de las

herramientas de comunicación más eficaces para poder promocionar, representar y sobre todo informar sobre algún destino turístico dentro de nuestro País.

En Cuenca la gente hoy en día se está apropiando del manejo de la tecnología de la comunicación al servicio del turismo para la promoción de los diferentes atractivos turístico como en es el caso de los Mitos, Leyendas y Toponimias, así poco a poco se está dejando atrás lo analógico y dando paso a lo digital manejando nuevas formas de informar y promocionar.

La Ilustre Municipalidad de Cuenca a través de la gestión de la alcaldía ve la necesidad de crear una unidad de apoyo al desarrollo del turismo local, creando así la fundación municipal de turismo para cuenca la cual ha fijado sus objetivos como prioridad de acción, promocionar difundir e informar el turismo que oferta el cantón cuenca identificando sus: atractivos, servicios, beneficios de visitarlo

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 General

Implementar un Libro digital de los mitos, leyendas y toponimias más importantes del Cantón Cuenca para la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca.

1.2.2. Específicos

- Fundamentar la implementación de un libro digital de los mitos, leyendas y toponimias más importantes del cantón cuenca para la fundación municipal de turismo para cuenca.
- Diagnosticar la necesidad de implementación de un libro digital de los mitos, leyendas y toponimias más importantes del cantón cuenca para la fundación municipal de turismo para cuenca.

- Proponer la implementación de un libro digital de los mitos, leyendas y toponimias más importantes del cantón cuenca para la fundación municipal de turismo para cuenca.

2. MARCO DE REFERENCIA

2.2.1 Marco Conceptual

- **Turismo** actividades que realizan las personas durante sus viajesy estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodode
- tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negociosy otros”¹
- **Turismo** como el conjunto de las acciones que una **persona** lleva a cabo mientras **viaja y pernocta** en un sitio diferente al de su residencia habitual, por un periodo consecutivo que resulta inferior a un año.²
- **Turista.-** Un turista es aquella persona que se traslada de su domicilio habitual a otro punto geográfico, estando ausente de su lugar de residencia habitual más de 24 horas y realizando pernoctación en el otro punto geográfico.³
- **Viajero:** toda persona que se desplaza fuera de su entorno habitual de residencia o fuera de su país.⁴
- **Excursionista:** todo visitante que no pernocta en el lugar de visita.⁵
- **Visitantes.-** Toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a doce meses y cuya finalidad

¹<http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1128/9284402697.pdf>

²<http://definicion.de/turismo/>

³<http://www.google.com.ec/search?hl=es->

[419&newwindow=1&q=turista&tbs=dfn:1&tbo=u&sa=X&ei=E_NYUMO6Lis8ASzoDADA&ved=0CB8QkQ4&biw=1304&bih=695](http://www.google.com.ec/search?hl=es-419&newwindow=1&q=turista&tbs=dfn:1&tbo=u&sa=X&ei=E_NYUMO6Lis8ASzoDADA&ved=0CB8QkQ4&biw=1304&bih=695)

⁴http://ec.kalipedia.com/geografia-uruguay/tema/definiciones-omt-organizacion-mundial.html?x1=20080801klpgeogur_46.Kes&x=20080801klpgeogur_47.Kes

⁵http://ec.kalipedia.com/geografia-uruguay/tema/definiciones-omt-organizacion-mundial.html?x1=20080801klpgeogur_46.Kes&x=20080801klpgeogur_47.Kes

- principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.⁶
- **Servicios.-actividad y consecuencia de servir** (un verbo que se emplea para dar nombre a la condición de alguien que está a disposición de otro para hacer lo que éste exige u ordena).⁷
- **Información turística.-** Conjunto de servicios que se prestan al turista para informarle y orientarle durante su viaje o su estancia en destino. La información puede ser transmitida por informadores turísticos en oficinas de turismo, o a través de guías intérprete, guías correo o acompañantes de grupo. Pero también por medios de telecomunicación y telemática, como Internet o la telefonía móvil.⁸
- **Promoción Turística.- difusión** de un lugar como **destino** para los turistas. Es importante destacar que la llegada de visitantes a una ciudad o un país genera **ingresos económicos** para dicho lugar: por eso la importancia de la promoción turística. Se habla de **campaña de promoción turística** para señalar a las actividades y emprendimientos que se llevan a cabo con la intención de que los potenciales viajeros conozcan los atractivos de un destino y se decidan a planificar una visita. Estas campañas intentan divulgar los atractivos naturales, históricos, culturales, etc. del destino.⁹
- **Destino Turístico.-** destino turístico a una zona o área geográfica que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado. Desde el punto de vista

⁶<http://www.poraqui.net/diccionario/index.php/term/Glosario+de+turismo+y+hosteler%C3%ADa.visitante.xhtml>

⁷<http://definicion.de/servicio/>

⁸<http://www.poraqui.net/diccionario/index.php/term/Glosario+de+turismo+y+hosteler%C3%ADa.informaci%C3%B3n+tur%C3%ADstica.xhtml>

⁹<http://definicion.de/promocion-turistica/>

empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las relaciones que se edifican entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística.¹⁰

- **Turismo urbano** Aquel que se desarrolla en específicamente en las ciudades con el objetivo de descubrir o conocer sus puntos de interés, desde la conformación urbanística, avenidas, plazas, edificios públicos comunes e históricos, museos y todo otro atractivo.¹¹

- **Turismo sostenible**

Aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje.¹²

- **Demanda turística.**- Conjunto de consumidores de una determinada oferta de servicios turísticos. Conjunto de bienes o servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino.¹³
- **El turismo cultural.**- es un proceso social que tiene como elemento distintivo la referencia al conjunto de procesos simbólicos que denominamos "cultura", así como a sus productos. El concepto de "lo cultural" está fuertemente vinculado a una idea de "patrimonio" - entendido

¹⁰[http://cloudtourism.pbworks.com/w/page/16041344/1-](http://cloudtourism.pbworks.com/w/page/16041344/1-6%20Destinos%20Tur%C3%ADsticos%3A%20Definici%C3%B3n.%20funciones.%20agentes.%20componentes%20y%20estructura)

[6%20Destinos%20Tur%C3%ADsticos%3A%20Definici%C3%B3n.%20funciones.%20agentes.%20componentes%20y%20estructura](http://www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo/Diccionario-1/T/TURISMO-URBANO-1682/)

¹¹<http://www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo/Diccionario-1/T/TURISMO-URBANO-1682/>

¹²<http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=1>

¹³<http://eduturismo.tripod.com/glosario.htm>

este, preliminarmente, como el uso o posesión de los bienes producidos como consecuencia de estos procesos "culturales".¹⁴

- **Ecoturismo.**- es la actividad turística que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente y evitando los daños a la **naturaleza**. Se trata de una tendencia que busca compatibilizar la industria turística con la **ecología**.¹⁵
- **Turismo verde.**- es un concepto que circula alrededor de dos bases interrelacionadas: el turismo y el medio ambiente, se hace hincapié en el respeto por el medio ambiente, la naturaleza, la fauna y flora local, etc.¹⁶
- **Turismo virtual.**- El turismo virtual es aquel que mediante el soporte de una computadora y mediante programas específicos se puede simular la experiencia de viajar.¹⁷
- **Atractivo turístico.**- conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Este último se transforma de esta manera en un destino turístico.¹⁸
- **Ebook.**- Libro en formato digital que, en algunos casos, requiere programas específicos para su lectura. Suele aprovechar las posibilidades del hipertexto, de los hiperenlaces y del multimedia, y puede estar disponible en la red o no.¹⁹

¹⁴http://www.nava.org.ar/turismo/definicion_turismo_cultural.htm

¹⁵<http://definicion.de/ecoturismo/>

¹⁶<http://locuraviajes.com/blog/que-es-el-turismo-verde/>

¹⁷<http://turismovirtual.blogia.com/>

¹⁸<http://estudiosdelturismo.blogspot.com/2009/05/conceptos-de-patrimonio-atractivo.html>

¹⁹<http://www.definicion.org/e-book>

2.2.2 FUNDAMENTACION TEORICA

La fundamentación teórica nos permite identificar las teorías más importantes o relevantes que serán utilizadas y puestas en práctica para el desarrollo de este trabajo de graduación.

2.2.2.1 TEORIAS DE ESTUDIO

Teorías de la comunicación

Según J. Dumazeider, Paul Watzlawick todo comportamiento es una forma de comunicación. Como no existe forma contraria al comportamiento (“no-comportamiento” o “anti-comportamiento”), tampoco existe “no-comunicación”. Toda comunicación tiene un nivel de contenido y un nivel de relación, de tal manera que el último clasifica al primero, y es, por tanto, una metacomunicación: Esto significa que toda comunicación tiene, además del significado de las palabras, más información sobre cómo el que habla quiere ser entendido y que le entiendan, así como, cómo la persona receptora va a entender el mensaje; y cómo el primero ve su relación con el receptor de la información.²⁰

Según Antonio Pasquali, la comunicación ocurre cuando hay “interacción recíproca entre los dos polos de la estructura relacional (Transmisor-Receptor)” realizando la “ley de bivalencia”, en la que todo transmisor puede ser receptor, todo receptor puede ser transmisor. “Es la correspondencia de mensajes con posibilidad de retorno mecánico entre polos igualmente dotados del máximo coeficiente de comunicabilidad”. Los únicos entes capaces de presentar comportamientos comunicacionales y sociales, de transmitir y recibir intelectual y sensorialmente son los seres racionales, (los seres humanos) los cuales poseen

²⁰ DUMAZEIDER, J, WATZLAWICK, Paul, “Teoría de la Globalización”, Pg. 7.

lo que Pasquali denominó el “con-saber” de la conciencia de la co-presencia de ambos para que se de la comunicación, (el saber que existen dos presencias, la del “otro” y la propia), que interactúan simétricamente, tratando de acondicionar la voluntad de entendimiento mutuo, es lo que se denomina diálogo. Expresa que “No hay “comunicación” ni relaciones dialécticas de otro tipo con la naturaleza y la materia bruta” en este caso sólo existe una “relación monovalente” o una “relación de información”, donde los mensajes emitidos no tendrían retorno mecánico, ya que los participantes presentan un bajo coeficiente de comunicabilidad.²¹

- **Debate Teórico y Análisis.-** De acuerdo al tema seleccionado se ha elegido la teoría que plantea J. Dumazeider, Paul Watzlawick, porque el ebook al ser un sistema abierto de comunicación, que contiene un nivel de comunicación específica dirigido hacia la gente con acceso a la web, esto implica un segmento muy amplio que pueden acceder a la información que contiene este medio de comunicación como es el ebook.

Teoría de la globalización

Según Ianni Octavio, la Teoría de la Globalización “El mundo ya no es exclusivamente un conjunto de naciones, sociedades nacionales, estados naciones, en sus relaciones de interdependencia, dependencia, colonialismo, imperialismo, bilateralismo, multilateralismo. Simultáneamente, su centro ya no es principalmente el individuo, tomado singular y colectivamente, como pueblo, clase, grupo, minoría, mayoría, opinión pública. (...En la época de la globalización, el mundo comenzó a ser taquigrafiado como “aldea global”, “fábrica global”, “tierra patria”, “nave espacial”, “nueva Babel” y otras expresiones. Son metáforas

²¹ PASQUALI, A, “Teoría de la Comunicación”, Pg. 12

razonablemente originales, que suscitan significados e implicaciones y llenan textos científicos, filosóficos y artísticos.”²²

Según Karl Marx si por globalización entendemos el proceso de mundialización del desarrollo de la ciencia y la técnica, la producción, el mercado, la cultura, las comunicaciones, la política y otros muchos fenómenos y desde luego de los problemas que este desarrollo genera, al marxismo le correspondió hacer su primer estudio científico cuyos elementos centrales conservan su validez para el proceso de globalización actual. La globalización, asunto controvertido y preocupante para la humanidad en nuestros días, aunque tenga ritmos y dimensiones nuevos, no es un problema nuevo. Sus inicios hay que buscarlos en la mundialización de las relaciones de producción capitalistas²³

- **Debate Teórico y Análisis** .- La teoría de la globalización según Ianni Octavio enfoca mas el proceso de Globalización que requiere de medios que permitan encausar el procesamiento y transmisión de grandes volúmenes de información a nivel mundial en forma confiable y eficiente, es por ello que esta teoría se ha transformado en uno de los principales estímulos y al mismo tiempo, en el ámbito de los avances de las tecnologías de la informática y las telecomunicaciones y del consecuente desarrollo de redes mundiales de Infocomunicación, por lo tanto la tecnología asume los procesos de globalización enfocados en un ámbito globalizado es así que el ebook no es un herramienta que se aísla de este proceso.

²² IANNI Octavio, “Teoría de la Globalización”, Pg. 15

²³ MARX Karl, “Teoría de la Globalización”, Pg. 11

Teoría de las Tics

Según Marcela Silva se basa en la Ciencia de la información automatizada, todo aquello que tiene relación con el procesamiento de datos, utilizando las computadoras y/o los equipos de procesos automáticos de información. Telemática: Conjunto de servicios de origen informático suministrados a través de una red de telecomunicaciones que permite la comunicación entre ordenadores más o menos alejados y la utilización de servicios informáticos a distancia.²⁴

Según Rodríguez y Feliú la teoría de las Tics en abarca conjuntos de conocimientos, habilidades, disposiciones y conductas que posee una persona, que le permiten la realización exitosa de una actividad de forma significativa en la educación. En el mundo de hoy empieza a ser tan necesario dominar las herramientas básicas de estas nuevas tecnologías como saber leer, escribir y contar.²⁵

- **Debate Teórico y Análisis.-** Se ha seleccionado Las TIC's según Rodríguez y Feliú ya que es determinante dentro de la realización del tema propuesto dado que permite que la movilidad de información se realice en tiempo real y las comunicaciones influyen en aspectos económicos, políticos y culturales de importancia en un país. Para el tema propuesto es importante que la promoción sea un dinamizador de la información de un destino más aun que pueda generar una economía hacia los lugares que se exponen en el ebook como una herramienta de la TIC's.

Teoría del libro electrónico (Ebook)

El diseño del libro electrónico se sustenta en las siguientes teorías: enfoque sociocultural de Lev Vygotsky y el aprendizaje significativo de David Ausubel; Se

²⁴ VALLEJOS SILVA Marcela, "Teoría de las Tics", Pg. 7

²⁵ Rodríguez y Feliú, "Teoría de las Tics", Pg. 13

toman en cuenta los principios de estas teorías, por cuanto los materiales educativos deben favorecer la interacción con sus pares y con los adultos cercanos. A la vez de estar contextualizados y adaptados a las necesidades e intereses de la gente. El libro electrónico multimedia que sirve de ejemplo en esta investigación se encuentra en la siguiente dirección, estos contenidos tienen un potencial extraordinario para animar a las personas al proceso de lectura, porque además de permitir escuchar la historia de un destino, se puede interactuar con el texto a través de los diversos medios que se incorporen²⁶

- **Debate Teórico y Análisis.**- La teoría que se ha seleccionado se da mediante un proceso de investigación ante una carente exposición de teorías que asuman el enfoque del tema a consideración ya que los autores únicamente expresan criterios y conceptos que esbozan de un eje central al que va dirigido dicho tema. Esta teoría aporta al trabajo de investigación con contenidos estructurados llamativos creando un nexo con el visitante o usuario que viaja solo y necesita ubicarse y sobre todo informarse utilizando sus medios creativos innovadores dinámicos de fácil uso para el pasajero.

Teoría de las redes Sociales

Según S. Wasserman y K. Faust Las Redes Sociales como un conjunto bien delimitado de actores individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc. Vinculados unos a otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales. Mitchell añade que las características de estos lazos en tanto que totalidad pueden ser usados para interpretar 10s

²⁶ VYGOTSKY Lev, "Teoría del diseño del libro electrónico", Pg. 11

comportamientos sociales de las personas implicadas, pero parece más bien un objetivo genérico que un criterio específico de definición.²⁷

- **Debate Teórico y Análisis.-** La teoría de las redes sociales abre nuevos marcos de referencia o la reinserción en ella de teorías existentes. Se dan también influencias con otras teorías, la teoría del intercambio y la teoría de la elección racional. Además, aunque el análisis de redes es para algunos es una orientación teórica particular sobre la manera de entender la estructura de los fenómenos sociales vinculada a las teorías estructurales de la acción, para otros constituye una teoría en sentido estricto. Aportando de manera directa hacia una promoción abierta de el ebook con oportunidades de internacionalizarlo hacia los visitantes actuales y futuros.

Teoría de la Promoción Turística

Según Kotler (1999), se entienden como las actividades que comunican los atributos del producto y persuaden a los consumidores a su adquisición.

La promoción turística, según Victor Middleton, son “todas las formas que se utilizan para hacer con que los clientes se den cuenta de los productos, que aguce sus deseos y estimule la demanda” (Middleton 2001:90).²⁸ Manuel Blanco añade que es una “actitud integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como al crecimiento y mejora de las operaciones de la industria” (Blanco 1990:100).²⁹

²⁷ WASSERMAN S. y FAUST K, “Teoría de las redes Sociales”, Pg. 7

²⁸ KOTLER Philip, “Teoría de la promoción turística”, Pg. 38

²⁹ BLANCO Manuel, “Teoría de la promoción turística”, Pg. 39

- **Debate Teórico y Análisis.-** Se ha escogido la teoría según Manuel Blanco que enfoca el efecto que de la promoción hacia las personas causa como motivación, sensaciones, y estímulos, para el desplazamiento de un destino. La promoción turística mediante el ebook proporcionará a los viajeros el conocimiento de los atractivos naturales y culturales existentes diferenciando el destino de la competencia, inspirando confianza y credibilidad además de influir en la elección del destino y en el proceso de compra con una promoción verde de aporte sostenible sin afectar al medio ambiente y netamente visual.

2.2.2.2 TEORIAS DE PROCESOS

Para la elaboración del Libro Digital (Ebook) se ha utiliza las siguientes herramientas de programación.

CLIENTE-SERVIDOR

La arquitectura cliente-servidor es un modelo de aplicación distribuida en el que las tareas se reparten entre los proveedores de recursos o servicios, llamados servidores, y los demandantes, llamados clientes. Un cliente realiza peticiones a otro programa, el servidor, que le da respuesta. Esta idea también se puede aplicar a programas que se ejecutan sobre una sola computadora, aunque es más ventajosa en un sistema operativo multiusuario distribuido a través de una red de computadoras.

Un ejemplo claro es cuando una persona desde su computadora y su navegador quiere una búsqueda en Google son considerados como el Cliente, mientras que

el resultado de la búsqueda la base de datos de Google serían considerados los Servidores.

BASE DE DATOS

Es un conjunto de datos de un mismo tema almacenados, de tal forma que cuando sean requeridos por el usuario sean de fácil y pronto acceso.

ALOJAMIENTO WEB

Conocido como Web Hosting es un servicio que nos facilita el almacenamiento de cualquier tipo de información en un servidor que luego se podrá acceder por el Internet.

LENGUAJE DE PROGRAMACIÓN

Es un conjunto de código que sigue un procedimiento lógico para realizar una tarea o programa que controlen el comportamiento de la computadora.

PHP

Es un lenguaje de Programación orientado al desarrollo de aplicaciones web dinámicas con acceso a información de una base de datos, es decir se genera automáticamente cuando alguien solicita su visualización.

MYSQL

Es un sistema o programa utilizado para administrar bases de datos relacionales ya que utiliza múltiples tablas para almacenar y organizar la información. Es de código abierto. Código Abierto significa que cualquier persona puede ingresar para poder modificar o realizar cambios dentro del documento.

JAVASCRIPT

Es un lenguaje de programación que crean pequeños programas para que realicen acciones dentro de una página web. Por ejemplo que algunos elementos de la página tengan movimientos cambien de color, etc.

AJAX

Es un tipo de técnica que nos ayuda a aumentar la velocidad, el uso y la interactividad del usuario con la página web, con la creación de aplicaciones interactivas.

SERVIDOR WEB

Es una gran computadora que nos permiten alquilar un espacio del disco del Servidor para poder almacenar cualquier tipo de archivos y ser emitidos por internet para poder ser visitados por los usuarios.

NAVEGADOR WEB

Es una aplicación que nos permite la visualización de información a través del Internet. El mas común es el Internet Explorer pero tenemos otras alternativas como: Mozilla Firefox, Opera, Flock, Chrome, Maxthon, Avant Browser, Kmeleon, etc.

CSS

Es un lenguaje de programación que nos permite crear páginas web con mayor animación que con el HTML no se lograría, como por ejemplo incluir márgenes, fondos, tipos de letra.

HTML

Significa (Lenguaje de marcado de hipertexto) es el lenguaje predominante para la elaboración de páginas web, se utiliza para describir y traducir la información en forma de texto y complementarlos con imágenes.

JQUERY

Es una biblioteca de JavaScript, (conjunto de subprogramas) utilizada para simplificar la manera de interactuar con los documentos HTML.

2.2.3 HIPOTESIS

2.2.3.1 General

Si se obtiene la información necesaria y el soporte material requerido, se podrá implementar el libro digital de los Mitos, Leyendas y Toponimias más importantes del cantón cuenca para la fundación municipal de turismo para Cuenca.

2.2.3.2 Específicos

- 1.- Si se estructura correctamente la esencia teórica y conceptual se podrá obtener un marco de referencia que sustente un debate teórico apropiado para el TTG.
- 2.- Si se desarrolla un análisis adecuado de la problemática expuesta se presentara un diagnostico coherente a la misma.
- 3.- Si se implementara un libro digital de los mitos, leyendas y toponimias más importantes del Cantón cuenca se brindaría un aporte significativo para la fundación municipal de turismo para cuenca y los turistas que lleguen a este destino.

3 ESTRATEGIA METODOLOGICA

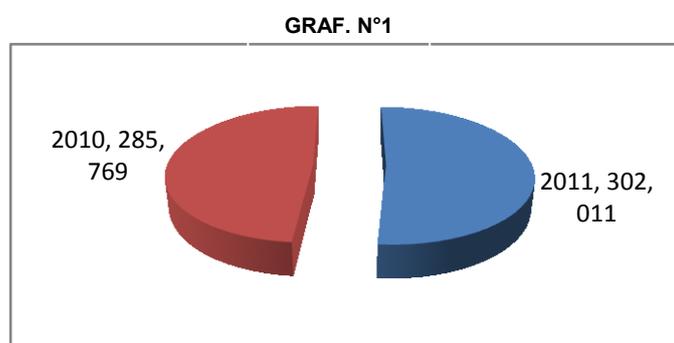
3.1 Unidad De Análisis- Análisis Del Sector (Fundación Municipal De Turismo Para Cuenca)(VER ANEXO 1 Y 2)

La empresa que se encontrara dentro del marco de investigación para la información base del desarrollo de este proyecto es la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca, para tal efecto se ha considerado el análisis de los siguientes puntos:

Web y redes sociales

Como actividades de promoción para el destino Cuenca. Dentro del período 2011, la Fundación Municipal Turismo para Cuenca han registrado 301.012 visitantes que ingresaron al sitio web y realizaron consultas sobre Cuenca, en el último trimestre del año se inició con el rediseño del sitio para convertirlo en un Portal de Servicios Turísticos y facilitar la navegabilidad por parte de los usuarios. A pesar de esta etapa de reconstrucción se ha recibido una gran cantidad de visitas comparadas con las del año 2010 que fueron 285.769 en relación de las 302.011 del 2011.

Total de visitantes del sitio web



Fuente: Fundación Municipal Turismo para Cuenca, pág. 22

Envío de boletines

La Fundación Municipal Turismo para Cuenca, realiza el envío mensual de boletines electrónicos sobre las actividades y noticias de interés que se generan en la institución. Actualmente se cuenta con una base de datos de 10.100 usuarios a los que llega el boletín electrónico, entre los que se incluyen organismos gubernamentales, embajadas, consulados y público en general que se han registrado al ingresar al sitio Web www.cuenca.com.ec y www.cuencaecuador.com.ec. (VER ANEXO 1)

Chat en línea

En el año 2010, la Fundación Municipal Turismo para Cuenca implementó un chat en línea dentro de su sitio Web, en el cual al ingresar al link www.cuenca.com.ec/chat, los usuarios pueden realizar sus consultas al ITUR obteniendo una respuesta inmediata y personalizada para sus diferentes requerimientos.

Comunicación inmediata

A través de nuestra cuenta de email info@cuenca.com.ec se recibe diariamente solicitudes de información referente a la ciudad de Cuenca y sus alrededores, los cuales son respondidos inmediatamente aclarando las diferentes inquietudes. Con esto se facilita el acceso a la información requerida.

Posicionamiento en buscadores

El sitio Web de la Fundación Municipal Turismo para Cuenca, actualmente se encuentra posicionado en los primeros lugares de los diferentes buscadores, siendo esta una ventaja más para acceder de una manera rápida a la información.

Inclusión en redes sociales

La creación de una página institucional en la red social de Facebook, ha permitido que una mayor cantidad de fans nos sigan y accedan a la información de: eventos, fotografías, noticias, videos, etc. que en esta herramienta se han promocionado. Actualmente existe una gran cantidad de usuarios que dejan comentarios y envían mensajes por las redes sociales como Facebook y Twitter. Las mismas cuentan con una gran acogida y el número de seguidores va incrementando constantemente. Adicionalmente, se ha realizado la promoción en sitios abiertos para el público como es el caso de Flickr y Youtube. En el primer caso se carga quincenalmente fotografías sobre la ciudad de Cuenca y sobre las actividades que realiza o ayuda a difundir la Fundación Municipal Turismo para Cuenca en beneficio del turismo.

En el segundo caso se han cargado los videos que se han realizado a nivel institucional.³⁰

- WEB: www.cuencaecuador.com.ec
- FACEBOOK: www.facebook.com/cuencaturismo
- TWITTER: twitter.com/turismocuenca
- FLIKER: www.flickr.com/photos/turismocuenca.
- YOUTUBE: www.youtube.com/user/TurismoCuencaEcuador

WEB: Por medio de esta página se está aportando a la difusión y distribución de material promocional dando a conocer algunas alternativas de información para el turista como son:

³⁰ www.cuencaecuador.com.ec, pág. 22

- Guías artesanales
- Guías de aviturismo
- Revista turismo
- Mapa de cuenca
- Turismo salud
- Iglesias cuencanas
- Transportación
- Rutas
- Datos generales sobre la ciudad

FACEBOOK Y TWITTER: Por medio de estas redes sociales la Fundación Municipal De Turismo Para Cuenca, tiene como objetivo aparte de informar captar nuevas sugerencias por parte de los turistas, este método le es una herramienta clave ya que por medio de esta red la Fundación puede obtener mayor conocimiento sobre los gustos y preferencias de los distintos y futuros turista. Por este método de información La Fundación Municipal de Turismo para Cuenca trata de aportar a la sociedad mediante la comunicación continua sobre los sucesos que se llevan a cabo en el Cantón Cuenca.(VER ANEXO 2)

FLIKER Y YOUTUBE: Por medio de estas dos páginas la Fundación de Turismo para Cuenca trata de vender al Cantón Cuenca de una forma mas dinámica, ya que por medio estas páginas el turista tendrá la oportunidad de observar colecciones fotográficas y videos sobre Cuenca, es decir tendrán una información más confiable y visual.

3.2 POBLACION Y MUESTRA

Como referencia para este estudio se considero propicio tomar la base de datos de la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca, considerando un referente de 25 turistas nacionales y 25 turistas internacionales lo cuales solicitan información sobre el destino Cuenca, a esta institución, por tanto se muestra un diagnostico sólido de la investigación la cual proyecta la problemática expuesta.

3.3 TIPO Y NIVEL DE LA INVESTIGACION

-Aplicada.- esta investigación se aplica a un campo real ya que el aporte que se va a dar, está relacionado con la dinámica promocional en la web de la Fundación Municipal De Turismo Para Cuenca así como también un problema que identifica la limitación de la información, la coordinación de su contenido, falta de actualización y creatividad en la pagina web y sus redes sociales.

-Documental.- se basa de manera directa en los documentos de soporte de la Fundación Municipal de turismo para Cuenca ya sea mediante los folletos, trípticos, volantes, sitio web, redes sociales (Facebook y twitter), libros de especialización como en este caso de manera especial en el Plan Estratégico de Turismo para Cuenca y sus áreas de Influencia, también tomando muy en cuenta las leyes y normativas que integran de manera directa en el desarrollo de la actividad turística del Cantón Cuenca.

-De campo.- se realiza en base al Contacto directo del área de estudio de la Fundación Municipal De Turismo Para Cuenca en las diferentes áreas que estén en coordinación promocional y de acuerdo a nuestro tema.

METODO

Método Deductivo- Inductivo

Se utilizara este método ya que es un proceso analítico sintético es decir se buscara conceptos sobre el tema, definiciones y normas a establecerse, se examinara casos similares. En otras palabras por este método se llegara de lo general a lo particular. En el método deductivo se utilizara la lógica y una información general para formular una solución pasible a un problema dado. Luego comprueba esa solución en varias situaciones típicas. Por tanto, en el enfoque deductivo, el razonamiento va de lo general a lo específico

3.4 TECNICAS E INSTRUMENTOS(VER ANEXO 3 -5)

Para desarrollar el proceso investigativo y con el afán de obtener la información contaremos con Encuestas de opción múltiple que serán dirigidas a los viajeros y las Entrevistas que estarán dirigidas con preguntas abiertas hacia los especialistas de la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca.

Para el desarrollo de este ebook se realizara mediante:

- **Entrevista.** Se aplicará a personas que tengan conocimiento sobre el tema en este caso a funcionarios y especialistas de la Fundación Municipal de Turismo Para Cuenca. Como son a la Ing. Fabiola Jadán (Itur), Ing. Andrés Ochoa (Coordinación de Proyectos) y Lcdo. Felipe Cardoso (Relacionista Público).(VER ANEXO 5)
- **Encuestas.** Se realizará a los turistas y visitantes de la Ciudad de Cuenca para conocer la manera de cómo obtuvieron información y conocimiento de este destino, mediante la cual se podrá analizar todas las necesidades y sugerencias que aportan mediante esta herramienta para poder mejorar la difusión y promoción de la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca.

(VER ANEXO 4)

- **Observación directa.** Se realizará en base a la observación de todas las herramientas de difusión y promoción turística del destino Cuenca que actualmente cuenta la Fundación Municipal De Turismo Para Cuenca, para así analizar todas las inquietudes y sugerencias que se presentan en la web y en las redes sociales (Facebook y Twitter) por parte de los usuarios.

Instrumento

Para desarrollar el proceso investigativo y con el afán de obtener la información contaremos con Encuestas de opción múltiple que serán dirigidas a los viajeros y las Entrevistas que estarán dirigidas con preguntas abiertas hacia los especialistas de la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca.

3.5 ORGANIZACIÓN Y ANALISIS DE DATOS

ENCUESTAS

Para la propuesta de la implementación del libro digital (ebook) nos hemos enfocados en la opiniones de las encuestas que se han realizado a un número de personas en la Ciudad de Cuenca tanto nacionales como extranjeros.

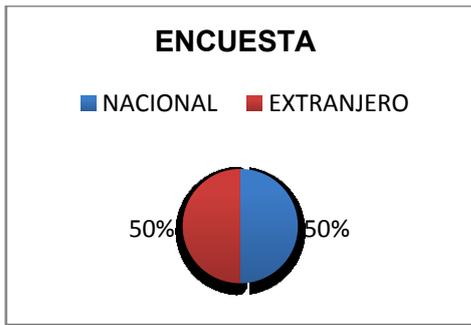
TURISTA NACIONAL

ENCUESTAS 25

TURISTA EXTRANJERO

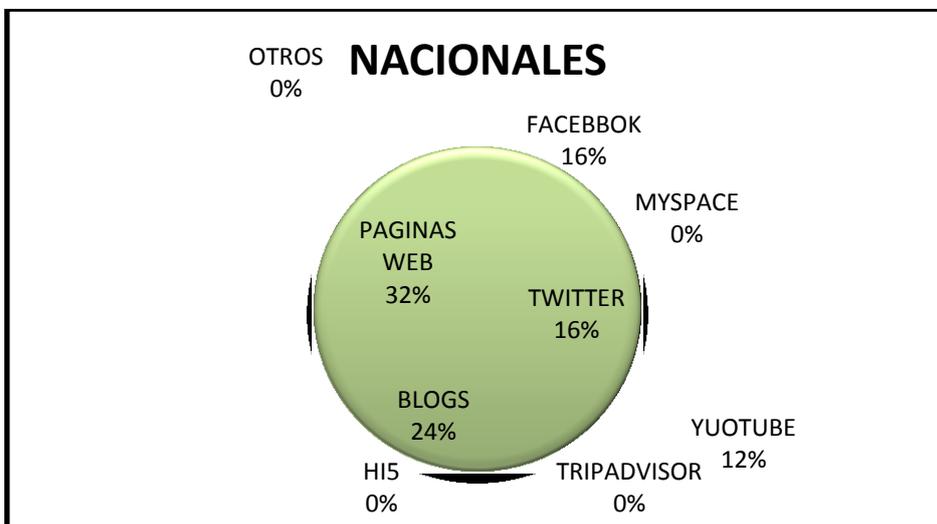
Nº DE ENCUESTAS 25

Nº DE



1.- ¿QUE TIPO DE HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS UTILIZA PARA CONOCER LOS MITOS LEYENDAS Y TOPONIMIAS DEL DESTINO CUENCA?

Grafico N°2



FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO

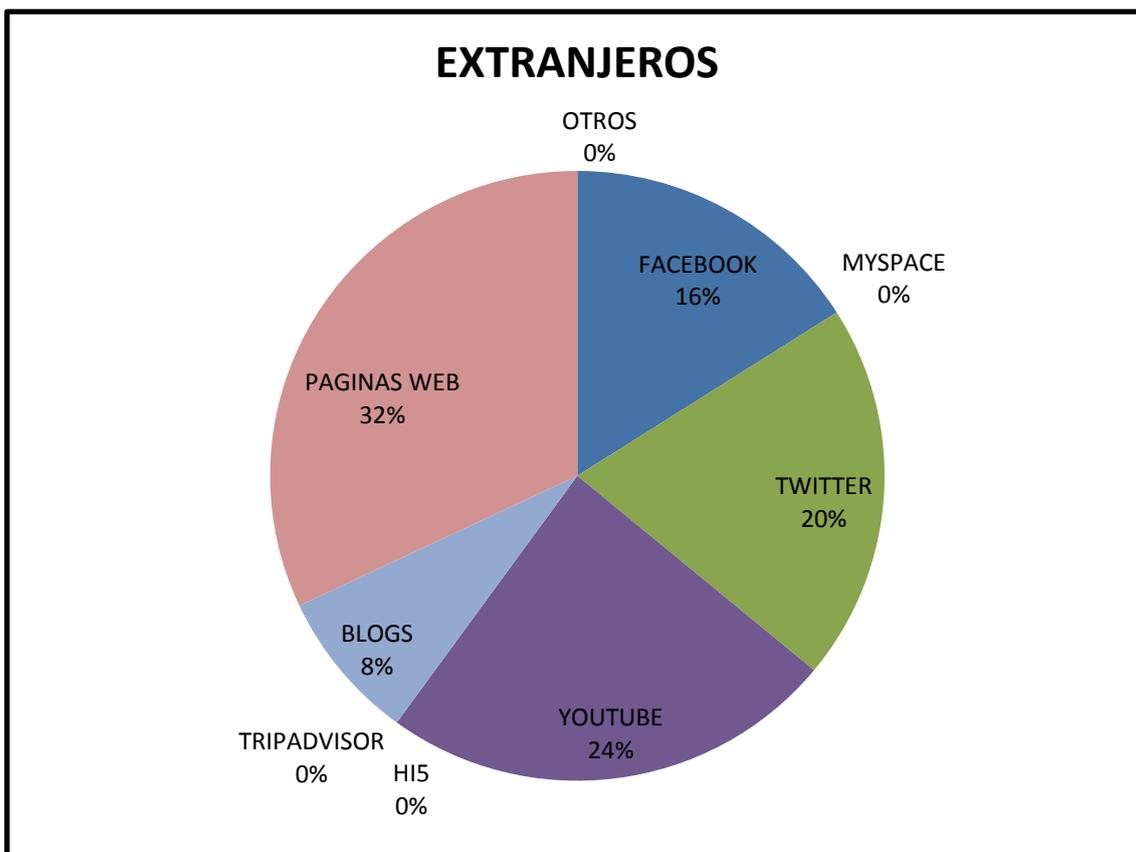
AUTOR: VERONICA PELAEZ

ANALISIS E INTERPRETACION DEL GRAFICO 2.

El 32% de los turistas nacionales han respondido que utilizan las Páginas Web como principal herramienta para tener conocimiento sobre los Mitos, Leyendas y Toponimias del canton Cuenca.

El resto de visitantes han optado por utilizar las redes sociales como Facebook (16%), Twitter (16%), o los Blogs (24%) y el Youtube (12%) para obtener información sobre lo mismo.

Grafico N°3



FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO

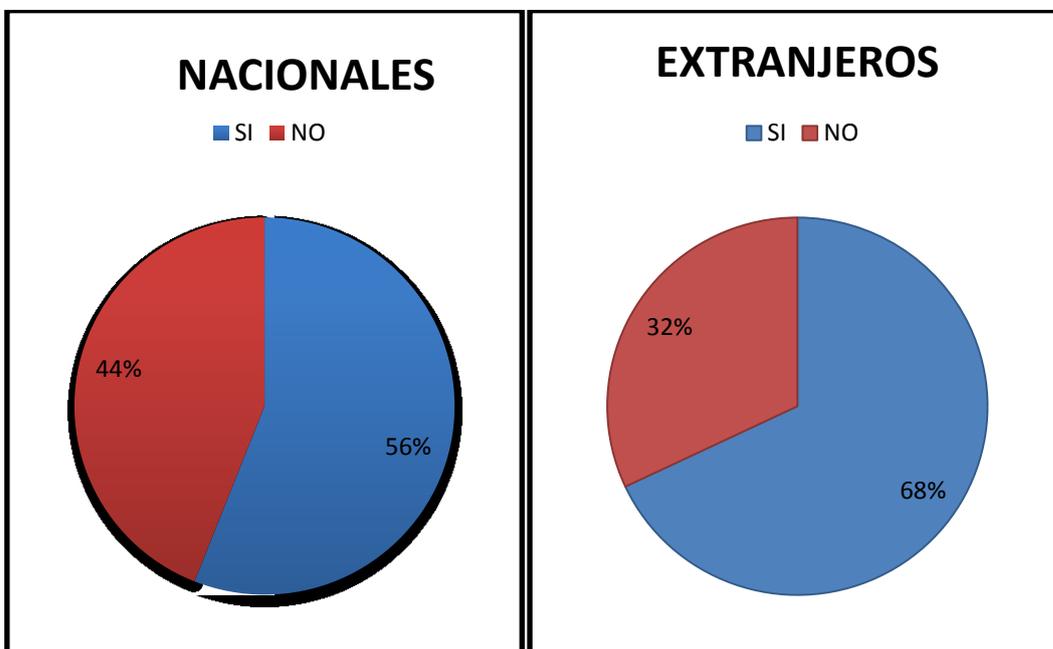
AUTOR: VERONICA PELAEZ

ANALISIS E INTERPRETACION DEL GRAFICO 3.

Al igual que los Nacionales los turistas Extranjeros han respondido en un 32% que utilizan las Páginas Web como principal herramienta para obtener información sobre los Mitos, Leyendas y Toponimias del canton Cuenca, en un 24 % está el Youtube, que piensan que es una herramienta útil para este tipo de información, en un 20% y 16% están las redes sociales como lo son Facebook y Twitter y en un 8% están los Blog.

2.- CUANDO VIAJA, SE LE HACE NECESARIO EL USO DE GUIAS VIRTUALES SOBRE EL DESTINO QUE ESTA VISITANDO. ?

Grafico N° 4 Grafico N°5



FUENTE INVESTIGACION DE CAMPO-ENCUESTAS

AUTOR: VERONICA PELAEZ

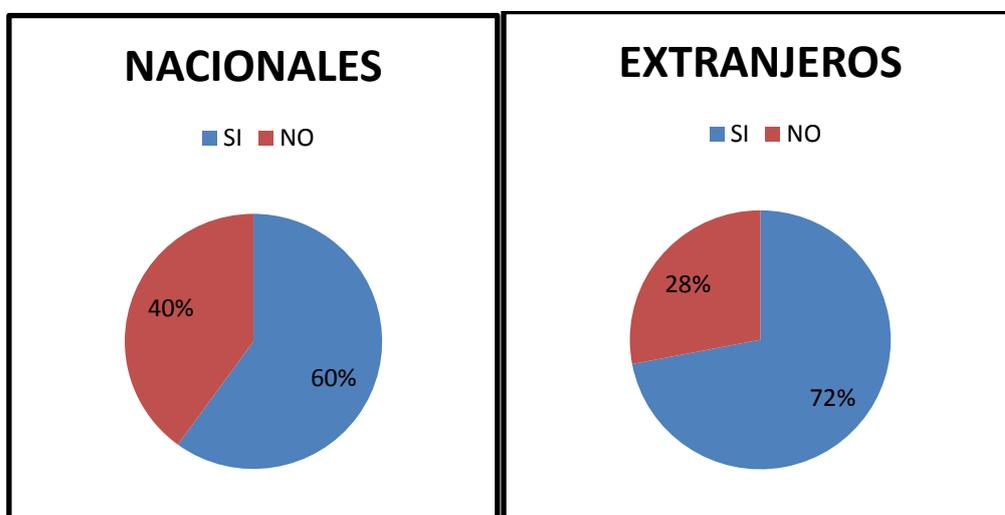
ANALISISE INTERPRETACION DEL GRAFICO 4-5.

Como se puede observar en los cuadros de arriba, tanto como a turistas Nacionales (56%) y Extranjeros (68%) les sería de gran utilidad una guía virtual ya que por medio de ella obtendría información necesaria para poder desplazarse con mayor facilidad y seguridad en destino que están visitando.

Mientras tanto con un 44% (Nacionales) y un 32% (extranjeros) piensan que la guía virtual no sería algo fundamental en los viajes.

3.- ¿CONSIDERA QUE LA IMPLEMENTACION DE UN EBOOK (LIBRO DIGITAL) QUECONTENGA INFORMACION PRECISA Y DETALLADA SOBRE LOS MITOS, LEYENDAS Y TOPONIMIAS DEL CANTON CUENCA SERA DE GRAN UTILIDAD EN SU VIAJE?

GRAFICO N° 6 GRAFICO N°7



FUENTE: INVESTIGACION DE CAMPO-ENCUESTAS

AUTOR: VERONICA PELAEZ

ANALISIS E INTERPRETACION DE GRAFICO 6-7

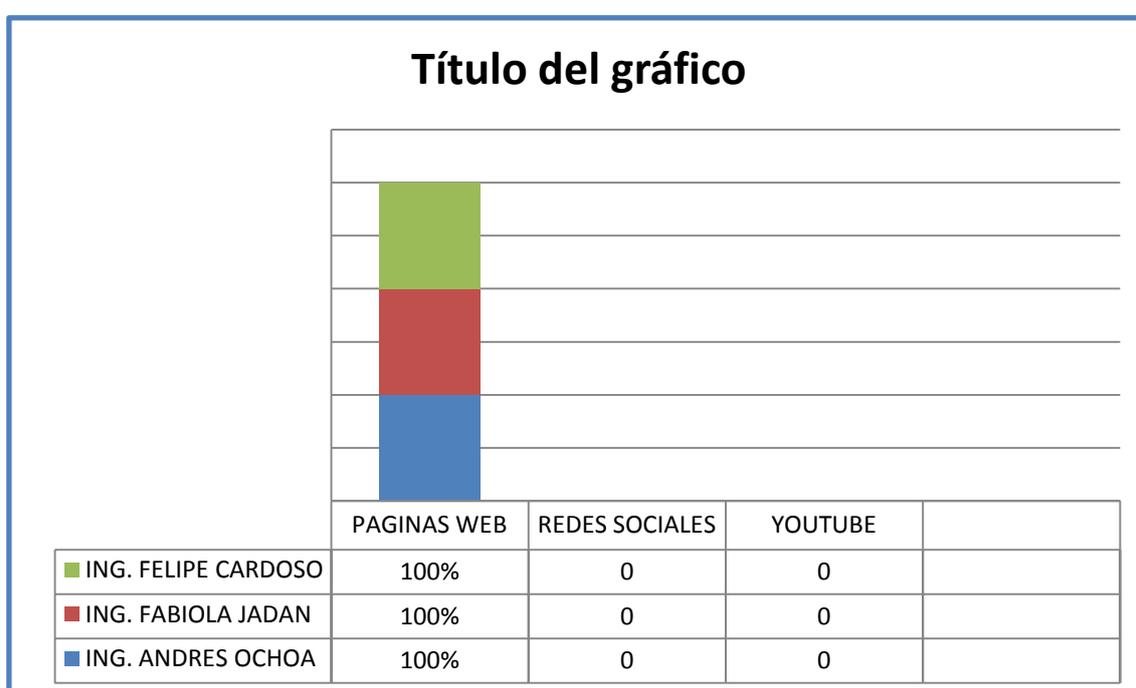
El 40 % de los turistas Nacionales piensan que la implementación de un ebook con información de Mitos, Leyendas y Toponimias del canton Cuenca, sería un instrumento útil para poder obtener mayor interés por parte de los turistas Extranjeros a conocer nuestra Ciudad de Cuenca.

Para el 72% de turistas Extranjeros la implementación de un libro digital (ebook), sería un gran aporte para ellos, ya que por medio de del libro ellos podrán obtener mayor información sobre nuestra Cultura.

ENTREVISTAS

1 ¿QUÉ CLASE DE PROMOCIÓN EN LA WEB, TIENE SOBRE LOS MITOS, LEYENDAS Y TOPONIMIAS DEL CANTON CUENCA?

GRAFICO N°8



FUENTE: FUNDACION MUNICIPAL DE TURISMO PARA CUENCA

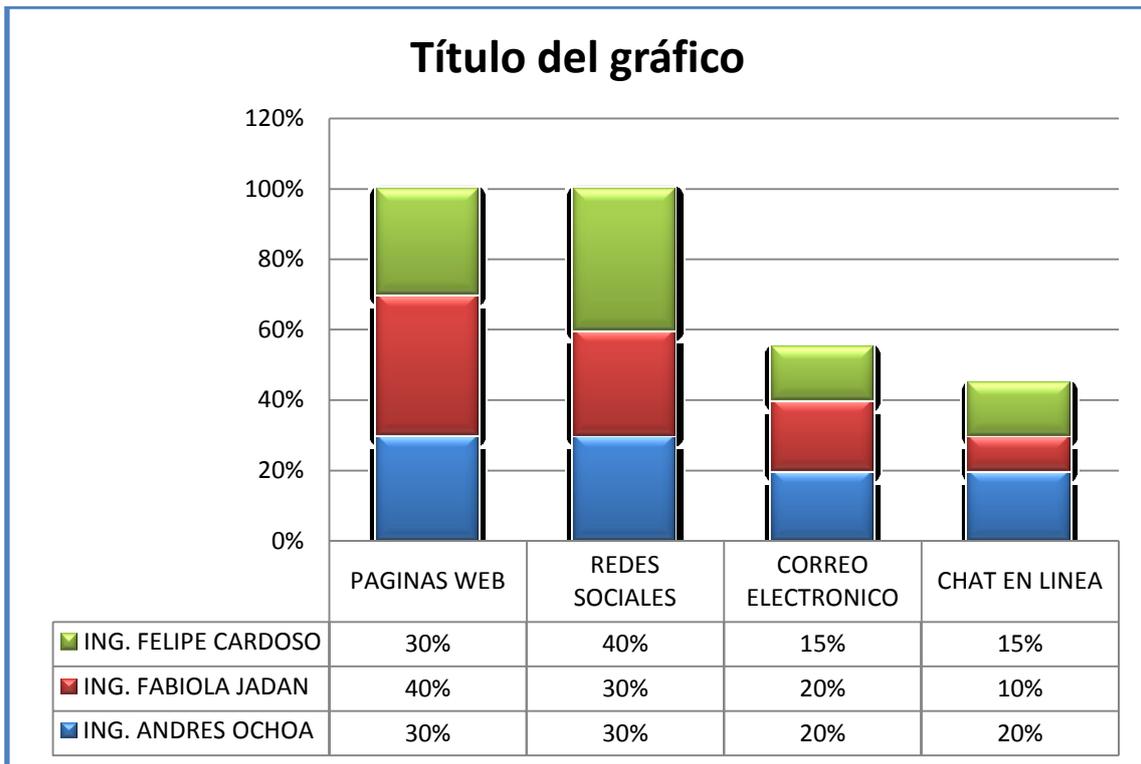
AUTOR: VERONICA PELAEZ

ANALISIS E INTERPRETACION DEL GRAFICO 8.

Los tres funcionarios de la Fundación Municipal De Turismo Para Cuenca coinciden que cuentan con la pagina web <http://www.cuenca.com.ec> para promocionar los mitos, leyendas y toponimias, que se encuentra dentro de los información cultural de la ciudad.

2 ¿QUÉ HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS MODERNAS UTILIZA LA FUNDACION MUNICIPAL DE TURISMO PARA CUENCA CON EL OBJETIVO DE PROMOCIONAR LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DE ESTE DESTINO?

GRAFICO N°9



FUENTE: FUNDACION MUNICIPAL DE TURISMO PARA CUENCA

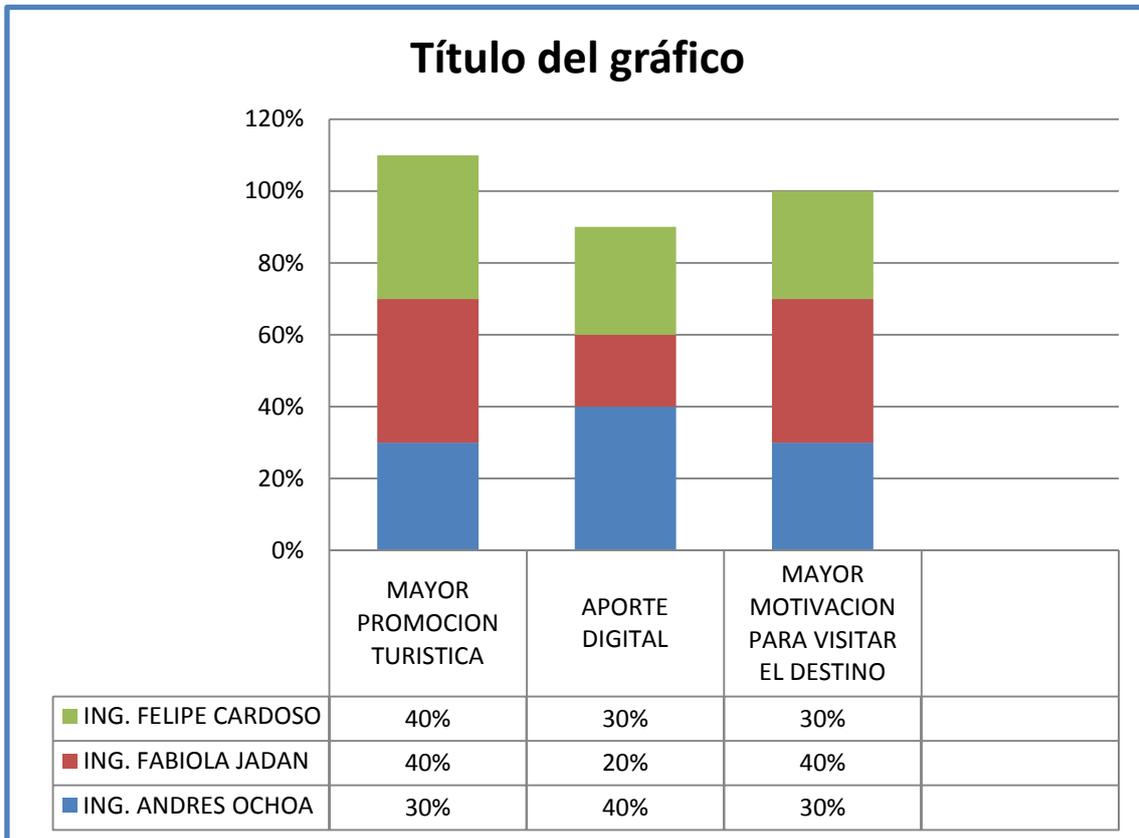
AUTOR: VERONICA PELAEZ

ANALISIS E INTERPRETACION DEL GRAFICO 9.

Se puede observar en el grafico que las principales fuentes de información con la que cuenta la fundación son las páginas web y las redes sociales, siguiendo los correos electrónicos y los chats en línea.

3¿CÓMO CREE USTED QUÉ APORTARÁ LA IMPLEMENTACION DE UN EBOOK (LIBRO DIGITAL TURISTICO) PARA LA FUNDACION MUNICIPAL DE TURISMO PARA CUENCA?

GRAFICO.N°10



FUENTE: FUNDACION MUNICIPAL DE TURISMO PARA CUENCA

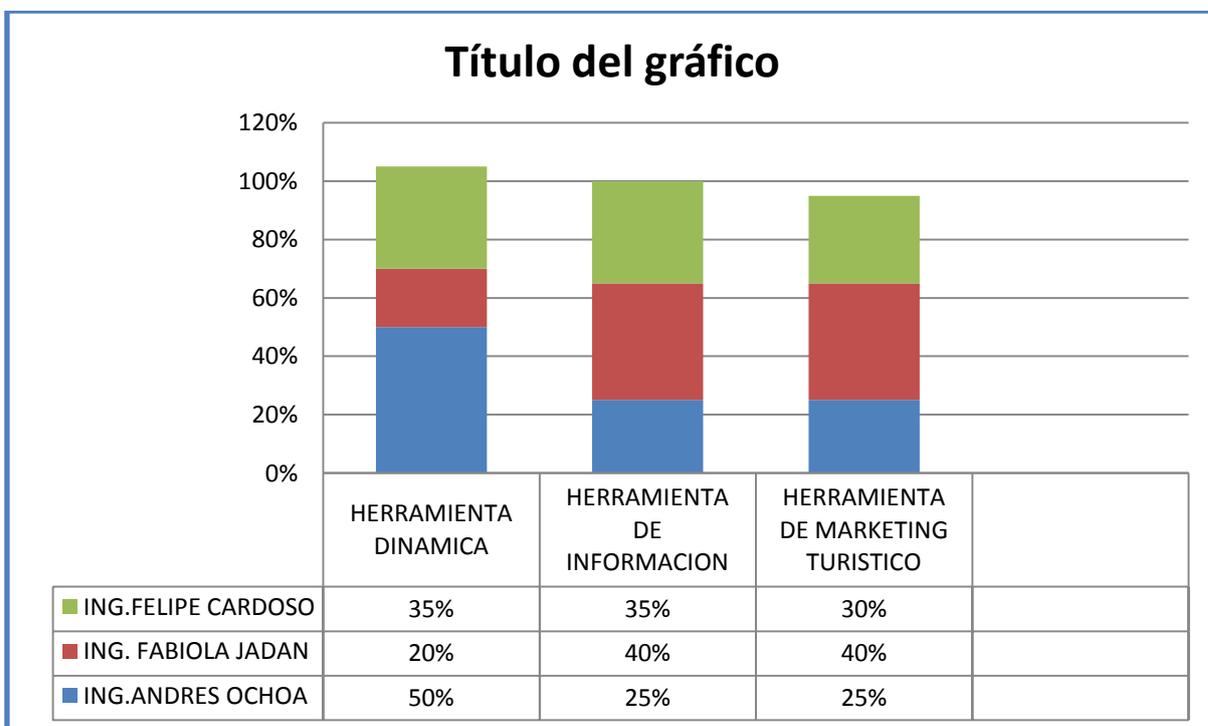
AUTOR: VERONICA PELAEZ

ANALISIS E INTERPRETACION DEL GRAFICO 10.

Se puede observar que la implementación del libro digital proporcionara mayor promoción turística de nuestra ciudad, seguida que será un aporte digital para la fundación.

4 ¿APORTE CON SU OPINION PROFESIONAL Y TECNICA, SOBRE LOS BENEFICIOS DE IMPLEMENTAR UN EBOOK (LIBRO DIGITAL TURISTICO) PARA EL DESTINO CUENCA?

GRAFICO N°11



FUENTE: FUNDACION MUNICIPAL DE TURISMO PARA CUENCA

AUTOR: VERONICA PELAEZ

ANALISIS E INTERPRETACION DEL GRAFICO 11.

Los funcionarios coinciden que la implementación de un libro digital ayudara principalmente en lo que es el marketing turístico, y que será una herramienta útil que brindara información necesaria para los turistas.

ANALISIS FODA

3.5 FODA

<p style="text-align: center;">F (FORTALEZAS)</p>	<p style="text-align: center;">O (OPORTUNIDADES)</p>	<p style="text-align: center;">D (DEBILIDADES)</p>	<p style="text-align: center;">A (AMENAZAS)</p>
<p>IMPLEMENTACION DE NUEVOS PROGRAMAS PARA RESCATAR LOS VALORES TURISTICOS DEL DESTINO CUENCA</p>	<p>EL MINISTERIO DE TURISMO DESIGNA RECURSOS PARA EL DESARROLLO PROMOCIONAL TURISTICOS DE LOS SECTORES PUBLICOS (FUNDACION MUNICIPAL DE TURISMO PARA CUENCA)</p>	<p>LIMITADA INFORMACION ACERCA DE L ATRACTIVOS NATURALES Y CULTURALES DEL CANTÓN CUENCA.</p>	<p>LOS SECTORES PÚBLICOS Y PRIVADOS NO SE INTEGRAN, LO QUE AISLA LOS INTERESES DEL FORTALECIMIENTO DEL TURISMO</p>
<p>LA FMTC ESTA ABIERTA PARA LOS NUEVOS ELEMENTOS DE PROMOCION TURISTICA DE LA CIUDAD DE CUENCA</p>	<p>EL EBOOK ES UNA HERRAMIENTA ESCENCIAL QUE PROVEE INFORMACION VALIOSA EN UN MUNDO GLOBALIZADO</p>	<p>LA INFORMACION ES MUY LINEAL Y BASICA LO QUE INPIDE QUE SEA ATRACTIVA Y MOTIVANTE PARA EL VIAJERO</p>	<p>FALSA PROMOCIÒN O ALTERACIÒN DE LA INFORMACION TURISTICA COPETENTE A LOS ATRACTIVOS</p>
<p>CUENTA CON OFICINAS DE INFORMACION TURISTICA (ITUR)</p>	<p>LA INCREMENTACION DE VISITANTES TANTO NACIONAL COMO EXTRANJERO EN EL</p>	<p>LA INFORMACION NO PRESENTA UNA ORGANIZACIÒN Y</p>	<p>NO CONTIENE UN MANUAL COMO USAR LOS DISTINTOS</p>

SIENDO UN CANAL DE DISTRIBUCION PARA LA INFORMACION TURISTICA	CANTON CUENCA	ORDEN QUE PERMITA LA COMPRENSIÒN DEL LECTOR.	DISPOSITIVOS PORTÁTILES
	EL ESTADO APOYA AL DESAROLLO SOSTENIBLE MEDIANTE UN NUEVO COMPORTAMIENTO SOCIAL	LA FMTC UTILIZA HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS DE PROMOCIOIN TRADICIONALES	

3.6.1 CONCLUSION MATRIZ DE ANALISIS FODA

Mediante el desarrollo del FODA se ha permitido el análisis exhaustivo de problemas precisando las fortalezas y debilidades de una institución en este caso de la Fundación Municipal De Turismo Para Cuenca, relacionadas con sus oportunidades y amenazas, que trabajando de una manera correcta y adecuada se obtendrá resultados positivos hacia el destino Cuenca, ya que mediante una de las oportunidades mas relevantes es la globalización en donde las tecnologías actualmente son un medio necesario, hoy en día para la difusión o promoción de los destinos, en la cual se observa la necesidad de implementar un libro digital (ebook) y mediante las encuestas y las entrevistas realizadas a los diferentes visitantes nacionales e internacionales también a los Directivos de la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca, se ve la necesidad de su implementación.

4. RESULTADOS (VER ANEXO 7-8)

4.1 LEVANTAMIENTO DE LA INFORMACION DOCUMENTAL

- Como primer punto hubo la necesidad de realizar una investigación documental la cual se la recopiló visitando bibliotecas municipales como la biblioteca Municipal de Cuenca, la biblioteca del Banco Central y la del CIDAP, donde se sacó información de diferentes autores como Oswaldo Encalada, quien nos enriqueció con su documento de Toponimias, Mitos y Leyendas del cantón Cuenca. Otro de los autores fue Antonio Borrero Vintimilla que con su “libro de Cuenca”, se sacó información sobre historia y las costumbres Cuencanas.

Eliecer Cárdenas Espinosa fue otro de los autores de donde se sacó información fundamental para poder realizar el documento que conlleva este libro digital, el libro lleva el título de “Personajes Y Leyendas Populares”

Por último el señor Gerardo Pacheco Guzmán fue de gran ayuda con su libro de significados de la lengua Cuencana.

Se hizo una recopilación de archivos de la web, revisión bibliográfica, y por último esta investigación fue complementada con entrevistas y encuestas.

Con respecto a las entrevistas fueron realizadas a tres funcionarios de la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca como:

- Andrés Ochoa – Coordinador de Proyectos
- Felipe Cardoso - Relaciones Públicas
- Fabiola Jadan – ITUR

También se obtuvo una prestigiosa entrevista con el Rodrigo Astudillo Astudillo Licenciado en Lengua y Literatura, y uno de los Narradores Populares más Prestigiosos de nuestra Ciudad.

4.2 ASISTENCIA TECNICA

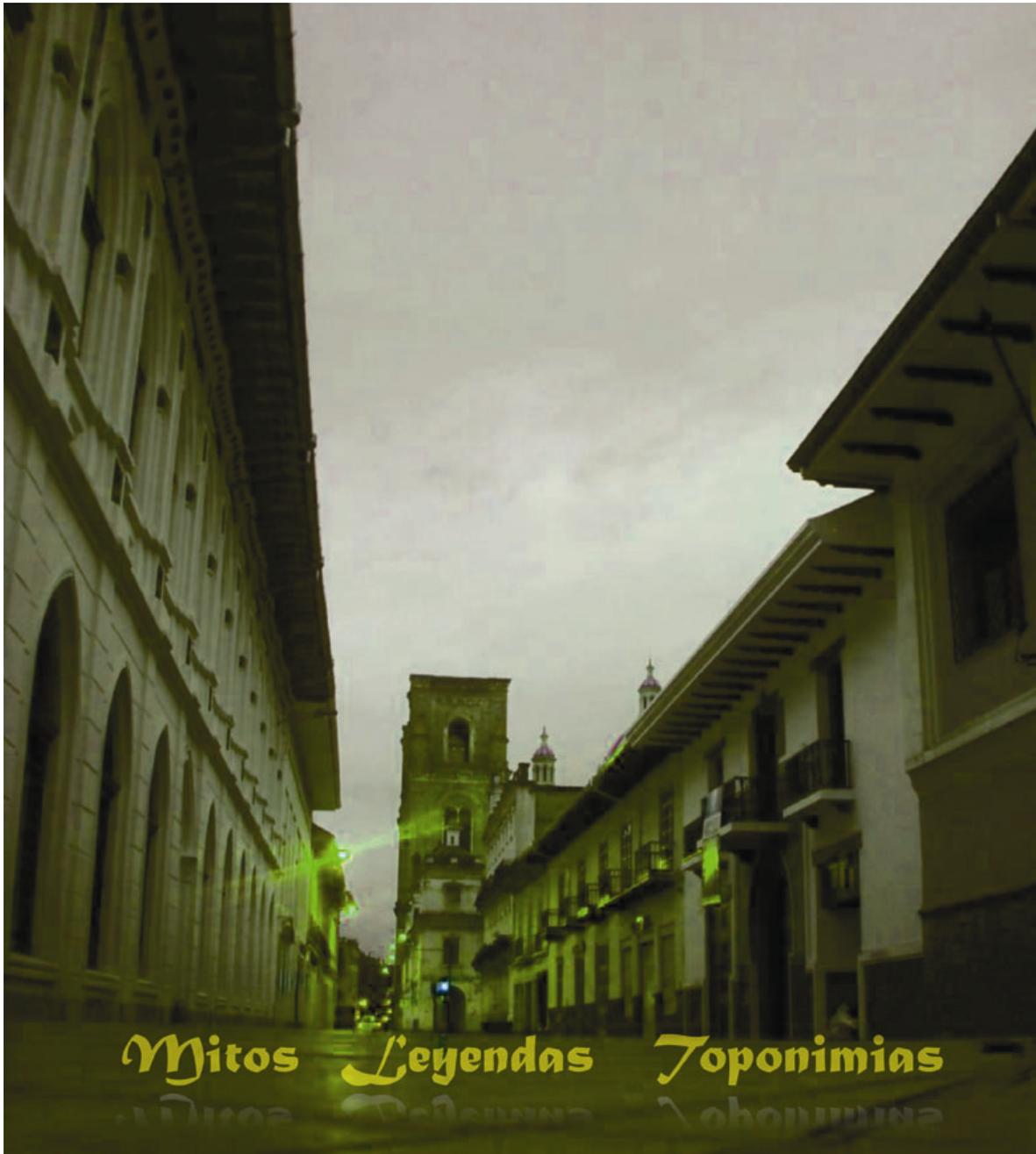
- Para la implementación del Ebook se vio la necesidad de contar con ayuda técnica, que nos facilitaran con la creación de la estructura interna del mismo. Se hizo una investigación para saber que tecnología se utilizara para poder realizar una aplicación compatible con la FMTC.

La estructura del libro se realizo mediantelos siguientes pasos y utilizando los siguientes programas:

1. Analizar todos los límites tecnológicos que se podrán utilizar en la Página web de la Fundación Municipal de Turismo Para Cuenca entre los cuales tenemos:
 - Servidor web.- apache gratuito.
 - PHP.- lenguaje de programación
 - MYSQL.- base de datos impuestos por la FMTC.
 2. Esquematizar los datos para hacer un maquetado web (diseño del libro digital).
 - Se utilizó el lenguaje HTML, CSS, JAVASCRIPT.
 3. Implementar el diseño de base de datos
 - Esto lo convierte en interactiva y dinámica.
 4. Enlazamos el diseño con la base de datos y elaboramos un gestor de contenidos.
- ❖ Como resultado de la propuesta con soporte de la información con los desarrolladores técnicos adecuados el aporte turístico profesional y

metodológico del conocimiento adquirido daremos a conocer a continuación todos los elementos que forman parte de los Mitos, Leyendas y Toponimias más importantes de Cuenca que estarán implementados dentro del libro digital.

CUENCA



La identidad de una persona no solo se refleja en su modo individual de ser, su identidad también se construye por el entorno en que vive, el ejemplo más notable es su historia; lo que represente sus mitos y leyendas.

Uno de los rasgos más característicos de la ciudad de Cuenca son sus toponimias, mitos y leyendas, que sin duda revelan identidad, a través de personajes míticos que con el tiempo se han convertido en un referente a la hora de hablar de la cuenca antigua. Los mitos, las toponimias y las leyendas, son parte de la riqueza cultural de nuestro pueblo, radicada desde épocas pasadas. Estas tienen algo de magia, encanto y sencillez de la gente que lo cuenta; son los mayores los que todavía guardan en algún recuerdo de su memoria estas “fábulas”, que alguna vez la escucharon de sus abuelos y otras personas de edad y que se quedaron para compartirlas con las nuevas generaciones, que deben aprehender a querer lo suyo, a valorar estas tradiciones orales que lamentablemente se están perdiendo.³¹

MITOS Y LEYENDAS DEL CANTON CUENCA

¿Qué es un mito y que una leyenda?

Una parte fundamental de la identidad de una ciudad la constituyen sus mitos y leyendas. Un mito es una recreación artística que pone a prueba la imaginación y creatividad de sus habitantes. Una leyenda consiste en elaborar algún acontecimiento y relato acerca de un personaje real que forma parte de la vida cotidiana de la ciudad y de sus habitantes. En este Ebook no solo se darán a conocer diversos mitos y leyendas de la ciudad, sino también se hablara de algunos personajes populares que vivían y siguen viviendo en la ciudad, a los cuales se los conoce por ciertas características propias que los destacan o destacaban durante su vigencia en la sociedad cuencana. A continuación se dará a conocer algunos de sus mitos y leyendas.

³¹OSWALDO ENCALADA , MITOS Y LEYENDAS DEL AZUAY

EL PERRO ENCADENADO

Según este mito este animal era la reencarnación de Satanás. Se trataba de un perro grande y veloz que Dios había dejado salir del infierno para castigar a los sacerdotes en sus andanzas amorosas. Este perro arrastraba por las calles de Cuenca una pesada cadena, la cual producía chispas al rozar con las piedras,



inquietando a los habitantes durante las noches, y produciendo un gran estruendo que hacía temblar de los nervios a quienes lo escuchaban, de tiempo en tiempo emitía un sonido similar a la de un aullido, eran tan funestos que a veces



coincidían con los graznidos de un búho. Ya que según la leyenda si se le escuchaba aullar es porque alguien iba a morir.

De esta leyenda existe un verso el cual dice:

"El Búho grazna, El Perro Aúlla, El indio Muere, Parece chazna, Pero sucede"³²

³²OSWALDO ENCALADA, MITOS Y LEYENDAS AZUAYAS.

LAS BRUJAS DE SAN ROQUE



Hace muchos años, cuando todavía no existía la luz eléctrica, las brujas de San Roque durante las noches de luna tierna se iban por los aires montadas en sus escobas hacia la ciudad de los mil campanarios y calles desiertas, solo en contadas ocasiones las veían uno que otro borrachito que

se había quedado dormido en la vereda y se despertaba asustado con el ruido de sus voces, porque las brujas mientras volaban iban repitiendo:

- ¡De valle en valle!. ¡De villa en villa! ¡Sin Dios ni la Virgen María!

Atravesaban a veinte metros del suelo el puente del Vado y así en bandada se dirigían primero al Barrio de San Sebastián para visitar a las Zaldúas, las hechiceras más importantes de Cuenca, con el propósito de aprender nuevas recetas y filtros amorosos. Las Zaldúas sabían de todo; los padre



nuestros y ave marías al revés, los secretos de la cruz de caravaca, de la manteca de oso y la uña de la gran bestia, para que no se marchite nunca la

sábila que amarrada con una cinta roja en el umbral de la casa ahuyentaba a la mala suerte y a los ladrones. Dicen que eran las más entendidas para curar el mal de ojo y el espanto de los guaguas con “los pases sobre el cuerpo del enfermito” de la caja de fósforos, el sucre, los clavos de acero, el huevo del día, sacudiendo de tanto en tanto los atados de ruda, altamisa, romero, floripondio; el soplo del buche de trago en la cara del ojeado y las tres cruces de ajo y ceniza en la frente, en el pecho, en la mitad de la barriga. ¡Y santo remedio! el guagua dejaba de llorar en el acto”.

Eran la únicas que tenían las imágenes de los santos negros, los gatos negros de



ojos fosforescentes que dormían sobre las vigas ahumadas de la cocina, a una orden de sus dueñas “saltaban sobre el cogote de los curiosos, clavándoles las uñas entre espantosos maullidos”.

Después de visitar a las Zaldúas, las brujas de San Roque se dispersaban por rumbos diferentes montadas en las escobas, para reunirse al fin en una cueva bien grande, unos decían que era en el Boquerón, otros en los cerros del Cajas, y besar entonces el rabo del diablo que les estaba esperando en forma de chivo con cachos y barba, de la que se escurría como un aceite con el que las brujas se frotaban la cara, los brazos y las piernas y servía para hacerles volar más rápido y a veces volverlas invisibles. Las brujas se reunían en la cueva los martes y viernes de luna llena y

regresaban con el primer canto de los gallos a San Roque untadas con el aceite del diablo.

Se podía hacer caer a estas mujeres del diablo y atraparles de varias maneras: poniendo en el patio, o en la huerta una lavaca ras llena de agua y unas tijeras abiertas con las puntas para arriba, pararse quietito y extender los brazos en forma de cruz, como también dejar caer un rosario o detente en el suelo.

Así pasó con una de ellas que cayó en una huerta a la subida del Padrón pero como recién estaba clareando solo pudieron verla que se levantó medio rengueando y se escondió en la higuera que estaba junto a la tapia, cuando fueron a verla no encontraron a nadie.

Alejo Llivipuma recuerda en sus tiempos de soldado, que una noche cuando con otros compañeros hacía la guardia cerca de San Blas, oyeron reír a una bruja encima de sus cabezas:

“Se reía una lindura con el diablo, sostenido en el aire con una escoba entre las piernas, pusimos un escapulario en el suelo, cae allí junto a nosotros se sienta y dice:

-¡Ay señores! no sean malitos, cuidado en ir a avisar lo que me han visto volarya
no he de hacer más.

Entonces estando en eso, dice, les voy a regalar estos zarcillos ¡Unos zarcillones de oro” así que recibimos y subimos calle arriba en dirección a la cantina del Sr. Naranjo, se levanta, nos da el traguito, -y ahora paguen- dice

... Yendo a pagarle nos encontramos que los zarcillos se habían vuelto majada de vaca.

Viéndonos asustados el Sr. Naranjo dice -Esto les debe haber dado una bruja que ya vive años aquí en San Blas- Ella era buena cocinera hacía caldo de borrego, caldo de patas, esto era cuando había allí una plaza de ganado y en la época en que la bajada del puente del Vado era descanso de los leprosos o lázaros que iban con unos lindos caballos blancos”.³³

LA BRUJA VOLADORA

Parroquia De Ricaurte-Cuenca



Algunos veteranos que vivían en la parroquia de Ricaurte han visto volar en las noches una bruja de color blanco y muy brillante. La única forma de hacerle que baje era abrir unas tijeras, ponerlas en forma de cruz y orinar sobre ellas, así la bruja caía. Ella llevaba muchas perlas y brillantes que por miedo a que el que lo hizo bajar avise quien ha sido, le regalaba todo lo que llevaba. Cuando ella se iba y el individuo regresaba a su casa feliz con tanta riqueza, se daba cuenta que las joyas se habían vuelto huesos viejos y caca de chivo.³⁴

³³ELIECER CARDENAS ESPINOSA, CUENCA DE LOS ANDES 1998, PAG 186

³⁴ELIECER CARDENAS ESPINOSA, CUENCA DE LOS ANDES, PAG 1998

LA MAMA HUACA

Parroquia De Nulti- Cuenca

Se dice que es una mujer de cabello rubio, largo, piel blanca y que con ella adquirieron fortuna los habitantes de esta región. Las personas dicen que no pueden acercarse a la loma de la Mama Huaca, que queda cerca de Huahual Zhumi, porque la tierra les traga y adentro se encuentra la Mama Huaca esperándoles con una paila para matarles. Algunas personas creen que esta loma es



encantada y que de ella se sale al Cojitambo. En la cumbre de Huahual Zhumi



había una laguna que estaba encantada y poco a poco se estaba secando. La laguna se llamaba Quituiña. Mucha gente que había ido a ese lugar a recoger hierba o leña, ha sido tragada por la tierra y no ha regresado. La Mama Huaca vive en Curitaqui, un cerro abombado con una boca profunda a la que nadie se atreve a entrar por miedo. Si le entrega a la Huaca

una guagua recién nacida, sin bautizar, le entrega a cambio oro.³⁵

³⁵OSWALDO ENCALADA, MITOS Y LEYENDAS AZUAYAS, PAG 102

ÁNGEL BELLO Y SU PADRINO

Cumbe-Cuenca

Había una familia muy pobre que tenía muchos hijos. Cada vez que tenían hijo acudían a las personas más ricas del lugar para pedirles que sean padrinos del bautizo, con esperanza de salvación a su pobreza, pero esto no sucedió en ninguno de los casos. Cansado el padre de esta situación, prometió hacerle padrino al Diablo de su nuevo hijo. Entonces se encontró con un señor bien vestido que resultó ser el diablo. Le hizo la propuesta y el diablo aceptó con las condiciones de que el niño se llamara Ángel Bello, y que cuando cumpla doce años le pusiera en la escuela hasta los 18 con el mejor fiambre, la mejor mula, y toda la cobertera de libros. Al expirar el tiempo debía llevar todo a una playa grande y descender al infierno. Entonces el diablo le dio un atado de billetes. Pasaron los días y el niño ya nació, y el día del bautizo el diablo con su valentía no reventó, el niño se llamo Ángel Bello. Cuando cumplió 18 años fue en busca de lo ya acordado. El diablo le hace entrar al infierno y le da una serie de mandados a cambio de premiarle con riquezas. Un anciano le dijo que si cumplía todas las órdenes con humildad podía salvarse y que a su salida debía sacar todas las cenizas que pueda en las orejas, en los ojos, en el hueco de la nariz, y así sucedió. El anciano debió ser Dios. Ángel Bello ya anciano salió del infierno, todas las cenizas se hicieron unas palomas hermosas que habían sido almas que libero. Llego a la playa, cogió la cobertera de libros, se monto en la mula y regreso donde sus padres. Cuando ellos salieron a recibirlo, Ángel Bello pidió la bendición y cayó muerto. En su velación se presentaron todas las palomas que el saco del infierno y haciendo la venia dijeron ¡Por la caridad que tuvo Ángel Bello, merece reinar con nosotros en el Reino de los Cielos!

Lo cogieron y levantaron, llevándole en cuerpo y alma.³⁶

EL NEGRO

Molleturo – Cuenca

Existía una pareja que vivían junto con su hijito y un sirviente que era negro. Luego de la muerte del esposo, la mujer encontró al sirviente que estaba dormido sobre la grada borracho y desnudo, lo levanto y lo llevo a dormir con ella. Pasó el tiempo y poco a poco se fue convirtiendo en el padrastro y guía del niño quien en poco tiempo se hizo joven. Un día, cuando salieron en caballo, el negro y el joven, a recorrer la Hacienda, el joven lo llevó al negro a un atajo y lo mató de un disparo. Cuando la madre se entero, le reclamo enfurecida y dijo que él tendría que devolverle a su negro, puesto que ya no tendría quien le caliente. La madre empezó a buscar el cadáver y luego de algún tiempo encontró solamente los huesos, cogió estos y los llevo a su casa. De los pies y de las piernas hizo una mesa; del pelo hizo una almohada y del pilchi de la cabeza una especie de copa para beber y le hizo bañar en oro. Un día dijo la madre a su hijo, si el día de mi santo no adivinas en qué lugar duermo, sobre que como y en que bebo, te mato o me matas.

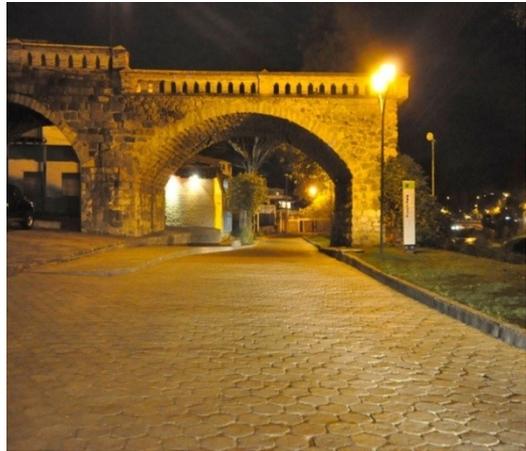
Ante esta amenaza, el hijo se puso a raspar la mesa y encontró que era hecha de los pies y de las piernas del negro, desarmo la almohada y encontró los pelos del negro. Igualmente ocurrió con el recipiente para beber. Cuando llegó el día del Santo de la madre, dijo a su hijo que había llegado la hora de que le conteste a sus preguntas. El hijo le respondió acertadamente; entonces la madre asombrada cogió una pistola y se mató.

³⁶ ELIECER CARDENAS ESPINOSA, CUENCA DE LOS ANDES, PERSONAJES Y LEYENDAS POPULARES, PAG 186.

LOS GAGONES

Puente Roto- Cuenca

Hace varios años, cerca del puente roto de Cuenca, apareció una criatura con forma de perrito faldero. Este pequeño personaje se caracteriza por ser completamente blanco y de ojos tan negros como la noche.



Este extraño pero dulce animal aparece cuando personas con grado de familiaridad tienen relaciones prohibidas, es decir cuando surgen romances entre primos, específicamente entre primos



hermanos. Cuando es así se escuchan gemidos que imitan a los lloriqueos de un bebé recién nacido, sonidos tan escalofriantes y agudos que aquellos siempre se separan a tiempo para no causar el enojo del Gagón. La gente antigua para saber si sus familiares están fuera de cualquier pecado, aún

creen que si se atrapa al Gagón y se lo tizna de negro en la frente con carbón, las frentes de las personas que este animal sorprendió en pecado, también se tizarán de negro.³⁷

³⁷ OSWALDO ENCALADA, MITOS Y LEYENDAS AZUAYAS.

LEYENDA DEL VADO

El Vado -Cuenca

Aseguraban que veían, en las noches frías y con neblina, a luz tenue de la luna, una calavera que se desprendía de la cruz del vado y arrastrándose descendía hasta el Julián el matadero, ahora llamado Río Tomebamba, muerto de sed se saciaba del agua pura y cristalina luego volvía al lugar de donde había descendido, apariciones que tenía atemorizado a todos de esta zona y muy especialmente a los niños.



Cuando había noches demasiado frías no salían de sus casas, peor aún a jugar en las calles por miedo a escuchar los gemidos, o encontrarse con la calavera arrastrándose hacia el río.³⁸

³⁸ELIECER CARDENAS ESPINOSA, CUENCA DE LOS ANDES, PERSONAJES Y LEYENDAS.

EL FAROL DE LA VIUDA

Rio Tomebamba-Cuenca



Se cuenta que en tiempos lejanos una mujer de livianas costumbres solía verse con su amante por las noches, y que para ir a sus aventuras cargaba a su pequeño hijo de unos pocos meses de nacido. La chasquivana, una noche en el que cruzaba el río Tomebamba, dejó caer a la criatura en las

turbulentas aguas. Desesperada y arrepentida, se proveyó de un "mechero" o farolito de aceite, con el cual recorría incansablemente los márgenes del Tomebamba lamentándose por su hijo perdido y buscándole enloquecida.

La afligida mujer murió pronto, pero quedó su espectro, que asustaba a los cuencanos trasnochadores con sus



desgarradores encuentros y el farolito moviéndose al ras de la orilla del río.³⁹

³⁹OSWALDO ENCALADA, MITOS Y LEYENDAS AZUAYAS.

EL CHUZALONGO



El “chuzalongo” vive en las montañas; allí se encuentran las pisadas, es del tamaño de un niño de seis años, con el cabello largo y sucio; del ombligo le sale un miembro como un bejuco de “chuinsa”.

Para que no “aviente” el aire malo del chuzalongo que causa la muerte, se

entra en la montaña, se rompe una rama y se marca; así ya ni puede hacer nada.

Cuando está marcado ya no ataca a nadie, es muy juguetón e inquieto y ya no

hace nada; pero en cambio tiene un

“humor malo”, después de un

momento da un “aire fuerte” y le

deja cadáver a una persona. Se

cuenta q un agricultor tenía sus

tierras en lo alto del monte, una

noche cayo una tormenta y él, muy

preocupado por el ganado solo,

mando a sus dos hijas a encerrarlos

en el granero, ellas llegaron

amarraron al ganado y se entraron en la cabaña. Alguien golpeo la puerta

abrieron y no había nadie, se dieron la vuelta y era un pequeño ser con un

enorme miembro viril enroscado en su cuerpo gritaron; pasaron las horas y ellas

no regresaron con una mal presentimiento el anciano tomo su escopeta y se



enrumbó hacia la cabaña, la lluvia caya a cantaros fría y pesada el viento soplaba tan gélido y triste, por fin al mirar a lo lejos la luz dela cabaña corrió y tumbo la puerta, encontrándose con una escena horrenda y macabra. Las muchachas tiradas en el piso descuartizadas en medio de un charco de sangre, y frente a ellas, el ser llamado el chuzalongo todavía limpiándose su enorme falo dela sangre de las mujeres salto, corrió y jamás fue visto de nuevo...⁴⁰

LA VIUDA ALEGRE

Los ancianos contaban que por las calles de la ciudad se veía caminando por las noches a un insinuante, sensual y voluptuoso perfil femenino, alumbrándose el camino con un tradicional farol.

Se alcanzaba a distinguir que su rostro estaba cubierto por un velo y usaba un traje de color negro.



Persegúa con terquedad a cuanto hombre, casado, soltero, joven o viejo se cruzara por su camino; a quienes lograba seducir a través de movimientos sensuales e hipnóticos de su farol, con suaves murmullos a sus oídos o incluso con expresiones duras y directas.

No faltaba oportunidad en que se atrevía a tocar las puertas en búsqueda de incautos, a lo que siempre recibía la misma respuesta de cualquier mujer que

⁴⁰MANUEL AGUSTIN LANDIVAR. Folklore Narrativo, Pág. 27

habitara en su interior: ¡Busca otra puerta!. Llegó a tal grado de insistencia que muchas puertas y ventanas estaban atrancadas para evitar el ingreso de esta Viuda Alegre y sinvergüenza.



Si por curiosidad, descuido o descarada intensión algún varón caía en sus hechizos, lo llevaba a los barrancos del río Tomebamba, a los despeñaderos y acantilados del Vado y San Sebastián; en donde con mucha sensualidad se despojaba de su atuendo sin darse cuenta, el tonto incauto, que le salían cuernos o cachos

inversamente proporcionales a la intensidad de la luz del farol.

Llegar a visualizar la cara de la Viuda Alegre significaba una evidente lujuria de la víctima, quien quedaba así al descubierto de sus intenciones frente a toda la comunidad que había visto el proceso.

No se sabe, en definitiva, qué pasó con muchos de aquellos hombres, pues algunos, incluso, nunca más volvieron a ser vistos aparte de aquellos que quedaron locos de remate por su aventura amorosa fuera de los rigurosos cánones sociales vigentes en la época.⁴¹

⁴¹OSWALDO ENCALADA, MITOS Y LEYENDAS AZUAYAS.

LA PIEDRA ENCANTADA

Barrio Obrero - Cuenca



Esta leyenda cuenta que en el barrio obrero había una gran piedra, la cual impedía el paso a la parte de la ciudad considerada oscura y tenebrosa. Al parecer esta piedra poseía la capacidad de conceder todo tipo de deseos, ya fuera riquezas,

amor, trabajo, incluso consumir venganzas. La piedra no hablaba con nadie Y nadie escribía sobre ella.

Según la leyenda la piedra tenía memoria, almacenando todo en su interior. Además podía castigar a los niños que eran desobedientes con sus padres, los cuales utilizaban este mito con frecuencia con sus hijos para mantenerlos alejados de lugares peligrosos.⁴²

⁴²OSWALDO ENCALADA, MITOS Y LEYENDAS AZUAYAS.
ELIECER CARDENAS ESPINOSA, CUENCA DE LOS ANDE, PERSONAJES Y LEYENDAS, PAG 186.

EL CURA SIN CABEZA

Calle Juan Jaramillo - Cuenca



Se dice que un sacerdote que no tenía cabeza aparecía siempre por las noches tan pronto en la iglesia sonaban las doce campanadas que marcaban el filo de la media noche despertando a brujas y fantasmas, sobre el empedrado de la calle de la ciudad de la Atenas del Ecuador y recorría siempre la llamada calle de las Secretas que esta era el nombre de una vía

que luego se convirtió en la actual calle Juan Jaramillo detrás de la Iglesia de las Conceptas de Cuenca.

Bajaba por esta calle atemorizando a los feligreses que iban a esas horas de la noche y desaparecía detrás del templo de las Conceptas. En el barrio de San Roque aparecía por la noche y siempre en misa de cinco los fieles decían:



“ele pues, este taita curita ahora si tiene la cabeza”. “Dios nos guarde y nos ampare de este SANTO SACERDOTE.”⁴³

⁴³OSWALDO ENCALADA, MITOS Y LEYENDAS AZUAYAS.

LA BARRETA DE ORO

Parroquia De Santa Ana-Cuenca



Se dice que en la loma de Cushiputu existe oro. Un día un señor llegó a trabajar en chacarería y cuando empezó a llover se metió en una pequeña cueva. Durmió allí, luego regresó a su casa y pensó volver en la tarde a buscar su barreta, pero no la encontró.

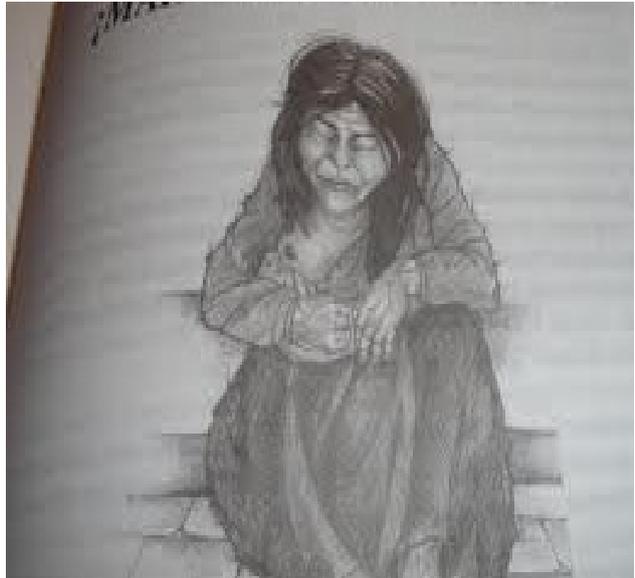
Se puso nuevamente a trabajar y encontró una quipa. Pensó que sería del alguacil quien iría mas tarde a recogerla. Pero después la barreta y la quipa se convirtieron en oro. El no se dio cuenta del valor que tenían estas cosas y los dejos allí. Con el tiempo, los nietos de la señora Jesús Guamán encontraron la barreta de oro pero por temor a que su padre los reprendiera por tomar algo que no era de ellos, la enterraron. Al día siguiente le contaron esto a su madre, y fueron a buscar la barreta pero ya no la encontraron.⁴⁴

⁴⁴ELIECER CARDENAS ESPINOSA, CUENCA DE LOS ANDES, PAG 1998

MARÍA LA GUAGUA

Cuenca

María fue una campesina que llegó a la ciudad con esperanzas de encontrar una mejor vida. Pero su destino fue otro, pues al encontrarse sola en las calles, fue ultrajada y violada por borrachos y hampones. En medio de la calle y la soledad quedó embarazada, y por su situación económica en la que se encontraba, no pudo mantener y murió.



Se dice que María pasó semanas aferrada al cadáver de la criatura, hasta que al fin la sociedad pudo arrancar de sus brazos al cuerpo ya rancio y con mal olor del bebé. Todos estos sucesos hicieron que María se volviera loca y desde ese entonces empezó a ver a su guagua en una muñeca de trapos. María frecuentaba el casco central de la ciudad del parque Calderón y la calle Bolívar.⁴⁵

⁴⁵ ELIECER CARDENAS ESPINOSA, CUENCA DE LOS ANDES, PERSONAJES Y LEYENDAS POPULARES, PAG 186.

TOPONIMIAS DEL CANTON CUENCA

La **toponimia** es una disciplina que consiste en el estudio etimológico de los nombres propios de un lugar. El término «toponimia» deriva etimológicamente del griego τόπος (tópos, «lugar») y ὄνομα (ónoma, «nombre»). La Toponimia constituye una parte importante de la herencia cultural de los pueblos, aquello que nos identifica con un pasado particular, con una manera



característica de percibir el mundo, y que nos identifica también, ahora con un presente.

Lo que hoy es Cuenca fue un centro señorial importante de la diarquía Cañari, esta zona se llamaba Guapondelig en

lengua Cañari significaba **"llanura amplia como el cielo"**, pero para el año 1470 d.C. (aprox.) los Cañaris fueron conquistados por los [Incas](#), y refundan o conquistan Guapondelig, pero esta vez como la ciudad más importante del [Chinchaysuyo](#), con el nombre de Paucarbamba que significa **"llanura de flores"**, luego fue llamada [Tumipampa](#), según se cree debido a la oposición de sus pobladores Cañaris que fueron degollados con un cuchillo circular llamado [Tumi](#), esta teoría sin embargo es discutida por quienes creen que fue la ciudad fue renombrada por Huayna Capac en honor a su [Panaca](#) o Familia Real. Luego el nombre fue traducido como "Tomebamba" que significa **"valle de cuchillos"**.

Pero, ***¿por qué Cuenca de Ecuador se llama "Cuenca"?***

Los españoles habían conocido ya la ciudad y sabían algunos que este lugar guardaba cierta similitud con Cuenca de España, que además era el pueblo natal del entonces Virrey del Perú, Andrés Hurtado de Mendoza. Así, el Virrey ordenó a Gil Ramírez Dávalos que invada Tumipampa o Tomebamba al mando de un escuadrón del ejército colonialista, y funde allí la ciudad de "Santa Ana de los 4 ríos de Cuenca"; orden que fue cumplida el 12 de abril de 1557.

Se le puso el nombre de Cuenca por la similitud arquitectónica que tenía esta ciudad con la Cuenca de España.

¿PORQUE SANTA ANA DE LOS 4 RIOS?

Proviene de la tradición española de dedicar las nuevas ciudades a un [santo](#) o santa de la [iglesia católica](#), en este caso a "[SANTA ANA](#)" que era la patrona de los españoles, y de los "[RÍOS](#)" por sus muchos ríos, acequias y arroyos que la fertilizan y rodean a la Ciudad como son los ríos: Tomebamba, Yanuncay, Tarqui, y Machangara.



El Tomebamba es el río principal. Divide a la ciudad en dos partes: La ciudad nueva o parte baja (margen derecho del Tomebamba), comprende las nuevas ciudadelas como: el Batán, el Ejido, el Vergel, Yanuncay, Unidad Nacional, etc.

La ciudad vieja que está situada en la parte alta; es decir, el lugar en donde fue fundada y guarda el recuerdo de una historia de cuatro siglos.

Esta parte vieja comprende desde el barranco que forma el río Tomebamba hacia arriba, cruzando el núcleo urbano o centro de la ciudad, y avanzando hasta lo que hoy se llaman: el Cebollar, Cullca, Miraflores, Milchichig, Machangara, etc.



Hoy Cuenca, es conocida también como la **Atenas del Ecuador** por su majestuosa arquitectura, su diversidad cultural, su aporte a las artes, ciencias y letras ecuatorianas y por ser cuna de poetas y personajes ilustres que han dejado en alto el nombre de esta ciudad como son Abdón Calderón Garaicoa, Santo

Hermano Miguel, Honorato Vásquez, Remigio Crespo Toral entre otros.⁴⁶

¿POR QUÉ A LOS CUENCANOS NOS LLAMAN MORLACOS?

Se dice que en Cuenca se asentaron algunas familias dálmatas (habitantes de Dalmacia) en el barrio de el Vergel y tenía un santuario con el nombre de “Nuestra Señora La Morlaca” y por esa razón la gente acostumbraba a llamarles morlacos, luego la palabrita fue transformándose y generalizándose para todos los

⁴⁶ANTONIO BORRERO VINTIMILLA, LIBRO DE CUENCA, PAG 85.

habitantes de Cuenca, y hoy en día en todo el Ecuador nos conocen con este apelativo.⁴⁷

EL CANTO CUENCANO

El singular “cantado cuencano”, esta insatisfactoriamente explicado, sin embargo algunas teorías sobre su origen puede deberse a varias razones de substrato. Las posibles causas son las siguientes. La primera es la presencia de ciertos hablantes españoles que vinieron en el tiempo de la conquista y que procedían de una parte específica de España, que puede ser del norte de Andalucía, lugar donde hay “cantado”, por este lado nuestro “canto” puede tener una raíz en la presencia hispánica.

La segunda causa puede radicar en la presencia indígena cañarí que subsiste en esta particular forma de entonación, ya que no se explica cómo a partir de Chimborazo, la gente ya no canta de esta manera. Es posible que el cañarí, del cual no tenemos noticias en cuanto a sonidos, haya tenido una fonología especial que se hace visible a través del cantado.

LA LENGUA: UN ROSTRO DE IDENTIDAD

La lengua es uno de los rostros de la identidad de un pueblo, ya que con ella a más de comunicarnos se puede reconocer al hablante, ya sea del norte, centro o austro del país. En el caso del “español cuencano”, a más de su singular entonación o “cantado” existen particularidades que lo diferencian de la fonética de otras provincias y lo hacen especial. La “z” sonora que aparece en casos

⁴⁷ <http://www.elmercurio.com.ec/>

especiales y se convierte en una particularidad, cuando gente del pueblo dice por ejemplo baboso, mocososo, etc.

El alargamiento de la “r” es otro rasgo de la fonética azuaya y produce palabras como dolorrr, carrrrton, etc.

En el plano de la morfología existen características como el uso frecuente de diminutivos, con los cuales la lengua se vuelve sentimental y tierna como por ejemplo “mi perrito”, “el cuadernito”, “mi mamita”, etc. con el uso de los diminutivos nace los eufemismos, con los que se suaviza el significado de un defecto, por ejemplo “el tontito” (idiota) o “mi tío es borrachito (alcohólico). Esta es una particularidad de toda la zona andina. Nuestra lengua es común el uso frecuente e incorrecto de los gerundios: “si vas a la calle dame comprando”. Tiene su origen en la presencia del quichua, ya que en este el tipo de construcción de un verbo con gerundio es normal. El uso de gerundio es también una forma de suavizar el mandato. Un imperativo suena como una ofensa, por eso en lugar de decir cierra la ventana, se acostumbra decir “dame cerrando la ventana”.⁴⁸

Nuestro español, en lo que se refiere a su léxico, es una lengua muy rica, expresiva, vigorosa y precisa. La lengua de los cuencanos y azuayos se nutre del caudal hispánico, de la creatividad propia, así como también de los aportes de las lenguas aborígenes propias del lugar. En este último caso hacemos referencia al Cañari y al quichua. Parte de la plasticidad del español morlaco se debe a la presencia de los quichuismos, que son usados en diferentes estratos de la sociedad. A continuación presentamos una muestra de expresiones o palabras

⁴⁸ANTONIO BORRERO VINTIMILLA, LIBRO DE CUENCA, PAG 85

que los cuencanos utilizamos al hablar en las cuales por lo menos un elemento léxico es quichua.⁴⁹

GLOSARIO CUENCANO

AMUSHCADO: Quiere decir que alguien está muy enamorado de una persona.

ACOLAR: Acompañar, ayudar, tapar alguna acción que puede ocasionar un problema.

ACHACHAY: Expresión utilizada en la zona sur del país (Cuenca), quiere decir "que frío".

ACOLITAR: Vease **acolar**

AGÜEBADO: Persona asustadiza, que teme tomar decisiones.

ANIÑADO: Véase pelucón.

ARRARRAY: QUE HACE MUCHO SOL

ARRECHO: Persona muy valerosa que no le tiene miedo a nada

ATATAY: Expresión de asco

⁴⁹FUNDACION MUNICIPAL DE TURISMO PARA CUENCA
GERARDO PACHECO GUZMAN, LIBRO QUICHUA-ESPAÑOL

AVISPADO: Persona muy ágil con sus ideas y movimientos, más o menos como las avispas.

CANCHA: Plaza donde celebraban sus fiestas.

CACHO: 1. Chiste. 2. Cuerno

CACHUDO: Cornudo. Persona a la que se le es infiel

CALDO: Significa que no hay chiste

CANELAZO: Compuesto de licor que viene con agua, azúcar y canela.

CACHINERO: Persona que se gana la vida vendiendo cosas robadas.

CHAPA: Policía.

CHENDO: Palabra usada como sustituto de "mentira".

CACHERO: Dícese de la persona con quien se le es infiel a su pareja. Que

CHÉVERE O BACÁN = genial

CHIRO. Significa que se está sin dinero. Chiro (en quichua) significa pobre.

CHORO = Ladrón

CHULLA PATA. Significa que alguien se encuentra muy contento por alguna razón. Chulla es palabra quichua y significa uno (de algo que es par)

CUICA:1 Lombriz. 2 Ser una cuica significa que alguien es muy delgado. ⁵⁰

CHULLA: Quiteño, o que le falta el par a alguna prenda u objeto.

CHUPAR: Beber alcohol, puede variar a "chupiza", "chupe",

CHUTA: Palabra que expresa asombro, desazón, tristeza, decepción, etc.

CHUCHAKI: Síntoma o dolor que se tiene después de beber licor o mas conocido en Cuenca como trago.

CUY: Conejo de indias.

CUTU O CUTULO: Corto –Pequeño

CUCHI: Cerdo

CHURUDO O CHURUDA: Cabello rizado

CHURRETERA: Diarrea

DENTRA: Decir entra, y tiene que estar seguida por la palabra "adentro".

ELE!: Expresión de asombro

ENCAMAR: Apoyar

FARREAR: Acción de irse de parranda o a fiestas.

GARA: Palabra que usa cuando se ve algo lindo o bonito.

GUAY: Para dar a entender que tienen miedo de algo.

HUARMI: SIGNIFICA MUJER

HUAMBRA: Muchacho - Joven

HUAHUA: Niño-Bebe

HUARAPU: Jugo de la caña de azúcar

KACHUCHA: Gorro o protección para la cabeza

LONGO: 1: Expresión propia de los añados para referirse a otra persona de inferior clase social. 2. Palabra Quichua que quiere decir muchacho

MAMACUCHARA: Cuchara grande

MECO: Quiere decir homosexual.

MINGA: Trabajo en común

MONO: Gente oriunda de la región costa del país.

MANDARINA: Hombre sumiso a la voluntad de una mujer.

MISHA: Grano

MISHQUI: Significa agua dulce

MOZA: Significa amante.

MUCHA: Beso

MUSPA: Tonta

ÑAÑO: Palabra quichua y significa hermano.

ÑATO: Persona con nariz pequeña

ÑUTA: Persona pequeña

PACHECO: Que hace frío

PANA: Amigo

PATEARON: Sinónimo de robaron

PAMPA: Superficie plana

PELADO O PELADITO: Significa niño o niñoito

PLUTO: Dícese de la persona que está completamente ebria.

POLLO: Persona que se emborracha con extrema facilidad.

PUPO: Ombligo

QUISHA: Manera de espantar o decir fuera

RAYMI: Fiesta

RUCA: Anciana

RUCO: Anciano

SAPO/SAPÍSIMO: Persona muy viva y avispada. O persona que es chismosa.

SIMÓN: Expresión que quiere decir "SI".

SHISHIMANTA: Media noche

SHOREARON: Robaron.

SUCO: Rubios, Cabellos claros

SUNSU O SONSO: Tonto o Idiota

SHUNGU O SHUNGO: Corazón

TAYTA: Significa Padre o Papá

TUSSO: (palabra que debe pronunciarse con ss sonora como en desde) significa encogido, amilanado, enfermo. Entonces cuando se dice que esta tusso quiere decir que se está débil, enfermizo, enclenque

TAPIÑAR: Acto de esconder la verdad, ser cómplice.

VACÁN O BACÁN: Significa “lo máximo”.

VISA: Expresión que refleja asombro o sorpresa.

YAPA: Cantidad que dan como obsequio.

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Se ha podido concluir que esta investigación contiene fundamentos teóricos de mucha importancia que será un gran apoyo para el esquema promocional del libro digital. La investigación de campo pudo arrojar datos que permitieron verificar la problemática y así poder realizar una propuesta atractiva sobre la necesidad de resaltar los atractivos más relevantes del Cantón Cuenca como son los Mitos Leyendas Y Toponimias.

Esta propuesta se ha realizado con la principal aspiración de despertar, mantener y satisfacer el interés de los turistas por conocer más acerca de nuestra cultura mediante los Mitos, Leyendas y Toponimias del Cantón Cuenca ya que se ha comprobado que estos mitos y leyendas se han pasado de generación en generación oralmente y observar la evolución de los relatos a través de las

épocas; y que también nos ayuda ha ampliar nuestro vocabulario y así tener un mejor concepto de algunas palabras o ideas.

5.2 RECOMENDACIONES

1. Establecer nuevas formas de promoción turística para el Canton Cuenca con relación a sus Mitos, Leyendas y Toponimias.
2. Incentivar a la investigación digital con objetivos de desarrollo en el área de promoción turística.
3. Fortalecer e innovar continuamente la página web de la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca con nuevas herramientas tanto técnicas como documentales.
4. Investigar el significado de las nuevas tecnologías de la información en las temáticas sobre el arte y su papel de las mismas en la construcción de la información y la difusión sobre temas de interés del viajero.

BIBLIOGRAFIA

□ LIBROS

- ANTONIO BORRERO VINTIMILLA, “Libro de Cuenca”, Pág. 85-97
- DUMAZEIDER, J, WATZLAWICK, Paul, “Teoría de la Globalización”, Pg. 7
- ELIECER CARDENAS ESPINOSA, “Cuenca de los Andes”, Personajes y Leyendas Populares, Pág., 186.
- GERARDO PACHECO GUZMAN, “Quichua-Español”, Pag.89
- IANNI Octavio, “Teoría de la Globalización”, Pg. 15
- MANUEL AGUSTIN LANDIVAR, “ Folklore Narrativo” , Pág. 27

- MARX Karl, “Teoría de la Globalización”, Pg. 11
- OSWALDO ENCALADA, “Mitos y Leyendas Azuayas”
- OSWALDO ENCALADA “Toponimias Azuayas” Pág. 102.
- PASQUALI, A, “Teoría de la Comunicación”, Pg. 12
- VALLEJOS SILVA Marcela, “Teoría de las Tics”, Pg. 7
- RODRÍGUEZ y FELIÚ, “Teoría de las Tics”, Pg. 13
- VYGOTSKY Lev, “Teoría del diseño del libro electrónico”, Pg. 11
- WASSERMAN S. y FAUST K, “Teoría de las redes Sociales”, Pg. 7
- KOTLER Philip, “Teoría de la promoción turística”, Pg. 38
- BLANCO Manuel, “Teoría de la promoción turística”, Pg. 39
- Organización Mundial del Turismo (2008). UNWTO World Tourism Barometer June 2008 (en Inglés). UNWTO. Consultado el 2008-08-01. Volumen 6 No. 2
- Carmen Altés (2006). El turismo en América Latina y el Caribe y la experiencia del BID, Paper Series ENV-149. Banco Interamericano de Desarrollo. Consultado el 2008-03-30

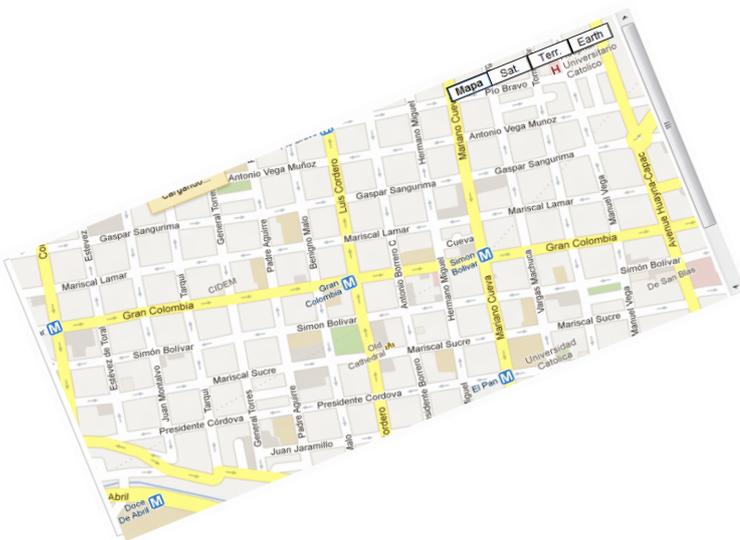
□ **INTERNET**

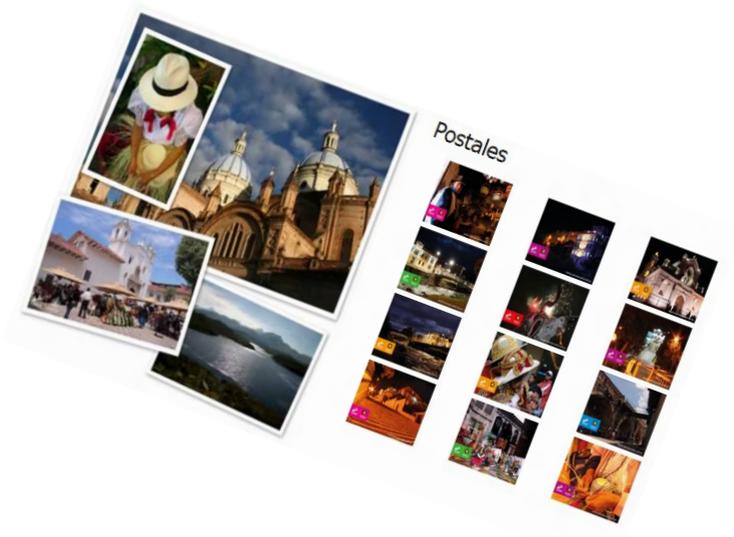
- <http://definicion.de/turismo/>
- http://www.google.com.ec/search?hl=es-419&newwindow=1&q=turista&tbs=dfn:1&tbo=u&sa=X&ei=E_NYUMO6Llis8ASzxoDADA&ved=0CB8QkQ4&biw=1304&bih=695
- http://ec.kalipedia.com/geografia-uruguay/tema/definiciones-omt-organizacion-mundial.html?x1=20080801klpgeogur_46.Kes&x=20080801klpgeogur_47.Kes

- <http://www.poraqui.net/diccionario/index.php/term/Glosario+de+turismo+y+hosteler%C3%ADa,visitante.xhtml>
- <http://definicion.de/servicio/>
- <http://www.poraqui.net/diccionario/index.php/term/Glosario+de+turismo+y+hosteler%C3%ADa,informaci%C3%B3n+tur%C3%ADstica.xhtml>
- <http://definicion.de/promocion-turistica/>
- <http://cloudtourism.pbworks.com/w/page/16041344/1-6%20Destinos%20Tur%C3%ADsticos%3A%20Definici%C3%B3n,%20funciones,%20agentes,%20componentes%20y%20estructura>
- <http://www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo/Diccionario-1/T/TURISMO-URBANO-1682/>
- <http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=1>
- <http://eduturismo.tripod.com/glosario.htm>
- http://www.naya.org.ar/turismo/definicion_turismo_cultural.htm
- <http://locuraviajes.com/blog/que-es-el-turismo-verde/>
- <http://turismovirtual.blogia.com/>
- <http://estudiosdelturismo.blogspot.com/2009/05/conceptos-de-patrimonio-atractivo.html>
- <http://www.definicion.org/e-book>
- www.cuenca.com.ec
- <http://elvado.wordpress.com/>
- <http://www.ecuamed.com.ec/>

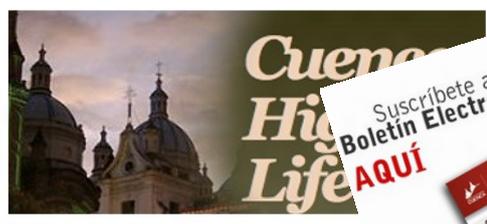
ANEXOS

ANEXO.- 1





Reportajes Fotos Videos Postal Wallpapers



Links recomendados

Suscríbete a nuestro
Boletín Electrónico
AQUÍ



Libro de

Boletín de Noticias
 NOTICIAS 2012
 IMPORTANTE AFLUENCIA TURÍSTICA EN CUENCA POR
 FERIAO 2012
 SE FIRMÓ CONVENIO PARA DESARROLLO TURÍSTICO EN
 PARROQUIAS RURALES DE CUENCA
 CAPACITACION A UNIDAD DE SEGURIDAD TURISTICA

ANEXO.-2



www.facebook.com/turismocuenca

Resumen del perfil

 **Turismo Cuenca**
@TurismoCuenca

La Fundación Municipal Turismo para Cuenca promociona el Destino Cuenca a nivel nacional e internacional
Cuenca Ecuador - <http://www.cuencaecuador.com.ec>

Seguido por Cámara de Comercio, Alcaldía de Cuenca y Cuencanos.com.

435 TWEETS	91 SIGUIENDO	602 SEGUIDORES
---------------	-----------------	-------------------

 **Siguiendo** [Ir al perfil completo →](#)

 **Turismo Cuenca** @TurismoCuenca 9h
Ministro de Turismo y Alcalde de Cuenca recorren el



<http://www.cuenca.com.ec/cuencanew/>

ANEXO.- 3

ESQUEMA 1

ENCUESTA



Estamos haciendo una encuesta y necesitamos su ayuda para llenar esta simple encuesta sobre cómo usa algunas de las nuevas tecnologías que tenemos hoy en

día para la difusión de información turística. Las preguntas son claras, sencillas y sólo le llevará 5 minutos.

TURISTA NACIONAL TURISTA EXTRANJERO

1 ¿QUE TIPO DE HERRAMIENTAS TÉCNOLÓGICAS UTILIZA PARA CONOCER LOS MITOS, LEYENDAS Y TOPONIMIAS DEL DESTINO CUENCA?

- | | |
|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 1 Facebook | <input type="checkbox"/> 5 Hi5 |
| <input type="checkbox"/> 2 Myspace | <input type="checkbox"/> 6 Tripadvisor |
| <input type="checkbox"/> 3 Twitter | <input type="checkbox"/> 7 Blogs |
| <input type="checkbox"/> 4 Youtube | <input type="checkbox"/> 8 Páginas web oficiales |
| | <input type="checkbox"/> 9 otros, Especifique |

2 ¿CUANDO VIAJA, SE LE HACE NECESARIO EL USO DE GUIAS VIRTUALES SOBRE EL DESTINO QUE ESTA VISITANDO?

- 1 SI 2 NO

EN
RESPUESTA SEA POSITIVA EXPLIQUE EL ¿PORQUE?

EL CASO DE QUE SU

3 ¿CONSIDERA QUE LA IMPLEMENTACION DE UN EBOOK (LIBRO DIGITAL TURISTICO) QUE CONTENGA INFORMACION PRECISA Y DETALLADA SOBRE LOS MITOS, LEYENDAS Y TOPONIMIAS DEL CANTON CUENCA LE SERA DE GRAN UTILIDAD EN SU VIAJE?

- 1 SI 2 NO

EN
RESPUESTA SEA POSITIVA EXPLIQUE EL ¿PORQUE?

EL CASO DE QUE SU

MUCHAS GRACIAS POR SU AYUDA

ANEXO.- 4

ESQUEMA 2

ENTREVISTA A FUNCIONARIOS FMTC

NOMBRE: _____



CARGO: _____

1 ¿QUÉ CLASE DE PROMOCIÓN EN LA WEB, TIENE SOBRE LOS MITOS, LEYENDAS Y TOPONIMIAS DEL CANTON CUENCA?

2 ¿QUÉ HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS MODERNAS UTILIZA LA FUNDACION MUNICIPAL DE TURISMO PARA CUENCA CON EL OBJETIVO DE PROMOCIONAR LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DE ESTE DESTINO?

3 ¿CÓMO CREE USTED QUÉ APORTARÁ LA IMPLEMENTACION DE UN EBOOK (LIBRO DIGITAL TURISTICO) PARA LA FUNDACION MUNICIPAL DE TURISMO PARA CUENCA?

4 ¿APORTE CON SU OPINION PROFESIONAL Y TECNICA, SOBRE LOS BENEFICION DE IMPLEMENTAR UN EBOOK (LIBRO DIGITAL TURISTICO) PARA EL DESTINO CUENCA?

MUCHAS GRACIAS POR SU AYUDA

ESQUEMA 2

ENTREVISTA A FUNCIONARIOS FMTC



NOMBRE: ANDRÉS OCHOA ALBÁN

CARGO: COORDINADOR DE PROYECTOS

1 ¿QUÉ CLASE DE PROMOCIÓN EN LA WEB, TIENE SOBRE LOS MITOS, LEYENDAS Y TOPONIMIAS DEL CANTON CUENCA?

EN EL PORTAL WWW.CUENCA.CYT.EC, EN EL APARTADO 'CUENCA Y SU GENTE' SE OFRCE INFORMACION SOBRE MITOS, LEYENDAS, FICTOS, HISTORIA, PERSONAJES, TRADICIONES, GASTRONOMIA, FOLCLORES, ETC.

2 ¿QUÉ HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS MODERNAS UTILIZA LA FUNDACION MUNICIPAL DE TURISMO PARA CUENCA CON EL OBJETIVO DE PROMOCIONAR LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DE ESTE DESTINO?

- PORTAL WEB WWW.CUENCA.CYT.EC
- REDES SOCIALES (FACEBOOK, TWITTER, PINTEREST)
- BOLETINES ELECTRONICOS QUINCENALES
- CORREO ELECTRONICO
- CHAT EN LINEA CON EL I-TUR

3 ¿CÓMO CREE USTED QUE APORTARÁ LA IMPLEMENTACION DE UN EBOOK (LIBRO DIGITAL TURISTICO) PARA LA FUNDACION MUNICIPAL DE TURISMO PARA CUENCA?

- PUEDE CONVERTIRSE EN UN VOUCHER APURTE SIEMPRE Y CUANDO SE PUEDE ESTABLECER A FINE EBOOK COMO UNA GUIA PARA EL VIAJERO Y DE A LA VEZ SERVA COMO UN MOTIVANTE PARA VISITAR CUENCA

4 ¿APORTE CON SU OPINION PROFESIONAL Y TECNICA, SOBRE LOS BENEFICIOS DE IMPLEMENTAR UN EBOOK (LIBRO DIGITAL TURISTICO) PARA EL DESTINO CUENCA?

ESTE MATERIAL DEBE SER CONCEPTUALIZADO COMO UNA HERRAMIENTA DINÁMICA Y FACILMENTE ADAPTABLE DE TAL MANERA QUE PERMITA SU CONSTANTE ACTUALIZACIÓN.

MUCHAS GRACIAS POR SU AYUDA

Andrés Ochoa



ENTREVISTA A FUNCIONARIOS FMTC

NOMBRE: Lcdo. Felipe Cardoso.
CARGO: Relacionista Público.

1 ¿QUÉ CLASE DE PROMOCIÓN EN LA WEB, TIENE SOBRE LOS ATRACTIVOS CULTURALES DEL CANTON CUENCA?

- Sección de Cuenca y su gente
- Sección de atractivos turísticos del destino
- Sección con agenda cultural y de actividades en ciudad

2 ¿QUÉ HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS MODERNAS UTILIZA LA FUNDACION MUNICIPAL DE TURISMO PARA CUENCA CON EL OBJETIVO DE PROMOCIONAR LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DE ESTE DESTINO?

- Portal web de servicios turísticos
- Chat en línea en página web para consultas directas con ITUR (Oficina de información turística)
- Manejo de redes sociales (Facebook - Twitter)

3 ¿CÓMO CREE USTED QUÉ APORTARÁ LA IMPLEMENTACION DE UN EBOOK (LIBRO DIGITAL TURISTICO) PARA LA FUNDACION MUNICIPAL DE TURISMO PARA CUENCA?

- Facilitaría el acceso de información - Mayor promoción y difusión de atractivos turísticos

4 ¿APORTE CON SU OPINION PROFESIONAL Y TECNICA, SOBRE LOS BENEFICIOS DE IMPLEMENTAR UN EBOOK (LIBRO DIGITAL TURISTICO) PARA EL DESTINO CUENCA?

- Comunicación agilizada/dinámica
- Mayor posicionamiento del destino

MUCHAS GRACIAS POR SU AYUDA



ENTREVISTA A FUNCIONARIOS FMTC

NOMBRE: Ing. Fabiola Jadán

CARGO: Informador Turístico De Cuenca (Itur).

1 ¿QUÉ CLASE DE PROMOCIÓN EN LA WEB, TIENE SOBRE LOS ATRACTIVOS CULTURALES DEL CANTON CUENCA?

La Fundación Municipal "Turismo para Cuenca" promociona las bondades de la ciudad (cultural - natural) a través de su página web: www.cuenca.com.ec

2 ¿QUÉ HERRAMIENTAS TECNOLOGICAS MODERNAS UTILIZA LA FUNDACION MUNICIPAL DE TURISMO PARA CUENCA CON EL OBJETIVO DE PROMOCIONAR LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DE ESTE DESTINO?

- Página web
- Facebook.
- You Tube
- Flickr.
- Twitter.

3 ¿CÓMO CREE USTED QUÉ APORTARÁ LA IMPLEMENTACION DE UN EBOOK (LIBRO DIGITAL TURISTICO) PARA LA FUNDACION MUNICIPAL DE TURISMO PARA CUENCA?

Permitirá obtener mayor información del atractivo de una manera dinámica y/o e interactiva

4 ¿APORTE CON SU OPINION PROFESIONAL Y TECNICA, SOBRE LOS BENEFICIO DE IMPLEMENTAR UN EBOOK (LIBRO DIGITAL TURISTICO) PARA EL DESTINO CUENCA?

Las herramientas tecnológicas son un soporte básico para el marketing turístico.

MUCHAS GRACIAS POR SU AYUDA

F. Jadán

ANEXO.- 6 Entrevista a los Funcionarios de la FMTC





ANEXO.-7



FMTPC-DE-0218-2012

Santa Ana de los Ríos de Cuenca, 07 de noviembre de 2012

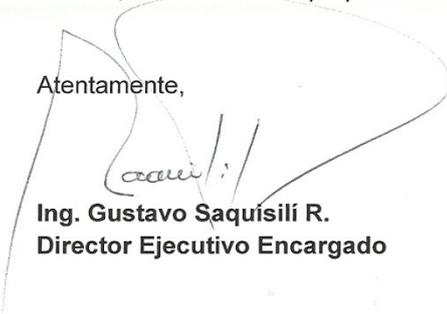
Señores
UNIVERSIDAD ISRAEL
ESCUELA DE TURISMO
Presente.-

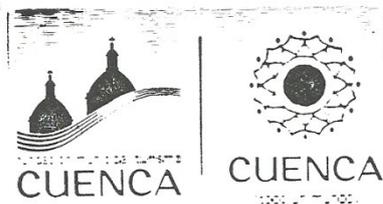
De mi consideración:

En atención a la solicitud presentada por los estudiantes: Srta. Verónica Morocho, Srta. Verónica Peláez y Sr. Santiago Pulla, requiriendo el aval de la Fundación Municipal Turismo para Cuenca para desarrollar su trabajo de grado denominado **“Implementación de un libro digital de los atractivos turísticos más importantes de Cuenca para la Fundación Municipal Turismo para Cuenca”**, toda vez que su propuesta ha sido analizada, tengo a bien informar a Ustedes que nuestra Institución otorga el aval para el mencionado trabajo de grado.

Cabe indicar que los alumnos se comprometen, una vez finalizado, revisado y corregido el trabajo de grado, ponerlo a disposición de la Fundación Municipal Turismo para Cuenca como un aporte para la promoción turística de nuestro destino, conservando la propiedad intelectual de las autoras.

Atentamente,


Ing. Gustavo Saquisilí R.
Director Ejecutivo Encargado



ANEXO.- 8

CUENCA *¡todo un mundo!*

Fundación municipal turismo
CUENCA

CUENCA
ALCALDÍA

» **Atractivos
Culturales**



» **Atractivos
Naturales**



» **MITOS**

» **LEYENDAS**

» **TOPONIMIAS**



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO

AUTORIZACIÓN DE EMPASTADO

DE:

PARA:

ASUNTO: Autorización de Empastado

FECHA: Quito 24 de Noviembre del 2012

Por medio de la presente certifico la señorita Verónica del Rosario Peláez Pizarro con C.C N° 0105781348 ha realizado las modificaciones solicitadas de acuerdo a las Actas de Pre Defensa realizado el día 24 de Noviembre del 2012, al documento de tesis titulada **“Implementación de un Ebook de los atractivos más importantes del Cantón Cuenca para la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca.”**, de la carrera de Hotelería y Turismo, el documento está concluido y se autoriza su empastado.

Atentamente

MCS. Paola Molina

Miembro del Tribunal

Pre defensa

