

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Elaboración de un Mapa Gastronómico Virtual de la Comida Nacional que oferta el
Cantón Cuenca, para la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca.

Estudiante.

Marcela del Rocío Malla Lituma

Tutor

Msc. Paola Molina.

Cuenca Ecuador.

Diciembre 2012.

UNIVERSIDAD TECNOLOGICA ISRAEL

CARRERA DE HOTELERIA

Y TURISMO

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD

Yo, Msc. Paola Molina certifico que la Señorita Marcela del Rocío Malla Lituma con CC. No. 0105049696 realizó la presente tesis con título "Elaboración de un Mapa Gastronómico Virtual de la Comida Nacional que Oferta el Cantón Cuenca, para la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca". Y que es autor intelectual del mismo, que es original autentica y personal

Msc. Paola Molina.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

CARRERA DE HOTELERIA

Y TURISMO

CERTIFICADO DE AUTORIA

El documento de tesis con título **“Elaboración de un Mapa Gastronómico Virtual de la Comida Nacional que oferta el Cantón Cuenca, para la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca”** ha sido desarrollado por Marcela del Rocío Malla Lituma con CC. No.0105049696 persona que posee los derechos de autoría y responsabilidad, restringiéndose la copia o utilización de cada uno de los productos de esta tesis sin previa autorización.

Marcela del Rocío Malla Lituma

Dedicatoria.

A Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para alcanzar mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres y hermano por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su apoyo incondicional cabalmente mantenido a través del tiempo.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

Agradecimiento.

A la tutora del Trabajo de Titulación de grado, Msc. Paola Molina por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

A la Universidad Tecnológica Israel, por darme la oportunidad de estudiar y ser una profesional.

Del mismo modo a la “Fundación Municipal de Turismo para Cuenca” y en especial al Ing. Andrés Ochoa, por su colaboración brindada para complementar con este Trabajo de titulación de Grado.

RESUMEN

El presente trabajo de titulación de grado se desarrolló con el objetivo de conocer las necesidades de los turistas al momento de buscar información de los establecimientos de alimentos y bebidas, con la intención de optimizar, proporcionar de manera más rápida y segura, la búsqueda de dicho servicio, mediante herramientas tecnológicas para la promoción del destino, para que así se pueda tener información verídica de los servicios ofertados.

Mediante la elaboración del mapa gastronómico virtual de la comida nacional del Cantón Cuenca, la intención es lograr que los turistas tengan un mayor acceso a la información, brindando nuevas alternativas de servicio gastronómico, donde se muestren los diferentes sabores y la cultura de nuestro País, en cada uno de los restaurantes presentados en el mapa, siendo elegidos los establecimientos con alta calidad de servicio que se ofrecen dentro del Cantón.

SUMMARY

This grade graduation work was developed with the aim to meet the needs of tourists when seeking information on food and beverage establishments, with the intention of optimizing, providing more quickly and safely, finding that service, using technology tools to promote the destination, so that you can have accurate information on the services offered.

By developing virtual gastronomic map National food Cuenca Canton, the intention is to get tourists have greater access to information, providing new alternative dining options, which show the different flavors and culture of our country, in each of the restaurants presented on the map, being elected establishments with high quality of service offered within the canton.

TABLA DE CONTENIDOS

	Página
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Antecedentes	2
1.2 Objetivos	4
1.2.1 General	4
1.2.2 Específicos	4
2. MARCO DE REFERENCIA	5
2.2.1 Marco Conceptual	5
2.2.2 Fundamentación Teórica	13
2.2.2.1 Teorías de Estudio	14
2.2.3 Hipótesis	19
2.2.3.1 General	19
2.2.3.2 Específicos	19
3. ESTRATEGIA METODOLOGICA	20
3.1 Unidad de Análisis	20
3.2 Población y Muestra	23
3.3 Tipo y Nivel de Investigación	23
3.4 Técnicas e Instrumentos	24
3.5 Organización y Análisis de Datos	29
3.6 MATRIZ Y ANALISIS FODA	39
3.6.1 Conclusión Matriz del FODA	41
4. RESULTADOS	42
4.1 Comida Nacional en el Cantón Cuenca	42
4.2 Elaboración del Mapa Gastronómico	61
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	63
5.1 Conclusiones	63
5.2 Recomendaciones	64
BIBLIOGRAFIA	65
ANEXOS	67

LISTA DE CUADROS Y GRAFICOS

	Página
FIGURA 1 Cuadro de la Matriz FODA.	39
FIGURA 2 Cuadro de la actualización de la información delos establecimientos de alimentos y bebidas de la comida nacional.	57
FIGURA 3. Cuadro del levantamiento fotográfico de servidores turísticos del área de restauración – comida nacional.	60

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1. Autorización de empastado

ANEXO 2. Aval otorgado por la FMTC.

ANEXO 3. Comprobación digital de las reuniones sostenidas con la FMTC

ANEXO 4: Comprobación digital de las encuestas realizadas a los turistas nacionales e internacionales

ANEXO 5. Mapa gastronómico virtual de comida Nacional del Cantón Cuenca para la FMTC.

INTRODUCCIÓN

Hoy en día el turismo se inclina cada vez más a la especialización y va al encuentro de los nuevos deseos de los turistas. Por lo tanto no es extraño que hayan aparecido una serie de nuevos productos que van más allá del turismo masificado de sol y playa, e intentan satisfacer diversos nichos de mercado. El turismo gastronómico es uno de los nuevos productos turísticos que ha ganado mayor dimensión en los últimos tiempos, así como ha llamado la atención por parte de la comunicación social.

La presente investigación denominada “La elaboración de un mapa gastronómico virtual de la comida nacional que se ofrece en el Cantón Cuenca para la FMTC”, se enmarca en un conjunto de necesidades y contextos que se encuentran en plena expansión en la industria turística, con el propósito de ayudar a simplificar de manera eficaz la búsqueda de información de alimentos y bebidas que solicitan los viajeros mediante herramientas tecnológicas para la promoción del destino, y así conocer con mayor detalle los servicios y la oferta de esta área.

Con este tema se propone conseguir una búsqueda de información visual virtual, logrando así identificar el mercado de comida nacional que oferta este Cantón, opciones de todo el país en donde se resuman la diversidad gastronómica de las diferentes regiones que la componen, todas ella resumidas en un territorio.

1.1 Antecedentes

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo.

El turismo gastronómico es una forma de hacer turismo en la que la gastronomía del país visitado es parte de la actividad preponderante durante su visita, en los últimos tiempos el turismo se ha transformado en una actividad con mayor trascendencia para la economía de un país.

¹Este "nuevo segmento" da origen a lo que se llama turismo gastronómico y aparece como un segmento cada vez más importante. Según Saramago (2002) es posible encontrar por todos lados personas que viajan para "experimentar, degustar, probar nuevos sabores" ya sea en restaurantes, ferias gastronómicas, cenas medievales y otros eventos.

En el Ecuador la gastronomía también es una parte fundamental en el desarrollo del mismo ya que demuestra su cultura e identidad.

Es importante considerar los medios de información que promocionan los diferentes tipo de atractivos y los servicios que lo complementan para una mayor satisfacción del viajero, un mapa virtual turístico gastronómico, presentando una opción de lo que se ha identificado anteriormente, ayudando a simplificar de manera eficaz la búsqueda de información gastronómica en función del turismo en la web.

¹http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322011000300012&script=sci_arttext, pág.4

²Las primeras guías gastronómicas, se empezaron a realizar en Europa en el siglo XIII, Estas guías eran realizadas por los famosos "gourmets" o "gastronomers", personas de muy grande apetito que se dedicaban en clasificar los restaurantes, el más famoso fue "Kurnonsky" en Amberes, el gran Curnosky.

Hoy en día existen varias rutas gastronómicas en el mundo dedicadas a diversos tipos de comida o insumos, entre estas están: Ruta del jamón Ibérico en España, ruta de los quesos de cabra, ruta de la tenca, ruta de las frutas y los licores, ruta de los vinos, la ruta de los nuggets, etc. En las que se eligen temas culinarios que remarcan la identidad de la ruta y destino.

Cuenca y su zona de influencia tiene una importancia muy singular para la historia del Austro del Ecuador. Por ser un punto medio entre la costa y la Amazonía, desde tiempo ancestral se constituyó como una zona de encuentro entre culturas, comerciantes y eventos de connotación religiosa, es por eso que cuenta con una gran riqueza cultural gastronómica, también aquí se puede encontrar diversidad gastronómica de todo el país, la cual se puede promocionar de diversas maneras, una forma novedosa y tecnológica de alcance mundial es la opción de elaborar un mapa gastronómico virtual.

³La 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 como prioridad de

²http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_gastron%C3%B3mico

³<http://www.cuenca.gov.ec/?q=system/files/Plan%20Estrat%C3%A9gico%20de%20Cuenca%202020.pdf>, pág.3

acción, promocionar difundir e informar el turismo que oferta el cantón Cuenca, identificando sus: atractivos, servicios y beneficios de visitarlo.

1.2Objetivos:

1.2.1Generales

- Elaborar un mapa gastronómico virtual de la comida nacional que ofrece el Cantón Cuenca para FMTC

1.2.2Específicos

- Fundamentar la elaboración de un mapa gastronómico virtual de comida Nacional que ofrece el Cantón Cuenca para FMTC
- Diagnosticar la necesidad de la elaboración de un mapa gastronómico virtual de comida Nacional que ofrece el Cantón Cuenca, para FMTC
- Proponer la elaboración de un mapa gastronómico virtual de comida Nacional que ofrece el Cantón Cuenca para FMTC.

2. MARCO DE REFERENCIA

2.2.1 Marco conceptual

⁴**Turismo:**El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa".

⁵**Turista:** toda persona que se desplaza hacia un lugar fuera de su residencia habitual y permanece en él por lo menos 24 horas.

⁶**Viajero:** toda persona que está de viaje entre dos o más localidades.

⁷**Visitante:** es toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a 12 meses, y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

⁸**Servicio:** Organización y personal destinados a cuidar intereses y satisfacer necesidades del público o de alguna entidad oficial o privada. Es el conjunto de acciones establecidas para incrementar la satisfacción del cliente unido a los beneficios del producto.

⁴WALTER HUNZIKER, Kurt Krapf, Fundamentos de la Teoría General del Turismo, pág.4

⁵ <http://www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo/Diccionario-1/V/VIAJERO-886/>, pág. 4.

⁶ Organización Mundial Del Turismo (O.M.T.): Definiciones relativas a las estadísticas del turismo Ed. O.M.T. Madrid, pág. 9.

⁷ IDEM

⁸ INEFAN-GEF Guías de parques nacionales y reservas del ecuador, para la protección de la biodiversidad. Quito, pag 15

⁹**Servicio turístico:** Organización adecuada y personal especializado destinados a satisfacer necesidades y deseos del turista.

¹⁰**Servicio de Alimentos y Bebidas:** son todos los establecimientos que de modo habitual y mediante precio proporcionan comidas y/o bebidas con o sin servicios de carácter complementarios.

¹¹**Servicio de información turística:** es cuando se facilita información a usuarios de servicios turísticos sobre recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios...

¹²**Promoción turística:** Conjunto de acciones destinadas al fomento de las diversas etapas del desarrollo turístico.

¹³**Publicidad:** actividades emprendidas con el objeto de presentar a un grupo un mensaje personal, oral escrito o visual, con respecto a un producto, servicio o idea, patrocinando y diseminando por medios masivos de difusión.

¹⁴**Demanda turística:** Conjunto de bienes y servicios turísticos que el turista está dispuesto a adquirir a los precios internos en el caso del turismo nacional; y a precios determinados por las tasas de cambio, en el turismo internacional.

¹⁵**Promoción turística:** Conjunto de acciones destinadas al fomento de las diversas etapas del desarrollo turístico.

⁹ Organización Mundial Del Turismo (O.M.T.): Definiciones relativas a las estadísticas del turismo, Ed. O.M.T. Madrid, pág. 10.

¹⁰ <http://www.google.com.ec/interstitial?url=http://www.captur.com/Docs/SectorAlimentosBebida>. pág.5

¹¹ http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo#Informaci.C3.B3n_tur.C3.ADstica. pág.2

¹² IDEM

¹³ Glosario de Turismo de Negocios: Terminología, Medidas y Capacidades. SECTUR, pág. 1.

¹⁴ IDEM

¹⁶**Oferta turística:** Conjunto integrado por bienes y prestaciones de diferentes tipos de empresas (Patrimonio Industria y Propaganda). En estas combinaciones de prestaciones materiales y de servicios, éstos últimos suelen cumplir la función más importante en la elaboración y distribución del producto turístico.

¹⁷**Localización turística:** Conjunto de elementos físicos, factores económicos y humanos que hacen posible la explotación de un recurso básico que sirven para la atracción y frecuentación turística con un índice de rentabilidad.

¹⁸**Turismo Urbano:** Se desarrolla principalmente en aquellos núcleos urbanos considerados puntos de entrada a las regiones o zonas turísticas, base para las giras o paradas esporádicas. Son lugares de concentración de servicios, cuentan con sus propias atracciones y suelen ser sede de importantes negocios, congresos y convenciones.

¹⁹**Turismo Cultural:** Es aquella modalidad de turismo que tiene como motivación la contemplación y /o participación en forma activa de las manifestaciones culturales de los pueblos a través de un contacto directo con sus costumbres, su folklore, su arte, su ideología, su lengua, su modo de ver el mundo y su desarrollo.

²⁰**Turismo sustentable:** 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

¹⁵ IDEM

¹⁶ IDEM

¹⁷ IDEM

¹⁸ <http://www.diariodelhotelero.com.ar/noticias/detalle/glosario-de-turismo-> .pág.1

¹⁹ IDEM

²⁰ <http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=1> .pág.1

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.

²¹**Ecoturismo:** Es una forma de turismo que respeta y revaloriza el patrimonio natural y cultural; sostiene que es "aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural.

²²**Empresa pública:** es toda aquella que es propiedad del estado, sea este nacional, municipal o de cualquier otro estrato administrativo, ya sea de un modo total o parcial.

²³**Comida internacional:** Muestra la identidad gastronómica de un país.

²⁴**Mapa Virtual:** es una representación gráfica y métrica de una porción de territorio, hoy constituyen una fuente importante de información, brindando datos de utilidad para el desarrollo de distintas actividades

²⁵**Turismo virtual:** Este es un blog que está hecho para las opiniones sobre el tema del Turismo Virtual y su expansión en el mundo, además tiene la función de informar al público sobre este novedoso término, hablar sobre las funciones que este produce y su impacto en el mundo.

²¹IDEM

²² CHIAVENATO, Idalberto. Iniciación a la Organización y Técnica Comercial, pág. 4.

²³ IDEM

²⁴ LASALAY SALAZAR, Pilar José Luis Tecnologías De Red (Nivel Básico) G.21., pág.3-4

²⁵ IDEM

²⁶**Navegación virtual:** movimiento, interacción en un entorno virtual por parte de un observador, cámara, participante en la escena.

²⁷**Atractivo:** Cualquier elemento que pueda inducir un turista a que este visite un determinado lugar.

²⁸**Ilustrador.-** Sirve para crear un mapa, es un artista gráfico que se especializa en la mejora de la comunicación escrita por medio de representaciones visuales que corresponden al contenido del texto asociado; son imágenes asociadas con palabras. Esto significa que podemos producir imágenes que llevan un mensaje; ayuda a clarificar conceptos complicados u objetos que son difíciles de describir textualmente o también pueden ser requeridas como atractivo, ayuda a la publicidad.

²⁹**MapEdit 3.16.-** Sirve para crear mapeados de imagen, es decir, gráficos para web con zonas delimitadas que puedes convertir en enlaces a otras páginas web.

³⁰**Adobe flash y PHP.-** es un lenguaje de programación interpretado o framework para HTML, diseñado originalmente para la creación de páginas web dinámicas. Orientado al desarrollo de aplicaciones web dinámicas con acceso a información almacenada en una base de datos.

²⁶ WILBER, K. et al. El paradigma holográfico. Barcelona: Kairós, 3a. edición, pág.3

²⁷ <http://www.cadiar.es/historia-de-la-ciudad>, pág 1.

²⁸ <http://es.wikipedia.org/wiki/Ilustrador>

²⁹ <http://mapedit.softonic.com/>

³⁰ <http://es.wikipedia.org/wiki/PHP>

³¹**MySQL.**- es un sistema de administración de bases de datos. Una base de datos relacional archiva datos en tablas separadas en vez de colocar todos los datos en un gran archivo. Esto permite velocidad y flexibilidad.

³²**Photoshop player.**- La función principal es ofrecer las herramientas más avanzadas para el retoque digital de imágenes, teniendo como característica principal facilidad de uso en la mayoría de funciones.

³³**Macromedia Flash.**- El programa mezcla gráficos vectoriales, bitmaps, sonido, animaciones y una interactividad avanzada para crear espectaculares páginas web que atraigan y entretengan a los visitantes.

³⁴**Animaciones flash.**- Es un tipo de animación que emplea gráficos vectoriales y que suelen emplearse principalmente en la web.

³⁵**Tecnología Clientes Servidos.**- 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.

³¹<http://es.wikipedia.org/wiki/MySQL>

³²http://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_Flash_Player

³³<http://es.wikipedia.org/wiki/Macromedia>

³⁴http://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_Flash_Professional

³⁵<http://es.wikipedia.org/wiki/Cliente-servidor>

³⁶**Base de datos.**- es un conjunto de datos pertenecientes a un mismo contexto y almacenados sistemáticamente para su posterior uso. Actualmente, y debido al desarrollo tecnológico de campos como la informática y la electrónica, la mayoría de las bases de datos están en formato digital (electrónico), y por ende se ha desarrollado y se ofrece un amplio rango de soluciones al problema del almacenamiento de datos.

³⁷**Lenguaje de programación.**- es un idioma artificial diseñado para expresar procesos que pueden ser llevadas a cabo por máquinas como las computadoras. Pueden usarse para crear programas que controlen el comportamiento físico y lógico de una máquina, para expresar algoritmos con precisión, o como modo de comunicación humana. Está formado por un conjunto de símbolos y reglas sintácticas y semánticas que definen su estructura y el significado de sus elementos y expresiones. Al proceso por el cual se escribe, se prueba, se depura, se compila y se mantiene el código fuente de un programa informático se le llama programación.

³⁸**Servidor web.**-Básicamente, un servidor web sirve como un contenido estático a un navegador, carga un archivo y lo sirve a través de la red al navegador de un usuario. Este intercambio es mediado por el navegador y el servidor que hablan el uno con el otro mediante HTTP.

³⁶http://es.wikipedia.org/wiki/Base_de_datos

³⁷http://es.wikipedia.org/wiki/Lenguaje_de_programaci%C3%B3n

³⁸<http://www.masadelante.com/faqs/servidor-web>

³⁹**PHP.**-es un lenguaje de programación de uso general de script del lado del servidor originalmente diseñado para el desarrollo web de contenido dinámico.

⁴⁰**Ajax.** - es una técnica de desarrollo web para crear aplicaciones interactivas o RIA (Rich Internet Applications). Estas aplicaciones se ejecutan en el cliente, es decir, en el navegador de los usuarios mientras se mantiene la comunicación asíncrona con el servidor en segundo plano. De esta forma es posible realizar cambios sobre las páginas sin necesidad de recargarlas, lo que significa aumentar la interactividad, velocidad y usabilidad en las aplicaciones.

⁴¹**HTML.**- hace referencia al lenguaje de marcado predominante para la elaboración de páginas web que se utiliza para describir y traducir la estructura y la información en forma de texto, así como para complementar el texto con objetos tales como imágenes. El HTML se escribe en forma de «etiquetas», rodeadas por corchetes angulares (<,>). HTML también puede describir, hasta un cierto punto, la apariencia de un documento, y puede incluir un script (por ejemplo JavaScript), el cual puede afectar el comportamiento de navegadores web y otros procesadores de HTML.

⁴²**Navegador Web.**- es una aplicación que opera a través de Internet, interpretando la información de archivos y sitios web para que estos puedan ser leídos (ya se encuentre ésta alojada en un servidor dentro de la World Wide Web o en un servidor local). La funcionalidad básica de un navegador web es permitir la visualización de

³⁹<http://es.wikipedia.org/wiki/PHP>

⁴⁰<http://es.wikipedia.org/wiki/AJAX>

⁴¹<http://es.wikipedia.org/wiki/HTML>

⁴²http://es.wikipedia.org/wiki/Navegador_web

documentos de texto, posiblemente con recursos multimedia incrustados. Los documentos pueden estar ubicados en la computadora en donde está el usuario, pero también pueden estar en cualquier otro dispositivo que esté conectado en la computadora del usuario o a través de Internet, y que tenga los recursos necesarios para la transmisión de los documentos (un software servidor web).

⁴³**Javascripts.** - se utiliza principalmente en su forma del lado del cliente (client-side), implementado como parte de un navegador web permitiendo mejoras en la interfaz de usuario y páginas web dinámicas, en bases de datos locales al navegador...⁴ aunque existe una forma de JavaScript del lado del servidor (Server-side JavaScript o SSJS). Su uso en aplicaciones externas a la web

⁴⁴**Jquery.-** es un framework Javascript; pues es un producto que sirve como base para la programación avanzada de aplicaciones, que aporta una serie de funciones o códigos para realizar tareas habituales. Por decirlo de otra manera, framework son unas librerías de código que contienen procesos o rutinas ya listos para usar. Los programadores utilizan los frameworks para no tener que desarrollar ellos mismos las tareas más básicas, puesto que en el propio framework ya hay implementaciones que están probadas, funcionan y no se necesitan volver a programar.

2.2.2 Fundamentación teórica

La fundamentación teórica expresa un debate teórico de las teorías que relacionan y componen la esencia de la temática del trabajo de graduación. Se exponen las

⁴³<http://es.wikipedia.org/wiki/JavaScript>

⁴⁴<http://www.desarrolloweb.com/articulos/introduccion-jquery.html>

teorías de estudio en una línea teórica que permitirá tener una idea clara de las posiciones de los autores que enlazan el tema del proyecto, las mismas nos servirán tanto para el análisis pertinente del diagnóstico como para establecer una propuesta eficiente en concordancia con la problemática expuesta.

2.2.2.1 Teorías de estudio

Teoría del ocio

Según el sociólogo francés Joffre Dumazedier: “El ocio es un conjunto de ocupaciones a las que el individuo puede entregarse de manera completamente voluntaria tras haberse liberado de sus obligaciones profesionales, familiares, y sociales, para descansar, para divertirse, para desarrollar su información o su formación desinteresada, o para participar voluntariamente en la vida social de su comunidad”.

Según Nobert E. y Dunning E. en 1992 afirman que “Por medio de los acontecimientos recreativos, en particular de la clase mimética, nuestra sociedad cubre la necesidad de experimentar el desbordamiento de las emociones fuertes en público proporcionando una liberación que no perturba ni pone en peligro el relativo orden de la vida social”.

- **DEBATE TEORICO Y ANALISIS:** La teoría que se asume en función del trabajo de graduación, es la teoría de Joffre Dumazedier: ya que todas las personas tienen la necesidad de vacacionar, y les interesa conocer la culturas de los pueblos que desean visitar, por lo que el mapa virtual gastronómico les ayudara a encontrar los mejores lugares de gastronomía de la ciudad.

Teoría del turismo

Según Bormann, en 1930, afirma que: "Turismo es el conjunto de viajes cuyo objeto es el placer o los motivos comerciales o profesionales, u otros análogos, y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal. No son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo".

Según Hunziker y Krapf en 1942, afirman que: "Turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas, fuera de su lugar de domicilio, en tanto dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa".

- **DEBATE TEORICO Y ANALISIS:** La teoría que se aplica al proyecto de investigación, es la de Bormann, porque el turismo es muy importante para el crecimiento y desarrollo de un pueblo, ya que con la llegada de los turistas se da a conocer la cultura del lugar, uno de los atractivos más relevantes de un destino es su gastronomía, ya que esta se verá resaltada en la elaboración del mapa virtual.

Teoría de la globalización

Según Octavio Lanni (sociólogo brasileño; posiblemente el más importante teórico latinoamericano sobre temas globales). 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 razonablemente originales, que suscitan significados e implicaciones y llenan textos científicos, filosóficos y artísticos.

Según Ulrich Beck (sociólogo alemán, uno de los más importantes teóricos sobre la globalización). "La globalización significa los procesos en virtud de los cuales los

Estados nacionales soberanos se entremezclan e imbrican mediante actores transnacionales y sus respectivas probabilidades de poder, orientaciones, identidades y entramados varios. El concepto de globalización se puede describir como un proceso, que crea vínculos y espacios sociales transnacionales, revaloriza culturas locales y trae a un primer plano terceras culturas".

- **DEBATE TEORICO Y ANALISIS:** La teoría que se ha escogido para el proyecto es la de Ulrich Beck, porque la globalización en los últimos años ha variado rotundamente el estilo de vida de las sociedades y las culturas a diario exigen innovaciones en todos los productos y servicios, que los ofertantes crean a diario para cumplir con todas nuestras necesidades en un ámbito globalizado, por tanto la promoción y la información turística debe proyectarse a un ámbito de la comunicación integral sin medir distancias y empatar puntos de vista que transformen una concepción única flexible a las transformaciones del mundo moderno.

Teoría de la información y mapas virtuales

Según Ángel Fernando Kuri Morales “La información puede estar contenida, básicamente, en cualquier tipo de objeto que sea representable en la computadora, por ejemplo en un texto, una pintura, un sonido, una película, etc.”

Según Idalberto Chiavenato afirmaba que la información consiste en un conjunto de datos que poseen un significado, de modo tal que reducen la incertidumbre y aumentan el conocimiento de quien se acerca a contemplarlos. Estos datos se encuentran disponibles para su uso inmediato y sirven para clarificar incertidumbres sobre determinados temas.

- **DEBATE TEORICO Y ANALISIS:** La teoría que aporta a este trabajo con un importante punto de vista, es la del autor Idalberto Chiavenato, ya que la información que tendrá el proyecto será de gran ayuda para las personas que deseen conocer el destino Cuenca, con bases informativas que identifiquen los datos generales de un destino, y en este caso en particular la gastronomía como atractivo y los servicios que proponen en el ámbito culinario.

Teoría de espacios turísticos

Según E. Cohen, 2000; “El espacio turístico es la zona delimitada dispuesta física y socialmente para recibir visitas turísticas”.

Según Roberto Boullón, “El espacio turístico abarca las partes del territorio donde se verifica o podría verificarse la práctica de actividades turísticas; por lo tanto puede ser real o potencial. El elemento clave para delimitar el espacio turístico son los atractivos, representados en diversas categorías, tamaño y discontinuidad espacial. Sin su presencia el turismo no podría existir”.

- **DEBATE TEORICO y ANALISIS:** La teoría que se asume es la del autor Roberto Boullon, ya que este autor enlaza los atractivos con un territorio, como en nuestro caso el Cantón Cuenca que es la cabecera provincial del Azuay, presentando como un territorio con una riqueza gastronómica particular, que motiva a los pasajeros a visitarla.

Teoría de tecnologías o avances tecnológicos

Según Quintanilla, 2001; las grandes orientaciones o enfoques en la tecnología, pueden ser agrupadas en tres apartados: la orientación instrumental, la cognitiva, y la sistémica.

Según Mitcham, 1994, sobre las diferentes formas de manifestación de la tecnología: como conocimiento, como actividad (producción, uso), como objetos (artefactos), y como volición.

- **DEBATE TEORICO Y ANALISIS:** La teoría que se relaciona y concuerda con el tema del proyecto es la de Quintanilla, porque la tecnología nos permite conocer todas lo que se necesita de cada uno de los lugares a los cuales se desea visitar, mediante herramientas de avance tecnológico, como el caso del mapa virtual gastronómico.

Teoría de la geografía turística

Según Valencia López, 2001; “La Geografía que estudia la localización, las características ambientales, la distribución de flujos turísticos, la capacidad de carga turística, los medios de desplazamiento, los elementos de articulación y la imagen paisajística , de aquellas áreas o poblaciones que se comportan o se pueden comportar como destinos turísticos a efectos de su ordenamiento, desarrollo sostenible y promoción”.

Según Jean Pierre Lozato Giotart, 1987 señala: " La Geografía del Turismo se puede definir como el estudio de las relaciones entre el espacio y las actividades turísticas, espacio observado y espacio utilizado, teniendo en cuenta los otros factores que intervienen en el proceso turístico”.

- **DEBATE TEORICO Y ANALISIS:** La teoría que aporta a este trabajo es la del autor Jean Pierre Lozate Giotart, ya que la geografía del turismo es un espacio el cual atrae a los visitantes de una manera organizada en función a un territorio definido como destino turístico, ofreciendo diferentes actividades y atractivos que contempla un destino.

2.2.3 Hipótesis

2.2.3.1 General

Si es que se tendría la información adecuada y la herramienta tecnológica requerida se podría elaborar el mapa gastronómico de la comida nacional del cantón Cuenca.

2.2.3.2 Específicas

- Si es que se tendría una base conceptual y la línea teórica completa y necesaria se obtendría un marco de referencia que sustente la fundamentación teórica deseada.
- Si se desarrollaría un diagnóstico completo que identifique la base del problema se podría definir un análisis deseado para la propuesta.
- Si se elaboraría un mapa gastronómico virtual de la comida nacional se ofrecería 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

Estrategia nacional de promoción del turismo: plan de marketing turístico del país.

Este instrumento, que ya ha sido elaborado, define una estrategia de mercados, de productos y una marca turística del país, la misma que enfatiza en las potencialidades del país desde el punto de vista de la diversidad cultural y ecológica. El desarrollo de una política consistente de promoción, es uno de los elementos claves de esa estrategia y del mejoramiento de la capacidad competitiva del Ecuador.

A nivel internacional el destino Cuenca es considerado como una de las ciudades más importantes del Ecuador y de Sudamérica y reconocido como un destino altamente recomendado en varias páginas web (Viva Travel Guides, Tripadvisor, Yahoo Travel, Expedia, Frommers) y guías de viajero (LonelyPlanet, Footprint, The Rough Guide to Ecuador, Viva Travel Guides Ecuador and the Galápagos). Entre los reconocimientos internacionales que ha recibido está el haber sido elegida en el 2010 por LonelyPlanet dentro de las diez mejores ciudades turísticas y además se ubicó a Cuenca, como una de las diez ciudades mejor aventajadas, no solo para la visita temporal sino para una residencia permanente y preferida por personas de la tercera edad. Complementario a esto, en el 2009 por International Living, una revista estadounidense, como la mejor ciudad colonial de retiro para los jubilados, por ser una de las mejores preservadas del mundo.

La Fundación de turismo para Cuenca en conjunto con la alcaldía cuenta con una guía gastronómica de Cuenca publicada en español e inglés y en esta también se puede encontrar las siguientes páginas virtuales detalladas a continuación.

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

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 con 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:

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

Todas los recursos tecnológicos que esta Fundación de turismo para Cuenca tiene no es suficiente o por lo menos el problema que se ha visto en este es que la información esta desactualizada.

3.2 Población y muestra

Para la aplicación muestral de este trabajo se ha considerado la base de datos de la fundación municipal de turismo para Cuenca, tomando un referente de 25 turistas nacionales y 25 turistas internacionales, que generalmente acuden a las fuentes de información que expone esta institución, considerándole una fuente fiable que permita identificar la problemática citada en este TTG.

3.3 Tipo y nivel de investigación.

- **Aplicada.**- esta investigación se aplica aun 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 página 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.

MÉTODO

Método deductivo- inductivo

Se utilizará este método ya que es un proceso analítico sintético es decir se buscara conceptos sobre el tema, definiciones y normas a establecerse, se examinará casos similares. En otras palabras por este método se llegará de lo general a lo particular. En el método deductivo se utilizará la lógica y una información general para formular una solución posible 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 Técnicas e Instrumentos

Para el desarrollo del Mapa Gastronómico Virtual se ha realizado la siguiente investigación mediante encuestas y entrevistas.

- **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:
 - Ing. Fabiola Jadán (Itur),
 - Ing. Andrés Ochoa (Coordinación de Proyectos)
 - Lcdo. Felipe Cardoso (Relacionista Público).

- **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.
- **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.
- **Instrumentos.-** 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.

ESQUEMA 1

ENCUESTA:



Estimados, as:

Muchas gracias por tomarse el tiempo para completar esta encuesta. Su opinión es de gran importancia para conocer si la información requerida.

1.- ¿Cree usted que la web es una herramienta que facilita y ayuda a encontrar la información de los establecimientos de alimentos y bebidas?

Si No Porque _____

2. ¿Qué tipo de herramienta tecnológica usted consulta para obtener información de servicios de alimentos y bebidas?

a) Páginas web _____

b) Facebook. _____

c) Twitter. _____

d) hi5. _____

e) otros, especifique _____

3. ¿Cree que la información que se expone en la web acerca de los establecimientos de alimentos y bebidas que ofrece el cantón Cuenca satisface sus necesidades?

Si No Porque _____

4. ¿Usted conoce de promoción virtual acerca de alimentos y bebidas?

Si

No

Porque _____

5. Esta de acuerdo que la información publicada en la web de los servicios de alimentos y bebidas es:

Verídica _____

Falsa _____

Completa. _____

Incompleta. _____

6. ¿Piensa que la búsqueda de esta información es dinámica y fácil de acceder?

Si

No

Porque _____

7. ¿Le interesaría que se elaborara un mapa virtual donde se exponga todos los establecimientos de alimentos y bebidas de la comida nacional en la ciudad de Cuenca?

Si

No

Porque _____

ESQUEMA 2

ENTREVISTA.

ENTIDAD PÚBLICA: FUNDACION MUNICIPAL DE TURISMO PARA CUENCA

1. ¿Qué tipo de herramientas tecnológicas actuales utiliza la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca para promocionar los servicios turísticos de alimentos y bebidas que oferta el destino Cuenca?

2. ¿Según su experiencia qué tipo de información y que tipo de herramienta tecnológica debería utilizarse para promocionar este tipo de servicios en la web?

3. ¿Cómo aportaría la propuesta de la elaboración de un mapa virtual de los establecimientos alimentos y bebidas a la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca?

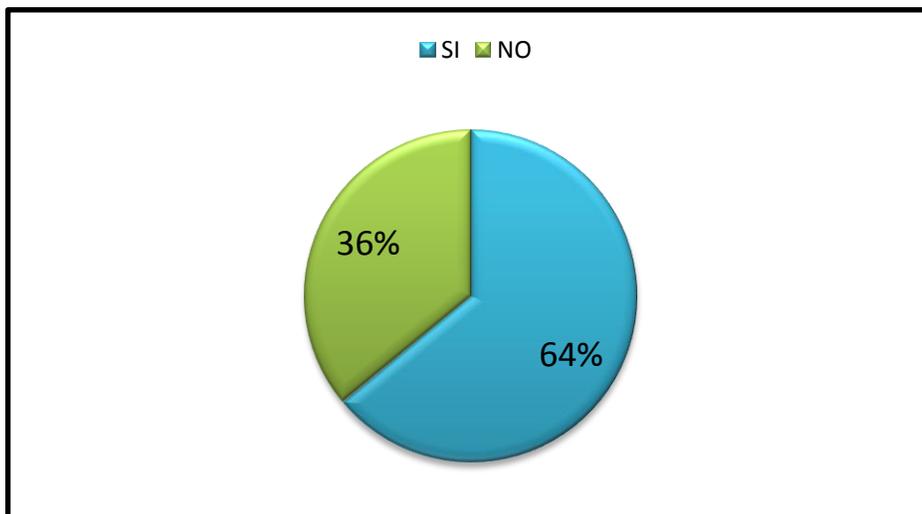
3.5 Organización y Análisis de Datos

A través de la presente tabulación se demostrara los datos obtenidos en las encuestas realizadas a turistas nacionales y extranjeros para conocer cuál es su opinión acerca del internet como fuente de información relacionada al turismo.

Resultados de las encuestas:

1.- ¿Cree usted que la web es una herramienta que facilita y ayuda a encontrar la información de los establecimientos de alimentos y bebidas?

GRAFICO #1



**FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LA AUTORA**

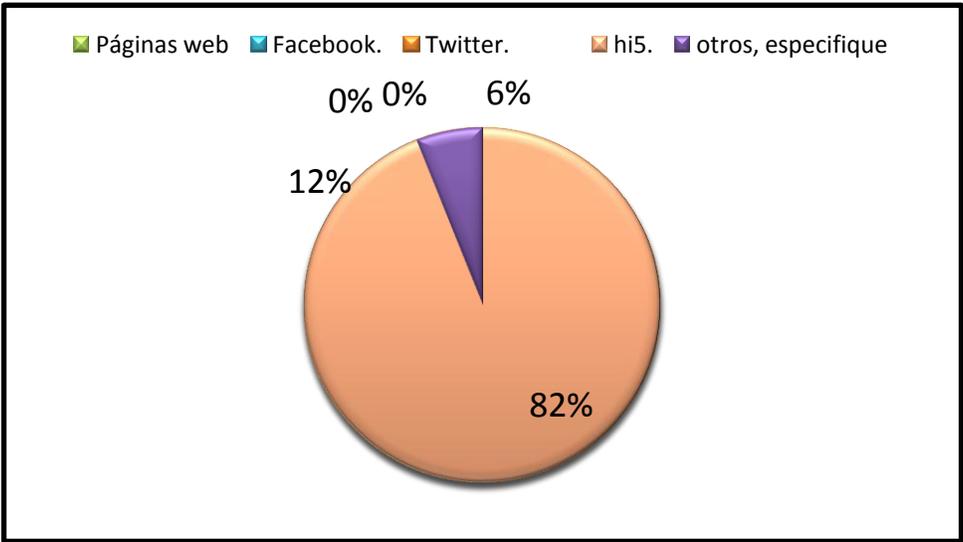
ANALISIS E INTERPRETACION GRAFICO #1

De un total de 50 encuestas realizadas a los turistas nacionales y extranjeros, la información obtenida resalta

rotundamente que la web como guía de visitas es muy alto ya que el personas la usan, porque la informacion esta detallada, estodemuestra que el mapa virtual tendra una fuerte acogida en el turismo nacional como internacional.

2. ¿Qué tipo de herramienta tecnológica usted consulta para obtener información de servicios de alimentos y bebidas?

GRAFICO #2



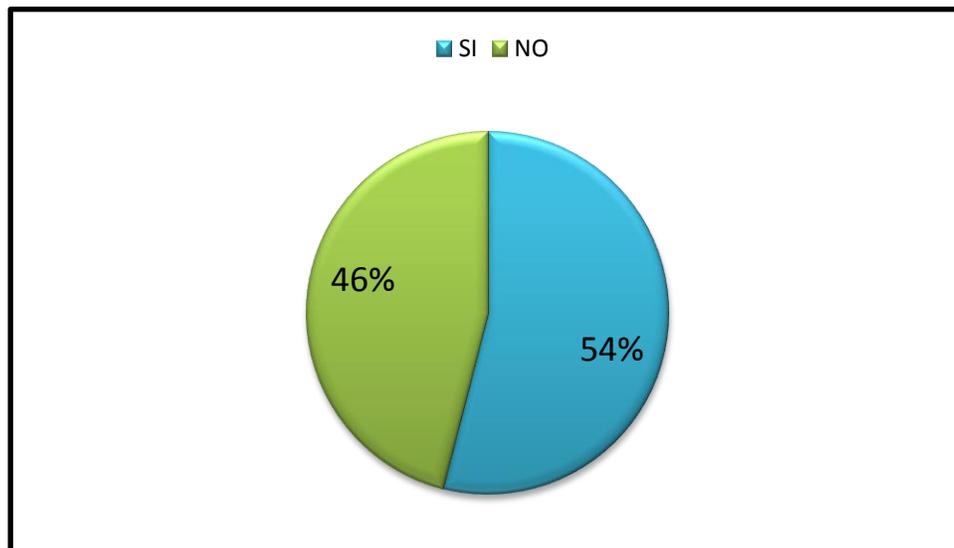
**FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LA AUTORA**

ANALISIS E INTERPRETACION GRAFICO #2

Como el grafico nos indica, las paginas web son las utilizadas al momento de buscar informacion, ya que se presenta con un total de 41 personas que utilizan este medio para conseguir informacion sobre los servicios turisticos, las redes sociales y otros medios tambien son una fuente de informacion utilizado por los turistas, pero estos en menor cantidad.

3. ¿Cree que la información que se expone en la web acerca de los establecimientos de alimentos y bebidas que ofrece el cantón Cuenca satisface sus necesidades?

GRAFICO #3



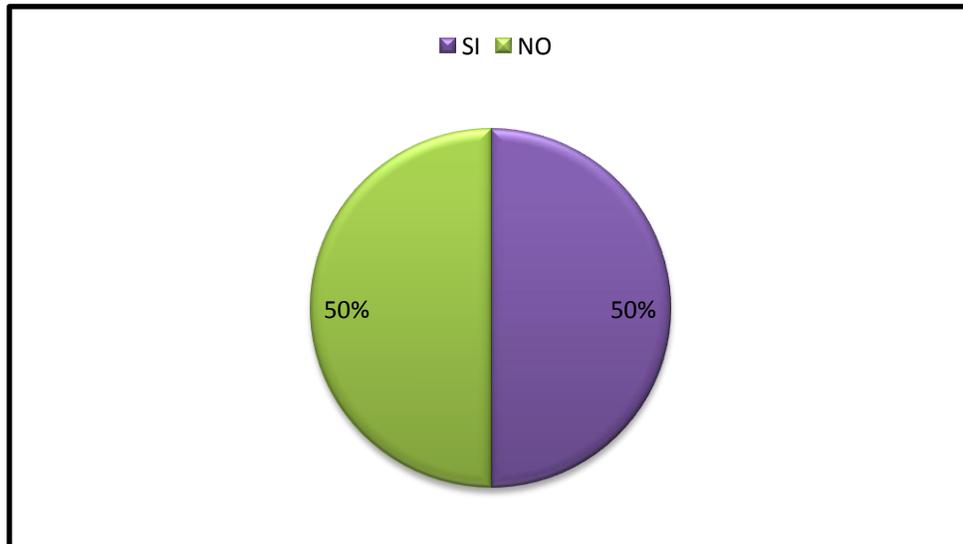
**FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LA AUTORA**

ANALISIS E INTERPRETACION GRAFICO #3

De 50 personas, 23 es el total de personas que no están satisfechas con la información brindada en la web, pero 27 si lo están, con esto concluimos que la web es un medio muy efectivo para ofrecer la información.

4. ¿Usted conoce de promoción virtual acerca de alimentos y bebidas?

GRAFICO #4



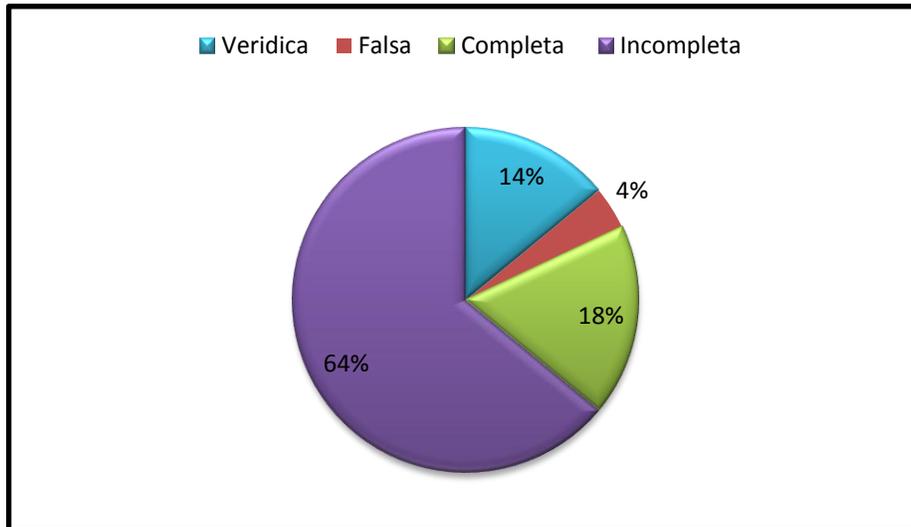
**FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LA AUTORA**

ANALISIS E INTERPRETACION GRAFICO #4

25 personas nos han dado a conocer que conocen promociones de alimentos y bebidas en la web, de la misma manera 25 personas han contestado que no conocen, esto nos da a entender que la promoción por medio de la web ha sido de gran acogida y que será muy factible elaborar un mapa virtual.

5. Esta de acuerdo que la información publicada en la web de los servicios de alimentos y bebidas es:

GRAFICO #5



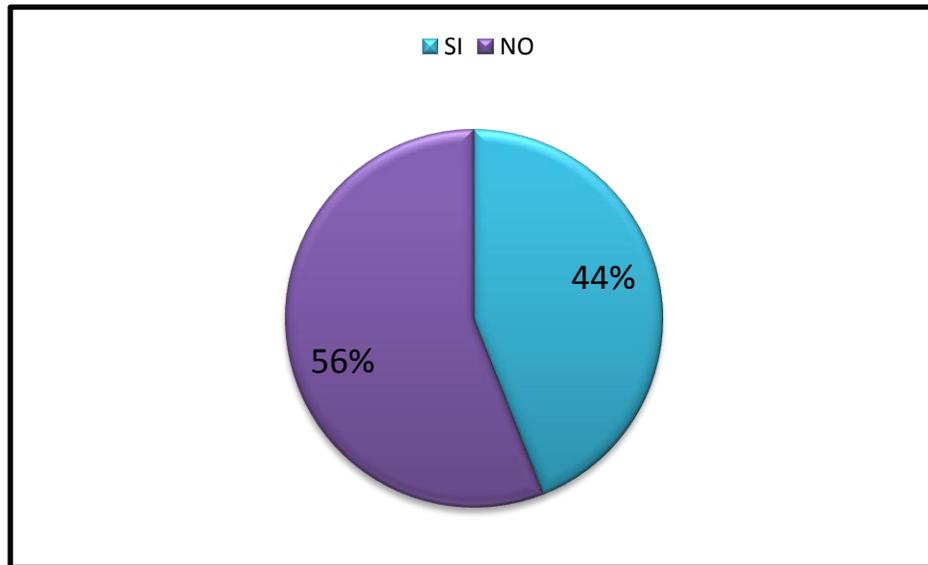
**FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LA AUTORA**

ANALISIS E INTERPRETACION GRAFICO #5

La opción **Incompleta** es la respuesta que el 64 % de los turistas encuestados, respondieron esta pregunta, esto nos manifiesta de una manera más amplia la desestimación que tienen los turistas al adquirir la información de sus lugares del destino Cuenca, esto hace que la aceptación del mapa en la web sea más aceptado.

6. ¿Piensa que la búsqueda de esta información es dinámica y fácil de acceder?

GRAFICO #6



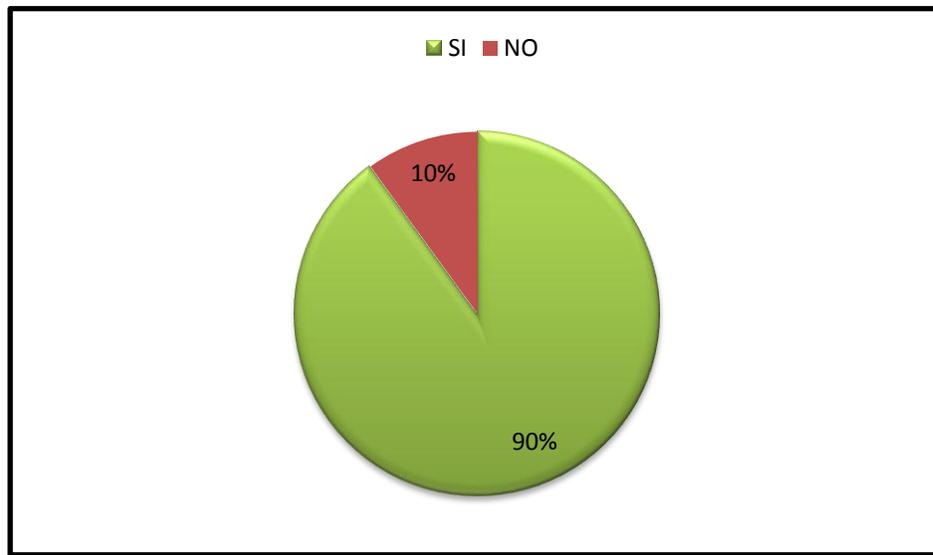
FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LA AUTORA

ANALISIS E INTERPRETACION GRAFICO #6

Las encuestas nos muestran que la búsqueda de esta información no es dinámica y fácil de acceder al momento de buscar y encontrar la información solicitada, de manera que esto nos dan a entender que la elaboración del mapa será de gran asistencia.

7. ¿Le interesaría que se elaborara un mapa virtual donde se exponga todos los establecimientos de alimentos y bebidas de la comida nacional en la ciudad de Cuenca?

GRAFICO #7



FUENTE: ENCUESTAS
ELABORADO POR: LA AUTORA

ANALISIS E INTERPRETACION GRAFICO #7

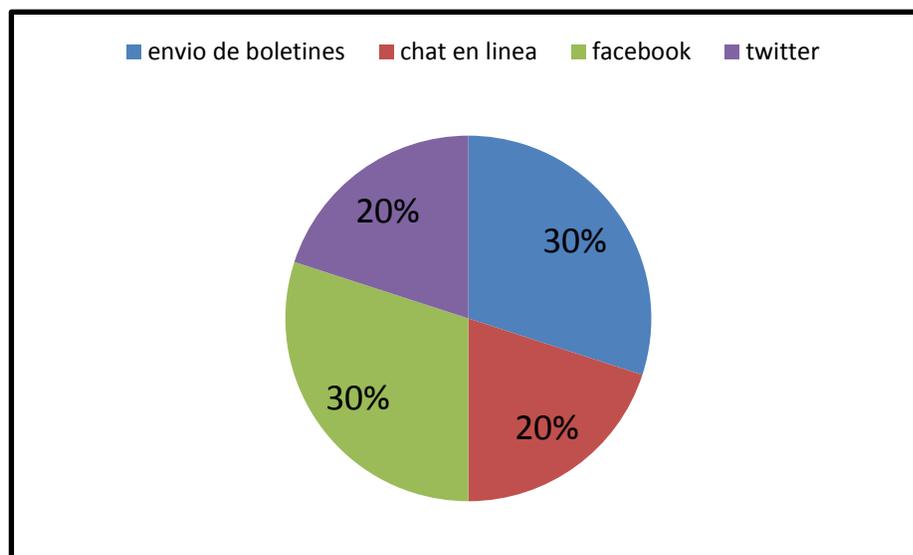
Los turistas nacionales como extranjeros están de acuerdo en que se realice un mapa virtual con el fin de obtener información actualizada y de una manera más rápida, esto revela que es viable crear y establecer en una página web nuestro mapa que le indique al turista todo lo que ellos necesiten.

Entrevistas:

Resultado Entrevista

1. ¿Qué tipo de herramientas tecnológicas actuales utiliza la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca para promocionar los servicios turísticos de alimentos y bebidas que oferta el destino Cuenca?

Gráfico # 1



Fuente: entrevista
Elaborado por: la autora

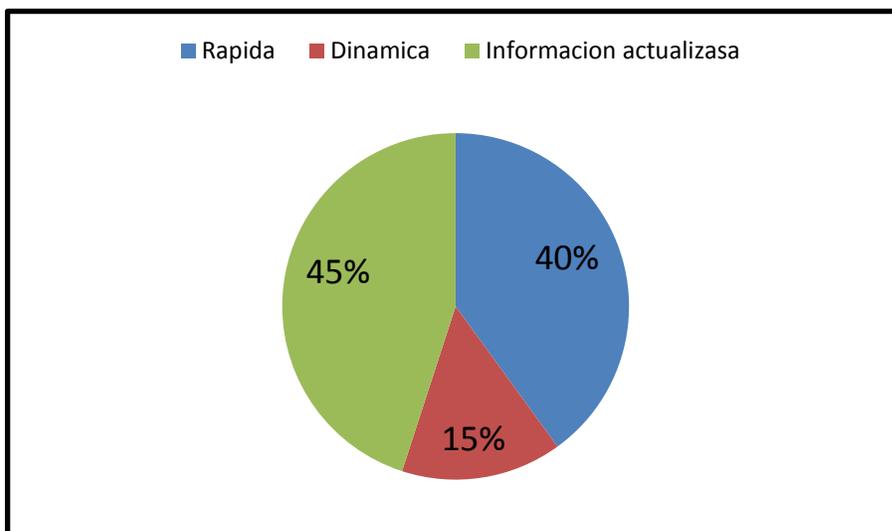
Análisis e Interpretación de la gráfica #1:

Se puede observar que la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca, utiliza las siguientes herramientas tecnológicas, un 30 % enviando boletines, un 20% con el chat en línea para despejar las inquietudes de los visitantes, el 20% la red social twitter, y el 30% la red social facebook, como nos podemos que la implementación

del mapa virtual será de mucha ayuda para despejar más rápidamente las inquietudes de los turistas.

2.-¿Según su experiencia qué tipo de información y que tipo de herramienta tecnológica debería utilizarse para promocionar este tipo de servicios en la web?

Gráfico # 2



Fuente: entrevista
Elaborado por: la autora

Análisis e Interpretación de la gráfica 2:

En la entrevista se puede observar que el tipo de información que se debería utilizar de ser, 40% rápida, el 15% dinámica, y el 45% debe de actualizar constantemente la información que se brinda al visitante.

3.- ¿Cómo aportaría la propuesta de la elaboración de un mapa virtual de los establecimientos alimentos y bebidas a la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca?

Gráfico # 3



Fuente: entrevistas
Elaborado por: la autora

Análisis e Interpretación de la gráfica 3:

Se puede observar que la implementación del mapa virtual de los establecimientos de alimentos y bebidas, con el 80% ayudara a brinda un mejor servicios para los visitantes, y con el 20% ofrece una información más confiable.

3.6 MATRIZ Y ANALISIS FODA

CUADRO # 1.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>La fundación municipal de turismo es una empresa abierta dispuesta a apoyar a nuevos proyecto para promoción turística.</p>	<p>El Ministerio de Turismo a través del presupuesto del Estado destina para la promoción turística en la provincia del Azuay 1'200.000 USD.</p>	<p>Esta Institución pública utiliza materiales POP (published of published), que contaminan el medio ambiente por el uso excesivo de papel.</p>	<p>Los turistas nacionales todavía no tienen una cultura en el manejo de la web para la consulta de promoción turística de los destinos.</p>
<p>La Fundación Municipal de Turismo para Cuenca, realiza el envío mensual de boletines electrónicos sobre las actividades y noticias de interés que se generan en la institución.</p>	<p>La existencia del Código ético mundial del Turismo, esbozada en el Artículo 6, promueve la promoción a través de los modernos medios de comunicación electrónica.</p>	<p>La fundación municipal de turismo para Cuenca está utilizando las herramientas de promoción tradicionales como twitter, facebook y pagina web.</p>	
<p>La fundación municipal de turismo para Cuenca, cuenta con una base de datos de 10.100 usuarios</p>	<p>Gran diversidad gastronómica que ofrece el destino</p>	<p>Esta empresa pública no tiene planificación de las actualización es de los servicios a ofertarse.</p>	

<p>La Fundación Municipal Turismo para Cuenca implementó un chat en línea, para despejar las inquietudes de los turistas.</p>	<p>Tener el Art. 4, según la política estatal con relación al sector del turismo, de los literales a y f; el primero reconoce que la actividad turística debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo; y el segundo promueve internacionalmente al país y sus atractivos con otros organismos del sector público y privado.</p>		
<p>El sitio Web de la Fundación Municipal Turismo para Cuenca, se encuentra los primeros lugares de los diferentes buscadores, siendo la más rápida para acceder a la información.</p>	<p>El turismo consciente y responsable, propone un ambiente más sano y menos contaminante en el uso de papel para la promoción turística.</p>		
	<p>Los turistas extranjeros acostumbran a realizar su búsqueda en los diferentes medios modernos de promoción virtual, para programar su viaje o para despejar dudas sobre el destino.</p>		

3.6.1 Conclusión Matriz del FODA:

Se definen fortalezas que ayudan a consolidar el trabajo de promoción turística de la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca, por ejemplo: el apoyo que dan a los nuevos proyectos de promoción turística virtual, la misma que proyecta un destino altamente competitivo en este ámbito; así como también el chat en línea porque despejan las inquietudes que tienen los potenciales visitantes ya que las entrevistas a los operarios de esta función electrónica nos dan a conocer que llega a ser una herramienta efectiva y de continua consulta de los viajeros. Además el Ecuador mediante las políticas de inclusión turística promulgan leyes que fortalecen y aseguran una promoción veras y efectiva, todo esto favorece a la elaboración de este proyecto, ya que los puntos a favor que encontramos en este diagnostico son positivos para este desarrollo. Las debilidades de la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca, es que se han quedado en la línea tradicional de promoción, limitando su expansión en el ámbito de promoción sobre las modernas tecnologías actuales.

4. RESULTADOS

4.1 Comida Nacional en el Cantón Cuenca

Turismo Gastronómico

Al tomar la decisión de un viaje turístico, generalmente el destino es el principal elemento a considerar, es decir, a dónde se quiere ir y por qué y, esta decisión incluye también la elección del resto de los elementos que hacen posible el viaje: el transporte, el alojamiento, la comida, las diversiones, etc. En el marco del destino la gastronomía destaca por su importancia, pues forma parte de la cultura que lo define; sin su gastronomía, el destino queda incompleto como producto turístico, asimismo, las tendencias actuales del turismo buscan tener una relación más directa con las comunidades que se visitan y vivir sus costumbres, en este tenor, la gastronomía es un factor determinante.

Evidentemente, al hacer un viaje uno de los factores que más se recordará será la buena o la mala comida; aun cuando se hayan visto y disfrutado paisajes espectaculares o impresionantes monumentos, el lugar va a ser permanentemente recordado por lo que se comió, incluyendo no sólo la calidad de los alimentos y bebidas, sino también la higiene, el servicio y el ambiente, todo lo que hace grata e inolvidable la experiencia de viajar. Esa es la importancia de la gastronomía en el ámbito turístico.

En la actualidad, existen muchos tipos y modalidades de turismo de acuerdo con el interés particular del viajero, es decir, del propósito u objetivo que motiva el viaje; en este sentido, encontramos que hay quienes visitan un destino en particular sólo para conocer y experimentar determinados tipos de comidas y bebidas particulares de la

región, para conocer las especialidades gastronómicas que se preparan con motivos o en fechas específicas que coinciden con fiestas cívicas o culturales de importancia local y/o nacional o porque son de temporada, para conocer sus ingredientes e incluso para aprender a prepararlos, es decir, para descubrir nuevas sensaciones y experiencias culinarias, a eso es a lo que llamamos Turismo Gastronómico, que está creciendo en el ámbito mundial paulatinamente.

Son muchas las aportaciones del Ecuador al mundo, pero entre las más importantes y significativas están el:

⁴⁵**Banano:** Tres de cada diez bananos consumidos a nivel mundial son producidos en Ecuador, quien es el primer exportador mundial, produciendo un banano único de alta calidad y exquisito sabor, respetando el medio ambiente, ya que el buen clima y los buenos suelos, hacen que las plantaciones requieran solamente la mitad de ciclos fungicidas en comparación con otros países productores.

Ecuador también exporta productos semielaborados como puré de banano, harina de banano, banano deshidratado y chips de banano y cuenta con una oferta de banano orgánico certificado, disponible todo el año.

⁴⁶**Cacao:** El Ecuador es actualmente el mayor proveedor de cacao fino y de aroma, en el mundo y es el producto de exportación más antiguo del Ecuador, existe una superficie aproximada de 263.800 hectáreas cultivadas.

Ecuador produce y exporta cacao en grano durante todo el año.

Semielaborados de cacao que se producen en Ecuador son: licor de cacao, manteca de cacao, polvo de cacao y chocolates.

⁴⁵<http://portal.redecuadoriana.com/foros/ecuador-pais-exportador>. Pág. 1

⁴⁶IDEM

⁴⁷**Café:** Por su situación geográfica y sus condiciones climatológicas, Ecuador es uno de los pocos países del mundo que produce casi todas las variedades de café verde: Arábigo lavado, Arábigo natural y Robusta.

Los cafetos están bien adaptados a los diferentes ecosistemas de las cuatro regiones del país. Los cultivos de café en Ecuador ocupan una superficie aproximada de 230 mil hectáreas. El café es exportado en forma de grano crudo en sacos de yute de 69 kilos. Los principales mercados son Alemania, EEUU, Inglaterra, Polonia, Japón, Rusia, Bélgica, Chile y Holanda.

⁴⁸**Mango:** Las distintas variedades de mango, cosechadas de octubre a enero, son de excelente calidad y exquisito sabor. Su tamaño varía según pedido entre 250 y 750 gramos.

Ecuador exporta también elaborados de esta fruta exótica en distintas presentaciones, tales como jugo, concentrado, cubos IQF, rodajas, etc.

⁴⁹**Maracuyá:**

Más del 90% del concentrado de Maracuyá importado en el mundo proviene del Ecuador, esta fruta conocida como Fruta de la Pasión (passion fruit) es Semi industrializada en este país.

⁵⁰**Palmito:** Es un producto con alto contenido de fibras y sin colesterol, además contiene altas cantidades de hierro y calcio. Los corazones de palmito son suaves, de color marfil, textura firme y sabor delicado, utilizado en ensaladas o como aderezo.

⁴⁷IDEM

⁴⁸IDEM

⁴⁹IDEM

⁵⁰IDEM

La variedad existente en el Ecuador es conocida como "Chontaduro" . En el Ecuador, durante los últimos seis años la superficie cultivada de palmito se ha incrementado en un promedio anual de 90,11%. Las zonas que reúnen condiciones para la producción de palmito y constituyen las más importantes del país son las siguientes: Esmeraldas, Pichincha, Manabí, Morona Santiago, Pastaza, Napo, Sucumbíos.

⁵¹**Pimienta:**En el Ecuador se han podido encontrar tres clases de pimienta que son: Kubeba, Lampong (Kawub) y Belonto, eng. Cers. Las zonas más representativas de producción se encuentran en el trópico húmedo del país, estimando que existen alrededor de 250 ha cultivadas.

⁵²**Brócoli:** Es una hortaliza de origen mediterráneo y Asia Menor.

Por las buenas condiciones ambientales del Ecuador, el brócoli en nuestro país no es un cultivo estacional y mantiene sus rendimientos a lo largo del año.

⁵³**Camarón:** En 1968 Ecuador emprendió el cultivo de camarón, llevando a esta industria a ser una de las más importantes del mundo a pesar de plagas y climas cambiantes. Gracias a las condiciones de tiempo, situación geográfica y estructura del litoral, la adaptabilidad de las especies del camarón en cautividad se ha vuelto un éxito, además de todos estos factores junto con la post cosecha y empaquetando exigente han producido un camarón de excelente sabor, color y textura que lo han posicionado como el mejor camarón del mundo, el cual se ofrece en presentaciones como Helado en bloque (IQF). Camarón entero (Semi IQF) Colas de camarón Cáscara-fuera, Cáscara-fuera y vena-fuera cocinado, Listo para quitar la cáscara,

⁵¹IDEM

⁵²IDEM

⁵³IDEM

Apanada, en brochetas, Listo para servir: anillos de camarón, cangrejo queso y brochetas

⁵⁴**Atún:**Ecuador, estando en la línea Ecuatorial, recibe la influencia de la fría corriente del Humboldt y la calurosa corriente de El Niño. La convergencia de estas dos masas de agua crea un ambiente ideal para la producción primaria alta, que es la base para el mantenimiento de una gran variedad de especies marinas. La FLOTA ATUNERA ECUATORIANA reconocida a nivel mundial y reúne este producto los requisitos del programa para la protección de mamíferos regulados por la IATTC-Interamericana Tropical Tuna Commission (Comisión Interamericana del Atún Tropical). Por consiguiente, Ecuador se ha catalogado como el " Delfín seguro."

Ecuador es un país de una fenomenal riqueza gastronómica; cada estado, cada región y cada pueblo de nuestra Republica cuentan con una amplia lista de platillos únicos ya que conforme va cambiando el medio geográfico y el paisaje, los olores y sabores nos ofrecen distintos picores, dulzuras, espesores, temperaturas, olores, sabores y colores lo que permite tener una gran variedad de platillos y, a la vez, poseer una configuración gastronómica propia.

Más allá de que sea un fenómeno relativamente reciente, el turismo gastronómico ha ido adquiriendo importancia en esta Ciudad, así como en otros destinos, dinamizando un número considerable de visitantes que viajan motivados por la gastronomía. El Cantón Cuenca puede ser considerado un destino con gran potencial para esta modalidad de turismo debido a su relevante patrimonio gastronómico.

⁵⁴IDEM

El eje central del turismo gastronómico en su forma más "pura" está en los alimentos; y aquellos que viajan por este tipo de turismo pretenden realizar, esencialmente, actividades relacionadas con los alimentos existentes en un destino.

Perfil del turista gastronómico

Existen tres estudios, de calidad reconocida, sobre el perfil y el comportamiento del turista gastronómico, estos son:

Que el turista gastronómico tiene entre 18 y 45 años; puede ser hombre o mujer; la mayoría tiene pareja, con o sin hijos; posee un nivel cultural elevado; y es de clase media-alta o alta.

Otro abordaje interesante sobre los turistas gastronómicos, desde el punto de vista motivacional, se asume que siendo la gastronomía el motivo del desplazamiento; para todas estas personas existen motivaciones de orden físico, cultural, interpersonal y de status y prestigio asociadas al viaje. Esto se define como motivaciones gastronómicas (físicas, culturales, interpersonales y de status y prestigio) recurriendo a algunos ejemplos concretos. En un viaje motivado por la gastronomía pueden estar presentes más de una motivación asociada al desplazamiento en cuestión, pero siempre sobresale una más que otra.

Las motivaciones gastronómicas físicas se asocian al hecho de que el acto de comer es algo natural para el hombre y que la comida despierta los sentidos y provoca diversas sensaciones. Así, estas motivaciones se identifican, por ejemplo, como necesidades que no son satisfechas de forma plena en la vida cotidiana; como la necesidad de relajarse o el deseo de probar nuevos platos y sabores. Un viajero que se desplaza sólo por el placer de saborear un determinado alimento lo hace, según el autor, debido a una motivación gastronómica de orden físico.

En lo que concierne a las motivaciones gastronómicas culturales, hay que tener en cuenta la importancia de la comida en la cultura de la civilización.

La comida es una parte importante de la cultura. Implica unión con el pasado, es un legado de otras civilizaciones, forma parte de la identidad y refleja la vida de las personas.

De este modo, los turistas ven a la gastronomía como la posibilidad de conocer mejor la cultura de un lugar. No es sólo el acto de probar la comida que atrae turistas por motivos culturales, sino la posibilidad de conocer los rituales y hábitos asociados a la gastronomía de un pueblo, la posibilidad de visitar museos sobre esta temática o aprender a preparar platos de un determinado lugar. Quien viaja para aumentar su conocimiento sobre la gastronomía de un lugar, o para aprender a preparar un plato, está viajando debido a una motivación gastronómica cultural.

Sobre las motivaciones gastronómicas interpersonales se debe considerar que, más allá de que existan turistas que viajan solos, una gran parte viaja en grupo y el acto de la comida se reviste de una gran importancia para la interacción personal. La mayoría de las personas, asocia una buena comida con amigos a un momento de placer, de relax y de alegría durante el cual se disfruta de la compañía de los otros socializando. De esta forma, muchos turistas consiguen, sin duda, recibir un gran placer de estas comidas en grupo en los restaurantes, ferias gastronómicas, festividades y otros lugares.

El acto de comer fuera de casa tiene una función social muy importante, ya que permite estrechar relaciones entre quienes viajan en grupo e, incluso, crear nuevas relaciones e interacciones con nuevas personas.

Las motivaciones gastronómicas de status y prestigio no son ajenas a la existencia directa de algunos restaurantes para elites y clases sociales elevadas.

El turismo gastronómico se ha convertido en una parte importante del estilo de vida de la nueva clase media. Para muchos, el hecho de poder contar a los otros que se tomó una comida en un lugar de prestigio o poco conocido mencionando los detalles y los precios, es la posibilidad de poder obtener un estatus social más elevado y ser reconocido. Aquellos que viajan hasta un restaurante habiendo elegido el mismo para aumentar su prestigio a los ojos de la sociedad, lo hacen por motivaciones gastronómicas de status y de prestigio.

La gastronomía tiene mucha o bastante más importancia que otros motivos (por ejemplo, el clima). Los aspectos más valorados son la confianza de los alimentos usados, su carácter saludable, buen sabor y que sea típica del Ecuador.

Los diferentes aspectos considerados se pueden englobar en tres dimensiones denominadas: seguridad, comercial y tradicional/auténtica. Con ellas, se han obtenido tres segmentos. Los resultados indican el alto consumo de productos locales por parte de los turistas, así como su elevada intención de seguir consumiéndolos en su lugar de origen si estuvieran disponibles.

Ecuador y sus sabores

El Ecuador posee una riquísima, abundante y variada cultura gastronómica. Una comida auténtica y mestiza, cocida por igual en cazuelas de barro y en viejos y ahumados peroles castellanos. Una cocina, en fin, con tradición de siglos y en la que se han fundido o, mejor, se han cocido sustancias, condimentos y experiencias del propio y de lejanos continentes.

Además se destacan ingredientes de gran calidad, con los que se elaboran platos con base de: mariscos, cerdo, vaca, cordero, pavo, papas, maíz, frutas y verduras.

En la cocina ecuatoriana se utilizan mucho las especias como el ají, cilantro, perejil, clavo y pimienta de olor, canela, entre otras. Con ellas se logran un excelente sabor en cada plato.

En base a tres productos de la tierra -maíz, papas, porotos- los antiguos moradores de los Andes construyeron una mesa admirable. Con el maíz lograban platos múltiples: tostado, canguil, mote, chuchuca, mazamorras y tortillas. Los choclos, por su parte, se cocinaban tiernos, algo duros para el choclo mote o se molían para elaborar esa delicia culinaria que es el chumal o humita. Con la harina se elaboraba chicha y excelente vinagre, y de las cañas tiernas se obtenía una miel de buena calidad.

Las papas, por su parte, se comían cocidas, asadas, en puré o servían de base para platos sabrosos como los llapingachos o los locros. A su vez, los porotos se cocinaban tiernos o maduros y enriquecían ollas familiares junto a cuyes, nabos, achogchas y condimentos varios.

En realidad, las carnes de la cocina indígena serrana provenían mayoritariamente de la caza y más escasamente de la ganadería. Sin embargo, su variedad no era desdeñable: llamas, guanacos, venados, corzas, cuyes, conejos, dantas, pavas, tórtolas, perdices, codornices, garzas, patos y gallaretas.

Contra lo que podría suponerse, hubo varias bebidas de consumo común, destacándose entre todas la chicha de maíz, elaborada con un proceso parecido al de la cerveza. También se producía chicha de frutas como el molle y las moras.

Lugar aparte y valor especial tuvo el chaguarmishqui, equivalente ecuatoriano del pulque, obtenido del zumo del maguey tiesto.

Este trabajo pretende dar mayor conocimiento sobre el fenómeno de la gastronomía como atracción principal mediante el estudio de caso de la ciudad, donde la culinaria es sin duda la razón que involucra el desplazamiento de personas y es la base de la economía local.

Gastronomía Cuencana

Cuenca es una Ciudad enriquecida en su expresión por varias singularidades. Ofrece a sus visitantes la posibilidad de tener una experiencia que no se limita únicamente al disfrute de su belleza, paisajística y arquitectónica, sino que amplía también el descubrimiento de ricas tradiciones y costumbres que se conservan aun intactas.

La fiesta y la gastronomía se unen tanto entre nosotros, que casi se podría argumentar así el dicho popular, “dime que festejas y te diré que comes”. Además es importante la presencia del maíz y la preparación de muchas comidas como el tamal, el mote pata, el mote pillo, y bebidas como la chicha el rosero y el morocho.

En navidad se tiene pavo, buñuelos, tamales

En febrero se tiene mote pata para carnaval

En Semana Santa se prepara la fanesca, chumales o humitas

En junio en Corpus Cristi se ofrece dulces alrededor del parque Calderón.

La cocina de Cuenca nos trae a la mente platos hechos por pastores, por arrieros, por cazadores, hombres que hacen frente a través de la energía proporcionada por la comida a un clima duro donde se pasa del calor al frío casi sin hacer escalas y en una región que brinda muchos productos para que sean utilizados.

Entre los platos más reconocidos de acuerdo a la región se tiene las siguientes:

⁵⁵En la Costa:

Esmeraldas: la Provincia Verde, entrega como platos típicos elencocado, el tapado, la bala con queso, la cazuela, elpusandao, la chucula y el mazato, que en su mayoría tienen como ingredientes obligados el plátano o verde, coco y el pescado

Manabí: tiene fama por el viche de pescado, la carne punzada, el corviche, las empanadas y la torta de verde, la chicha de maíz amarillo, la sal prieta con bolón de verde, la cazuela, etc.

Guayas: es conocida por el seco de chivo, la shayacas, el arroz con menestra y carne asada con patacones, el caldo de manguera y otros platos que se preparan en sus cantones integrantes, con pescado, camarón y verde, como los bollos, el sango, etc.

Los Ríos: ofrece variados platos a base de pescado y verde, como los bollos que compiten en sabor con el ayampaco, el aguado de gallina y los refrescos con frutas costeñas entre las que están la sandía y la badea.

El Oro: en cambio, sugiere deleites con la comida de mariscos llámense la sopa marinera y los cebiches, que comparten primacía con el arroz aguado, el champús, el repe, el tigrillo y el sango de choclo.

En la Sierra:

La provincia del Carchi: da la oportunidad de paladear platos exquisitos de la nombrada del cuy con papas, el hornado, las tortillas de papa, el pan de cuajada, el

⁵⁵<http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/los-platos-tipicos-de-nuestro-ecuador-31652.html>, pag 6

caldo de gallina y el "tardón", que es una bebida preparada con aguardiente y jugo de naranjillas.

Imbabura: tiene en su cuadro de platos y bebidas típicos la carne colorada, el cuy asado, las empanadas de morocho, las nogadas, el arrope demora, la chicha del Yamor y los helados de paila.

Pichincha: posee igualmente una variada lista que incluye el puchero, la tripa mishqui, la carne colorada, la fritada, el hornado, los llapingachos, el yahuarlocro y el caldo de pata, entre otros.

Cotopaxi: se ufana con sus conocidísimas chugchucaras, las allullas, el queso de hojas, los llapingachos, etc.

Tungurahua: es siempre recordada por su pan de Ambato, los llapingachos, la chicha aloja, el hornado, el morocho, el cuy asado y las tortillas de papas.

Cañar: conquista a propios y extraños con el ají de cuy, el "mote pata", el queso, los buñuelos y la bebida de nombre "draquesito".

Azuay: reserva para sus turistas el cuy asado, la fritada, el mote en diferentes preparaciones, el caldo de gallina, la sopa de quinua, los buñuelos, el dulce de higos, el "mote pata", las morcillas, los llapingachos, el champús, el morocho, etc.

Bolívar: ofrece igualmente los buñuelos, los chigüiles, el sancocho, el molo o torta de papas, el canelazo, el naranjillazo y el café con empanadas.

Chimborazo: conserva como especialidades de su cocina popular las cholas de Guano, los llapingachos, el yahuarlocro, el hornado, el cariucho y la fritada que se complementan con la chicha y otros refrescos.

Loja: obsequia para sus hermanos ecuatorianos y extranjeros los tamales, el repe, la chanfaina, la "olla podrida", las choclotandas, la cecina, etc.

En el Oriente:

La provincia de Sucumbíos, Napo, Pastaza, Morona-Santiago y Zamora-Chinchipec también han ido asumiendo un papel de plena identificación y al paso del tiempo son bien conocidas algunas preparaciones.

Tenemos así el caso del plato que se llama mayto, preparado con carne y plátano: Pastaza; de manera similar las variedades de chicha elaboradas a base de yuca, plátano o chonta, en la mayoría de las poblaciones de la amazonia patria. Hay que agregar el mazato y las aguas aromáticas que se brinda apenas llega el visitante, como se lo hace con la tradicional guayusa.

Se debe tener en consideración que existen otros platos típicos de cada región que diariamente se pueden encontrar como lo son el timbushca, el caldo de bolas, la guatita, el churrasco, los quimbolitos, la torta de camote, los muchines entre otras que se preparan de acuerdo a las celebraciones especiales del año de cada provincia, sean éstas la colada morada en "finados" y la fanesca por Semana.

Levantamiento de la información, para el mapa gastronómico virtual de la comida nacional del cantón Cuenca.

La ciudad fue declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO el 1 de diciembre de 1999 y en el centro de la ciudad se ubican importantes vestigios históricos: museos e iglesias antiguas (como la Catedral de la Inmaculada Concepción, una de la más grandes de América, y otras que datan de los siglos XVI y XVII), calles adoquinadas y casas con fachadas de estilo republicano que evidencian influencias arquitectónicas europeas, sobre todo española y francesa.

Son característicos los balcones, cielorrasos tallados artísticamente y otros forjados en latón pintado.

Se puede considerar al Centro Histórico de Cuenca como un atractivo en sí debido a sus edificios con arquitectura colonial y republicana, sus plazas y parques, sus museos y galerías de arte, entre otros. En esta parte de la ciudad se pueden apreciar claramente algunos edificios que no han tenido grandes cambios en varios siglos y son mantenidos como parte del patrimonio de la ciudad.

Para el levantamiento de la información de los establecimientos de alimentos y bebidas a continuación se puntualizaran los pasos a seguir:

Se trabajó paralelamente con la información del MINTUR, ya que este es el ente rector que lidera la actividad turística en el Ecuador, ejerciendo sus roles de regulación, planificación, gestión, promoción, difusión y control, y mediante el cual se verificó el catastro de restaurantes y se constató cuáles son los que están en funcionamiento y tienen todos los permisos para la prestación del servicio.

También se contó con la colaboración de la FMTC, en especial el Ing. Andrés Ochoa, quien con su gran ayuda se pudo realizar las respectivas clasificaciones, ya que la Fundación cuenta con una guía de restaurantes, en donde se puede ver información de los establecimientos, y junto con los datos del MINTUR, y de la FMTC, se comparó y se eligió los que en verdad eran aptos para ser parte del mapa gastronómico virtual a realizarse.

Luego de la recopilación de la información se procedió a realizar el trabajo de campo, para esto se tuvo que visitar los establecimientos en calidad de comensales o clientes, en donde se hizo un análisis del servicio tangible e intangible que ofrece

cada uno, de igual manera se pidió la especialidad de la casa, y con estos resultados se alcanzó obtener todos los datos pertinentes, del mismo modo para llegar a cada uno de los establecimientos se consideró a los establecimientos por sectores, para que la recolección sea más efectiva y rápida. Complementando que los establecimientos de comida nacional en la Ciudad de Cuenca están dentro del Cantón en sus parroquias urbanas, haciendo que esta compilación sea más efectiva. Muchos de los restaurantes no solamente ofrecen un espacio de alimentación sino de atracción, promocionando la arquitectura, el estilo de sus casas, vendiendo la cultura de cada región, fomentando de esta manera el turismo nacional.

Actualización de servidores turísticos del área de restauración, comida nacional:

Los restaurantes que se han considerado propicio nombrarlos son aquellos que han cumplido con la reglamentación para su funcionamiento, cabe recalcar que muchos de ellos ofrecen su servicio, sin embargo no tienen los permisos respectivos para darle efecto, es así que presenta a continuación los restaurantes que cumplen con la normativa y los permisos que contemplan en la Ley de Turismo.

CUADRO # 2

Actualización de la información de los establecimientos de alimentos y bebidas de la comida nacional.

Nombre del Restaurante	Dirección	Número telefónico	Menú
Doña Menestra	Av. Del estadio 2-91 y José Peralta	2 813449	Arroz moro con menestra de lentejas o frejol Consomé de Pollo, Menestrón Choclos asados con queso Arroz moro Carne asada Maduro asado
Doral	Gaspar Sangurima 6-29 y Hno. Miguel	2 829976	Chuleta con menestra Pollo a la plancha Lomo apanado Sopa marinera Menestras Encebollados Secos Lomo fino con mote pillo
La Cocina de la Abuela	Gran Colombia 20-33	2 830262	
Las Campanas	Sangurima 6-24 y Hermano Miguel	2 832506	Ceviche capitán Pollo a la milanesa Ceviche de camarón Chaulafan especial Ensalada de cangrejo Arroz con camarones Bandeja de mariscos Sopa marinera Arroz marinero Menestra, carne a la plancha y patacones
Grecia	Gran Colombia 9-69 y Padre Aguirre	2 824869	Arroz con camarones Arroz con concha Arroz con pollo Chaulafan Churrasco Lomo relleno de queso y jamón Chuleta frita con menestra y patacones Corvina a la plancha Camarón reventado

			Pechuga de pollo a la plancha Tamales Humitas Quimbolitos Salchipapas Ensalada de frutas Bebidas: Jugos de frutas. Chocolate Tintos Café con leche
El Arrecife	Ave. Paseo de los Cañaris 3-09 y Camilo Egas	No tiene	Caldo de patas Encebollados Guatita Seco de chivo Seco de pollo Parrillada de mariscos Parrillada de carnes
La Granja	Manuel J. Calle 1-194	No tiene	
Oro Mar	José Joaquín de Olme de Mend Pte. Córdova 13-32 Av. Bon Bosco Y Av. Loja Esq.	832811 846516 832811	
El Bogavante	Tomas Ordoñez 7-42 y Sucre	2830319	Chuleta con menestra y patacones Chuleta ahumada con menestra y patacones Trucha a la pimienta con queso Small Trucha guisada Small Ensalada de Aguacate Ensalada de Pollo Aguacate con Camarones Sopa de Pescado Crema de pollo Crema de espárragos Crema de Tomate Caldillo de huevos Cocktail de camarones Arroz con Calamares Seco de Chivo Chuleta de chancho apanado Hígado a la Plancha
Los ceviches de la Rumiñahui	Centro comercial mal del rio	4091465	Ceviche marinero Arroz marinero Camarón apanado Pescado asado Asado concha

			Asado mariner Pincho de camarón Calamar apanado
Pollos de la remigio	Remigio creso 2-127 y Miguel M. Palacio	2818007	Pollo asado, (enteros, medios, cuartos, octavos) Consomé Churrasco Chaulafan
Vegetariano o el paraíso	Av. Remigio Crespo no. 3-27	450133	
Cueva del cangrejo	Remigio Crespo y Guayas	2452585	Camarón al ajillo Pescado reventado Picante de mariscos Ceviche de camarón Ceviche de concha Ceviche de pescado Majariscos Parihuela
La delicia de Loja	Gran Colombia 11-33	s/n	Tamales Humitas Quimbolitos Bolones de verde Empanadas de verde Bebidas: Café Horchata Batidos
Pollo Bucanero	Sangurima 6-17 y Hermano Miguel.	2826306	Trucha frita Menestra con lomo Mote pillo con lomo Arroz y pollo asado Tallarín con camarón Pollo a la plancha

Fuente: Ministerio de Turismo
Elaborado por: la autora

Cuadro # 3

Levantamiento fotográfico de servidores turísticos del área de restauración – comida nacional:

CENTRO COMERCIAL MALL DEL RIO
4091465
cuencalcr@grupotexas.com.ec
toquecito y sazón de la costa
Ecuatoriana



Ceviche marintero
Arroz marintero
Camarón apanado
Pescado asado
Asado concha
Asado marintero
Pincho de camarón
Calamar apanado

Av. Del estadio 2-91 y José Peralta
•Mall Del Rio shopping center
•González Suárez - E. Zapata
•Mail:
www.ubicacuenca.com/donamenestra
•Telf. 2 813449
•Lo mejor en comida costeña



Consomé de Pollo,
Menestrón
Choclos asados con
queso
Arroz moro
Menestra de lentejas,
frejol
Carne asada
Maduro asado

Sangurima 6-24 y Hermano
Miguel.
Telf.: 2 832506



Ceviche capitán
Pollo a la milanesa
Chaulafan especial
Ensalada de cangrejo
Bandeja de mariscos
Sopa marinera
Menestra, carne a la
plancha y patacones

Fuente: Ministerio De Turismo

Elaborado por: La Autora.

4.2 Elaboración del Mapa Gastronómico

Para la elaboración del mapa gastronómico virtual, se realizó una investigación sobre que tecnología utiliza la FMTC, para así poder realizar una aplicación compatible con sus servidores.

Se construyó la interfaz de usuario haciendo uso de herramientas como:

HTML: Para crear las páginas web.

CSS: Para dar estilos a los elementos de HTML.

BOOTSTRAP: Es un framework de la red social twitter que facilita el diseño de interfaces para el usuario.

JAVASCRIPT: Para dar más interactividad al sitio web y mejorar la experiencia de usuario.

- Para la elaboración del mapa fue necesario:

1.- Crear imágenes vectoriales con una herramienta de diseño para crear el efecto iluminado en cada sección, además de esto fue necesario hacer uso del API de Google Maps para mostrar los mapas con direcciones casi exactas de los restaurantes.

2.- Se desarrolló una interfaz de administración para que los usuarios administradores puedan alimentar de información y dar dinamismo al sitio web; para esto se hizo uso del lenguaje de programación **PHP**.

3.- Se diseñó una base de datos en **MySQL** para almacenar toda la información que ingresen los usuarios administradores.

4.- Para que el sitio web sea accesible por los usuarios, éste tiene que estar almacenado en un servidor web.

5. Los usuarios pueden acceder a la aplicación desde cualquier navegador web, y dispositivo electrónico.

A continuación, algunos de los conceptos para entender mejor el desarrollo y el uso del mapa gastronómico virtual.

El mapa gastronómico virtual cuenta con un link: mapa.sudamericano.edu.ec, el cual sirve para el respectivo acceso a la información, dado que este nos permitirá identificar los diferentes datos, se utiliza un indicador para buscar los restaurantes de la comida nacional que oferta el cantón Cuenca, esta se representara con los colores de la bandera nacional del Ecuador.

Además de eso contara con diferentes iconos para ingresar a cada dato, como son la fotografía, la dirección, teléfono, y los platos que ofrecen cada uno de los establecimientos.

El mapa estará expuesto en el google maps, ya que de esta manera se logró obtener mayor calidad en la imagen y observar las calles, con más claridad.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

De acuerdo a la investigación realizada se expone las siguientes conclusiones:

El tradicionalismo en la exposición de información virtual ha sido un parámetro continuo en el trabajo de la FMTC, en lo que respecta a la presentación de información virtual, lo que ha traído consigo que la información sea básica y con poca animación en su búsqueda, también se detecto en la investigación que los datos muchas de las veces están caducados, o en ocasiones descontinuados, lo que provoca que la búsqueda del viajero sea obsoleta.

Una de las opciones de búsqueda de los pasajeros que llegan al destino Cuenca es el portal oficial de la FMTC, y dentro de ella se sondea las opciones gastronómicas que contempla el destino y como necesidad del viajero busca la diversidad de opciones de comida nacional que oferta el mercado cuencano.

Por tanto es menester la elaboración del mapa gastronómico virtual en donde se especifique de una forma rápida y creativa la búsqueda de opciones de la comida nacional.

5.2 RECOMENDACIONES

Actualizar la base de datos periódicamente por lo que en la investigación se detectó que estos establecimientos de alimentos y bebidas no tienen una estabilidad duradera en el mercado; por consiguiente es necesario tener un acceso de control, lo cual permita verificar los cambios que se dan en este servicio.

Implementar un link en el cual los turistas y visitantes puedan expresar sus comentarios y sugerencias acerca de los establecimientos de alimentos y bebidas; llegando inclusive a sugerir la mejor opción que fue tomada por ellos.

Ejecutar la herramienta del mapa virtual gastronómico de comida nacional en la página oficial y en los sitios de búsqueda de la fundación municipal de turismo para Cuenca, con el fin de ofrecer una herramienta ágil y útil, que exprese un destino competitivo en relación a los requerimientos de un viajero exigente.

BIBLIOGRAFIA

1. CETUR, Información Sección Guías, DPROM, Zamora Chinchipe. Quito-Ecuador,2000.
2. CHIAVENATO, Idalberto. Iniciación a la Organización y Técnica Comercial.
3. Glosario de Turismo de Negocios: Terminología, Medidas y Capacidades. SECTUR, Diciembre ,2004.
4. INEFAN-GEF Guías de parques nacionales y reservas del ecuador, para la protección de la biodiversidad. Quito, Primera Edición, 1998.
5. LASALAY SALAZAR, Pilar José Luis Tecnologías De Red (Nivel Básico) G.21.
6. Organización Mundial Del Turismo (O.M.T.): Definiciones relativas a las estadísticas del turismo, Madrid Ed. O.M.T., 2003
7. SOLIS CARRIÓN, Doris, El Turismo como política de Estado prioridad para el desarrollo del Ecuador, 2003
8. WALTER HUNZIKER, Kurt Krapf, Fundamentos de la Teoría General del Turismo, 1942
9. WILBER, K. et al. (1992) El paradigma holográfico. Barcelona: Kairós, 3a. edición Naciones Unidas, 2004.
10. <http://www.google.com.ec/interstitial?url=http://www.captur.com/Docs/SectorAlimentosBebida>.
11. http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo#Informaci.C3.B3n_tur.C3.ADstica.
12. <http://www.diariodelhotelero.com.ar/noticias/detalle/glosario-de-turismo>.

13. <http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=1>.
14. <http://www.cadiar.es/historia-de-la-ciudad>.
15. <http://www.cuenca.gov.ec/?q=system/files/Plan%20Estrat%C3%A9gico%20de%20Cuenca%202020.pdf>.
16. <http://www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo/Diccionario-1/V/VIAJERO-886/>.
17. <http://www.cadiar.es/historia-de-la-ciudad>,
18. <http://es.wikipedia.org/wiki/Ilustrador>
19. <http://mapedit.softonic.com/>
20. <http://es.wikipedia.org/wiki/PHP>
21. <http://es.wikipedia.org/wiki/MySQL>
22. http://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_Flash_Player
23. <http://es.wikipedia.org/wiki/Macromedia>
24. http://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_Flash_Professional
25. <http://www.masadelante.com/faqs/servidor-web>
26. <http://es.wikipedia.org/wiki/PHP>
27. <http://es.wikipedia.org/wiki/AJAX>
28. <http://es.wikipedia.org/wiki/HTML>
29. http://es.wikipedia.org/wiki/Navegador_web
30. <http://es.wikipedia.org/wiki/JavaScript>
31. <http://www.desarrolloweb.com/articulos/introduccion-jquery.html>

ANEXOS

ANEXO # 1

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL
FP06-UI
AUTORIZACIÓN DE EMPASTADO



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

AUTORIZACIÓN DE EMPASTADO

Quito diciembre 10, 2012
OFI-002-AE-UP-12

Señorita
MARCELA DEL ROCIO MALLA LITUMA
ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE HOTELERIA Y TURISMO
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

Presente.-

De mi consideración:

Una vez revisadas las modificaciones de los informes emitidos, autorizamos a la estudiante MARCELA DEL ROCIO MALLA LITUMA, alumna de la CARRERA DE HOTELERIA Y TURISMO, proceda con la impresión y presentación del empastado para el tema de tesis, ELABORACIÓN DE UN MAPA GASTRONÓMICO VIRTUAL DE LA COMIDA NACIONAL DEL CANTÓN CUENCA, PARA LA FMTC, para que siga con el proceso de graduación y defensa respectiva.

Cordialmente,

Msc.

TUTOR

Msc. René Cortijo

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

*CC. Secretaría Académica
Archivo Unidad Especial de culminación de estudios y Titulación
/mp*

ANEXO #2.
Aval otorgado por la FMTC.



FMTPC-DE-0216-2012.

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

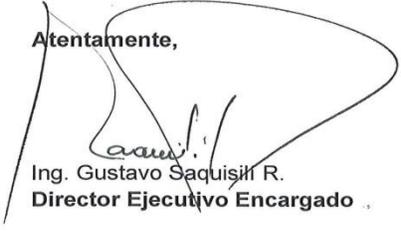
Señores
UNIVERSIDAD ISRAEL
ESCUELA DE TURISMO
Presente.-

De mi consideración:

En atención a la solicitud presentada por las Señoritas estudiantes: Patricia Paguay, Marcela Malla y Carolina Romero, requiriendo el aval de la Fundación Municipal Turismo para Cuenca para desarrollar su trabajo de grado denominado "**Mapa Virtual de Gastronomía Típica, Nacional e Internacional del Cantón 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 las alumnas 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 Saquisil R.
Director Ejecutivo Encargado



ANEXO # 3 ENTREVISTAS

Comprobación digital de las reuniones sostenidas con la FMTC



Entrevista al Ing. Andrés Ochoa coordinador de proyectos de la Fundación Municipal de Turismo Para Cuenca



Entrevista al Ing. Fabiola Jadán (Itur).

ANEXO # 4.

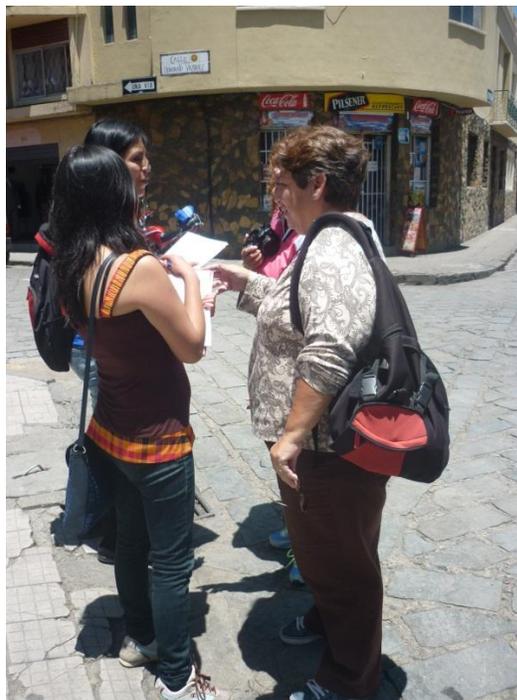
ENCUESTAS

Comprobación digital de las encuestas realizadas, a los turistas nacionales e internacionales.

TURISTAS NACIONALES



TURISTAS EXTRANJEROS



ANEXO # 5

Mapa gastronómico virtual de comida Nacional del Cantón Cuenca para la FMTC.

