

# **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**

## **CARRERA DE HOTELERIA Y TURISMO**

Elaboración de un Mapa Gastronómico Virtual de la Comida Típica que Oferta el Cantón Cuenca para la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca.

Estudiante.

Diana Carolina Romero Sánchez.

Tutor.

Msc. Paola Molina.

Quito - Ecuador.

Diciembre 2012.

# UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

## CARRERA DE HOTELERIA

### Y TURISMO

#### CERTICADO DE RESPONSABILIDAD.

Yo, Msc. Paola Molina certifico que la Señorita Diana Carolina Romero Sánchez con CC. No. 070478632 realizó la presente tesis con título “Elaboración de un Mapa Gastronómico Virtual de la Comida Típica que Oferta el Cantón Cuenca para la FMTC.” 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 Típica que Oferta el Cantón Cuenca para la FMTC” ha sido desarrollado por Diana Carolina Romero Sánchez con CC. No. 0704786326 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.

-----  
Diana Carolina Romero Sánchez.

**Dedicatoria.**

Este trabajo lo dedico a Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis padres por permanente apoyo; a mi mejor amiga Mary por su ayuda incondicional, y a mí querida tutora por su gran apoyo y motivación para la culminación de nuestros profesionales y para la elaboración de esta tesis.

**Agradecimiento.**

Mi agradecimiento especial para la Universidad Tecnológica Israel y para todas las autoridades que la conforman, por haberme permitido culminar mis estudios en esta prestigiosa institución.

De igual manera un agradecimiento a La Fundación Municipal de Turismo para Cuenca y en especial al Ing. Andrés Ochoapor la aprobación y la apertura que tuvimos para la realización de este trabajo.

## **Resumen.**

Este trabajo de titulación de tesis de grado se hizo con el objetivo brindar un mejor servicio en lo referente a la búsqueda de información virtual de los establecimientos de alimentos y bebidas por lo que existe la necesidad de los turistas al momento de visitar el cantón Cuenca de conocer estos lugares de una forma rápida, actualizada y veraz.

Con la elaboración del mapa gastronómico virtual de la comida típica que oferta el cantón Cuenca se busca mejorar la calidad de información, es así que se expone los establecimientos que cumplen con los requerimientos exigidos al momento de la apertura, por lo que estos restaurantes han sido clasificados, y los turistas que visiten estos establecimientos les será más fácil y beneficioso al momento de desarrollar este tipo de turismo como es el caso del turismo gastronómico, o tan solo deseen degustar este tipo de comida.

## **Summary**

This paper titling thesis was made in order to provide better service in terms of finding information of virtual food and beverage establishments so there is the needs of the tourists when visiting the Canton Basin know these places in a fast, timely and accurate.

With the development of virtual gastronomic map of the typical food supply Cuenca Canton seeks to improve the quality of information, so that it exposes the establishments that meet the requirements set forth at the time of opening, so these restaurants have been classified, and the tourists who visit these establishments will be easier and beneficial when developing this type of tourism such as gastronomic tourism, or just want to enjoy this type of food.

## TABLA DE CONTENIDOS

	Página.
<b>1. INTRODUCCION</b>	<b>1</b>
1.1 Antecedentes	1
1.2 Objetivos	3
1.2.1 General	3
1.2.2 Específicos	3
<b>2. MARCO DE REFERENCIA</b>	<b>4</b>
2.2.1 Marco Conceptual	4
2.2.2 Fundamentación Teórica	8
2.2.2.1 Teorías de Estudio	9
2.2.2.2 Teoría de Procesos	14
2.2.3 Hipótesis	19
2.2.3.1 General	19
2.2.3.2 Específicos	19
<b>3. ESTRATEGIA METODOLOGICA</b>	<b>20</b>
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 FODA	43
3.6.1 Conclusión Parcial	47
<b>4. RESULTADOS</b>	<b>47</b>
4.1 Comida Internacional en el Cantón Cuenca	47
4.1.1 Actualización de servidores turísticos del área de restauración – comida típica	54
4.1.2 Levantamiento fotográfico de servidores turísticos del área de restauración – comida internacional	63
4.2 Elaboración del Mapa Gastronómico	64
4.2.1 Herramientas utilizadas acerca del desarrollo del mapa	64
4.2.2 Características del Mapa Gastronómico	65
<b>5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>68</b>
5.1 Conclusiones	68
5.2 Recomendaciones	69
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>70</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>72</b>

## LISTA DE CUADROS Y GRAFICOS

	<b>Página</b>
<b>FIGURA 1 Gráfico # 1 encuestas nacionales e internacionales</b>	<b>30</b>
<b>FIGURA 2 Gráfico # 2 encuestas nacionales e internacionales</b>	<b>31</b>
<b>FIGURA 3 Gráfico # 3 encuestas nacionales e internacionales</b>	<b>32</b>
<b>FIGURA 4 Gráfico # 4 encuestas nacionales e internacionales</b>	<b>32</b>
<b>FIGURA 5 Gráfico # 5 encuestas nacionales e internacionales</b>	<b>33</b>
<b>FIGURA 6 Gráfico # 6 encuestas nacionales e internacionales</b>	<b>34</b>
<b>FIGURA 7 Gráfico # 7 encuestas nacionales e internacionales</b>	<b>34</b>
<b>FIGURA 8 Gráfico # 1 entrevista</b>	<b>41</b>
<b>FIGURA 9 Grafico # 2 entrevista</b>	<b>42</b>
<b>FIGURA 10 Gráfico # 3 entrevista</b>	<b>43</b>
<b>FIGURA 11 Cuadro FODA</b>	<b>43</b>
<b>FIGURA 12 Servidores turísticos del área de restauración – Comida Típica</b>	<b>52</b>

## **LISTA DE ANEXOS**

**ANEXO 1 Carta de Autorización del Empastado.**

**ANEXO 2 Aval de la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca.**

**ANEXO 3 Restaurante Raymipamba.**

**ANEXO 4 Restaurante Guajibamba.**

**ANEXO 5 Restaurante Tequila.**

**ANEXO 6 Restaurante El Cántaro.**

**ANEXO 7 Restaurante El Maíz.**

**ANEXO 8 Restaurante Así es Cuenca.**

**ANEXO 9 Restaurante Tres Estrellas.**

**ANEXO 10 Restaurante Los Capulíes.**

**ANEXO 11 Restaurante La Casona del Puente Roto.**

**ANEXO 12 Entrevista.**

**ANEXO 13 Comprobación de las entrevistas y las encuestas.**

**ANEXO 14 Mapa Gastronómico Virtual.**

## **1. INTRODUCCIÓN**

La presente investigación denominada “La elaboración de un mapa gastronómico virtual de la comida típica 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 a los viajeros mediante herramientas tecnológicas para la promoción del destino, para conocer con mayor detalle los servicios y la oferta de esta área.

Con este tema se propone conseguir una búsqueda de información visual, logrando así identificar el mercado de comida típica a ofrecer en el Cantón.

### **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, 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 turística gastronómica, 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.

<sup>1</sup>Las 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.

---

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

<sup>2</sup>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 como prioridad de acción, promocionar difundir e informar el turismo q 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 típica que ofrece el Cantón Cuenca para la FMTC

### **1.2.2Especificos**

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

## **2. MARCO DE REFERENCIA**

### **2.2.1 Marco conceptual**

<sup>3</sup>**Turismo:**El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto

---

<sup>2</sup><http://www.cuenca.gov.ec/?q=system/files/Plan%20Estrat%C3%A9gico%20de%20Cuenc>  
a%202020.pdf, pág.3

<sup>3</sup>WALTER HUNZIKER, Kurt Krapf, Fundamentos de la Teoría General del Turismo, pág.4

que dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa".

<sup>4</sup>**Turista:** toda persona que se desplace hacia un lugar fuera de su residencia habitual y permanece en él por lo menos 24 horas.

<sup>5</sup>**Viajero:** toda persona que está de viaje entre dos o más localidades.

<sup>6</sup>**Visitante:** es toda persona que se desplace 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.

<sup>7</sup>**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.

<sup>8</sup>**Servicio turístico:** Organización adecuada y personal especializado destinados a satisfacer necesidades y deseos del turista.

<sup>9</sup>**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.

---

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

<sup>5</sup> Organización Mundial Del Turismo (O.M.T.): Definiciones relativas a las estadísticas del turismo Ed. O.M.T. Madrid, pág. 9.

<sup>6</sup> IDEM

<sup>7</sup> INEFAN-GEF Guías de parques nacionales y reservas del Ecuador, para la protección de la biodiversidad. Quito, Primera Edición, pág 56.

<sup>8</sup> Organización Mundial Del Turismo (O.M.T.): Definiciones relativas a las estadísticas del turismo, Ed. O.M.T. Madrid, pág. 10.

<sup>9</sup> <http://www.google.com.ec/interstitial?url=http://www.captur.com/Docs/SectorAlimentosBebida>. pág.5

<sup>10</sup>**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.

<sup>11</sup>**Promoción turística:** Conjunto de acciones destinadas al fomento de las diversas etapas del desarrollo turístico.

<sup>12</sup>**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.

<sup>13</sup>**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.

<sup>14</sup>**Promoción turística:** Conjunto de acciones destinadas al fomento de las diversas etapas del desarrollo turístico.

<sup>15</sup>**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.

---

<sup>10</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo#Informaci.C3.B3n\\_tur.C3.ADstica](http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo#Informaci.C3.B3n_tur.C3.ADstica). pág.2

<sup>11</sup> IDEM

<sup>12</sup> Glosario de Turismo de Negocios: Terminología, Medidas y Capacidades. SECTUR, pág. 1.

<sup>13</sup> IDEM

<sup>14</sup> IDEM

<sup>15</sup> IDEM

**<sup>16</sup>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.

**<sup>17</sup>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.

**<sup>18</sup>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.

**<sup>19</sup>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 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.

---

<sup>16</sup> IDEM

<sup>17</sup> <http://www.diariodelhotelero.com.ar/noticias/detalle/glosario-de-turismo->. pág.1

<sup>18</sup> IDEM

<sup>19</sup> <http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=1>. pág. 1

<sup>20</sup>**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.

<sup>21</sup>**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.

<sup>22</sup>**Comida Típica.-** El concepto de comida típica tiene que ver con la idea de que cada parte del planeta mantiene su propia típica.

<sup>23</sup>**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

<sup>24</sup>**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.

---

<sup>20</sup>IDEM

<sup>21</sup> CHIAVENATO, Idalberto. Iniciación a la Organización y Técnica Comercial, pág. 4.

<sup>22</sup><http://www.definicionabc.com/general/comida-etnica.php#ixzz2DCGYuvEB>, pág. 1

<sup>23</sup> LASALAY SALAZAR, Pilar José Luis Tecnologías De Red (Nivel Básico) G.21., pág.3-4

<sup>24</sup> IDEM

<sup>25</sup>**Navegación virtual:** movimiento, interacción en un entorno virtual por parte de un observador, cámara, participante en la escena.

<sup>26</sup>**Atractivo:** Cualquier elemento que pueda inducir un turista a que este visite un determinado lugar.

### **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. Aquí se expone las 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**

**Las teorías más relevantes se expresan a continuación:**

**Las teorías que se ha decidido asumir son las siguientes:**

##### **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”.

---

<sup>25</sup> WILBER, K. et al. El paradigma holográfico. Barcelona: Kairós, 3a. edición, pág.3

<sup>26</sup><http://www.cadiar.es/historia-de-la-ciudad>, pág 1.

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 Boullón, 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.

### 2.2.2.2 Teoría de procesos

Es importante identificar cuáles serán las herramientas técnicas que permitan plasmar esta idea de proyecto, siendo las más relevantes las siguientes:

<sup>27</sup>**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

---

<sup>27</sup><http://es.wikipedia.org/wiki/Ilustrador>

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.

<sup>28</sup>**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.

<sup>29</sup>**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.

<sup>30</sup>**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.

<sup>31</sup>**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.

<sup>32</sup>**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.

---

<sup>28</sup><http://mapedit.softonic.com/>

<sup>29</sup><http://es.wikipedia.org/wiki/PHP>

<sup>30</sup><http://es.wikipedia.org/wiki/MySQL>

<sup>31</sup>[http://es.wikipedia.org/wiki/Adobe\\_Flash\\_Player](http://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_Flash_Player)

<sup>32</sup><http://es.wikipedia.org/wiki/Macromedia>

<sup>33</sup>**Animaciones flash.-** Es un tipo de animación que emplea gráficos vectoriales y que suelen emplearse principalmente en la web.

<sup>34</sup>**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.

<sup>35</sup>**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.

<sup>36</sup>**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

---

<sup>33</sup>[http://es.wikipedia.org/wiki/Adobe\\_Flash\\_Professional](http://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_Flash_Professional)

<sup>34</sup><http://es.wikipedia.org/wiki/Cliente-servidor>

<sup>35</sup>[http://es.wikipedia.org/wiki/Base\\_de\\_datos](http://es.wikipedia.org/wiki/Base_de_datos)

<sup>36</sup>[http://es.wikipedia.org/wiki/Lenguaje\\_de\\_programaci%C3%B3n](http://es.wikipedia.org/wiki/Lenguaje_de_programaci%C3%B3n)

cual se escribe, se prueba, se depura, se compila y se mantiene el código fuente de un programa informático se le llama programación.

<sup>37</sup>**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.

<sup>38</sup>**PHP.**-es un lenguaje de programación de uso general de script del lado del servidor originalmente diseñado para el desarrollo web de contenido dinámico.

<sup>39</sup>**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.

<sup>40</sup>**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

---

<sup>37</sup><http://www.masadelante.com/faqs/servidor-web>

<sup>38</sup><http://es.wikipedia.org/wiki/PHP>

<sup>39</sup><http://es.wikipedia.org/wiki/AJAX>

<sup>40</sup><http://es.wikipedia.org/wiki/HTML>

ejemplo JavaScript), el cual puede afectar el comportamiento de navegadores web y otros procesadores de HTML.

<sup>41</sup>**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 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).

<sup>42</sup>**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.<sup>4</sup> aunque existe una forma de JavaScript del lado del servidor (Server-side JavaScript o SSJS). Su uso en aplicaciones externas a la web.

<sup>43</sup>**Jquery.-** es un framework Java script; 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

---

<sup>41</sup>[http://es.wikipedia.org/wiki/Navegador\\_web](http://es.wikipedia.org/wiki/Navegador_web)

<sup>42</sup><http://es.wikipedia.org/wiki/JavaScript>

<sup>43</sup><http://www.desarrolloweb.com/articulos/introduccion-jquery.html>

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.

### **2.2.3 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 típica 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 típica 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](http://www.cuenca.com.ec) y [www.cuencaecuador.com.ec](http://www.cuencaecuador.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](http://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](mailto: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](http://www.cuencaecuador.com.ec)

FACEBOOK: [www.facebook.com/cuencaturismo](http://www.facebook.com/cuencaturismo)

TWITTER: [twitter.com/turismocuenca](https://twitter.com/turismocuenca)

FLIKER: [www.flickr.com/photos/turismocuenca](https://www.flickr.com/photos/turismocuenca)

YOUTUBE: [www.youtube.com/user/TurismoCuencaEcuador](https://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 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 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**

### **METODO DEDUCTIVO- INDUCTIVO**

Se utilizará este método ya que es un proceso analítico sintético es decir se buscará 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. ¿Está 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 típica 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 qué 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?

---

---

---

---

---

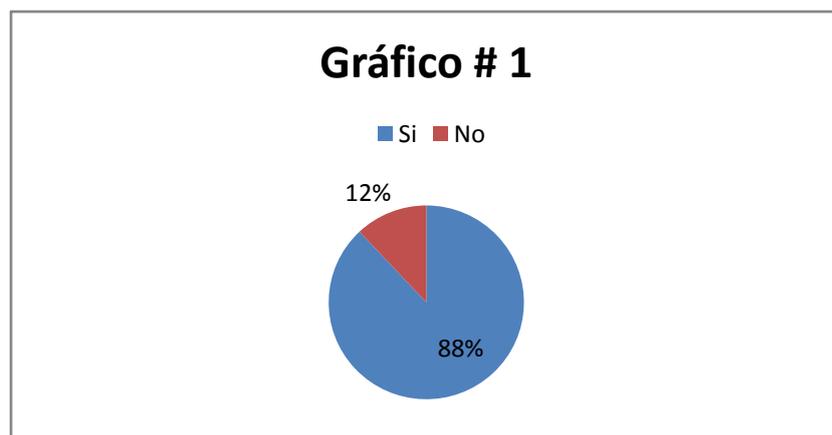
### 3.5 Organización y análisis de los datos.

#### Resultados de las encuestas:

Atraves de la presente tabulación demostraremos los datos obtenidos en las encuestas realizadas a turistas nacionales para conocer cuál es su opinión acerca del internet como fuente de información relacionada al turismo.

Atraves de la presente tabulación demostraremos los datos obtenidos en las encuestas realizadas a **turistas nacionales** para conocer cuál es su opinión acerca del internet como fuente de información relacionada al turismo.

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



**FUENTE: ENCUESTAS**

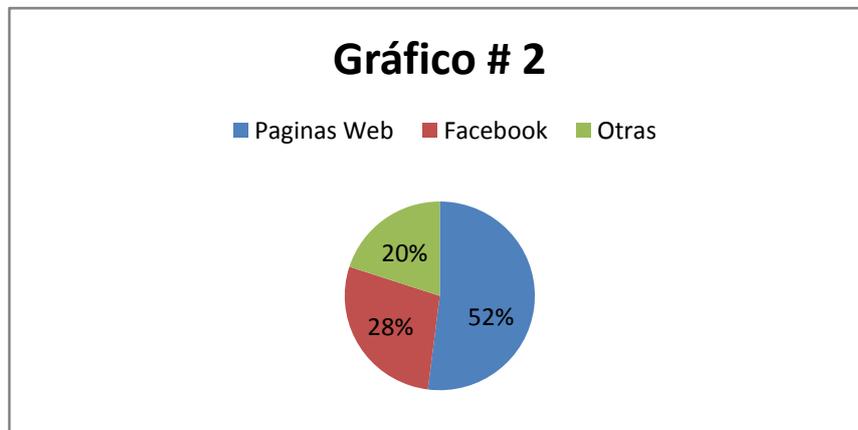
**ELABORADO POR: LA AUTORA**

### **ANALISIS E INTERPRETACION GRAFICO #1**

Se observa que de 25 turistas nacionales, el 88% creen que la web es una herramienta que facilita y ayuda a encontrar la información de los establecimientos de alimentos y bebidas, mientras que el 12% dicen que no es una herramienta útil.

La mayoría está de acuerdo que la web hoy en día facilita y ayuda a realizar de una mejor manera la organización para sus viajes.

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



**Fuente: encuestas**

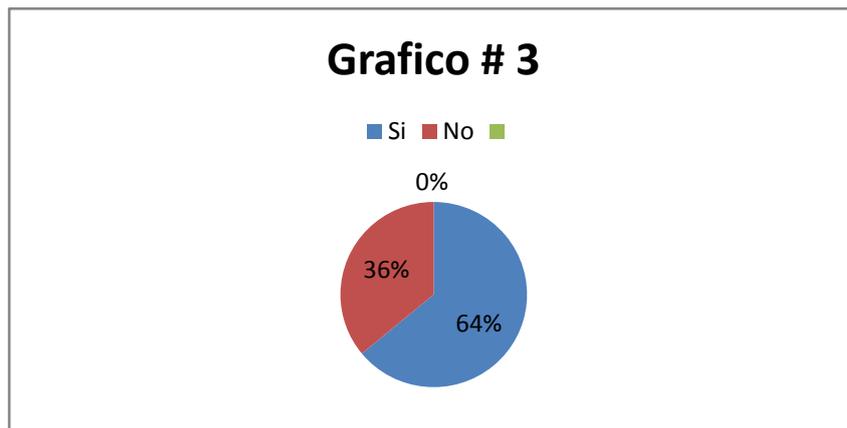
**Elaborado por: la autora**

### **Análisis e Interpretación de la gráfica 2:**

Observamos que de 25 turistas nacionales, el 52% utilizan páginas web, 28% utilizan facebook, mientras que el 20% dicen que prefieren otras herramientas tecnológicas.

La aplicación tecnológica más utilizada para obtener información de servicios de alimentos y bebidas es Facebook.

**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?**



**Fuente: encuestas**

**Elaborado por: la autora**

#### **Análisis e Interpretación de la gráfica 3:**

Observamos que de 25 turistas nacionales, 64% creen 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, mientras que el 36% dicen que dando un resultado.

Es decir que ellos si obtuvieron información pero recalcan que les gustaría que esta información estuviera clasificada y actualizada de una mejor manera.

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



**Fuente: encuestas**

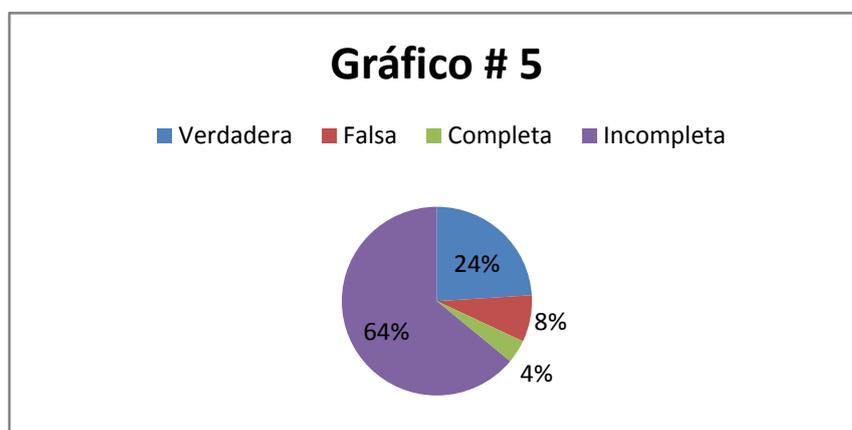
**Elaborado por: la autora**

**Análisis e Interpretación de la gráfica 4:**

Se puede observar que de 25 turistas nacionales, que el 0% conocen de promoción virtual acerca de alimentos y bebidas, mientras que el 100% de las personas dicen que no conocen promoción virtual.

En la mayoría no conoce de promoción virtual por lo que en algunos casos se les complica llegar a estos establecimientos.

**5.- ¿Está de acuerdo que la información publicada en la web de los servicios de alimentos y bebidas?**



**Fuente: encuestas**

**Elaborado por: la autora**

**Análisis e Interpretación de la gráfica 5:**

Se puede observar que de 25 turistas nacionales, 24% dice la información publicada en la web de los servicios de alimentos y bebidas es verdadera, el 8% dicen que la información es falsa, el 4% dicen que la información es completa y por último el 64% demuestran que la información es incompleta.

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



**Fuente: encuestas**

**Elaborado por: la autora**

**Análisis e Interpretación de la gráfica 6:**

Se puede observar que de 25 turistas nacionales, el 80% dicen que la búsqueda de esta información es dinámica y fácil de acceder, mientras que el 20% dicen lo contrario.

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



**Fuente: encuestas**

**Elaborado por: la autora**

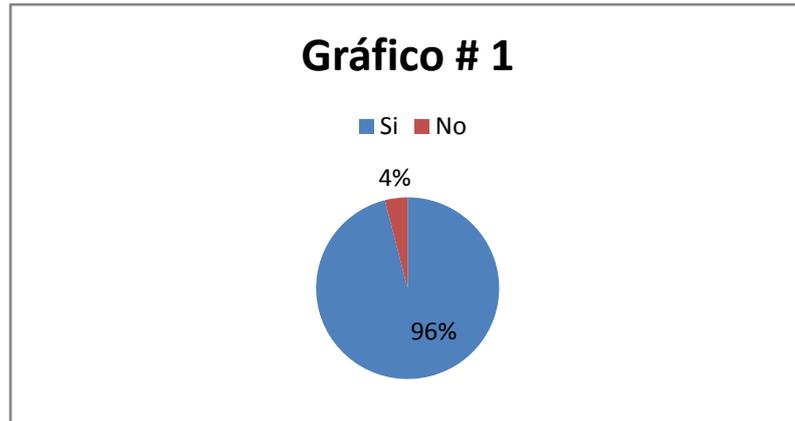
**Análisis e Interpretación de la gráfica 7:**

Se puede observar que de 25 turistas nacionales, el 100% le interesaría que se elaborara un mapa virtual donde se exponga todos los establecimientos de alimentos y bebidas de la comida típica en la ciudad de Cuenca.

Con esto podemos concluir que esta propuesta es innovadora y sería de un fácil manejo y de gran utilidad para estas personas.

A través de la presente tabulación demostraremos los datos obtenidos en las encuestas realizadas a **turistas internacionales** para conocer cuál es su opinión acerca del internet como fuente de información relacionada al turismo.

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



**Fuente: encuestas**

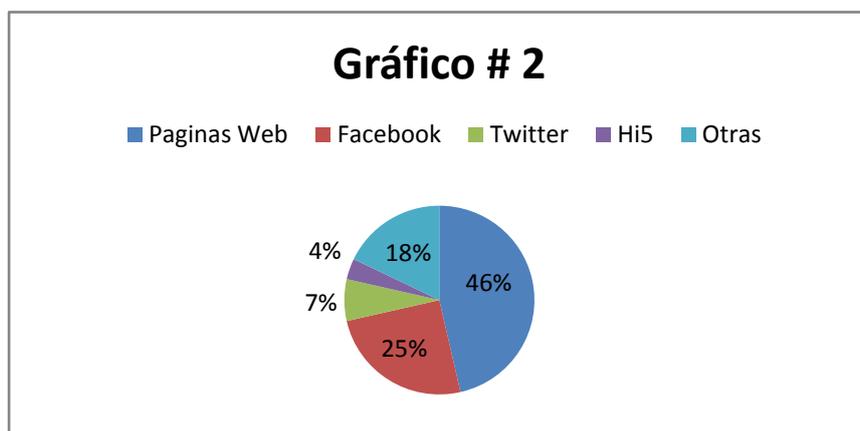
**Elaborado por: la autora**

#### **Análisis e Interpretación de la gráfica 1:**

Se observa que de 25 turistas internacionales, el 96% creen que la web es una herramienta que facilita y ayuda a encontrar la información de los establecimientos de alimentos y bebidas, mientras que el 4% dicen que no es una herramienta útil.

La mayoría está de acuerdo que la web hoy en día facilita y ayuda a realizar de una mejor manera la organización para sus viajes.

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



**Fuente: encuestas**

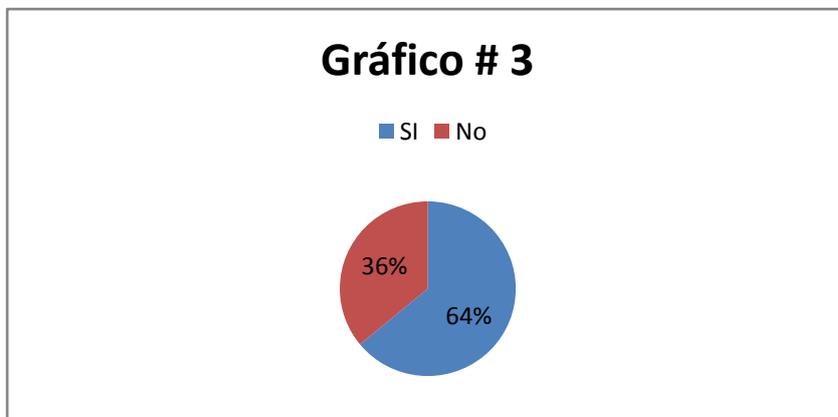
**Elaborado por: la autora**

**Análisis e Interpretación de la gráfica 2:**

Observamos que de 25 turistas internacionales, 52% utilizan páginas web, el 20% otros tipos de herramientas tecnológicas, así mismo el 28% utilizan facebook, mientras que el 8% dicen que prefieren twitter y el 4% dicen que utilizan hi5.

La aplicación tecnológica más utilizada para obtener información de servicios de alimentos y bebidas son las páginas web.

**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?**



**Fuente: encuestas**

**Elaborado por: la autora**

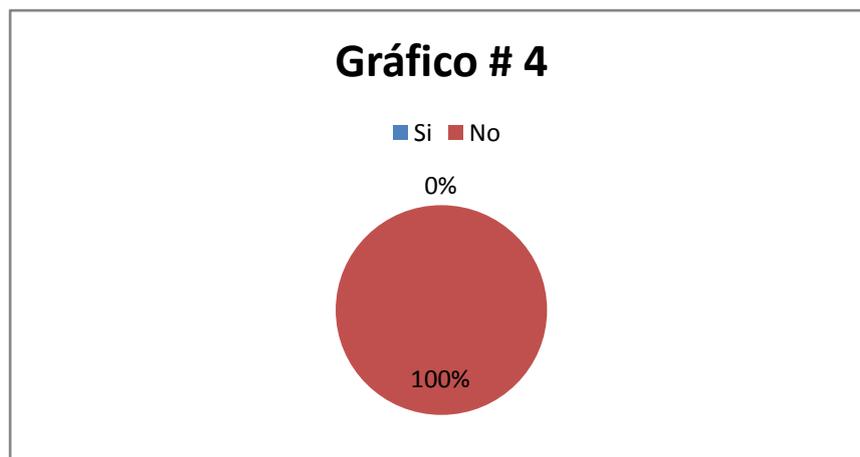
**Análisis e Interpretación de la gráfica 3:**

Observamos que de 25 turistas internacionales, 64% creen 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, mientras que el 36% dicen que dando un resultado.

Es decir que ellos si obtuvieron información pero recalcan que les gustaría que esta información estuviera clasificada y actualizada de una mejor manera.

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



**Fuente: encuestas**

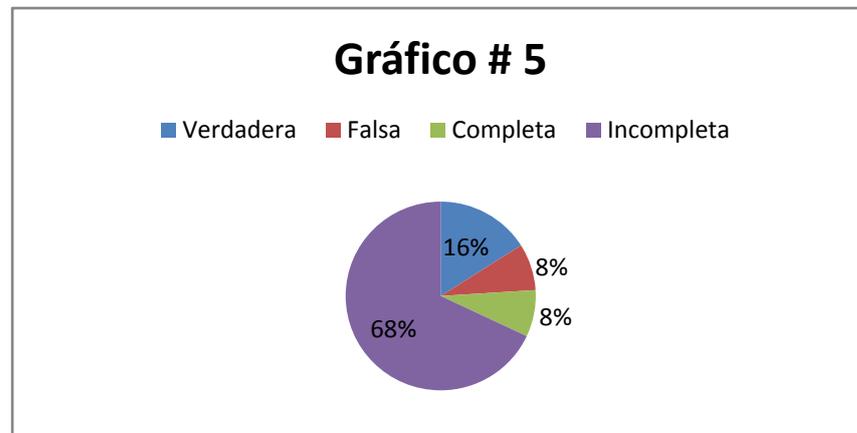
**Elaborado por: la autora**

#### **Análisis e Interpretación de la gráfica 4:**

Se puede observar que de 25 turistas internacionales, que el 0% conocen de promoción virtual acerca de alimentos y bebidas, mientras que el 100% personas dicen que no conocen promoción virtual.

En la mayoría no conoce de promoción virtual por lo que en algunos casos se les complica llegar a estos establecimientos.

**5.- ¿Está de acuerdo que la información publicada en la web de los servicios de alimentos y bebidas?**



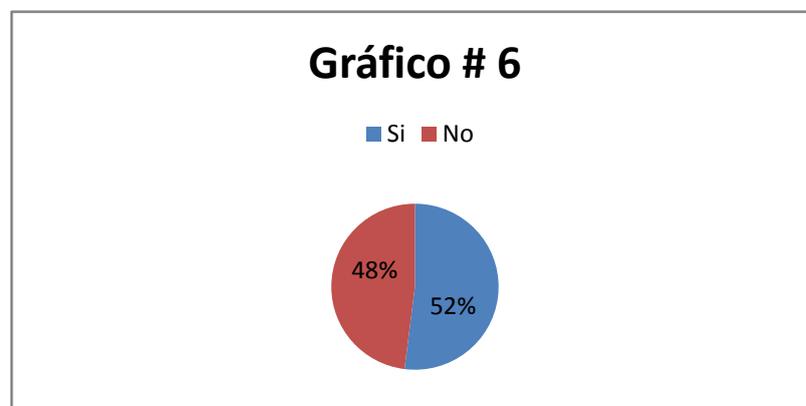
**Fuente: encuestas**

**Elaborado por: la autora**

**Análisis e Interpretación de la gráfica 5:**

Se puede observar que de 25 turistas internacionales, 16% dice la información publicada en la web de los servicios de alimentos y bebidas es verdadera, el 8% dicen que la información es falsa, el 8% dicen que la información es completa y por último el 68% demuestran que la información es incompleta.

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



**Fuente: encuestas**

**Elaborado por: la autora**

**Análisis e Interpretación de la gráfica 6:**

Se puede observar que de 25 turistas internacionales, el 52% dicen que la búsqueda de esta información es dinámica y fácil de acceder, mientras que el 48% dicen lo contrario.

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



**Fuente: encuestas**

**Elaborado por: la autora**

**Análisis e Interpretación de la gráfica 7:**

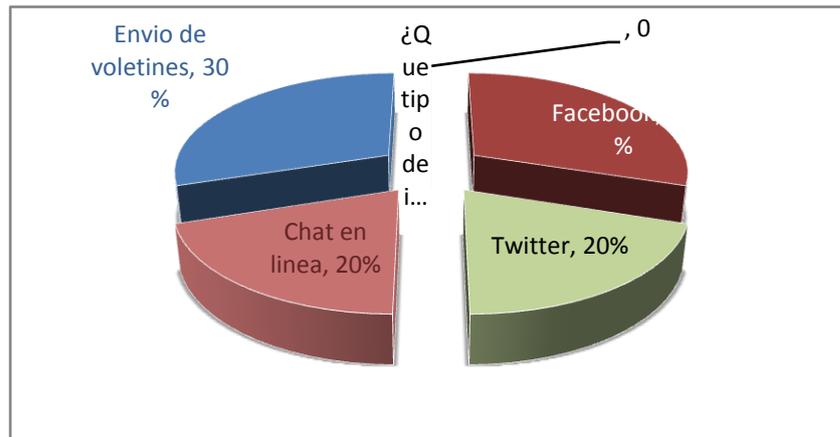
Se puede observar que de 25 turistas internacionales, el 100% le interesaría que se elaborara un mapa virtual donde se exponga todos los establecimientos de alimentos y bebidas de la comida típica en la ciudad de Cuenca.

Con esto podemos concluir que esta propuesta es innovadora y sería de un fácil manejo y de gran utilidad para estas personas.

## 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

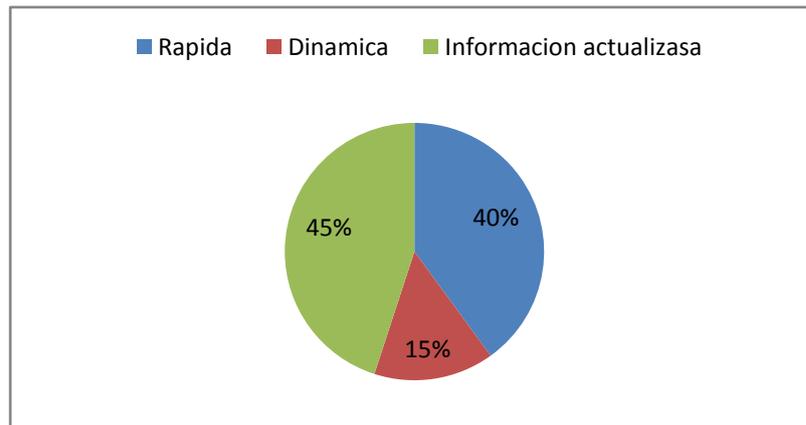
Elaborado por: la autora

### 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**

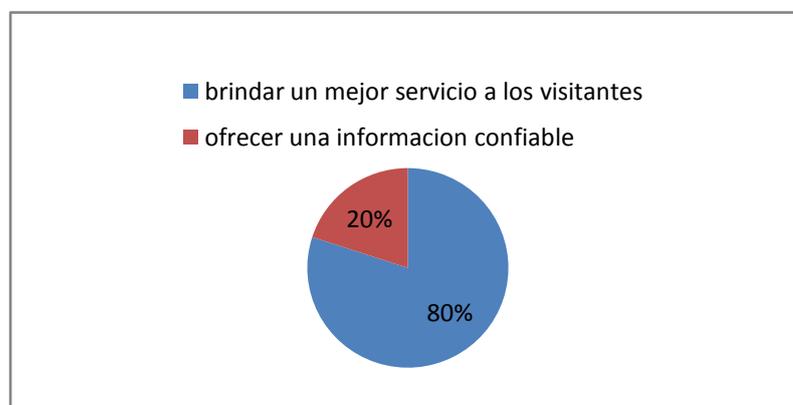
**Elaborado por: la autora**

**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: entrevista**

**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**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
La fundación municipal de turismo es una empresa abierta dispuesta a apoyar a nuevos proyecto para promoción turística.	El Ministerio de Turismo a través del presupuesto del Estado destina para la promoción turística en la provincia del Azuay 1'200.000 USD.	Esta Institución pública utiliza materiales POP (published of published), que contaminan el medio ambiente por el uso excesivo de papel.	Los turistas nacionales todavía no tienen una cultura en el manejo de la web para la consulta de promoción turística de los destinos.
La Fundación Municipal de Turismo para Cuenca, realiza el envío mensual de	La existencia del Código ético mundial del Turismo, esbozada en el Artículo 6, promueve	La fundación municipal de turismo para Cuenca está utilizando las herramientas de	

<p>boletines electrónicos sobre las actividades y noticias de interés que se generan en la institución.</p>	<p>la promoción a través de los modernos medios de comunicación electrónica.</p>	<p>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 actualizaciones 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</p>		

	internacionalmente al país y sus atractivos con otros organismos del sector público y privado;		
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.	El turismo consciente y responsable, propone un ambiente más sano y menos contaminante en el uso de papel para la promoción turística.		
	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.		

**Fuente: Cuadro 1. Matriz del FODA.**

**Elaborado por: la autora.**

### **3.6.1 Conclusión Matriz de análisis 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 tan bien 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 promulga 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 diagnóstico 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 Típica en el Cantón Cuenca.**

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

Diciembre es ideal para venir a Cuenca. Sus reminiscencias solares las subraya el ritual de la chicha brindada a los priostes y a los asistentes, además del pan tradicional de la pascua navideña.

Navidad y Año Nuevo son fastos marcados por el pavo, una presencia internacional en nuestra comida; y los tamales y buñuelos; ambos tienen como base la harina de maíz. Unos y otros, deliciosos.

El tamal cuencano está hecho de una masa de harina de maíz ligeramente cocida, que se rellena con carne de cerdo, huevos duros y pasas, se la envuelve en hojas de achira y se la cuece al vapor. Un regalo al paladar.

Las familias conservan viejas recetas de buñuelo, pero lo fundamental de ellas es la dosis exacta de harina de maíz precocida con anís, a la que se añaden huevos y leche, batiendo a mano hasta el agotamiento. Las porciones de masa cremosa se fríen y doran en manteca de cerdo y se sirven con miel.

En febrero, el mote-pata, quizá el rey de los platos típicos cuencanos, domina la mesa: una densa sopa de maíz pelado, en caldo de carne de cerdo, con pedazos de dicha carne, longaniza y tocino, y condimento de semilla de sambo (una calabaza muy común entre nosotros), tostada, molida y preparada en un refrito de cebollas y leche.

Marzo o abril, gastronómicamente es la hora de la fanesca, otra de esas comidas pantagruélicas, en cuya preparación se usan doce ingredientes, según la tradición, en recuerdo del número de los apóstoles: granos tiernos: alverja, haba pelada, choclo, fréjol; tres clases de calabazas: zapallo, limeño y sambo, también tiernos; arroz, lentejas, achocha, papas, col; todo se cocina por separado y se lo une y condimenta con la sazón cuencana, en leche, en la que se ha cocido pescado seco, que luego se sirve sobre el plato, en una salsa dorada o escabeche.

Chumales o humitas, hechos de maíz tierno molido, condimentado con huevo batido, mantequilla y eventualmente queso, cocido al vapor, en hojas del pucón que envuelve la mazorca, son el complemento del gran plato central.

Junio es el período de Corpus: siete días de bocados dulces, fruto de la pastelería tradicional, dispuestos en mesas coloridas a lo largo del muro sur de la catedral nueva y alrededor del Parque Calderón. Un banquete no solo para el gusto sino también para la vista. Allí están las arepas de maíz de distintos tonos, las anisadas, las quesadillas, las roscas enconfitadas y de yema, los alfajores, los panes de viento, los pernilitos de camote y naranjilla, las cocadas, los huevos de faltriquera, los quesitos de manjar de leche y hostia, las bolas de coco, las naranjitas de zanahoria, las manzanitas de pan de dulce, leche, canela y yemas, las peritas de piña, las moritas de remolacha, adornadas con papeles recortados que simulan tallos.

De julio a septiembre es buena época para llegar a una ciudad tranquila, un poco desierta, por el período vacacional. Sin la agitación cotidiana de un pueblo caracterizado por su vocación de trabajo, se goza más de las bellezas de Cuenca; y se puede disfrutar de su comida: la trucha de sus ríos de altura, preparada y servida de diverso modo, en sitios pintorescos cercanos al lugar de pesca, en el camino al sector lacustre de El Cajas; las famosas carnes secas, servidas con mote pillo (maíz cocinado y revuelto con huevo y cebolla y queso) y habas, que se asan camino de San Joaquín, una parroquia rural situada a pocos kilómetros del centro de la ciudad, cuna de hábiles tejedores de canastas; la carne de cerdo en sancochos, chicharrones y fritada (el nombre depende del grado de cocción), los llapingachos (pequeñas tortillas de papa) y las morcillas, los cuyes asados - que se servirán con papas doradas-, alineados en apetitosas tentaciones, junto a los

cerdos cuya cascarita (la piel) crocante se ofrece en numerosos restaurantes populares, a lo largo de la Avenida Don Bosco; las empanadas de Baños, sitio de aguas termales a solo ocho kilómetros del centro de la urbe, o las tortillas de harina de maíz, de trigo y choclo.

Noviembre celebra la independencia de la provincia, los restaurantes cuencanos de diversa categoría, en cualquier momento del año en que quiera usted gozar de Cuenca.

Como ven ustedes, todo el año es buena época para llegarse a la pequeña ciudad ideal para vivir, rodeada de montañas bajas, que exhiben todos los tonos del verde; villa fundada en 1557 por los españoles, en un sitio que había sido ocupado desde muy antiguo por pueblos de la región y que llegaría en la época del Inkario a ser una de las capitales del Tawantinsuyu, con el nombre de Tomebamba, uno de los cuatro ríos que la circundan y embellecen.

<sup>44</sup>Olores, sabores, aromas y sazones caracterizan la cocina cuencana, que es una muestra clara del mestizaje.

Este es un claro ejemplo de las delicias que Cuenca tiene, este plato es el llamado chancho muerto que se puede degustar su cascarita, fritada, sancocho morcillas y esto va acompañado por mote y tostado una verdadera delicia para saborear.

Esto es otra delicia del Azuay, es uno de los platos favoritos de los extranjeros de todas partes del mundo y la gente del Ecuador que vienen a probar desde todas

---

<sup>44</sup><http://lugaresdecuencacomidatipica.globered.com/categoria.asp?idcat=22>

las provincias este plato está constituido por el chancho ornado, mote, yapingachos y encebollados un plato exquisito y sobre todo muy cultural.

Un plato que no puede faltar en la gastronomía de Cuenca, es el mote pillo que contiene principalmente el mote, manteca de chancho, huevos y podemos aromatizar con algunas yerbas, este plato lo encontramos también lo encontramos acompañado también de carne asada de cerdo.

Algo sin precedentes y uno de los platos que no todos se atreven a probar, un verdadero manjar para el paladar nacional e internacional el típico cuy asado es un plato que nos caracteriza a los cuencanos por la cría de estos deliciosos animalitos que nos es acompañado con arroz, papas ahogadas, lechuga y huevo.

Los ingredientes principales en las sopas son las papas y las verduras y todas pueden ser preparadas con carne de chancho y quesillo.

El locro más tradicional es aquel que tiene quesillo y leche, lo que lo hace espeso. Si se desea hacerlo más sabroso se le pone granitos de choclo o también un toque muy especial acompañarlo con un aguacate.

Uno de los antojitos de los cuencanos para disfrutar un fin de semana con la familia son las tradicionales tortillas con morocho, tinto o un calentito chocolate un bocadillo que se degusta en varias zonas del Austro. Podemos encontrarlas de maíz, choclo y trigo.

### **Levantamiento de la información, para el mapa gastronómico virtual de la comida típica 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 típica 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.

#### **4.1.1 Actualización de servidores turísticos del área de restauración – Comida Típica:**

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 cumple con la normativa y los permisos que contemplan en la Ley de Turismo:

Nombre del Restaurante	Dirección	Número telefónico	Email	Menú
------------------------	-----------	-------------------	-------	------

El Maíz	Calle larga 1- 279	2840224	elmaiz17@etapanet.net	Mote pillo, quínoa, quesos.
La Casona del Puente Roto	Centro Comercial Mall del Rio	2880599	franxa78@gmail.com	Chuzos, Choclos con queso, Papas cocinadas.
Castillo del Rio	Centro Comercial Mall del Rio	2485283		Mote pillo, Carne asada, Papas cocinas, Chuzos.
Los Molinos del Batán	Av. 12 de Abril y el Batán	2811531	losmolinosdelbatan@yah oo.com	Especialidad en carnes asadas.
La Barraca	Borrero 9- 68 y Bolívar	2842967		Mote pillo.
Los Capulíes	Presidente Córdova y Borrero esq.	2845887		Mote pillo, Locro de papa.
Las Campanas	Sangurima y Hermano Miguel	2836259 – 2832506		Mote pillo, Locro de papa, Tamal.
El Cántaro	Bolívar 8- 50 y Luis	2823 989	marikyhmo@hotmail.com	Mote pillo, Locro de papa

	Cordero			
Guajibamba	Luis Cordero 12-32	2831016		Cuy asado.
Raymipamba	Benigno Malo 8-59	2827435 – 2834159	raymipamba_cue@hotmail.com	Mote pillo, Locro de papa, Plato típico (mote pillo, carne asada, llapingachos, morcilla), chicha. Morocho, Tamal, Buñuelos, Fanesca, Chumales, Humitas,
Tequila suc.	gran Colombia 20-59	2831874	www.eltequilarestaurante .cuencanos.com	Carne asada, Choclo cocinado, Habas, papas con cuero, mote pillo, mote sucio.

Tres estrellas	Calle Larga 1- 174	2822340		Cuy asado.
Así es Cuenca	Presidente Córdova 7- 23 y Borrero	2838508		Mote pillo, Locro de papa.
Criollito	Condamin e 1-02	2800572		Mote pillo, Locro de papas.
El Buen Sabor	Manuel Vega 9 -75	2821678		Mote pillo.
El Sabor Cuencano	Av. De las Américas	2888158		Mote pillo, Locro de papa.
Kampaw Wasi	Esmeralda s y Napo esq. Sector los Tótems	2881192 09929040 3		Cuyes y carnes asadas.
El Punto	Av. de las Américas y Lamar esq.	2850397	www.puntocorp.ec info@puntocorp.ec	Carnes asadas.
Inti, del Hotel Santa Lucia	Borrero 8- 44 entre Bolívar y Sucre	2282800	www.santaluciahotel.com /inti.php info@santaluciahotel.com	Locro de papas, Mote pillo.
La Quinta	Carlos	4094769		Cuyes asados.

	Arizaga Vega, Sector Cruz verde (vía San Joaquín)			
Los Maderos	Vía Tenis Club	2894392	Losmaderos_20@hotmail .com	Carnes de res y pollo asada, Cuyes asados.
Portón Cuencano	Ordoñez Lasso km 5 y La Libertad	2377477		Mote pillo, Locro de papa, morocho, chicha, Cuyes, Truchas.
Tiestos	Juan Jaramillo y Luis Cordero	283 5310 08723306 3	www.tiestosrestaurantes. com/es tiestosjj7- 34@hotmail.com jcsj71@hotmail.com / tiestosjj7- 34@hotmail.com	Especialidades de carnes en un estilo gourmet, pollo, res.
El Cobayo	Benigno Vázquez 6 -30	2891381		Cuy asado.

	(Ricaurte9			
El Celoso – Samary cuy	Sector 4 esquinas (Ricaurte)	2890486		Cuy asado.
Mi Escondite	Sector 4 esquinas (Ricaurte)	2890228		Cuy asado y Carnes a la brasa.
Tequila 3 de Carmita (San Joaquín)	Carlos Arizaga Vega	2853138		Carne asada, mote sucio, mote pillo, mote pata, habas y choclo con queso, cuyes.
Típico del Campo (San Joaquín)	Carlos Arizaga Vega	2882443		Mote pillo, Carne Asada, Papas con cuero, Sancocho, Morcilla, Cascarita, Cuy, Llapingachos.
Tequila principal	Carlos Arizaga Vega	2817717		Mote pillo, Mote sucio, Papas con cuero, Carne asada,

				Choclo y Habas con queso, cuyes.
Dos Chorreras el Cajas	Km 21 vía al Cajas	4041999 4043108	info@hosterioschorreras.com	Trucha Frita, Locro de papa.

**El Maíz.**-Restaurante "El Maíz" está ubicado en la zona emblemática de Cuenca, cercano a las ruinas de Pumapungo que forman parte del barranco del río Tomebamba. Es un espacio creado para rescatar la tradición del arte culinario cuencano. El maíz es tan generoso que nos brinda una cantidad ilimitada de posibilidades culinarias, y el mote es el alimento vital y un fundamento en la identidad de la cultura gastronómica azuaya.

Incorporándonos al movimiento de la nueva cocina mundial y ecuatoriana hemos incluido en nuestro menú la COCINA FUSIÓN, utilizando nuestros productos andinos con ingredientes de la cocina internacional resultando platos exclusivos. Venga al Restaurante"EL MAÍZ"y disfrute de un encuentro con la gastronomía cuencana, deleite su espíritu en su ambiente sobrio y la hermosa vista que dispone uno de sus espacios, delétese con nuestros platos que son únicos en la región.

**Guajibamba- Cuyes.**- Delétese con lo mejor de la comida típica cuencana en un ambiente distinguido.

Disfrute el auténtico sabor del mejor CUY cuencano, Cuy, papas, mote, arroz, huevo duro, ají y tostado, Lomo fino de Res, Lomo de Chanco, Seco de Pollo, Filete de Pollo, Plato Típico: Seco de Chivo, Costillas de Chanco, Churrasco. Jarras de Canelazo. (El típico canelazo ecuatoriano).

**Raymipamba.-** Restaurante emérito en la ciudad de Cuenca, por su gastronomía y su ubicación. Ofrecemos a nuestros clientes lo mejor en comida nacional e internacional, brindando una extensa variedad de platos a la carta. Estamos ubicados en pleno centro histórico de Cuenca, frente al parque Calderón, en el lugar más exclusivo de la ciudad. Como bien dice en nuestro logo "**Una tradición en Cuenca**", el restaurante Raymipamba tiene 68 años sirviendo a la ciudad, haciendo del mismo el más antiguo de Cuenca.

Cuenta con una amplia variedad de platos típicos y platos internacionales, el precio promedio por plato es de \$5 (cinco dólares/00).

Los horarios de atención son: de Lunes a Viernes de 8h30 a 23h00 y Sábados y Domingos de 9h30 a 22h30.

**El Tequila.-** Durante 34 años, este local ha mantenido el mismo menú pues según su dueña, Manuela Guerrero, la propuesta original sigue siendo un éxito rotundo. Su carne asada, llapingachos, tamales de pollo y choclos con queso son los más buscados por turistas y locales.

**Dos Chorreas.-** El espíritu visionario y emprendedor de Guido Carrasco Rodríguez, inspirado por el espectacular paisaje del "Cajas" con su entorno de innumerables lagunas rodeadas por exuberante vegetación de paramo, rica en

biodiversidad de flora y fauna silvestres, hicieron que hace treinta años decida adquirir una extensa propiedad a la familia Toral Amador.

En posesión del predio determino la viabilidad de aprovechamiento del inagotable recurso hídrico que unido a la óptima altitud sobre el nivel del mar y clima apropiado, configuraban las condiciones de elección para la implementación de una estación psicóloga destinada al cultivo de trucha arco iris, especie bioacuatica continental con excepcionales cualidades por su inigualable sabor, contenido proteico y estupendo rendimiento.

Con ese objeto construyo la infraestructura cubierta necesaria para las aéreas de laboratorio, inseminación y alevinaje, a la vez que muchas lagunas a cielo abierto para las fases de crecimiento y pesca. Estas lagunas por su excelente sistema constructivo con preservación del entorno natural y equilibrio ambiental, se incorporarían más tarde al proyecto de desarrollo turístico con la pesca deportiva, constituyéndose en una apasionante actividad para los visitantes dentro de su amplia agenda de distracción. En este contexto de ideas y realizaciones surgidas al paso, el propietario vio la necesidad de un lugar para estancia familiar, emprendiendo la construcción de un cabaña rustica amplia y armoniosamente diseñada; la misma que posteriormente fue transformada en restaurante y cafetería al servicio de la población creciente de la ciudad de Cuenca y del país que concurría el primer sábado de cada mes del año al denominado “Jardín de la Virgen”.

De esta manera, se crea Hostería “Dos Chorreras”, nombre que hace relación a dos preciosas cascadas de agua cristalina que cual madejas de plata se

precipitan desde la cumbre de la imponente montaña para inundar con vida la ondulada llanura de este privilegiado espacio de la geografía andina.

Hoy “Dos Chorreras” no solo es una hostería clase A, sino que constituye, con toda su infraestructura desarrollada y excelencia en sus servicios, uno de los complejos turísticos más importantes de la región y del país.

#### **4.1.2 Levantamiento fotográfico de servidores turísticos del área de restauración – comida típica:**

##### **RAYMIPAMPA**



##### **GUAJIBAMBA**



## TEQUILA



**Fuente: Investigación de Campo**

**Tomadas por: la autora**

### 4.2 Elaboración del Mapa Gastronómico

#### 4.2.1 Herramientas utilizadas para el desarrollo del mapa

- Se realizó una investigación sobre que tecnología utiliza la fundación turismo para cuenca, 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 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.
- 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**.
- Se diseñó una base de datos en **MySQL** para almacenar toda la información que ingresen los usuarios administradores.
- Para que el sitio web sea accesible por los usuarios, éste tiene que estar almacenado en un servidor web.
- Los usuarios pueden acceder a la aplicación desde cualquier navegador web.

#### **4.2.2 Características del Mapa Gastronómico Virtual**

El mapa gastronómico virtual cuenta con un link: [mapa.sudamericano.edu.ec](http://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.

Características del mapa gastronómico virtual:

- El mapa gastronómico virtual, ayuda a simplificar de manera eficaz la búsqueda de información turística y gastronómica en la web.
- Contiene los datos más relevantes de un destino que relacionan la riqueza gastronómica del lugar.

El funcionamiento de esta herramienta es muy sencillo, y confiable.

- Brinda información más actualizada de los servicios de alimentos y bebidas del cantón.
- Fácil de acceder
- Dinámico
- Fácil de actualizar
- Visualización para la motivación real del pasajero, quien se informa de este medio.

De igual modo la elaboración del mapa gastronómico virtual nos dará ciertas ventajas como por ejemplo:

- El mapa gastronómico virtual llega a ser algo mucho más práctico en la búsqueda, porque estará mapeado según direcciones, coordenadas, datos generales para una ubicación más rápida.
- Especificaciones territoriales con direcciones mucho más claras, fáciles y actualizadas de los servicios de alimentos y bebidas

- Gran facilidad de comprensión en los datos que contiene el mapa, mostrando una simbología representativa del mismo.
- Se aplica de una manera sostenible, ya que al realizar el mapa virtual ya no existe la necesidad de imprimir o utilizar papel, lo que estaría aportando con el cuidado del medio ambiente y generando una cultura verde.
- Los costos son reducidos debido a que la información que se suministrará mediante es mediante el internet y de esta forma no es necesario comprar, instalar, ni mantener un gasto permanente en difundir la información.

## **5.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1.- CONCLUSIONES**

La investigación de campo ha permitido detectar que en la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca, las herramientas promocionales que se viene utilizando las son poco actualizadas para las necesidades de un mundo globalizado en la información, ya que los datos no presentan actualización tanto de los nuevos atractivos como de los nuevos servidores turísticos en el área de alimentos y bebidas, lo que impide que el turista o visitante que llega a la ciudad pueda conocer la información de una forma rápida y completa.

Las herramientas tecnológicas actuales asumen una responsabilidad informativa muy alta, en especial demostrar los escenarios como se encuentran e identificar una información valedera, fiable y digna de ser informada al viajero.

Una de las motivaciones y necesidades del viajero al momento de llegar a un destino es sin duda la gastronomía y la variedad que representa ella, no solo en el contexto local sino nacional e internacional, presentando una diversidad de opciones para los gustos y preferencias de quienes lo seleccionan.

Por tanto con la elaboración del mapa gastronómico virtual se puede contrarrestar la problemática citada en el TTG.

## **5.2 RECOMENDACIONES**

Activar la herramienta del mapa virtual gastronómico de comida típica en la página oficial y en los sitios de búsqueda de la fundación municipal de turismo para Cuenca.

Actualizar la base de datos periódicamente, ya que la investigación boto resultados en donde se cuenta que estos establecimientos de alimentos y bebidas no tienen una estabilidad duradera en el mercado cuencano.

Implementar posteriormente un link en el cual los turistas puedan expresar sus comentarios y sugerencias acerca de los establecimientos de alimentos y bebidas.

Posibilitar un link a los nuevos empresarios de alimentos y bebidas para poder solicitar el acceso de ser considerados dentro del mapa gastronómico virtual, previo la revisión de encontrarse con los permisos y demás requerimientos en orden.

## **BIBLIOGRAFÍA.**

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 de 2004.
4. INEFAN-GEF Guías de parques nacionales y reservas del Ecuador, para la protección de la biodiversidad. Quito, Primera Edición, Nov. 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.
10. Naciones Unidas, 2004.
11. <http://www.google.com.ec/interstitial?url=http://www.captur.com/Docs/SectorAlimentosBebida>.
12. [http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo#Informaci.C3.B3n\\_tur.C3.ADstica](http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo#Informaci.C3.B3n_tur.C3.ADstica).

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

**ANEXOS 1.**

**Carta de Autorización del Empastado**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**

**AUTORIZACIÓN DE EMPASTADO**

Quito diciembre 6, 2012

Señorita  
DIANA CAROLINA ROMERO SANCHEZ  
**ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE TURISMO**  
**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL**

Presente.-

De mi consideración:

Una vez revisadas las modificaciones de los informes emitidos, autorizamos al estudiante DIANA CAROLINA ROMERO SANCHEZ, alumno de la CARRERA DE HOTELERIA Y TURISMO, proceda con la impresión y presentación del empastado para el tema de tesis ELABORACION DE UN MAPA GASTRONOMICO VIRTUAL DE LA COMIDA TIPICA QUE OFERTA EL CANTON CUENCA PARA LA FUNDACION MUNICIPAL DE TURISMO PARA CUENCA, para que siga con el proceso de graduación y defensa respectiva.

Cordialmente,

**Msc. ....**

**TUTOR**

**Msc. René Cortijo**

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

ANEXO 2.

**Aval de la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca.**



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



## ANEXOS

### RAYMIPAMPA



### GUAJIBAMBA



### TEQUILA



## EL CANTARO



## EL MAIZ



## ASI ES CUENCA



## TRES ESTRELLAS



## LOS CAPULIES



## LA CASONA DEL PUENTE ROTO



## **ANEXOS 12**

### **ENTREVISTA. Lcdo. Felipe Cardoso (Relaciones Públicas)**

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?**

Exactamente no se ofertan herramientas tecnológicas específicas para los servicios de alimentos y bebidas, pero si existen links en la página web de la fundación que ayudan a encontrar algunos tipos de restaurantes.

**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?**

Las herramientas que se deben utilizar y que se manejan con frecuencia son las redes sociales como: facebook, twitter, chat continuos los cuales despejen todas las inquietudes de los turistas, ferias que muestren a los turistas nuestra identidad.

**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?**

La propuesta que se va a elaborar sería de gran ayuda para los turista que deseen visitar el destino Cuenca, les ayudara a despejar sus inquietudes y podrán

conocer de mejor manera las donde están ubicados los restaurantes que desean conocer.

## **ANEXO 13**

**Comprobación de las entrevistas y las encuestas.**



# ANEXO 14

## MAPA GASTRONOMICO VIRTUAL

