



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA
MODALIDAD: PRESENCIAL

**Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Licenciado en
Turismo y Hotelería**

TEMA:

**“LA GEOLOCALIZACIÓN EN LA COCINA LOCAL DE LA REGIÓN
AMAZÓNICA”**

AUTOR: Salazar Londoño Anyely Yeraltdin

TUTOR: Ing. Rommel Santiago Velastegui, Mg.

Ambato-Ecuador

2021

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN

CERTIFICA:

Yo, Rommel Santiago Velastegui Hernández, con cédula de ciudadanía N° 1804469185, en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación o Titulación, sobre el tema: “LA GEOLOCALIZACIÓN EN LA COCINA LOCAL DE LA REGIÓN AMAZÓNICA” desarrollada por la egresada, Salazar Londoño Anyely Yeraltín considero que dicho informe investigativo, reúne los requisitos técnicos, científicos y reglamentarios, por lo que autorizo la presentación del mismo ante el Organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por parte de la Comisión calificadora designada por el H. Consejo Directivo.

Ing. Rommel Santiago Velastegui, Mg.
C.c. 1804469185
TUTOR

TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN

AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN

Dejo constancia que el presente informe es el resultado de la investigación del autor, quien, basado en la experiencia profesional, en los estudios realizados durante la carrera, revisión bibliográfica y de campo, ha llegado a las conclusiones y recomendaciones descritas en la investigación. Las ideas, opiniones y comentarios especificados en este informe, son de exclusiva responsabilidad del autor.



.....

Anyely Yeraltdin Salazar Londoño
C.c. 1757529381
AUTOR

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Cedo los derechos en línea patrimoniales del presente Trabajo de Grado o Titulación sobre el tema “LA GEOLOCALIZACIÓN EN LA COCINA LOCAL DE LA REGIÓN AMAZÓNICA”. Autorizo su reproducción total o parcial siempre y cuando este dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato, respetando mis derechos de autor y no sea utilizado con fines de lucro.



.....

Anyely Yeraltdin Salazar Londoño
C.c. 1757529381
AUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El tribunal receptor del Trabajo de Investigación precedido por el Doctor Segundo Víctor Hernández del Salto, Magíster e integrado por la Licenciada Noemy Hortencia Gaviño Ortiz, Magíster y la Ingeniera Angélica María González Sánchez, Magíster; designados por la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, para receptor el Trabajo de Investigación con el tema: **“LA GEOLOCALIZACIÓN EN LA COCINA LOCAL DE LA REGIÓN AMAZÓNICA”**, elaborado y presentado por la Srta. Salazar Londoño Anyely Yeraltdin, para optar por el Grado Académico de Licenciada en Turismo y Hotelería; una vez escuchada la defensa oral del trabajo de Investigación el Tribunal aprueba y remite el trabajo para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.

Ing. Angélica María González Sánchez Mg.
C.c. 171348235-2
Miembro del Tribunal

Lic. Noemy Hortencia Gaviño Ortiz Mg.
C.c. 1712434412
Miembro del Tribunal

DEDICATORIA

El proceso de un estudiante durante su ciclo de estudio hasta el grado, cuenta con un millar de pruebas que solo el que las vive comprende el costo de cada noche, de cada día, de cada mes. Hoy en día regreso a ver atrás y juro que, si alguien me hubiera dicho que estaría ahora mismo aquí llegando a mi meta y sacando bandera, quizá nunca lo hubiera creído. Y no por falta de credibilidad si no, probablemente por aquello que llamamos posibilidad. Cinco años y medio más tarde no me canso de decir gracias Anyely, gracias por haber sido tan valiente, por no negarte la posibilidad de surgir y seguir guerreando tu batalla, gracias por todo lo que me has enseñado durante todo este tiempo, el valor de sentir la incertidumbre, las alegrías, de aferrarte a un sueño, de llorar con amor y sonreír con heridas.

Anyely Yeraltidín Salazar Londoño te dedico este triunfo. Por favor, sigue siendo luz y brilla en el horizonte, ya es hora de dejar de ser oruga y convertirte en mariposa.

Atentamente

Anyely Yeraltidín Salazar Londoño

AGRADECIMIENTO

Primeramente, quiero dar las gracias a Dios por todo lo que me provee sea material o espiritual, su entrega para conmigo ha sido infinita y me siento complacida por ello.

En segundo quiero dar las gracias a mi abuela Doris, una mujer de armadura dura que a pesar de tantas cosas que nos han sucedido no me abandono en este proceso y fue y siempre será mi amuleto, mi fuerza, mi amiga. Abuela gracias por tu amor y por no permitir que me desvié de mi proceso.

Mis padres, Vicente Romero y Lina Londoño, ellos representan mi núcleo, mi estabilidad y mi sueño de vencer las olas y volverme inmortal porque sus esfuerzos son los que me permiten ver que aún tengo mucho por dar.

Mis hermanos sinónimos de alegría y de querer ser mejor para que un día yo pueda ser su ejemplo y sientan placer de verme arriba y ellos puedan decir quiero lo mismo, quiero más, quiero ser mejor.

Mis profesores, compañeros en general y a la Universidad Técnica de Ambato por darme la apertura de capacitarme y hoy por hoy salir como una profesional de este establecimiento tan grato.

Finalmente, agradezco a la Asociación de Fotógrafos Ecuatorianos quienes, con la suscripción del convenio con la Universidad Técnica de Ambato, permiten que este trabajo de investigación genere una propuesta alineada a la práctica del fototurismo en Ecuador, tributando así con la Estrategia Nacional de Fototurismo.

Anyely Yeraltdin Salazar Londoño

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN.....	ii
TRABAJO DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN	iii
AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN	iii
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN EJECUTIVO	xvi
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCIÓN	18
CAPÍTULO I.....	19
MARCO TEÓRICO.....	19
1. Antecedentes investigativos	19
1.1 Turismo	19
1.2 Ruta turística	20
1.3 Geolocalización.....	21
1.4 Tipos de geolocalización.....	23
1.5 Seguridad y geolocalización.....	23
1.6 Interacción entre la geolocalización y las redes sociales	25
1.7 Beneficios de la geolocalización para los negocios	25
1.8 GPS.....	26
1.9 Aplicación móvil	26
1.10 Gastronomía	27
1.11 Tipos de gastronomía	28
1.12 Cocina local.....	30
1.13 Cocina local de la región amazónica.....	30
1.14 Aportes nutricionales.....	32
1.15 Platos típicos de la región amazónica	33
2. Objetivos	48

CAPÍTULO II	50
METODOLOGÍA	50
3. Materiales	50
3.1 Recursos humanos	50
3.2 Recursos institucionales	51
3.3 Recursos Materiales	51
3.4 Hardware	51
3.5 Software	52
3.6 Recursos económicos	52
3.7 Presupuesto.....	52
4. Métodos	54
4.1 Enfoque de la investigación	54
4.2 Modalidad básica de la investigación.....	54
4.3 Nivel o tipo de investigación.....	54
4.4 Población y muestra	55
4.5 Datos de la encuesta	56
4.6 Metodología para la implementación de un aplicativo móvil	57
CAPÍTULO III.-.....	60
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	60
5. Análisis y discusión de los resultados.	60
5.1 Análisis de los resultados	60
5.2 Interpretación de datos	60
5.3 Preguntas sociodemográficas	61
CAPÍTULO IV.....	99
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	99
6.1 Conclusiones	99
6.2 Recomendaciones.....	101
BIBLIOGRAFÍA	102
ANEXOS	111

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N.1 Actividades turísticas concentradas en parroquias urbanas y rurales del Ecuador	20
Figura N.2 Geolocalización a nivel global.....	22
Figura N.3 Modos de generación y recolección de datos de geolocalización	24
Figura N.4 Kodular	59

ÍNDICE DE GRÁFICAS Y FOTOS

Gráfica N.1 Mapa geográfico del Ecuador- Provincia de Sucumbíos	33
Foto N.1 Casabe de Yuca	34
Foto N.2 Sinchicara.....	34
Foto N.3 Seco de Guanta.....	35
Gráfica N.2 Mapa geográfico del Ecuador- Provincia de Napo	35
Foto N.4 Maito	36
Foto N.5 Pincho de patas Muyo o Cacao blanco	36
Foto N.6 Chicha de Chontaduro.....	37
Gráfica N.3 Mapa geográfico del Ecuador- Provincia de Orellana	38
Foto N.7 Uchumanka	38
Foto N.8 Maito de Carachama	39
Foto N.9 Chicha de Yuca	39
Gráfica N.4 Mapa geográfico del Ecuador- Provincia de Pastaza.....	40
Foto N.10 Chontacuros	41
Foto N.11 Maito de Pescado o Carachama con palmito	41
Foto N.12 Volquetero.....	42
Gráfica N.5 Mapa geográfico del Ecuador- Provincia de Morona Santiago	42
Foto N.13 Ayampaco	43
Foto N.14 Caldo de Novios.....	43
Foto N.15 Chicha de caña	44
Gráfica N.6 Mapa geográfico del Ecuador- Provincia de Zamora Chinchipe	45
Foto N.16 Caldo de Corroncho	46
Foto N.17 Ancas de Rana.....	46
Foto N.18 Jugo de Naranjilla	47

ÍNDICE DE CUADRO

Cuadro N.1 Presupuesto.....	53
Cuadro N.2 Datos de la encuesta	56
Cuadro N.3 Resultados de la base de datos de la encuesta	57
Cuadro N.4 Fases del modelo de Kodular	58

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N.1 Señale cuál es su provincia de residencia	61
Tabla N.2 ¿Con que regularidad asiste a un restaurante?	64
Tabla N.3 ¿Con que frecuencia consume comidas típicas de la Amazonía ecuatoriana?	66
Tabla N.4 ¿Qué aspectos considera usted más importantes dentro de un platillo?... 68	
Tabla N.5 ¿Cuál es el ingrediente base de su plato favorito de la comida típica de la región amazónica?.....	70
Tabla N.6 ¿Considera usted que la comida tiene un plus al ser sus componentes netamente de la región amazónica?.....	72
Tabla N.7 ¿Qué opinión tiene de la gastronomía local de la Amazonía ecuatoriana?74	
Tabla N.8 ¿Qué importancia tiene para usted los platillos bajos en calorías?	76
Tabla N.9 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una comida típica de la región amazónica?.....	78
Tabla N.10 ¿Qué horario de atención le gustaría que manejaran los diversos establecimientos?	80
Tabla N.11 ¿Qué probabilidad existe de que regrese a un establecimiento de comida local de la región amazónica?	82
Tabla N.12 ¿Qué prima para usted al momento de elegir donde debe degustar un plato típico de la región amazónica?.....	84
Tabla N.13 ¿Qué comidas típicas de la región amazónica propuestas a continuación, ha probado o le gustaría encontrar en el menú de un negocio?	86
Tabla N.14 ¿Qué bebidas típicas de la región amazónica propuestas a continuación, ha probado o le gustaría encontrar en el menú de un negocio?	89
Tabla N.15 ¿En qué rango de edad se encuentra?.....	91
Tabla N.16 ¿A cuál de las 6 provincias de la Amazonía ecuatoriana concurre más? 93	
Tabla N.17 ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por una aplicación móvil que le brinde información veraz y segura sobre un establecimiento en concreto, horario, ubicación, menú, números telefónicos y demás?.....	95
Tabla N.18 ¿Con que frecuencia hace uso de aplicaciones móviles como Google-maps para desplazarse de un lugar a otro?	97

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración N.1 Señale cuál es su provincia de residencia	62
Ilustración N.2 ¿Con que regularidad asiste a un restaurante?	64
Ilustración N.3 ¿Con que frecuencia consume comidas típicas de la Amazonía ecuatoriana?.....	66
Ilustración N.5 ¿Cuál es el ingrediente base de su plato favorito de la comida típica de la región amazónica?.....	70
Ilustración N.6 ¿Considera usted que la comida tiene un plus al ser sus componentes netamente de la región amazónica?.....	72
Ilustración N.7 ¿Qué opinión tiene de la gastronomía local de la Amazonía ecuatoriana?.....	74
Ilustración N.8 ¿Qué importancia tiene para usted los platillos bajos en calorías? ...	76
Ilustración N.9 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una comida típica de la región amazónica?.....	78
Ilustración N.10 ¿Qué horario de atención le gustaría que manejaran los diversos establecimientos?	80
Ilustración N.11 ¿Qué probabilidad existe de que regrese a un establecimiento de comida local de la región amazónica?	82
Ilustración N.12 ¿Qué prima para usted al momento de elegir donde debe degustar un plato típico de la región amazónica?.....	84
Ilustración N.13 ¿Qué comidas típicas de la región amazónica propuestas a continuación, ha probado o le gustaría encontrar en el menú de un negocio?.....	87
Ilustración N.14 ¿Qué bebidas típicas de la región amazónica propuestas a continuación, ha probado o le gustaría encontrar en el menú de un negocio?.....	89
Ilustración N.15 ¿En qué rango de edad se encuentra?.....	91
Ilustración N.16 ¿A cuál de las 6 provincias de la Amazonía ecuatoriana concurre más?	93
Ilustración N.17 ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por una aplicación móvil que le brinde información veraz y segura sobre un establecimiento en concreto, horario, ubicación, menú, números telefónicos y demás?.....	95
Ilustración N.18 ¿Con que frecuencia hace uso de aplicaciones móviles como Google-maps para desplazarse de un lugar a otro?	97

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N.1_ Encuesta: “La Geolocalización de la Cocina Local de la Región Amazónica”	111
Anexo N.2_ Propuesta	119

Tema: “LA GEOLOCALIZACIÓN EN LA COCINA LOCAL DE LA REGIÓN AMAZÓNICA”

Autor: Anyely Yeraltdin Salazar Londoño

Tutor: Ing. Rommel Santiago Velastegui, Mg.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación pretende dar a conocer ciertas características de la gastronomía local típica de la amazonia ecuatoriana mediante el desarrollo de una aplicación móvil a través del modelo aplicativo Kodular, se encarga de todo el proceso genérico para conseguir una aplicación móvil cuya finalidad es geolocalizar, obtener información específica (horarios, contactos, menús, costos) de los restaurantes de la región amazónica, permitiendo a los turistas (clientes) informarse; y a los prestadores de servicio enfatizar de mejor manera en sus productos o servicios para satisfacer las necesidades del consumidor.

El turismo y la gastronomía son dos grandes pilares que al juntarse crean un distintivo en el lugar, puesto que el turismo es el motor socioeconómico de cualquier lugar. Mientras que la gastronomía tiende a ser considerada como un conjunto de patrimonio tangible e intangible.

El levantamiento de la información se ha realizado a través de un cuestionario estructurado con preguntas paramétricas, dirigidas a una muestra de 399 personas de todas las regiones del país, tomando como punto de partida sus criterios para identificar una problemática y proponer una alternativa de solución.

Asimismo, es importante tener en cuenta que la información que se facilitara permite que tanto usuarios nacionales como extranjeros puedan diseñar su propia ruta y como tal, gozar de los diversos servicios que hay para ofrecer además de fomentar el turismo y aportar con la economía del lugar.

Descriptor: Cocina Local, Geolocalización, Kodular, Región Amazónica.

Theme: “THE GEOLOCATION IN THE LOCAL CUISINE OF THE AMAZON REGION”

Author: Anyely Yeraltin Salazar Londoño

Tutor: Ing. Rommel Santiago Velastegui, Mg.

ABSTRACT

The present research work aims to make known certain characteristics of the typical local gastronomy of the Ecuadorian Amazon through the development of a mobile application through the Kodular application model. It is in charge of the entire generic process to get a mobile application whose purpose is to geolocate, obtain specific information (schedules, contacts, menus, and costs) of the restaurants in the Amazon region, allowing tourists (customers) to be informed; and service providers to better emphasize their products or services to meet the needs of the consumer.

Tourism and gastronomy are two great pillars that together create a distinctive place, since tourism is the socioeconomic engine of any place. While gastronomy tends to be considered as a set of tangible and intangible heritage.

The information was collected through a structured questionnaire with parametric questions, addressed to a sample of 399 people from all regions of the country, taking as a starting point their criteria for identifying a problem and proposing an alternative solution.

Likewise, it is important to take into account that the information that will be provided allows both national and foreign users to design their own route and enjoy the various services that are offered in the region. In addition, to promote tourism and contribute to the economy of the place.

Descriptors: Local Cuisine, Geolocation, Kodular, Amazon Region

INTRODUCCIÓN

La gastronomía local de la amazonia goza de un sin número de alimentos gracias a la flora y fauna que de esta sobresale. Existe desde frutos exóticos hasta peces y tubérculos los cuales hacen parte de la alta gama de nutrientes logrando así, formar parte de la cocina local y permitiendo que se dé una oferta gastronómica, misma que no es solamente apetecida por los nacionales sino también por los diversos extranjeros que se adentran a estas zonas con el objetivo de conocer y degustar de nuevos productos.

Dicho lo expuesto, a continuación, se especifica el contenido que hace parte del proyecto de investigación.

CAPÍTULO I

También conocido como marco teórico tiene la finalidad de dar a conocer los antecedentes y por ende una compilación bibliográfica referente al tema propuesto, además de explicar de manera más descriptiva las variables que este comprende junto con los objetivos del proyecto.

CAPÍTULO II

Distinguido por establecer la metodología del proyecto abarca los diversos materiales y recursos que serán utilizados para la recolección de información y las técnicas a desarrollar en base al aplicativo móvil.

CAPÍTULO III

Hace referencia al análisis e interpretación y por ende su correspondiente resultado obtenido de las encuestas aplicadas, las cuales están compuestas de gráficos y tablas estadísticas orientadas a la comprobación de la hipótesis.

CAPÍTULO IV

Contiene las conclusiones y recomendaciones finalizando así el proceso de investigación.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1. Antecedentes investigativos

En este apartado se aborda temas recopilados en base a información previa tomando como referencia libros, revistas, artículos científicos de diversas fuentes bibliográficas y algunos datos de tesis previamente presentadas que ayudan con el sustento del tema dando de esta forma sentido teórico y respaldo al proyecto, además de facilitar mediante su desarrollo una conceptualización a las variables que lo componen.

1.1 Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994) citado en (Sancho, 2019) “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros” así pues, se evidencia que el turismo parte del menester del ser humano de satisfacer su necesidad de traslado incluso si este implica salir de su zona de confort.

Sin embargo, para nadie es un secreto que la emergencia sanitaria, social y económica que se dio a nivel mundial, pandemia conocida como “COVID 19” afecto totalmente este sector.

Las consecuencias en el ámbito económico han sido las peores de la historia del turismo en los últimos cien años: según la OMT, se estima que hasta octubre de 2020 el sector perdió un aproximado de 935 mil millones de dólares a nivel global, una cifra que ha hecho retroceder al sector treinta años, ya que las cifras son similares en número de llegadas de turistas internacionales e ingresos a las de 1990. (Cabanilla, Garrido, & Molina, 2021)

Ahora bien, de acuerdo a la figura N.1 expuesta por (Garrido, Cabanilla, Molina, & Villagrán, 2021) en la revista “Impacto del Covid-19 en el sector turístico ecuatoriano” se afirma que la actividad turística con mayor influencia en lo que es el ámbito rural,

son los Centros de Turismo Comunitario (CTC) siendo así que 5 de cada 10 CTC de la amazonia ecuatoriana han tenido mayor fluidez como prestadores de servicio mientras que, en la zona urbana han sido 6 de cada 7 en cuanto a (alimentos y bebidas, alojamiento, parques de atracción estables, transporte turístico, entre otros).

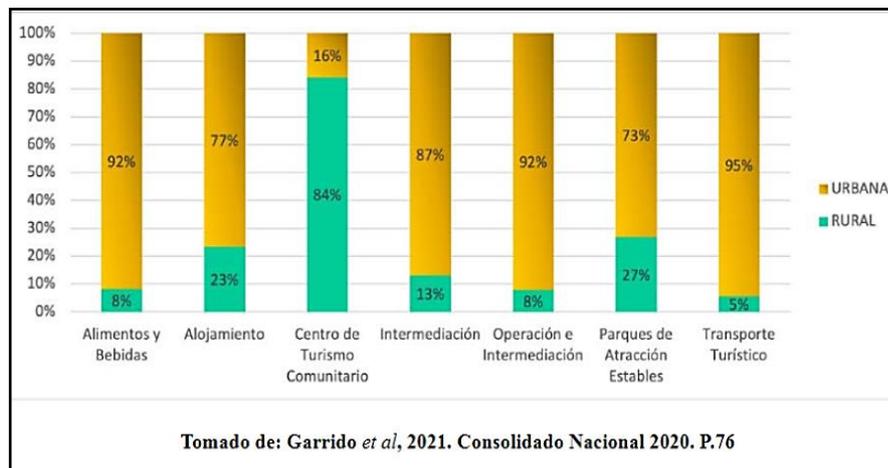


Figura N.1 Actividades turísticas concentradas en parroquias urbanas y rurales del Ecuador
Fuente: (Garrido, Cabanilla, Molina, & Villagrán, 2021)

A pesar de ello, la agencia especializada de las Naciones Unidas se puso al mando e idearon un rastreador que tiene como finalidad recuperar el turismo mediante la recopilación de datos. Su objetivo primordial, apoyar el turismo global, así lo afirma (OMT, 2020)

En cuanto a los modelos matemáticos de localización (García, Rodríguez, & Frías, 2021) aluden que es necesario partir de la población o clientela en el área geográfica para con ello obtener un análisis de decisión multicriterio que abarca la perspectiva de los consumidores.

1.2 Ruta turística

De acuerdo con (Vilasantes, 2016) se conoce como ruta turística al “Camino o recorrido que se destaca por sus atractivos para el desarrollo del turismo. Estas rutas pueden sobresalir por sus características naturales o por permitir el acceso a un patrimonio cultural o histórico de importancia”. Dicho esto, se puede afirmar que las rutas o caminos trazados hacen parte de la relevancia del ámbito turístico las cuales permiten una fluidez más efectiva.

Estas rutas según lo menciona (Larrea, 2020) influyen de manera notoria en el desarrollo sostenible puesto que tienen potencial en los siguientes ámbitos:

- Propiciar la disposición regional de la riqueza;
- Diseñar productos nuevos y lanzarlos al mercado;
- Permitir la apertura de nuevos lugares y corroborar con el fortalecimiento de rutas en decadencia o próximas a ello;
- Promover los negocios tanto públicos como privados y con ello incentivar a los nuevos emprendedores;
- Suscitar la concertación entre autoridades locales, regionales y nacionales;
- Fomenta el patrimonio natural y cultural del lugar.

Es importante tener en cuenta que para la creación de una ruta turística es necesario estandarizar y coordinar los recursos patrimoniales y paisajísticos, los cuales hacen parte de aquellos bienes culturales y ecológicos que son susceptibles al cambio con mayor facilidad sumándose de esta forma a la oferta según el interés turístico que despierte.

Variable Independiente:

- **Geolocalización**

1.3 Geolocalización

La geolocalización es una de las herramientas utilizadas por los geógrafos para situar a las personas u objetos en el espacio mediante sus coordenadas y que ha cobrado una nueva dimensión a partir de la aparición de Internet y de los dispositivos móviles. Paralelamente se ha desarrollado el fenómeno de compartir información desde cada lugar e individuo en los social media (medios sociales). A la unión de estos aspectos se le ha denominado SoLoMo, acrónimo de social, local y móvil, donde la geolocalización es una herramienta de comunicación entre el mundo físico y el digital, desde lo local a lo global, desde el lugar a la nube. Por tanto, geolocalización y redes sociales son dos elementos complementarios, otorgando una nueva dimensión a la geografía y que deben ser analizados en un contexto de modernidad líquida”. En palabras de (Beltran, 2016)

Dicho de otro modo, la geolocalización es un concepto que hace énfasis en la ubicación de una persona en el espacio y que facilita ser medida en coordenadas las cuales corresponden a: latitud (x), longitud (y) y altura (z). Según (Tokio, 2021) Geolocalización es “la capacidad para obtener la ubicación geográfica real de un objeto, como un radar, un teléfono móvil o un ordenador conectado a Internet”.

Otro punto es que, la palabra geolocalización cuenta con un top de búsquedas que rebasa los 2.350.00 resultados, pero como lo menciona la misma (Wiki, 2021) “La georreferenciación es un neologismo que se refiere al posicionamiento con el que se define la localización de un objeto espacial (representado mediante punto, vector, área, volumen) en un sistema de coordenadas y datum determinado.”

Tanto es, que el mismo diccionario de la RAE (Real Academia de la Lengua), no tiene un juicio avaluado sobre este tema, puesto que es, un nuevo concepto el cual se ha ido incorporando pero que aún carece de aceptación por parte de la Comunidad Lingüística.

De hecho, mirándolo desde otra perspectiva. La plataforma de Google Trends hoy en día es una de las más solicitadas a nivel mundial desde el año 2011. Sin embargo, es fácil detallar que toda América del Sur, América Central y América del Norte a excepción de Canadá tiene una búsqueda sobre este término, sumándosele España, Francia y Reino Unido. Las demás partes del mundo ni siquiera saben a qué va enfocado este término y cuál es su objetivo, así se denota en la figura N.2.



Figura N.2 Geolocalización a nivel global
Fuente: (Google Trends, 2021)

Pero esto no es un problema, puesto que la geolocalización es una forma de facilitar el intercambio de información por medio de aplicaciones que se adaptan a las necesidades del usuario en conjunto con el GPS.

1.4 Tipos de geolocalización

Reporta (Sala de Asesoría Tecnológica, 2020) existen tres tipos de geolocalización:

- **Geolocalización GPS-** Consiste en una red global que se compone de 30 satélites los cuales están distribuidos alrededor del globo terráqueo; estos, emiten una señal cada cierto tiempo que permite divisar la localización en tiempo real del dispositivo al cual va enlazado.
- **Geolocalización WIFI-** Se transmite por medio una dirección de IP desde un router, permitiendo de esta manera, identificar la ubicación de un dispositivo.
- **Geolocalización GSM-** Tiene que ver netamente con las torres de control de telefonía móvil, las cuales permiten rastrear un dispositivo por medio de sus señales. Identificando así, la zona en la que el dispositivo se encuentra, pero no su ubicación.

1.5 Seguridad y geolocalización

Estas dos variantes se encuentran íntimamente vinculadas puesto que hacen parte del medio debido a las ventajas que ambas presentan al conjugarse. No obstante, se cree que los países que son potencia mundial hacen uso de esta información para beneficio propio incluso sin el consentimiento de las demás personas, interfiriendo de esta manera en sus vidas privadas y exponiéndolos de manera visual a lo que para el gobierno en este caso les conviene. A raíz de eso, son muchas las hipótesis que se desenvuelven con el uso de estas, y muchas personas han optado por evitar el vínculo con ciertas aplicaciones que piden autorización de ubicación para ceder a su permiso de uso. Pero, dadas las circunstancias y de que los fenómenos a los que nos enfrentamos con el avance de la tecnología cada vez nos tienden a poner más en evidencia, lo que sugiere La Agencia Europea de Seguridad de las Redes y de la Información (ENISA) es:

“Desactivar los servicios basados en localización cuando no se utilicen, controlar las opciones de seguridad de las aplicaciones que emplean datos de

localización y ser conscientes de la información que difundimos, con esto se conseguirá obtener un poco más de intimidad”, pero a la vez, no se excluye a la persona de hacer uso del servicio en emergencias o por necesidad citado en (Castillo, 2017)

Los datos que se generan por medio de la geolocalización son recopilados de dos formas: modo activo el cual se enfoca en la geolocalización del dispositivo del usuario y el modo pasivo una tabla o geolocalización que se basa en servidores por correlación de los datos. La figura N.3 expone estos modos y tecnologías que se emplean.

Modo	Método de recolección	Tecnologías involucradas
Activo: Basado en el dispositivo del usuario	<ul style="list-style-type: none"> • Utiliza el firmware y el software de la computadora o dispositivo inalámbrico del usuario • La ubicación se determina a través del chip del GPS y/o triangulación mediante la información de las torres celulares • Modelo de petición-respuesta 	<ul style="list-style-type: none"> • GPS • GPS asistido (A-GPS) • Wi-Fi - Posicionamiento inalámbrico • 3G/4G • Aplicaciones móviles: iPhone, dispositivos Android, BlackBerry®
Pasivo: Búsqueda de datos basada en servidores	<ul style="list-style-type: none"> • Involucra el uso de proveedores de servicios de geolocalización de terceros, por ej., Quova®, NatGeo, Bering Media • Basado en la dirección IP que no dependen de una ubicación específica adquirida del dispositivo del usuario o de los identificadores del conjunto de servicios (SSID) para redes inalámbricas • La correlación con las bases de datos de IP o SSID obtenidas de los registros de compras, la información suministrada por los usuarios, los análisis de red de las rutas de rastreo y los nombres almacenados del sistema de nombres de dominio (DNS) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación IP: búsqueda Whois, DNS LOC, nombres geográficos en el usuario del nombre del dominio o información de aplicaciones, datos de horarios mediante la inferencia de ping basada en los datos de enrutamiento, por ej., monitorización de Traceroute de las redes del proveedor del servicio de Internet (ISP) • 3G/4G • Wi-Fi - Posicionamiento inalámbrico

Figura N.3 Modos de generación y recolección de datos de geolocalización
Fuente: (División Consultoría de EvaluandoSoftware.com, 2021)

1.6 Interacción entre la geolocalización y las redes sociales

Es básicamente una geolocalización social la cual hace relación a el uso de herramientas de ubicación para generar redes sociales en torno a el sitio en el que se encuentra el negocio o persona. Dicho esto, se hace notorio la intervención de un GPS para establecer en tiempo real la ubicación exacta y a su vez, lograr orientar a las personas.

Entre las herramientas de geolocalización más utilizadas y que de acuerdo a su uso son las más recomendadas, reporta (Beltran, 2016):

- **Para bases cartográficas:** Google Maps, OpenStreetMap, Bing Maps, Google Earth
- **Para geolocalización social:** Gowalla, Foursquare, Facebook, Places
- **Para geolocalización en internet:** Google Places
- **Para gestión espacial:** Sirve cualquier Sistema de Información Geográfica (SIG) de la IDEE (Infraestructura de Datos Espaciales de España).

Hay que hacer notar que, a pesar del sin número de aplicativos para guiarnos depende de cada persona hacer uso de estos para tener su propio punto de vista con respeto a las ventajas y desventajas que estos puedan presentar y de acuerdo a ello, elegir la más aceptable.

1.7 Beneficios de la geolocalización para los negocios

Las preminencias de la geolocalización para los negocios son innumerables puesto que al ser bien aprovechados son más las empresas que se benefician que las que pierden, entre estas tenemos empresas de manufactura, venta de minoristas, servicios financieros, seguros, transporte, servicios públicos y el mismo gobierno. A medida que mejoran los servicios de los diversos negocios y el gobierno, el usuario se vuelve benefactor de ello, añade (División Consultoría de EvaluandoSoftware.com, 2021)

Algunos de estos beneficios son:

- **Publicidad:** uso de áreas de comercialización y con ello, datos demográficos
- **Exploración hacia el cliente:** reconocimiento de necesidades y con ello se recabaría en las expectativas del usuario hacia los productos y servicios

- Distribución y administración de activos: esto es, ubicación de medios de transporte como camiones los cuales solventarían los diversos servicios de traslado
- Realidad aumentada: es decir, el uso de los datos de geolocalización o también conocido como georreferencia como son los sensores de movimiento y las brújulas las cuales se complementan con información virtual de internet.
- El enrutamiento óptimo por lo que es solicitud
- Detención y prevención de robos: puesto que es una tecnología que al tener habilitado el sistema de rastro permite ver la ubicación por IP

1.8 GPS

Primeramente, las siglas GPS hacen referencia a “Global Positioning System”, en español: Sistema de posicionamiento global. Este fue creado por medio del departamento de defensa de EE. UU con el objetivo de ubicar en él, objetos dentro de lo que es el globo terráqueo.

Según (GPS.GOV, s.f.) “El Sistema de Posicionamiento Global (GPS) es un sistema de radionavegación de los Estados Unidos de América, basado en el espacio, que proporciona servicios fiables de posicionamiento, navegación, y cronometría gratuita e ininterrumpidamente a usuarios civiles en todo el mundo”

Como se puede denotar, lo que empezó siendo una idea para dar seguimiento hoy en día es una de las fuentes prácticamente para todo. Desde rastreos espaciales hasta el seguimiento de personas, medios de transportes, dispositivos tecnológicos y demás.

Además, añade (GPS.GOV, s.f.) “El GPS hoy en día está al alcance de todos, el usuario puede determinar con exactitud su ubicación y desplazarse fácilmente al lugar a donde desea trasladarse, ya sea andando, conduciendo, volando o navegando” dada la facilidad, cobertura e importancia que ha tomado a nivel global esta herramienta.

1.9 Aplicación móvil

Dentro de la rama del turismo, el uso de dispositivos móviles ha sido una herramienta que poco a poco se ha vuelto indispensable para el desarrollo de muchas actividades y especialmente en todo lo relacionado a la guianza, rutas y demás. Así verifican (Zhang, Cheung, & Law, 2018).

De esta forma, tanto las apps para viajeros como los dispositivos de reservación o plataformas para venta online, los buscadores que permiten medir las experiencias en un lugar en conjunto con las redes sociales, son las que permiten las actualizaciones continuas de nuevas funciones para satisfacer las necesidades del viajero, las cuales no solo han logrado generar un cambio de mentalidad en los viajeros, sino que, además, permiten que el turista tenga un encuentro por así decirlo: vivencial-autónomo, en el que él es el único responsable de auto gestionar y personalizar su viaje de comienzo a fin. Opone (Miranda & Cruz, 2019).

Por otro lado, Elizabeth Champagne, gerente de marketing para el segmento corporativo de Sabre Travel Network, citada por (Emarketing, 2021) “El viajero es consciente de la complejidad de los viajes en materia de información, por eso el acceso ágil y en tiempo real a datos actualizados que aportan una cuota de previsibilidad en el tránsito de aeropuertos, taxis, recepciones de hotel, etc.” Esto quiere decir que, al haber tanta disponibilidad de información el viajero tiende a ser más exigente y por tal, la demanda crece y la innovación debe ser constante.

Variable Dependiente:

- **Cocina local**

1.10 Gastronomía

La gastronomía es un aporte primordial para el turismo puesto que es el área que proporciona no solo satisfacer una necesidad del ser humano si no también, en términos económicos equilibrar la parte sociocultural. Es por ese motivo que es muy común que una persona recuerde con mucha facilidad lo que comió dado que intervienen todos los sentidos y sucesivamente que vio en el lugar y a donde fue.

Según la Real Academia Española (RAE, 2020) “La gastronomía se puede definir de tres formas: como el arte de preparar una buena comida, la afición al buen comer y como un conjunto de los platos y usos culinarios propios de un determinado lugar”.

De esta forma, según los datos expuestos por (World_Tourism_organization, 2016) “El 88,2% de los destinos consideran la gastronomía como un elemento estratégico para definir su imagen y su marca”.

En otras palabras, a medida que el turismo crece y la invención de platos se vuelve más selectiva y variada crece la demanda de preferencias, obligando así a las personas a estar en constante investigación, sacando al mercado nuevas recetas, indagando sobre las preferencias e innovando con el uso de nuevas materias primas, ingredientes y demás. Lo que ocasiona que se dé una autenticación y reconocimiento misma que corrobora a que el lugar en el que se preparó se destaque y fluya la economía con la visita de nacionales y extranjeros en busca de degustar el platillo.

No obstante, la oferta gastronómica es deferente como un impulsor esencial de las corrientes turísticas las cuales permiten elegir un destino. De esta forma la promoción de un lugar a través de su comida es un ente clave para crear motivación al momento de viajar. Además de aportar con la identidad cultural.

1.11 Tipos de gastronomía

Estos van estrechamente ligados con sus costumbres alimenticias y la inclinación por ciertos alimentos. Mismos que a su vez, van de la mano de las costumbres del país básicamente por sus técnicas de preparación, los ingredientes a usar e incluso, el tipo de cocción que experimentan los alimentos, defiende (Varela, 2018)

Entre estos tenemos:

- **Gastronomía Nacional-** Representación de los gustos peculiares de un pueblo. Elementalmente su comida es a base de ingredientes propios de la región lo que les brinda una identidad.
- **Gastronomía Internacional-** Es el tipo de cocina que faculta el conocimiento esencial de otras culturas, sus gustos y tendencias hacia ciertos productos y, por ende, sus técnicas de preparación. Entre las más conocidas tenemos la comida fusión la cual se encarga de combinar ingredientes tradicionales de diversos lugares y de esta forma crear un plato exótico.
- **Gastronomía Gourmet-** Tiene que ver con la alta cocina y el buen comer. Sus ingredientes son previamente seleccionados bajo estándares totales de calidad e higiene. Además, cuida de las propiedades organolépticas de cada ingrediente debido a que se considera que las técnicas de cocción usadas en

estos platos enriquecen sus sabores y permiten vivir la pasión por la comida.

- **Gastronomía Vegetariana-** Está basada en el uso de vegetales, productos lácteos de almendras o coco, arroz, fruta y huevos. Como es de conocimiento universal este tipo de preparaciones excluye todo tipo de carne y derivado del tejido animal.
- **Gastronomía Vegana-** Excluye cualquier tipo de alimento de origen animal y se inclina por el consumo de hortalizas y legumbres. Además de alimentos procesados. Entre las técnicas más usadas en esta cocina y consumidas son comidas al vapor y a la plancha.
- **Gastronomía Científica-** Es básicamente una cocina de experimentación en la que interviene el análisis y la evolución de los productos de acuerdo a su adaptación a los cambios culturales y sociales, tomando como referencia el proceso de cocción y el uso de elementos químicos.
- **Gastronomía Sostenible-** La Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2020) la define como el conjunto de platos y usos culinarios propios de un determinado lugar. Establece que es una expresión más de la diversidad natural y cultural del planeta y fomenta el consumo de alimentos responsable con el medio ambiente.
- **Gastronomía Macrobiótica-** Destaca el uso de algas marinas como lotus, kuzu y mebosi. Además de la sal marina, para equilibrar los sabores en sus preparaciones, según lo afirma (Yey, 2020). Este tipo de alimentación se adapta a las tradiciones del Oriente, bajo el lema del equilibrio del Yin y el Yang.
- **Gastronomía según la Religión-**
 - Budista
 - Cristiana
 - Judía
 - Musulmana
 - Islam
 - Hindú

- Y en Cuba, la religión católica conocida como la Santería o Regla de Ocha que no es nada menos que un sincretismo afrocubano. Descrito así por (Mendez, 2020)

1.12 Cocina local

La cocina local es la gastronomía típica del lugar que hace que se diferencie del resto y se dé el debido reconocimiento como parte de su identidad. Es así que conocer y degustar la cocina local se considera como una experiencia sensorial, única y cultural.

Según algunos autores la cocina local-

Para (Roden, 2013)“La comida es una parte importante de la cultura. Implica unión con el pasado, es un legado de otras civilizaciones, forma parte de la identidad y refleja la vida de las personas”.

Mientras que para (Mascarenhas Tramontin & Gândara Gonçalves, 2020)

La degustación de un plato típico puede ser un ejemplo de la interacción entre el turista y la cultura local, interacción que posibilita al visitante conocer las motivaciones que llevaron a la preservación de ese plato; el contexto histórico en que éste surgió, y qué elementos proporcionan placer en la degustación de los manjares.

De esta forma, adentrándose más allá del atractivo turístico de los productos típicos en el mercado, se cree que todo radica en la importancia que se tiene en mantener y por tal, favorecer el aprovechamiento turístico de las gastronomías tradicionales y consigo, su conservación. Cabe recalcar que la cocina local está íntimamente relacionada con la historia, es lo que nos conecta con el pasado y nos marca como cultura, puesto que, el ser parte de este aprendizaje constante nos hace conocedores y participes de una vivencia cultural y sensitiva conocida así por ser uno de los patrimonios intangibles más sobresalientes de las comunidades.

1.13 Cocina local de la región amazónica

Para nadie es un secreto que la región amazónica cuenta con una gama de productos que la hacen acreedora de importantes reconocimientos, además de que cada región tiene su propia complejidad al momento de desarrollar un plato y su esencia. La amazonia tiene una relación directa con los nativos y su entorno, la utilización de sus

propios productos y la conexión con la madre tierra. Desde este punto de vista (Quintana & Aguilar, 2018) alude que, la comida típica de esta región se cimienta básicamente en la utilización de productos provenientes de la caza o la pesca. Entre estos tenemos lo que son el pescado, la carne de guanta y guatusa, conjuntamente con ingredientes fáciles de obtener por las particularidades del clima e incluso el tipo de tierra fértil que este tiene.

Esta región se beneficia dado que obtiene sus alimentos de dos fuentes claves estas son: la selva que es la que proporciona de plantas, frutos y alimentos de origen animal y por otro lado la huerta, también conocida como chacra, que es la que suministra productos básicos como el plátano y la yuca seguidos de la papa china, el camote, el arazá, la caña, los muyus (caracterizados por ser frutos de pepas grandes) y los yuyos (plantas de hojas tiernas).

Sin embargo, esto no los exime de que se refleje las temporadas de mucha abundancia, o escasez, así lo declara (Vargas D. , 2020) en este caso la amazonia cuenta con ambos y se distinguen por la época. En el tiempo de abundancia se refleja frutos maduros por lo que es muy fácil ver animales gordos y frondosos dada la alimentación abundante de nutrientes lo que ocasiona que el consumo de estos sea más apetecido y en la temporada de escasas, por el contrario, sus cosechas tienden a tardar un poco o crecen menos y los animales migran o se adentran aún más en busca de alimentos. Pero sea cual sea la temporada todos tienen sus métodos de conservación con respeto a la comida para que esta tenga una mejor consistencia y los alimentos duren más, especialmente cuando hay una cacería abundante. Sus dos métodos más usuales son el secado al sol y el ahumado.

El en caso del secado al sol para el plátano y la yuca lo que se hace es que se cocina y se coloca en la parrilla por varios días. Para el pescado es algo similar, a este se lo tiene que abrir, limpiar y secar, esto provoca que dure más tiempo y su sabor siga intacto sin ocasionar malestar estomacal. En cambio, el ahumado, la carne es lavada, cortada y salada, se espera a que esta se seque aproximadamente entre 1 semana o 2 meses y luego es conservada en un lishu para que no se mosquee.

1.14 Aportes nutricionales

La cocina amazónica tiende a destacar porque sus alimentos no contienen adictivos como es el uso de aliños procesados, sino que más bien, tienden a condimentar todo a base de sal y en algunas culturas aun, a pesar del paso del tiempo, suelen darles color a sus alimentos con las hojas y frutos. Además, sus alimentos son reconocidos por ser propiciarios de contener propiedades curativas y nutritivas.

A continuación, ejemplo de algunos alimentos bajo estas indicaciones de calidad, a título personal de (Cartay & Martinez, 2020) :

- **Los chontacuros-** Los cuales tienen un aspecto poco apetecible para algunos, pero es un alimento que logra despertar interés tanto en los nacionales como en los extranjeros por sus aportes nutricionales valga la redundancia y su sabor inigualable. Este, es una larva de aproximadamente cinco centímetros el cual ayuda a prevenir enfermedades cardiovasculares y aporta proteína, ácido oleico y vitamina A y E.
- **La yuca-** Sobresaliente por su contenido de vitamina C y el hierro que aporta, también sirve para contrarrestar la fiebre, el dolor muscular y se cree por la efectividad de esta, que ayuda a tratar la esterilidad femenina. y,
- **El plátano verde-** Ayuda con el tratado de úlceras, reduce la presión arterial y es reconocido por ser un alimento bajo en calorías a pesar de tener una alta cantidad de fibra.

Ahora bien, el objetivo continuamente será no perder la esencia, pero siempre continuar con ese proceso de mejora especialmente con lo relacionado a las características organolépticas de los alimentos facilitando como tal la digestión de los ingredientes y disminuyendo el riesgo de la contaminación microbiana de la que nadie está completamente obsoleto.

Menciona (Martinez, 2018) “En los últimos años la gastronomía ecuatoriana ha adquirido una enorme relevancia, de la mano del reconocimiento de la región como destino turístico y gastronómico, y el interés de personas y países en exponerse a las costumbres y tradiciones del país”, lo cual permite que se siga dando de cierta forma una solvencia.

1.15 Platos típicos de la región amazónica

A continuación, se detallará un plato típico por cada provincia de la amazonia ecuatoriana.

Provincia de Sucumbíos-

Se encuentra geográficamente ubicada al nororiente de Ecuador, en la Región Amazónica. Su ciudad toma el nombre de Nueva Loja, mismo que es el punto de llegada de turistas tanto nacionales como extranjeros por sus atractivos naturales y culturales sobresalientes como son: la Reserva de Producción Faunística Cuyabeno, Reserva Ecológica Limoncocha, Reserva Ecológica Cofán Bermejo, Parque Ecológico Recreacional Perla, entre otros.



Gráfica N.1 Mapa geográfico del Ecuador- Provincia de Sucumbíos
Fuente: (Zambrano, 2021)

Esta provincia tiene una variedad de productos que hacen parte de una simbiosis entre los sabores de la cocina nacional propuesto por los colonos y los pueblos aledaños de todo el país y a su vez, la gastronomía propia- ancestral de las nacionalidades indígenas, así se detalla (Infoturismo, 2021)

Entre los platos típicos tenemos:

- **Casabe de Yuca o Pan Amazónico-** Es considerado como un bocadillo de la Amazonia, cuenta con una preparación muy minuciosa a cargo de las mujeres nativas de las nacionalidades Siekopai y Sionas. Su proceso consta de rallar la yuca y lo que se extrae se exprime con lasñoriya (instrumento con forma de bufanda que es elaborado a partir de fibras de un árbol). Luego, se cocinan las tortillas en un tiesto de barro, conocido como Burén, el cual debe estar caliente con anticipación, se pone la masa en este y se esparce uniformemente dando la

forma de un círculo con una superficie plana y lisa. De esta forma lo señala (Turística, s.f.)



Foto N.1 Casabe de Yuca
Fuente: (National Geographic, 2018)

- **Sinchicara-** Es una bebida considerada como medicinal la cual tiene como finalidad ser usada para tratar lo que son artritis, rinitis, reumatismo, entre otros. Esta es una bebida distinguida por ser afrodisiaca puesto que está compuesta de aguardiente de caña, uña de gato, chuchugaso, guayusa, boldo, rabo de mono esto es (bejuco), esencia de vainilla y boldo. Según lo asegura (GoRaymi, 2020).

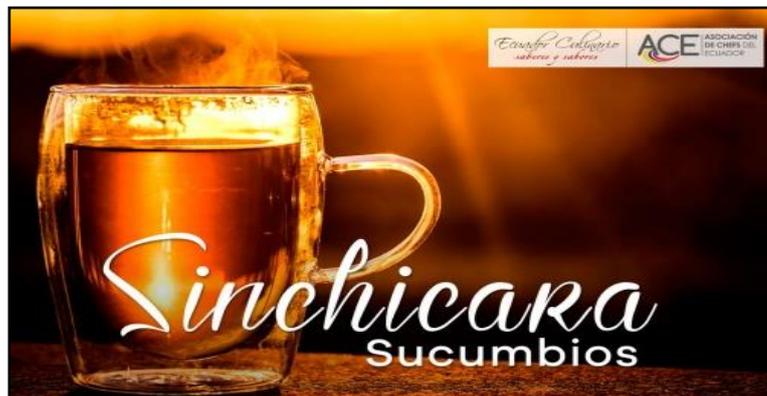


Foto N.2 Sinchicara
Fuente: (Goraymi, 2021)

- **Seco de Guanta-**A pesar de ser la guanta un animal catalogado por estar en peligro de extinción, es uno de los platos fuertes de los aledaños y una de las singularidades pedidas por los visitantes, así lo menciona (Las delicias del Oriente, 2017)



Foto N.3 Seco de Guanta
Fuente: (Vargas K. , 2017)

Provincia de Napo-

Es una Región del centro norte del Ecuador, toma su nombre del Río Napo dado que es uno de los ríos más representativos de la provincia. Su capital es la Ciudad de Tena y se encuentra limitada al norte con Sucumbíos, al sur con Pastaza, al oeste con Pichincha, Cotopaxi y Tungurahua y al este con la Provincia de Orellana.



Gráfica N.2 Mapa geográfico del Ecuador- Provincia de Napo
Fuente: (Zambrano, 2021)

Según el informe expuesto por el (Gobierno de Napo, s.f.) Esta ciudad “alberga los principales organismos gubernamentales, culturales y comerciales”, dicho lo expuesto, se evidencia a continuación los platos típicos más sobresalientes.

- **Maito de Filete de Pescado-** Es un filete como su mismo nombre lo indica cubierto por hojas de Bijao, el cual es servido con yuca, palmito y garabato yuyo. Este tiene un origen prehispánico y es a base de peces de río (bagre,

bocachico, carachama, pintadillo), luego este es amarrado por fibras naturales y cocinado a las brasas del carbón.



Foto N.4 Maito
Fuente: (GoRaymi, 2021)

- **Pincho de Patas Muyo o Cacao Blanco-** Es un alimento que crece de manera silvestre, sus pepas son usualmente asadas en un palo de bambú, y se sirven con Chicha de Yuca o chonta, además del cacao amazónico nacional el cual es considerado como un ente propio del Ecuador. Conforme lo establece (Asociación de Chefs del Ecuador, 2016)



Foto N.5 Pincho de patas Muyo o Cacao blanco
Fuente: (Goraymi, 2021)

- **Chicha de Chontaduro y Yuca-** Brebaje emblemática de la amazonia ecuatoriana la cual ha sufrido con el transcurso del tiempo grandes transformaciones en cuanto a lo que se refiere a su proceso de elaboración por técnicas más modernas, de acuerdo con el (Ministerio de Cultura y Patrimonio

, 2016) llegando incluso a inocular en muchas ocasiones la calidad del producto para satisfacer las nuevas demandas del consumidor.

Esta es una bebida fermentada que es elaborada a base de frutos de chonta conocidos como chontaduros. Tiene un sabor fuerte algo ácido y a veces es consumido sin fermentar, pero toma otro nombre, en este caso es “batido de chonta”.

Entre sus singularidades tenemos que de la cosecha se encarga el hombre mientras que de la preparación la mujer, puesto que se cree que la mujer tiene las manos más aptas para tal proceso. Es servido en Ilches conocidos también como mates hondos y en Kichwa “Mukawas”.



Foto N.6 Chicha de Chontaduro
Fuente: (Goraymi, 2021)

Provincia de Orellana-

Ubicada en la Región centro norte del país, tiene por Capital El Coca. Esta es una de las provincias más nuevas del territorio puesto que al comienzo hacía parte de Napo. Entre sus riquezas más sobresalientes tenemos el petróleo, la madera, flora, fauna y sus paisajes, además de ser reconocida por su gastronomía. A juzgar por (Gobierno Autónomo Provincial de Orellana , 2021) “La Provincia de Orellana es también la única provincia amazónica que no tiene fronteras con una provincia de la serranía ecuatoriana”. Sin embargo, su mayor afluente es el río Napo lo que le permite tener un equilibrio y una alta gama de productos.



Gráfica N.3 Mapa geográfico del Ecuador- Provincia de Orellana
Fuente: (Zambrano, 2021)

Así pues, es una provincia que goza de una riqueza alta de productos, plantas, animales y demás. Lo cual le facilita desarrollar varios platos a disposición del consumidor. Entre los más representativos tenemos:

- **Uchumanka-** Conocido en Kichwa como “**Olla de Aji**”, es uno de los platos ancestrales más emblemáticos de la provincia, Así lo expusieron los chefs de la (Asociacion de Chefs del Ecaudor, 2018).



Foto N.7 Uchumanka
Fuente: (Asociacion de Chefs del Ecaudor, 2018)

- **Maito de Tilapia o Carachama-** Es un plato de origen prehispánico. El significado de Maito es (envuelto), envuelto de Tilapia o Carachama. Es un pescado sazonado que se enrolla en hojas de Bijao quemadas a fuego lento con anticipación para conseguir una flexibilidad al momento de envolver la comida

y este posteriormente es amarrado con tiras de la paja toquilla. Este plato va acompañado de papa china, palmito cocinado, plátano verde, ají y curtido. Antes este era preparado sin condimentar, pero dadas las nuevas tendencias culinarias ha sido necesario ir implementando en su preparación un sabor extra al original, de acuerdo con (El Universo, 2019)



Foto N.8 Maito de Carachama
Fuente: (La Hora, 2019)

- **Chicha de Yuca-** Es una bebida sobresaliente de esta provincia puesto que es muy apetecida por las nacionalidades indígenas. Es preparada con la pulpa de la yuca o a su vez, con la chonta fermentada. Según se afirma en las (Recetas del Ecuador, s.f.) es una bebida ancestral de mucho valor y requiere de mucha atención en su preparación.

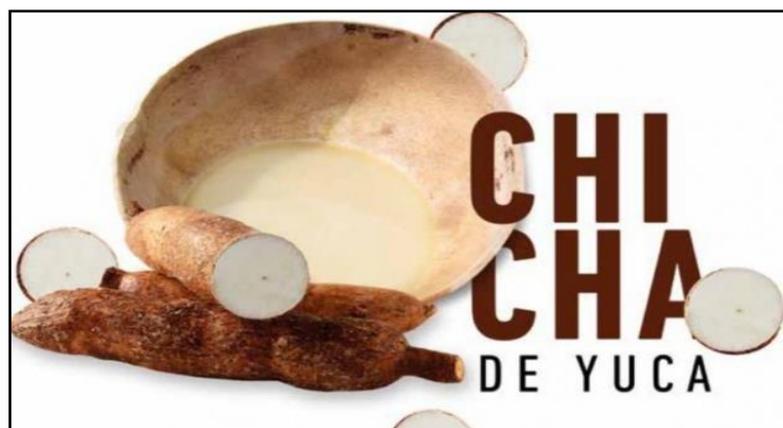


Foto N.9 Chicha de Yuca
Fuente: (Goraymi, 2021)

Provincia de Pastaza-

Es una de la cuna de las 7 nacionalidades indígenas del Ecuador, los Quichuas de la Amazonía, los Andoas, los Záparas, los Huoranis, los Achuar, los Shiwiar y los Shuar. La cual ha permitido el desarrollo y sustento de estas comunidades que viven ahí desde hace milenios por su extensión de flora y fauna, misma que facilita un equilibrio económico y un sustento alimenticio para las nacionalidades, así lo menciona (Editorial OX del Ecuador, 2020)



Gráfica N.4 Mapa geográfico del Ecuador- Provincia de Pastaza
Fuente: (Zambrano, 2021)

Esta provincia es conocida por sus costumbres, gastronomía que sobresale por sus platillos, formas de vida, cosmovisión y música. Además de los variados lenguajes con los que se maneja por tener como antes se mencionó, albergando las 7 comunidades más representativas del Ecuador.

Entre sus platos gastronómicos típicos tenemos:

- **Pincho de chontacuro (Gusanos de la Chonta)-** Son considerados como un alimento básico en la dieta alimentaria de los indígenas puesto que son precisamente ellos quienes promueven el consumo de tal alimento por los beneficios que ofrece tanto nutricionales como físicos y mentales. Y dado esto, su consumo se ha difundido haciendo hoy por hoy que sea una de las comidas más curiosas y apetecidas tanto por nacionales como por extranjeros. Así se afirma en (Foros del Ecuador, 2019)



Foto N.10 Chontacuros
Fuente: (Foros del Ecuador, 2019)

- **Maito de Pescado o Carachama con palmito-** Similar a la preparación que se tiene en Orellana, este se rige por técnicas tradicionales las cuales tienen como prioridad satisfacer las necesidades de sus consumidores los cuales cada vez exigen un producto de calidad, pero con un plus en sus comidas y servicios. Dado que este plato es considerado como parte de la identidad cultural es sobresaliente en todos los ámbitos a nivel de provincia, así lo especifica (La Hora, 2019)



Foto N.11 Maito de Pescado o Carachama con palmito
Fuente: (La Hora, 2019)

Como plato tradicional sobresale:

- **El Volquetero-** Surgió como un invento por parte de uno de los moradores del barrio El Obrero, el cual tenía su propio negocio a las afueras del parque. Poco a poco, este emprendimiento fue creciendo y hoy por hoy sigue siendo un

símbolo representativo como plato tradicional de la provincia, según lo redacta (Huecas del Ecuador, 2020) Mismo que ha logrado tener una acogida valorable y se ha distribuido en otros cantones y provincias.

Este plato es a base de atún, chochos, tostados, maíz, chifles y un encurtido de cebolla, tomate, sal, limón y cilantro.



Foto N.12 Volquetero
Fuente: (Huecas del Ecuador, 2020)

Provincia de Morona Santiago-

Con su capital conocida como Macas, se limita al norte con Tungurahua y Pastaza, al sur con Zamora Chinchipe y la república del Perú, al este con la república del Perú y al oeste con Azuay, Cañar y Chimborazo.



Gráfica N.5 Mapa geográfico del Ecuador- Provincia de Morona Santiago
Fuente: (Zambrano, 2021)

Esta provincia es conocida por encontrarse en el corazón de la Amazonía, según se detalla (Gobierno Municipal del Cantón Morona, 2021), cuenta con una alta gama de variedad de productos que permiten que el cantón como tal se mantenga y produzca sus propios alimentos. Entre los platos más típicos se encuentra:

- **Ayampaco-** Conocidos por la comunidad por ser un referente de la etnia Shuar, son uno de los platos elegidos por preferencia. Así pues, lo precisa (Mintur Zonal 3, 2019). Este plato está compuesto de pescado o pollo como ingrediente base, palmito, especias y todo ello va envuelto en las hojas de Bijao, posteriormente es asado.



Foto N.13 Ayampaco
Fuente: (Mintur Zonal 3, 2019)

- **Caldo de Novios-** Es una sopa típica de lo que es la cultura Macabea. Su origen es criollo y es uno de los caldos apetecidos especialmente por los de las comunidades dado que actualmente es uno de los platos más escasos de la región. Su preparación es a base de ingredientes yacentes del lugar entre estos: yuca, verde como ingredientes locales y mote, zanahoria, ajo como ingredientes exportados de la sierra.

Comúnmente, como su mismo nombre lo dice es consumido en celebraciones de matrimonios el cual tiene como objeto, ser servido a los invitados como símbolo de agradecimiento, según lo dice (GoRaymi, s.f.)



Foto N.14 Caldo de Novios
Fuente: (Gobierno Municipal del Cantón Morona, 2021)

- **Chicha de Caña-** Bebida nativa de los indígenas ha tenido grandes transformaciones con el paso del tiempo y hoy en día se la distingue por tres categorías de acuerdo a su grado de alcohol:
 - Chicha de un palo- que es básicamente dulce, poco picante y a su vez, es poco fermentada
 - Chicha de dos palos- esta tiene un mayor grado de alcohol y tiene el mismo proceso que la anterior
 - Chicha de tres palos- es muy fermentada, llegando incluso a un punto de destilación.

Según (Saborcito perdido, 2021) lo primero que se debe obtener es un guarapo fresco lo que es lo mismo que, un jugo de caña, este debe ser hervido durante veinte minutos. Tiempo en el cual entrara en ebullición y la basura empezara a flotar por lo cual es necesario cernir. Más tarde, se retira del fuego y se deja enfriar, se tapa y se le agregan dos tazas de guarapo.



Foto N.15 Chicha de caña
Fuente: (Saborcito perdido, 2021)

Provincia de Zamora Chinchipe-

Conocida por ser el distrito de las cascadas y aves. Su riqueza turística va vinculada con la vegetación de lo que es la selva amazónica. Se encuentra ubicada al sur-oriente del Ecuador.



Gráfica N.6 Mapa geográfico del Ecuador- Provincia de Zamora Chinchipe
Fuente: (Zambrano, 2021)

La población de esta provincia se dedica especialmente a lo que es la agricultura, ganadería, industria maderera, el comercio de banano, maíz, cacao, oro, etc. Esto, en palabras de (El Universo, 2021). Dicho lo expuesto, es factible denotar el aumento de la venta de productos y consigo la alta demanda de platillos como son las ancas de rapa- típicas de la región dada la viabilidad de productos, animales plantas.

A continuación, se exponen los platos típicos del lugar:

- **Caldo de Corroncho-** Se remonta a las comunidades Shuar los cuales tienen por costumbre preparar este plato en sus festividades, es en parte un símbolo que refleja cultura y que, a su vez, tiene que ver mucho con la convivencia que tuvieron con las personas mestizas, así lo menciona un artículo expuesto por (El Oriente, 2019)

Mismo que también detalla que el consumo de esta sopa es muy bueno puesto que contiene altos nutritivos entre esto: proteína, vitamina B (B1, B2, B3, B12), Algunos minerales como (sodio, potasio, fósforo, calcio, hierro, yodo, magnesio), y liposolubles A y D. Todos estos, obtenidos del pez- elemento base del platillo.



Foto N.16 Caldo de Corroncho
Fuente: (El Oriente, 2019)

- **Ancas de Rana-** La mayoría de la producción de esta especie es enviada al exterior por la alta demanda que tiene y la popularidad que ha adquirido en los últimos años.

La Asociación de Municipalidades del Ecuador (AME), citada en (El Universo, 2018) comenta que para poder llevar a cabo este plato las ranas deben pasar por un proceso de reproducción lo cual hace necesaria la adquisición de piscinas separadas para que los anfibios con libertad de apareen y luego los renacuajos son alimentados hasta obtener un peso y una altura considerable. Se pueden distribuir por libras o vivas, pero la mayor venta es fuera del país.



Foto N.17 Ancas de Rana
Fuente: (El Universo, 2018)

- **Jugo de Naranjilla-** Es una fruta que ha ganado gran popularidad desde tiempos remotos. Esta fruta es conocida como “lulo, Obando, cocona, ornuqui” dado la alta demanda y la facilidad por su obtención, principalmente en la región amazónica. Según (ExoFrut, 2015) la naranjilla es una fruta que controla

el colesterol puesto que ayuda mucho a bajar los niveles de azúcar en las personas.



Foto N.18 Jugo de Naranja
Fuente: (ExoFrut, 2015)

2. Objetivos

Objetivo General-

- **Desarrollar la aplicación móvil de geolocalización en la cocina local de la región amazónica del Ecuador**

Para el cumplimiento del objetivo general se utilizará el modelo de aplicación instruccional Kodular, el cual se encargará del proceso genérico de la aplicación que se desarrollara, misma que tiene como finalidad, denotar por medio de la geolocalización los restaurantes a nivel de la región amazónica, con ciertas características de la comida típica.

Objetivos Específicos-

- **Identificar los platos típicos en la cocina local de la región amazónica del Ecuador-**

Para el desarrollo del primer objetivo específico, se va a realizar un estudio de investigación en base a revistas científicas, libros y el repositorio bibliográfico de la UTA, donde se encuentre, información sobre los platos típicos de la cocina local.

- **Analizar la información obtenida de los platos típicos en la cocina local de la región amazónica del Ecuador para geolocalizarlo por provincias-**

Para el desarrollo del segundo objetivo específico, se va a estructurar una encuesta, donde se busca obtener información que permita realizar el estudio de la VI: Geolocalización y VD: Cocina local, dicho instrumento de recolección de información se validará a través de la metodología estadística Alfa de Cronbach, una vez validada se procederá a recolectar la información con la muestra definida. Con los datos obtenidos, se procederá a realizar un análisis e interpretación para dicha información para posterior a ello, georreferenciarla en un mapa.

- **Crear la aplicación móvil de geolocalización en la cocina local de la región amazónica del Ecuador-**

Para el desarrollo del tercer objetivo específico, se tomará la información del objetivo anterior, apoyado en un creador gratuito de aplicaciones móviles conocido como (Kodular), posterior a ello, se procederá a crear la aplicación móvil de geolocalización para la cocina local de la región amazónica del Ecuador.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

Según lo afirma (Sánchez, 2015) “Se entiende como el estudio del método o los métodos el cual abarca el análisis de sus características, cualidades y debilidades” esto quiere decir que engloba un estudio desde un proceso sistemático mediante el cual es factible conseguir modos y formas de conocimiento; esto es, una manera diferente de pensar y como tal, de actuar.

Para Mendoza, M. (1990) en palabras de (Gordillo, 2007) Una metodología es “una posición científica, que se ubica necesariamente en una visión teórica, una opción ideológica y a través de ella el ser encuentra su capacidad de modelar una posible solución para la historia y sus acontecimientos” en otras palabras, ubica en la visión teórica los objetivos, límites y posibilidades de nuestra acción.

A continuación, se detallará la metodología y los recursos a usarse en el proceso de desarrollo-

3. Materiales

Los materiales son el epígrafe más esencial al momento de evaluar la calidad general del producto de difusión de la información, dado que es el que explica a los diversos lectores los procedimientos, el punto de enfoque, el diseño preestablecido y el tratamiento por así decirlo que se le ha dado a la información obtenida, lo cual coadyuva a replicar en cierta forma los estudios y entender la linealidad del planteamiento de los objetivos y los correspondientes resultados, de esta forma se determinan la idoneidad y pertinencia del estudio, permitiendo evidenciar cualquier tipo de sesgo que se pudo ocasionar en la forma del diseño y la manera en cómo se llevó el estudio, así es como lo hace notar (Romero, 2020)

3.1 Recursos humanos

Menciona (Armijos , Bermúdez, & Mora, 2019) son el “factor clave más importante de las organizaciones para obtener el éxito”, básicamente tiene que ver con el

“conjunto de conocimientos, experiencias, motivaciones, habilidades, capacidades, competencias y técnicas que poseen y pueden aportar las personas a una organización” para por medio de estas, garantizar el funcionamiento de las diversas áreas de la empresa.

Para la investigación propuesta, se ha considerado lo siguiente:

- Investigadora: Anyely Yeraltdin Salazar Londoño
- Tutor de tesis: Ing. Rommel Santiago Velastegui, Mg.
- Población: Turistas locales y extranjeros

3.2 Recursos institucionales

Son todos aquellos bienes de los que se hacen uso dentro de una organización para poder llevar a cabo un trabajo desde la parte académica hasta lo que es recreativo y tecnológico con un interés netamente hacia un determinado público siendo este de índole social, benéfica, cultural o educativa, como dice (Sisbi, s.f.)

Para el progreso de este proyecto, el estudiante se sustentó de:

- Universidad Técnica de Ambato (UTA)
- Ministerio del Turismo
- Restaurantes de la Amazonia

3.3 Recursos Materiales

Son todos aquellos bienes tangibles con los que cuenta la empresa, en este caso la institución para poder ofrecer servicios, así lo detalla (Unknown, 2019) en este caso, se hace necesario el manejo de:

- Resma de hojas
- Impresiones
- Lapiceros
- Libros
- Revistas

3.4 Hardware

Básicamente tiene que ver con todo aquello que compone el sistema informático, esto es, cada uno de las partes físicas que conforman el ordenador incluidos sus periféricos,

unidades de almacenamiento, memoria ROM y RAM, en base a la opinión de (Lombardero, s.f.)

Para lo cual se hace necesario el uso entre otras cosas de:

- Computador
- Dispositivo móvil
- Wifi
- Cámara
- Parlantes

3.5 Software

Son el conjunto de instrucciones que se le designan a una computadora y esta debe seguir. En otras palabras, todas las indicaciones que se establezcan en su sistema sobre cómo debe hacer una acción en especial. Desde la posición de (Barrera, 2017) “Conforma toda la parte intangible, esto es, el sistema operativo y los programas”.

3.6 Recursos económicos

Son todas aquellas inversiones que se hacen con la finalidad de obtener un bien o servicio sea este tangible o intangible el cual tiene gran importancia dado que permite el logro de los objetivos, así lo afirma (Ayala, 2016)

En este caso se ha considerado lo siguiente como parte de los recursos económicos:

- Transporte
- Alimentación o suministros
- Imprevistos

3.7 Presupuesto

Según (Bastis, 2021) “El presupuesto es una representación de los gastos y sus respectivos costos (en forma de tabla) que se asocian al proyecto propuesto” esta contiene detalles más profundos con respecto al tema de enfoque, la importancia y la utilidad de información.

A continuación, se evidencia un cuadro descriptivo del presupuesto a asumir:

RECURSOS		
	Detalle/Cantidad	Valor
Institucionales		
Universidad Técnica de Ambato (UTA)	--	--
Ministerio del Turismo	--	--
Restaurantes de la Amazonia	--	--
Humanos		
La investigadora	--	--
Tutor de tesis	--	--
Población: Turistas locales y extranjeros	--	--
Materiales		
Resma de hojas	--	\$4,00
Impresiones	--	\$3,00
Lapiceros	--	\$1,00
Libros	--	\$10,00
Revistas	--	\$5,00
Tecnológicos		
Computador	--	\$520,00
Red inalámbrica Wifi	--	\$30,00
Dispositivo móvil	--	\$210,00
Hardware	Libre	\$0,00
Software	Libre	\$0,00
Plataforma Zoom	Libre	\$0,00
Repositorio bibliográfico de la UTA	Libre	\$0,00
Cámara	--	\$14,00
Parlantes	--	\$16,00
Aplicaciones	--	\$35,00
Económicos		
Transporte	--	\$50,00
Alimentación	--	\$40,00
Imprevistos	--	\$30,00
Presupuesto Total		\$969,00

Cuadro N.1 Presupuesto

Fuente: (Sobarzo Arteaga, s.f.)

Autora: Salazar, A.

4. Métodos

4.1 Enfoque de la investigación

Para el presente trabajo investigativo se abordó un enfoque mixto según lo plantea (Hernández Sampieri, 2017) puesto que su objetivo fue buscar y respaldar documentación cuantitativa misma que se obtuvo por medio de una recolección de datos, en este caso, sería una encuesta que se llevó a cabo en los establecimientos gastronómicos por los dueños de tales espacios y cualitativa porque su proceso permitió analizar múltiples realidades subjetivas las cuales no tenían una secuencia lineal si no que más bien gozaban de una riqueza interpretativa, esto es a base de registros, datos e información vinculada con estos espacios.

4.2 Modalidad básica de la investigación

Se desarrolló en dos modalidades: bibliográfica-documental y de campo

- **Bibliográfica-Documental**

Es de tipo bibliográfico documental porque abordo como eje principal la búsqueda y selección de información de diversas tales como libros, revistas online, artículos científicos, internet, entre otros. Estos, contribuyeron con la validez y el respaldo necesario de la investigación, (Nicomedes Teodoro, 2019)

- **De Campo (se observa el fenómeno en su ambiente natural)**

Proceso que dio a conocer la oferta gastronómica con la única intención de saber que herramientas se podían aplicar al proyecto de investigación. La manera más practica fue acudir a los diversos establecimientos gastronómicos y extraer la mayor información posible entre estas: ubicación exacta, horarios de atención, servicios, la oferta turística, entre otros. (Novahia, 2019)

4.3 Nivel o tipo de investigación

Se caracterizan por un principio y se desarrollan en un protocolo según la necesidad de conocer el planteamiento del problema de investigación, según lo cita (Monjarás, Pacheco, Zamarripa, Calderon, & Cuevas, 2019)

De acuerdo a la profundidad –

- **Descriptivo:** Es de tipo descriptivo porque efectuó un análisis profundo que me permitió describir sobre la comida típica y la geolocalización de los establecimientos que venden esta comida dentro de lo que corresponde a la región amazónica (Monjarás, Pacheco, Zamarripa, Calderon, & Cuevas, 2019).

4.4 Población y muestra

- **Población-**

El tamaño de la población es de 956.699 habitantes de la región amazónica del Ecuador, así lo afirma (Secretaría Técnica de la Circunscripción Territorial Especial Amazónica, 2020).

- **Muestra-**

Según (López, 2004) “el tamaño de la muestra debe precisarse a partir de dos criterios claves:

- De los recursos disponibles
- De los requerimientos que tenga el análisis de la investigación

Tomar la mayor muestra posible permite que la muestra sea más representativa por ende será menor el margen de error al momento de recolectar y analizar datos.

- **Muestreo-**

Para la investigación se aplicó la técnica del muestreo simple, para lo cual, se calculó está a través del método estadístico Gradann.

Método Estadístico Gradann

$$n = \frac{N}{E^2(N - 1) + 1}$$

n= Tamaño de la muestra

N= Población

E= Error de muestreo

Además, se tomaron en cuenta los siguientes criterios para el cálculo de la muestra:

1. Tamaño de la población (956.699) habitantes de la región amazónica
2. Nivel de confianza (95%)
3. Margen de error (5%)

Una vez definida la fórmula del método estadístico de Gradann, y los criterios de investigación, a continuación, se procede a hacer el cálculo de la muestra.

Fórmula. –

$$n = \frac{956,699}{0,05^2 (956,699-1) + 1}$$

$$n = \frac{956,699}{0,0025 (956,698) + 1}$$

$$n = \frac{956,699}{2391,745+1}$$

$$n = \frac{956,699}{2392,745}$$

$$n = \frac{956,699}{2392,745}$$

$$n = 399$$

Realizados los cálculos obtuvimos un tamaño de muestra de 399 personas, a las cuales aleatoriamente debemos aplicarles el cuestionario ya preestablecido.

4.5 Datos de la encuesta

N° de persona	¿Con que regularidad asiste a un restaurante?	Cálculo	¿Con que frecuencia consume comidas típicas de la amazonia ecuatoriana?	Cálculo	¿Qué aspectos considera usted más importantes dentro de un platillo?	Cálculo	¿Cuál es el ingrediente base de su plato favorito de la comida típica de la región amazónica?	Cálculo	¿Considera usted que la comida tiene un plus al ser sus componentes netamente de la región amazónica?
Persona 1	Una vez al mes	2	Más de una vez a la semana	4	Sabor	5	Animales exóticos	1	Totalmente de acuerdo
Persona 10	Todos los días	5	Una vez al mes	2	Variedad	4	Animales exóticos	1	Muy de acuerdo
Persona 100	Una vez al mes	2	Cada dos semanas	3	Sabor	5	Pescado	5	Totalmente de acuerdo
Persona 101	Una vez al mes	2	Cada dos semanas	3	Sabor	5	Carnes	3	Totalmente de acuerdo
Persona 102	Más de una vez a la semana	4	Una vez al mes	2	Sabor	5	Carnes	3	Neutral
Persona 103	Una vez al mes	2	Una vez al mes	2	Sabor	5	Pescado	5	Totalmente de acuerdo
Persona 104	Más de una vez a la semana	4	Más de una vez a la semana	4	Sabor	5	Carnes	3	Totalmente de acuerdo
Persona 105	Cada dos semanas	3	Una vez al mes	2	Sabor	5	Animales exóticos	1	Neutral
Persona 106	Una vez al mes	2	Una vez al mes	2	Variedad	4	Pescado	5	Totalmente de acuerdo
Persona 107	Una vez al mes	2	Una vez al mes	2	Sabor	5	Animales exóticos	1	Neutral
Persona 108	Más de una vez a la semana	4	Más de una vez a la semana	4	Sabor	5	Pescado	5	Totalmente de acuerdo
Persona 109	Una vez al mes	2	Una vez al mes	2	Sabor	5	Pescado	5	Muy de acuerdo
Persona 11	Cada dos semanas	3	Una vez al mes	2	Sabor	5	Pescado	5	Totalmente de acuerdo
Persona 110	Una vez al mes	2	Una vez al mes	2	Sabor	5	Carnes	3	Totalmente de acuerdo
Persona 111	Una vez al mes	2	Una vez al mes	2	Presentación	2	Carnes	3	Neutral
Persona 112	Una vez al mes	2	Una vez al mes	2	Sabor	5	Pescado	5	Totalmente de acuerdo
Persona 113	Más de una vez a la semana	4	Una vez al mes	2	Presentación	2	Carnes	3	Muy de acuerdo
Persona 114	Más de una vez a la semana	4	Una vez al mes	2	Sabor	5	Pescado	5	Totalmente de acuerdo
Persona 115	Una vez al mes	2	Una vez al mes	2	Sabor	5	Pescado	5	Muy de acuerdo
Persona 116	Cada dos semanas	3	Una vez al mes	2	Sabor	5	Pescado	5	Totalmente de acuerdo

Cuadro N.2 Datos de la encuesta

Fuente: (Salazar, 2021)

Autora: Salazar Anyely

Nº de persona	¿Con que regularidad asiste a un restaurante?	Cálculo	¿Con que frecuencia consume comidas típicas de la amazonia ecuatoriana?	Cálculo	¿Qué aspectos considera usted más importantes dentro de un platillo?	Cálculo	¿Cuál es el ingrediente base de su plato favorito de la comida típica de la región amazónica?	Cálculo	¿Considera usted que la comida tiene un plus al ser sus componentes netamente de la región amazónica?
Persona 92	Una vez al mes	2	Cada dos semanas	3	Sabor	5	Animales exóticos	1	Neutral
Persona 93	Una vez al mes	2	Una vez al mes	2	Sabor	5	Animales exóticos	1	Muy de acuerdo
Persona 94	Cada dos semanas	3	Cada dos semanas	3	Sabor	5	Carnes	3	Totalmente de acuerdo
Persona 95	Cada dos semanas	3	Una vez al mes	2	Precio	1	Carnes	3	Muy de acuerdo
Persona 96	Cada dos semanas	3	Una vez al mes	2	Sabor	5	Pescado	5	Totalmente de acuerdo
Persona 97	Cada dos semanas	3	Una vez al mes	2	Precio	1	Carnes	3	Muy de acuerdo
Persona 98	Cada dos semanas	3	Una vez al mes	2	Sabor	5	Pescado	5	Neutral
Persona 99	Una vez al mes	2	Una vez al mes	2	Sabor	5	Carnes	3	Neutral
Varianzas		0,8429		0,88131		2,4042437		3,068586	

Σ (Símbolo sumatoria)	Resultado
α (Alfa) =	0.623425579
k (Número de ítems) =	13
Vi (Varianza de cada ítem) =	19.21273108
Vt (Varianza Total) =	45.25644939

Cuadro N.3 Resultados de la base de datos de la encuesta

Fuente: (Salazar, 2021)

Autora: Salazar Anyely

4.6 Metodología para la implementación de un aplicativo móvil

Para el desarrollo de la aplicación móvil se hizo uso del modelo Kodular, mismo que se compone de pantallas que le dan un trasfondo a una app a través del uso de bloques visuales y material designe para el posterior diseño de botones y la ejecución de comandos que facilitan que el sistema registre y ejecute ordenes que le permitan manipularse mediante el uso de una base de datos.

En otras palabras, Kodular permite hacer el proceso genérico de una aplicación en base al clásico MIT App Inventor, que tiene entre sus funciones crear y diseñar aplicaciones móviles sin ningún costo. Además de ayudar y guiar al usuario por medio de tutoriales para que este pueda monetizar su aplicación y obtener el máximo beneficio, como dice (Marquez, 2019).

La programación tiene un lenguaje sencillo por lo que para su uso no se requiere de tener un conocimiento en sistemas, software o aplicaciones. Basta con registrarse y mover los diversos bloques visuales e ir comprobando que el diseño y las accesibilidades que el creador da sean las que realmente busca ofrecer. Además, este modelo es una fuente de respaldo y a su vez una aplicación instruccional que es muy usada por jóvenes, maestros e incluso, ingenieros. Su finalidad, crear algo nuevo ya sea para sí mismo o para enseñar, así lo propone (Sában, 2021)

El modelo Kodular se encuentra compuesto por 5 fases:

FASE	NOMBRE	OBJETIVO
1	Análisis	Determinar aspectos claves para el desarrollo de la aplicación móvil. Entre estos el tipo de usuarios, los servicios que va a ofrecer la aplicación, la database de información que proveera, que platillos se pueden consumir sin infringir en las leyes de respeto por los animales, entre otros. En otras palabras, que busca la aplicación, cuáles son los temas a abordar, que colores se pueden manejar, la forma más conveniente de desarrollarla tomando en cuenta que menos, es más. Algo importante que es bueno plantearse es si se requiere la información de las personas, de ser si, la creación de un usuario y contraseña son la clave para el desglose de una base de datos, pero si la respuesta es no, una entrada simple es lo ideal. Hay que tomar en cuenta que entre menos se le dificulte al usuario hacer uso de la aplicación más rentable será su acceso, como afirma (Mirxtrem apps, 2020).
2	Diseño	En esta fase se procedió con la elaboración de un diagrama sobre lo que se desea sistematizar en la pantalla como son: botones tanto directos como de conexión, información, entre esta tenemos: platos típicos, contactos de los dueños de los restaurantes, direcciones, horarios de atención, páginas web, calificación en cuanto a servicios, entre otras y el mapa con la respectiva geolocalización dentro de la región amazónica.
3	Desarrollo	Para esta fase se organizó las ideas y se ingresó la información incorporando seguida de esta, recursos multimedia los cuales fueron diseñados y exportados de la web (Mirxtrem apps, 2020). Es importante tener en cuenta que existen ciertos permisos de empleo por lo que, lo ideal es hacer uso de aquellos que no tienen un autor o son de uso libre, posterior a ello se codificaron las pantallas de acuerdo a lo que se quería plasmar en ellas y finalmente se procedió a ejecutar el aplicativo.
4	Implementación	Para este paso fue necesario tener descargada la aplicación de base, esto es por medio de un código QR que la misma aplicación proporciona, se introdujo una clave y se visualizó los errores para luego ser corregidos desde el software (Mirxtrem apps, 2020). Para utilizar el GPS, se hizo necesario prender la ubicación y con ello se consiguió establecer la geolocalización en el mapa sobre los diversos establecimientos que venden comida típica de la región amazónica del Ecuador.
5	Evaluación	A través de esta fase se midió la validez del uso de la aplicación. La forma más correcta y comercial es enviar a ciertas amistades la aplicación y que su criterio sea el que permita hacer cambios o generar información adicional y posterior a ello, está lista para ser puesta en circulación.

Cuadro N.4 Fases del modelo de Kodular

Fuente: (Salazar, 2021)

Autora: Salazar Anyely

Mediante este proceso se obtuvo un resultado bastante eficiente y productivo. A continuación, una vista de las fases de Kodular.

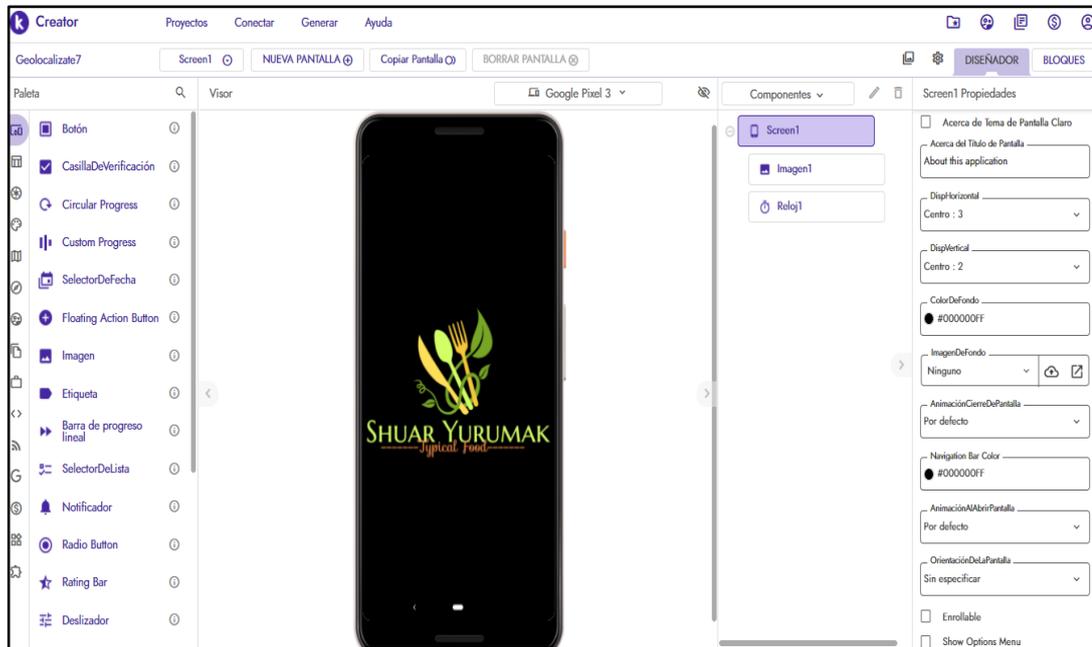


Figura N.4 Kodular

Fuente: (Salazar Londoño, 2022)

CAPÍTULO III.-

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5. Análisis y discusión de los resultados.

Para el análisis y discusión de los resultados se ha estructurado un cuestionario, que contiene preguntas sociodemográficas, preguntas que permitirán el estudio de mi VI: Geolocalización y VD: Cocina Local, dicho cuestionario esta validado a través del Alfa de Cronbach, dándonos como resultado de confiabilidad del instrumento de recolección de información 0,623425579, resultado que favorece y se inclina hacia una consistencia de buena, además se ha considerado una muestra de 399 personas. A continuación, se va a realizar el análisis de los resultados.

5.1 Análisis de los resultados

Una vez finalizada la recolección de los respectivos datos se procede a hacer un análisis de profundidad el cual tiene como propósito reconocer las preferencias de las personas y lo que buscan encontrar al momento de llegar a un establecimiento de comidas. Luego de hacer este análisis se procede con la interpretación y como tal, la correspondiente tabulación.

5.2 Interpretación de datos

Al momento de interpretar los datos de las encuestas y tener una tabulación se debe reconocer si es positiva o negativa de acuerdo a su margen de error. Esta encuesta fue aplicada a turistas tanto nacionales como extranjeros que viajan a las diferentes provincias de la región amazónica y degustan de los platos típicos que estas ofrecen.

5.3 Preguntas sociodemográficas

Pregunta 1: Señale cuál es su provincia de residencia

Tabla N.1. Pregunta 1: Señale cuál es su provincia de residencia

1. Señale cuál es su provincia de residencia	Número de respuestas	Porcentaje
Soy ciudadano extranjero	18	4,5
Esmeraldas (Ciudad Esmeraldas)	10	2,5
Manabí (Portoviejo)	17	4,3
Santa Elena (Santa Elena)	14	3,5
Santo Domingo de los Tsáchilas (Santo Domingo)	11	2,8
Los Ríos (Babahoyo)	18	4,5
Guayas (Guayaquil)	6	1,4
El Oro (Machala)	18	4,5
Carchi (Tulcán)	16	4
Imbabura (Ibarra)	14	3,5
Pichincha (Quito)	27	6,8
Cotopaxi (Latacunga)	18	4,5
Tungurahua (Ambato)	73	18,3
Bolívar (Guaranda)	15	3,8
Chimborazo (Riobamba)	10	2,5
Cañar (Azogues)	9	2,3
Azuay (Cuenca)	9	2,3
Loja (Loja)	10	2,5
Sucumbíos (Nueva Loja)	4	1
Napo (Tena)	11	2,8
Orellana (Francisco de Orellana)	9	2,3
Pastaza (Puyo)	52	13
Zamora Chinchipe (Zamora)	6	1,4
Galápagos (Puerto Baquerizo Moreno)	4	1
TOTAL	399	100

Tabla N.1 Señale cuál es su provincia de residencia

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Ilustración N.1

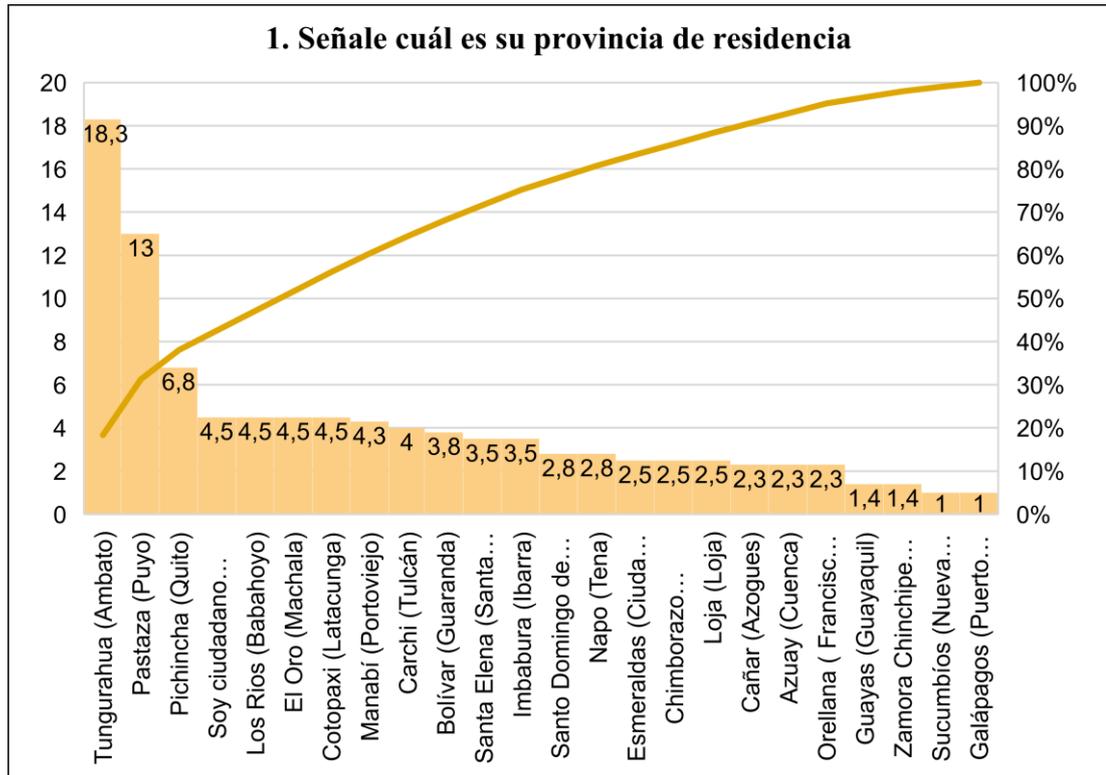


Ilustración N.1 Señale cuál es su provincia de residencia

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Análisis. -

De los datos obtenidos, 399 personas corresponden al 100% de los cuales: 73 personas equivalen al 18,3% pertenecen a Tungurahua, 52 personas equivalen al 13% pertenecen a Pastaza, 27 personas equivalente al 6,8% pertenecen a Pichincha, 18 personas son ciudadanos extranjeros los cuales equivalen al 4,5%, 18 personas equivalentes al 4,5% pertenecen a Los Ríos, 18 personas equivalentes al 4,5% pertenecen a El Oro, 18 personas equivalentes al 4,5% pertenecen a Cotopaxi, 17 personas equivalentes al 4,3% pertenecen a Manabí, 16 personas equivalentes al 4% pertenecen a Carchi, 15 personas equivalentes al 3,8% pertenecen a Bolívar, 14 personas equivalentes al 3,5% pertenecen a Santa Elena, 14 personas equivalentes al 3,5% pertenecen a Imbabura, 11 personas equivalentes al 2,8% pertenecen a Santo Domingo de los Tsáchilas, 11 personas equivalentes al 2,8% pertenecen a Napo, 10 personas equivalentes al 2,5% pertenecen a Esmeraldas, 10 personas equivalentes al 2,5% pertenecen a Chimborazo, 10 personas equivalentes al 2,5% pertenecen a Loja, 9 personas equivalentes al 2,3% pertenecen al Cañar, 9 personas equivalentes al 2,3%

pertenecen a Azuay, 9 personas equivalentes al 2,3% pertenecen a Orellana, 6 personas equivalentes al 1,4% pertenecen a Guayas, 6 personas equivalentes al 1,4% pertenecen a Zamora Chinchipe, 4 personas equivalentes al 1% pertenecen a Sucumbíos y 4 personas equivalentes al 1% pertenecen a Galápagos.

Interpretación. –

La encuesta se realizó para que pueda responder cualquier tipo de persona; sin embargo, la mayoría de las respuestas corresponden a personas que radican en la región oriental y sierra, esto se debe a la conexión directa que se puede tener con la naturaleza en comparación a otras provincias; y de igual forma con un mínimo porcentaje tenemos personas que radican en la región costa (Macas Romero & Gonzaga Vallejo, 2017).

V.D= Cocina Local

Pregunta 2: ¿Con que regularidad asiste a un restaurante?

Tabla N.2. Pregunta 2: ¿Con que regularidad asiste a un restaurante?

2. ¿Con que regularidad asiste a un restaurante?	Número de respuestas	Porcentaje
Todos los días	26	6,5
Más de una vez a la semana	49	12,3
Cada dos semanas	147	36,8
Una vez al mes	169	42,4
Cada seis meses	8	2
TOTAL	399	100

Tabla N.2 ¿Con que regularidad asiste a un restaurante?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Ilustración N.2

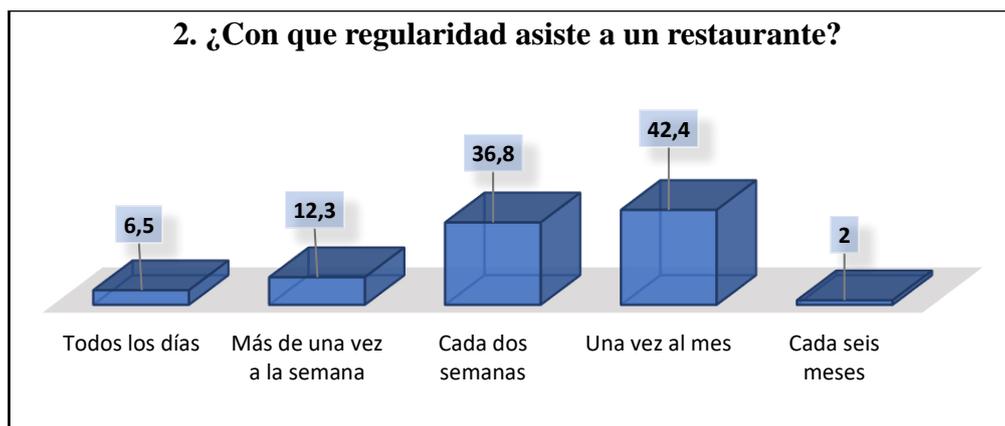


Ilustración N.2 ¿Con que regularidad asiste a un restaurante?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Análisis. -

De los datos obtenidos, 399 personas equivalen al 100% de las cuales: 26 personas equivalentes al 6,5% asisten a un restaurante todos los días, 49 personas equivalentes al 12,3% asisten a un restaurante más de una vez a la semana, 147 personas equivalentes al 36,8% asisten a un restaurante cada dos semanas, 169 personas equivalentes al 42,4% asisten a un restaurante una vez al mes, 8 personas equivalentes al 2% asisten a un restaurante cada seis meses.

Interpretación. –

El índice de compra es bastante positivo lo que significa que el consumo es frecuente y siempre que se tenga una buena oferta gastronómica se puede acaparar la atención de los turistas y por ende el ingreso económico es rentable, permitiéndonos identificar a la variedad de restaurantes existentes en toda la región amazónica (Fernandez Sánchez, Sancho Aguilera, & Espínoza Mánfugas, 2017).

Pregunta 3: ¿Con que frecuencia consume comidas típicas de la Amazonía ecuatoriana?

Tabla N.3. Pregunta 3: ¿Con que frecuencia consume comidas típicas de la Amazonía ecuatoriana?

3. ¿Con que frecuencia consume comidas típicas de la Amazonía ecuatoriana?	Número de respuestas	Porcentaje
Todos los días	21	5,3
Más de una vez a la semana	57	14,3
Cada dos semanas	104	26
Una vez al mes	205	51,4
Cada seis meses	12	3
TOTAL	399	100

Tabla N.3 ¿Con que frecuencia consume comidas típicas de la Amazonía ecuatoriana?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Ilustración N.3

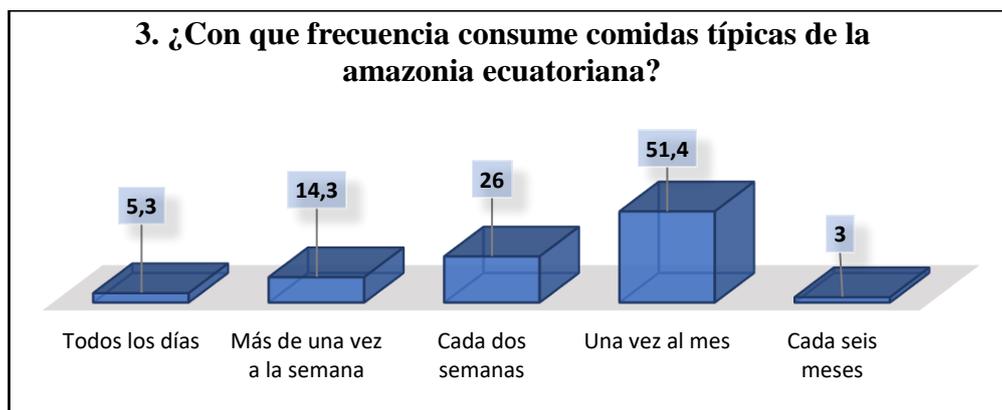


Ilustración N.3 ¿Con que frecuencia consume comidas típicas de la Amazonía ecuatoriana?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Análisis. –

Según los datos obtenidos, 399 personas equivalen al 100% de las cuales: 21 personas equivalentes al 5,3% consumen comidas típicas de la Amazonía todos los días, 57 personas equivalentes al 14,3% consumen comidas típicas de la Amazonía más de una vez a la semana, 104 personas equivalentes al 26% consumen comidas típicas de la Amazonía cada dos semanas, 205 personas equivalentes al 51,4% consumen comidas

típicas de la Amazonía una vez al mes, 12 personas equivalentes al 3% consumen comidas típicas de la Amazonía cada seis meses.

Interpretación. –

La acogida que tiene la comida típica de acuerdo con las personas encuestadas es favorable, lo que para nuestra propuesta nos permite ir descubriendo nuevos restaurantes, así como nuevos platillos y la ubicación de los mismos (Paéz, 2021).

Pregunta 4: ¿Qué aspectos considera usted más importantes dentro de un platillo?

Tabla N.4. Pregunta 4: ¿Qué aspectos considera usted más importantes dentro de un platillo?

4. ¿Qué aspectos considera usted más importantes dentro de un platillo?	Número de respuestas	Porcentaje
Sabor	160	40,1
Variedad	93	23,3
Ingredientes	16	4
Presentación	60	15
Precio	70	17,6
TOTAL	399	100

Tabla N.4 ¿Qué aspectos considera usted más importantes dentro de un platillo?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Ilustración N.4

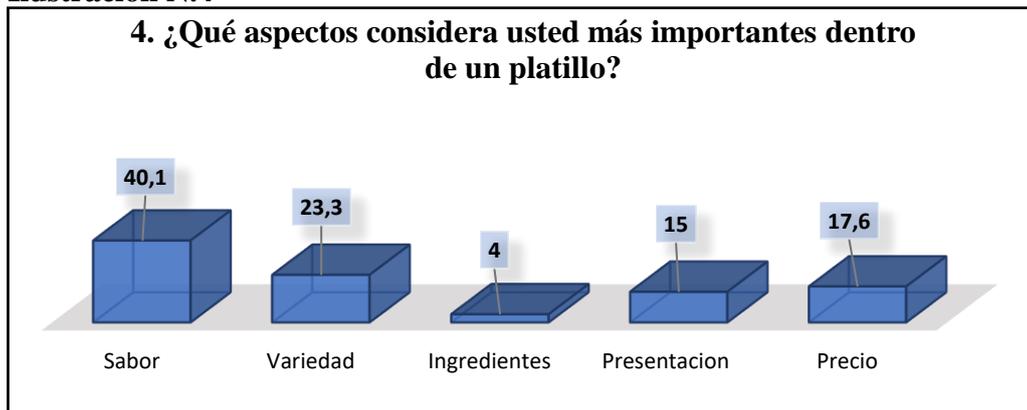


Ilustración N.4 ¿Qué aspectos considera usted más importantes dentro de un platillo?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Análisis. –

De los datos obtenidos, 399 personas equivalen al 100% de las cuales: 160 personas equivalentes al 40,1% consideran que el sabor es lo más importante en un platillo, 93 personas equivalentes al 23,3% consideran que la variedad es lo más importante en un platillo, 16 personas equivalentes al 4% consideran que los ingredientes son lo más importante en un platillo, 60 personas equivalentes al 15% consideran que la presentación es lo más importante en un platillo, 70 personas equivalentes al 17,6% consideran que el precio es lo más importante en un platillo.

Interpretación. –

La característica principal de la cocina local de la región amazónica es el sabor, por lo que los comensales propios y turistas, aprecian dichos platillos; hay que considerar de igual forma que existen variedad de platillos, y por ende los costos tienden a ser accesibles en comparación de una comida tradicional (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2013).

Pregunta 5: ¿Cuál es el ingrediente base de su plato fa

Tabla N.5. Pregunta 5: ¿Cuál es el ingrediente base de su plato favorito de la comida típica de la región amazónica?

5. ¿Cuál es el ingrediente base de su plato favorito de la comida típica de la región amazónica?	Número de respuestas	Porcentaje
Pescado	161	40,4
Verduras	26	6,5
Carnes	65	16,3
Aves	8	2
Animales exóticos	139	34,8
TOTAL	399	100

Tabla N.5 ¿Cuál es el ingrediente base de su plato favorito de la comida típica de la región amazónica?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Ilustración N.5

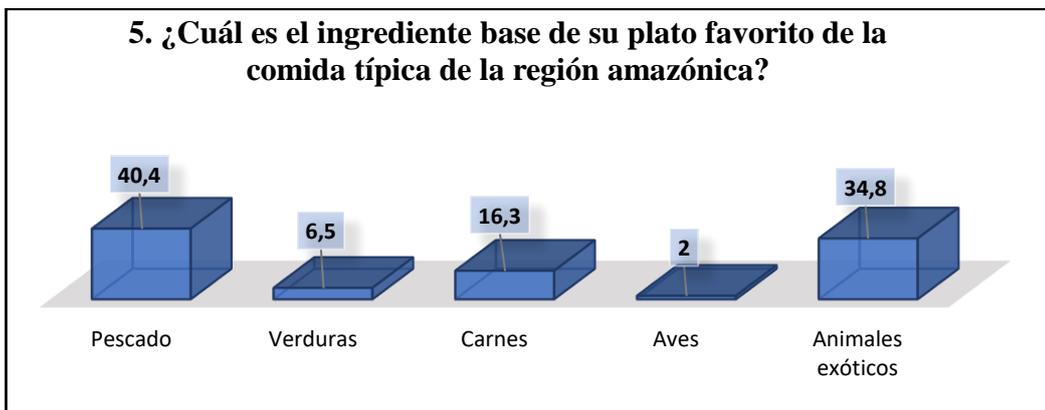


Ilustración N.5 ¿Cuál es el ingrediente base de su plato favorito de la comida típica de la región amazónica?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Análisis. –

Según los datos obtenidos, 399 personas equivalen al 100% de las cuales: 161 personas equivalentes al 40,4% mencionan que el ingrediente base de su plato favorito es el pescado, 26 personas equivalentes al 6,5% mencionan que el ingrediente base de su plato favorito son las verduras, 65 personas equivalentes al 16,3% mencionan que el ingrediente base de su plato favorito son las carnes, 8 personas equivalentes al 2%

mencionan que el ingrediente base de su plato favorito son las aves, 139 personas equivalentes al 34,8% mencionan que el ingrediente base de su plato favorito son los animales exóticos.

Interpretación. –

Se puede denotar que las personas al momento de viajar buscan degustar comidas diferentes y fuera de lo cotidiano es por eso que su mayor incidencia recae en los pescados del oriente ecuatoriano y en la elección de animales exóticos. Si bien es cierto en la costa también se da un tipo de pescado la diferencia radica en los sabores y en el tipo de hábitat en los que estos se desarrollan (The Nature Conservancy, 2020).

Pregunta 6: ¿Considera usted que la comida tiene un plus al ser sus componentes netamente de la región amazónica?

Tabla N.6. Pregunta 6: ¿Considera usted que la comida tiene un plus al ser sus componentes netamente de la región amazónica?

6. ¿Considera usted que la comida tiene un plus al ser sus componentes netamente de la región amazónica?	Número de respuestas	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	147	36,8
Muy de acuerdo	107	26,8
Neutral	87	21,8
Poco de acuerdo	44	11
Nada de acuerdo	14	3,6
TOTAL	399	100

Tabla N.6 ¿Considera usted que la comida tiene un plus al ser sus componentes netamente de la región amazónica?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Ilustración N.6

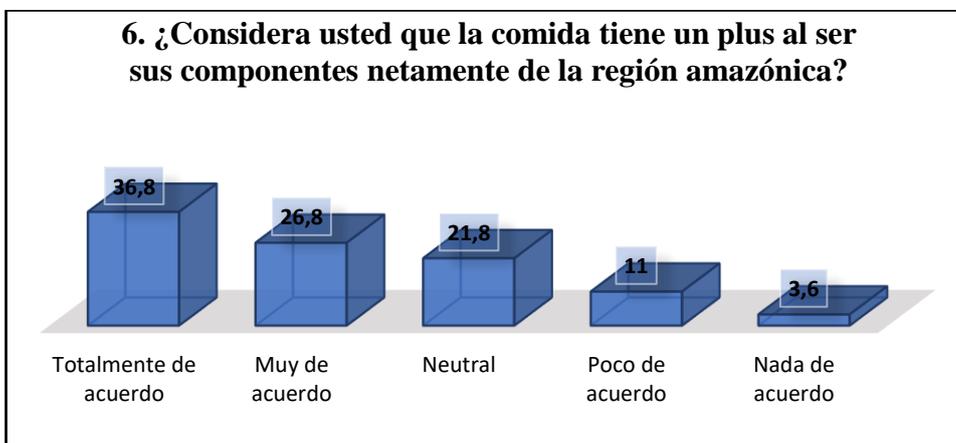


Ilustración N.6 ¿Considera usted que la comida tiene un plus al ser sus componentes netamente de la región amazónica?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Análisis. –

De los datos obtenidos, 399 personas equivalen al 100% de los cuales: 147 personas equivalente al 36,8% mencionan que están totalmente de acuerdo con que los componentes en este caso los productos netamente de la región amazónica tienen un

plus, 107 personas equivalentes al 26,8% mencionan que están muy de acuerdo con que los componentes en este caso los productos netamente de la región amazónica tienen un plus, 87 personas equivalentes al 21,8% mencionan que se mantienen neutrales en correspondencia a que los componentes en este caso los productos netamente de la región amazónica tienen un plus, 44 personas equivalentes al 11% mencionan que están poco de acuerdo con que los componentes en este caso los productos netamente de la región amazónica tienen un plus, 14 personas equivalentes al 3,6% mencionan que están nada de acuerdo con que los componentes en este caso los productos netamente de la región amazónica tienen un plus.

Interpretación. –

Es factible en base a las respuestas denotar, que la comida de la región amazónica tiene un plus el cual permite que las personas se interesen más por conocer y compartir, debido a que los ingredientes son naturales y no son muy utilizados en la preparación de la comida tradicional (Ministerio del Turismo del Ecuador, 2020).

Pregunta 7: ¿Qué opinión tiene de la gastronomía local de la Amazonía ecuatoriana?

Tabla N.7. Pregunta 7: ¿Qué opinión tiene de la gastronomía local de la Amazonía ecuatoriana?

7. ¿Qué opinión tiene de la gastronomía local de la Amazonía ecuatoriana?	Número de respuestas	Porcentaje
Excelente	119	29,8
Muy buena	150	37,6
Buena	87	21,8
Regular	34	8,5
Mala	9	2,3
TOTAL	399	100

Tabla N.7 ¿Qué opinión tiene de la gastronomía local de la Amazonía ecuatoriana?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Ilustración N.7

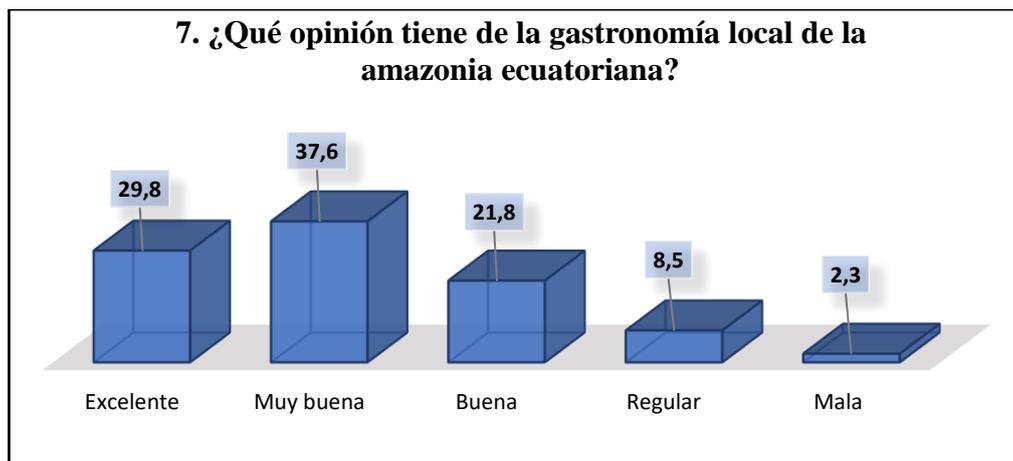


Ilustración N.7 ¿Qué opinión tiene de la gastronomía local de la Amazonía ecuatoriana?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Análisis. –

Según los resultados de las encuestas realizadas, 399 personas corresponden al 100% de las cuales: 119 personas equivalentes al 29,8% opinan que la gastronomía local de la Amazonía ecuatoriana es excelente, 150 personas equivalentes al 37,6% opinan que la gastronomía local de la Amazonía ecuatoriana es muy buena, 87 personas equivalentes al 21,8% opinan que la gastronomía local de la Amazonía ecuatoriana es

buena, 34 personas equivalentes al 8,5% opinan que la gastronomía local de la Amazonía ecuatoriana es regular, 9 personas equivalentes al 2,3% opinan que la gastronomía local de la Amazonía ecuatoriana es mala.

Interpretación. –

El criterio que tienen las personas con respecto a la comida amazónica es bastante rentable dada la variedad de ingredientes, los costos, por el sabor, entre otros. Lo que significa que existe un alto índice de llegadas de turistas al mes especialmente en tiempo de feriados o vacaciones (Tripadvisor, 2021).

Pregunta 8: ¿Qué importancia tiene para usted los platillos bajos en calorías?

Tabla N.8. Pregunta 8: ¿Qué importancia tiene para usted los platillos bajos en calorías?

8. ¿Qué importancia tiene para usted los platillos bajos en calorías?	Número de respuestas	Porcentaje
Mucha	131	32,8
Regular	102	25,6
Indiferente	90	22,6
Poca	48	12
Ninguna	28	7
TOTAL	399	100

Tabla N.8 ¿Qué importancia tiene para usted los platillos bajos en calorías?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Ilustración N.8

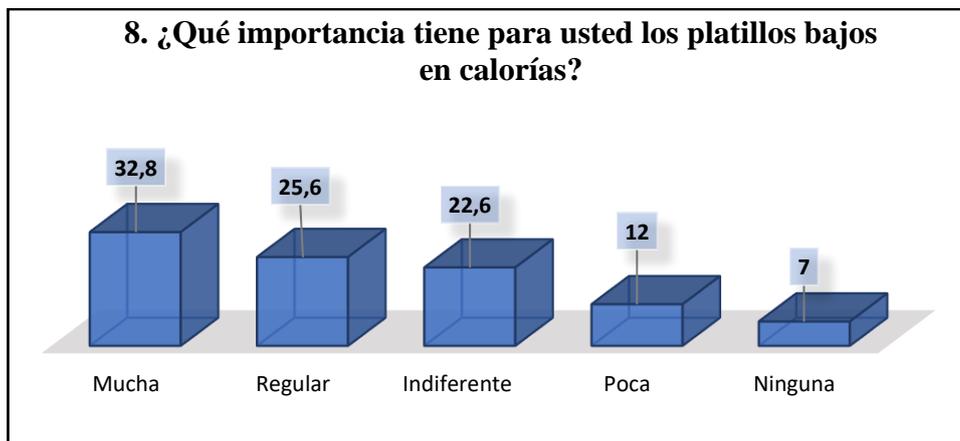


Ilustración N.8 ¿Qué importancia tiene para usted los platillos bajos en calorías?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Análisis. –

De acuerdo a los resultados obtenidos, 399 personas equivalen al 100% de las cuales: 131 personas equivalentes al 32,8% consideran que los platillos bajos en calorías tienen mucha importancia, 102 personas equivalentes al 25,6% consideran que los platillos bajos en calorías tienen una importancia regular, 90 personas equivalentes al 22,6% consideran que los platillos bajos en calorías les es indiferente, 48 personas

equivalentes al 12% consideran que los platillos bajos en calorías tienen poca importancia, 28 personas equivalentes al 7% consideran que los platillos bajos en calorías no tienen importancia.

Interpretación. –

De acuerdo a los resultados obtenidos, en la actualidad las personas buscan más ingerir alimentos sanos y bajos en calorías por cuestiones de salud que por gusto, es por ello el índice alto de preferencia. Es en este punto se evidencia una carencia por parte de los restaurantes especialmente los de los mercados dado que en estos se pueden evidenciar la venta de comida en abundancia y sin priorizar mucho este tipo de pedidos (Calero, 2011). Aun así, la App “Shuar Yurumak” genera una solución a los comensales, brinda un catálogo de restaurantes que tienen la facilidad y que se acomodan a un régimen nutricional proporcionando como tal un equilibrio entre los que priorizan la accesibilidad a ciertos alimentos y a los que no les afecta este punto.

Pregunta 9: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una comida típica de la región amazónica?

Tabla N.9. Pregunta 9: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una comida típica de la región amazónica?

9 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una comida típica de la región amazónica?	Número de respuestas	Porcentaje
Menos de 5 dólares	58	14,5
De 5 a 10 dólares	190	47,6
De 10 a 15 dólares	70	17,5
De 15 a 20 dólares	52	13
Más de 20 dólares	29	7,4
TOTAL	399	100

Tabla N.9 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una comida típica de la región amazónica?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Ilustración N.9

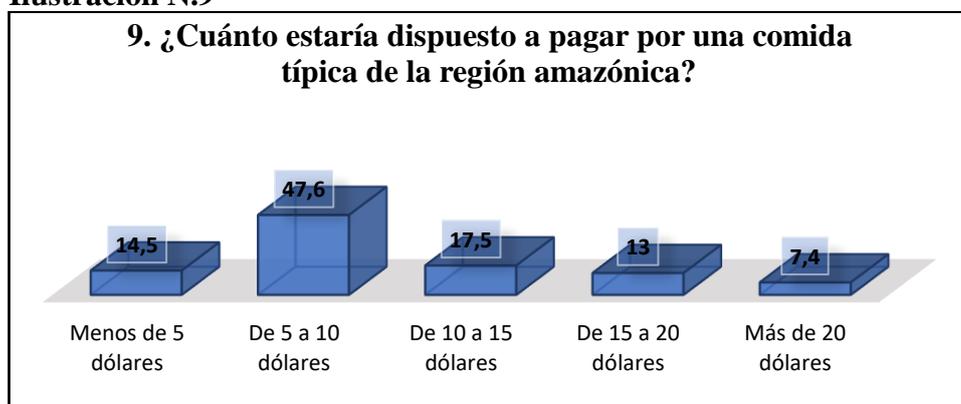


Ilustración N.9 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una comida típica de la región amazónica?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Análisis. –

De los datos obtenidos, 399 personas son equivalentes al 100% de las cuales: 58 personas equivalen al 14,5% mencionan que estarían dispuestas a pagar por una comida típica de la región amazónica menos de 5 dólares, 190 personas equivalen al 47,6% mencionan que estarían dispuestas a pagar por una comida típica de la región amazónica de 5 a 10 dólares, 70 personas equivalen al 17,5% mencionan que estarían dispuestas a pagar por una comida típica de la región amazónica de 10 a 15 dólares,

52 personas equivalen al 13% mencionan que estarían dispuestas a pagar por una comida típica de la región amazónica de 15 a 20 dólares, 29 personas equivalen al 7,4% mencionan que estarían dispuestas a pagar por una comida típica de la región amazónica más de 20 dólares.

Interpretación. –

Las personas tienden a costear sus viajes en base a precios que consideran estables y justos por un plato; sin embargo, no siempre consideran los beneficios y aspectos negativos de tal servicio es por ello que en ocasiones se da el roce entre los viajeros y los servidores, aun así, existen personas que no se limitan y gastan con la finalidad de probar algo nuevo o repetir algún platillo (Melo, 2018).

Pregunta 10: ¿Qué horario de atención le gustaría que manejaran los diversos establecimientos?

Tabla N.10. Pregunta 10: ¿Qué horario de atención le gustaría que manejaran los diversos establecimientos?

10. ¿Qué horario de atención le gustaría que manejaran los diversos establecimientos?	Número de respuestas	Porcentaje
De 06:H00am a 12:H00pm	70	17,5
De 11:H00am a 06:H00pm	133	33,3
De 04:H00pm a 02:H00am	84	21
De 06:H00pm a 05:H00am	69	17,3
Las 24 horas	43	10,9
TOTAL	399	100

Tabla N.10 ¿Qué horario de atención le gustaría que manejaran los diversos establecimientos?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Ilustración N.10

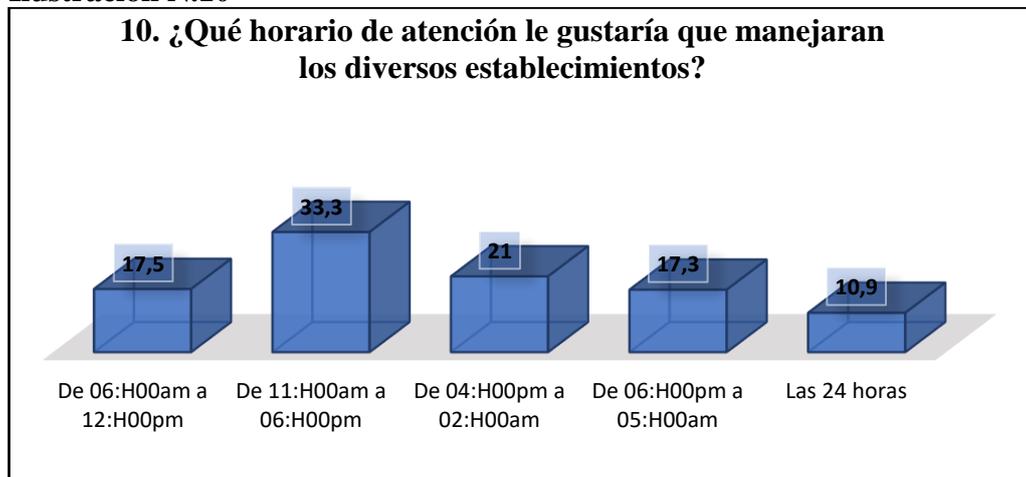


Ilustración N.10 ¿Qué horario de atención le gustaría que manejaran los diversos establecimientos?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Análisis. –

En base a los datos obtenidos, 399 son equivalentes al 100% de los cuales: 70 personas equivalente al 17,5% prefieren un horario de atención de 6am a 12pm, 133 personas equivalente al 33,3% prefieren un horario de atención de 11am a 6pm, 84 personas equivalente al 21% prefieren un horario de atención de 4pm a 2am, 69 personas

equivalente al 17,3% prefieren un horario de atención de 6pm a 5am y 43 personas equivalente al 10,9% prefieren un horario de atención las 24 horas.

Interpretación. –

Como es de tradición para un ciudadano ecuatoriano el desayuno lo realiza entre las 07H00 am a 09H00 am, el almuerzo lo consume de 12H00 pm a aproximadamente 02H00pm de la tarde y la merienda lo hace hasta las 19H00 horas por tal razón los horarios que manifiestan los comensales se encuentran entre los rangos establecidos (Handszuh, y otros, 2017).

Pregunta 11: ¿Qué probabilidad existe de que regrese a un establecimiento de comida local de la región amazónica?

Tabla N.11. Pregunta 11: ¿Qué probabilidad existe de que regrese a un establecimiento de comida local de la región amazónica?

11. ¿Qué probabilidad existe de que regrese a un establecimiento de comida local de la región amazónica	Número de respuestas	Porcentaje
Muy probable	132	33
Probable	132	33
Poco probable	67	16,9
Muy improbable	58	14,5
Ninguna	10	2,6
TOTAL	399	100

Tabla N.11 ¿Qué probabilidad existe de que regrese a un establecimiento de comida local de la región amazónica?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Ilustración N.11

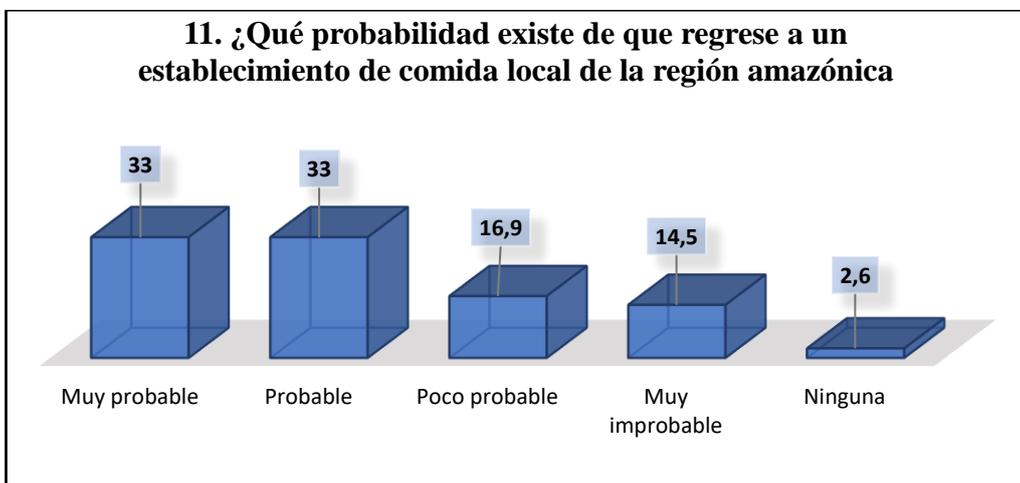


Ilustración N.11 ¿Qué probabilidad existe de que regrese a un establecimiento de comida local de la región amazónica?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Análisis. –

Según los datos obtenidos, 399 personas son equivalentes al 100% de las cuales: 132 personas equivalen al 33% determinan que es muy probable que regresen a un

establecimiento de comida local de la región amazónica, 132 personas equivalen al 33% determinan que es probable que regresen a un establecimiento de comida local de la región amazónica, 67 personas equivalen al 16,9% determinan que es poco probable que regresen a un establecimiento de comida local de la región amazónica, 58 personas equivalen al 14,5% que determinan que es muy improbable que regresen a un establecimiento de comida local de la región amazónica y 10 personas equivalen al 2,6% determinan que no existe ninguna posibilidad de que regresen a un establecimiento de comida local de la región amazónica.

Interpretación. –

Las personas tienen un índice bastante favorable con respecto al regreso a los restaurantes de comida típica de la región amazónica y esto se debe a diversas causas entre estas la accesibilidad, el sabor, la cultura y tradición que se evidencia en los platillos lo cual favorece a la gastronomía y el turismo del lugar puesto que el ingreso económico se vuelve más rentable (Quintana R. F., 2018).

Pregunta 12: ¿Qué prima para usted al momento de elegir donde debe degustar un plato típico de la región amazónica?

Tabla N.12. Pregunta 12: ¿Qué prima para usted al momento de elegir donde debe degustar un plato típico de la región amazónica?

12. ¿Qué prima para usted al momento de elegir donde debe degustar un plato típico de la región amazónica?	Número de respuestas	Porcentaje
La ubicación del restaurante	66	16,5
Que el lugar cuente con áreas verdes	80	20
el sabor de la comida	152	38,1
la decoración del lugar	49	12,4
la variedad de menús	52	13
TOTAL	399	100

Tabla N.12 ¿Qué prima para usted al momento de elegir donde debe degustar un plato típico de la región amazónica?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Ilustración N.12

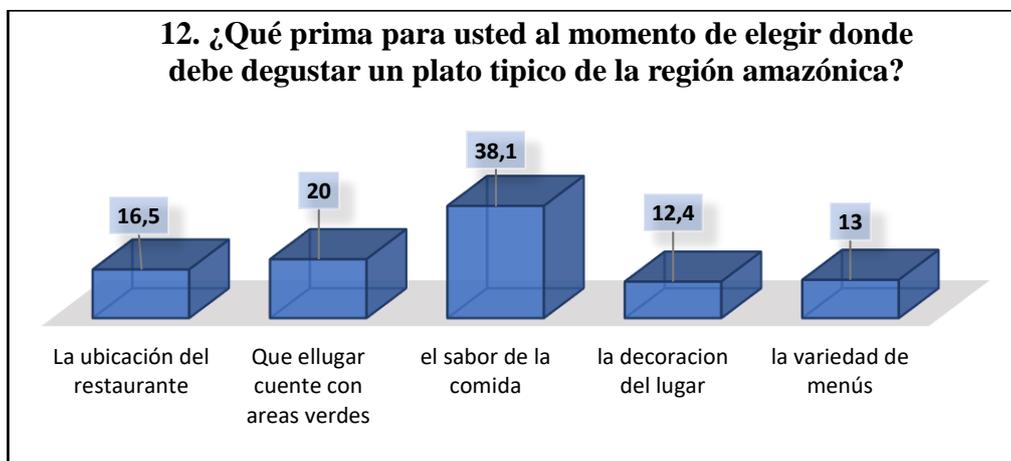


Ilustración N.12 ¿Qué prima para usted al momento de elegir donde debe degustar un plato típico de la región amazónica?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Análisis. -

De acuerdo a los datos obtenidos, 399 personas son equivalentes al 100% de las cuales: 66 personas equivalen al 16,5% que priorizan la ubicación del establecimiento al momento de elegir donde degustar un plato típico de la región amazónica, 80 personas

equivalen al 20% que buscan que el lugar tenga áreas verdes en el establecimiento al momento de elegir donde degustar un plato típico de la región amazónica, 152 personas equivalen al 38,1% que priorizan el sabor de la comida de un establecimiento al momento de elegir donde degustar un plato típico de la región amazónica, 49 personas equivalen al 12,4% que priorizan la decoración del establecimiento al momento de elegir donde degustar un plato típico de la región amazónica y 52 personas equivalen al 13% priorizan la variedad de menús del establecimiento al momento de elegir donde degustar un plato típico de la región amazónica.

Interpretación. –

El sabor es básicamente lo que permite que el turista vuelva al lugar, es lo que prima y lo que el turista recuerda al volver a esa ciudad, pueblo y demás. Es por ese motivo que la utilización de productos naturales y que se dan en la amazonia son atractivos y demandados al momento de elegir una comida, sostiene (Camacho Lagos, 2016).

Pregunta 13: ¿Qué comidas típicas de la región amazónica propuestas a continuación, ha probado o le gustaría encontrar en el menú de un negocio?

Tabla N.13. Pregunta 13: ¿Qué comidas típicas de la región amazónica propuestas a continuación, ha probado o le gustaría encontrar en el menú de un negocio?

13. ¿Qué comidas típicas de la región amazónica propuestas a continuación, ha probado o le gustaría encontrar en el menú de un negocio?	Número de respuestas	Porcentaje
Ayampaco	32	8
Uchumanca	16	4
Maito de tilapia o carachama	53	13,4
Volquetero	22	5,5
Casabe de yuca o pan amazónico	2	0,5
Caldo de Corroncho	12	3
Mayones (Chontacuros)	19	4,8
Caldo de Carachama	18	4,5
Seco de Guanta	14	3,5
Pincho de Patas Muyo o cacao blanco	2	0,5
Caldo de Novios	1	0,2
Ancas de rana	21	5,3
Ceviche de palmito	24	6
Trucha	45	11,4
Buñuelos de yuca	1	0,2
Saíno ahumado	10	2,5
Sancocho de Bagre	2	0,5
Seco de Guatusa	17	4,3
Paiche a la plancha	48	12
Piraña frita	32	8
Zango de Zapallo y yuca	1	0,2
Bocachico ahumado	6	1,5
Locro de papa china	1	0,2
TOTAL	399	100

Tabla N.13 ¿Qué comidas típicas de la región amazónica propuestas a continuación, ha probado o le gustaría encontrar en el menú de un negocio?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Ilustración N.13

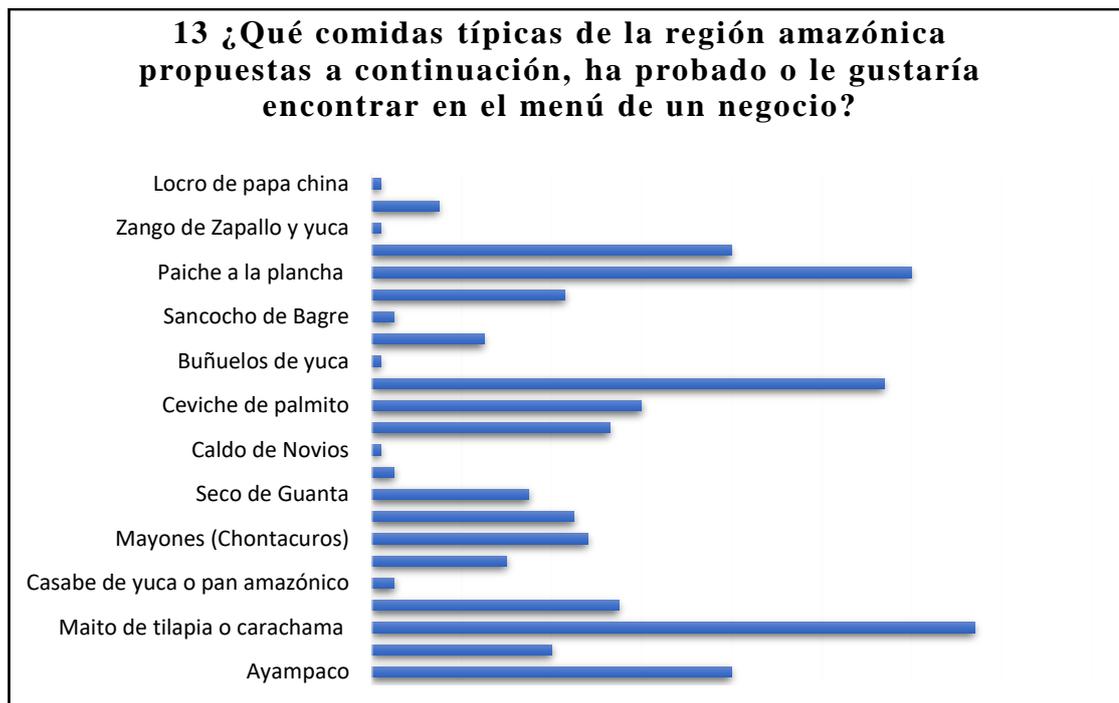


Ilustración N.13 ¿Qué comidas típicas de la región amazónica propuestas a continuación, ha probado o le gustaría encontrar en el menú de un negocio?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Análisis. –

Según los datos obtenidos 399 personas son equivalentes al 100% de las cuales: 53 personas equivalen al 13,4% consumen Maito de tilapia o carachama, 48 personas equivalentes al 12% consumen Paiche a la pancha, 45 personas equivalentes al 11,4% consumen trucha, 32 personas equivalentes al 8% consumen Ayampaco, 32 personas equivalentes al 8% consumen piraña frita, 24 personas equivalentes al 6% consumen ceviche de Palmito, 21 personas equivalentes al 5.3% consumen ancas de rana, 19 personas correspondientes al 4,8% consumen mayones conocidos también como Chontacuros, 18 personas correspondientes al 4,5% consumen caldo de Carachama, 17 personas correspondientes al 4,3% consumen seco de Guatusa, 16 personas correspondientes al 4% consumen Uchumanca, 14 personas correspondientes al 3,5% consumen seco de guanta, 12 personas correspondientes al 3% consumen caldo de corroncho, 10 personas correspondientes al 2,5% consumen Saíno ahumado, 6 personas correspondientes al 1,5% consumen bocachico ahumado, 2 personas

correspondientes al 0.5% consumen Casabe de yuca también conocido como pan amazónico, 2 personas correspondientes al 0.5% consumen sancocho de bagre, 2 personas correspondientes al 0.5% consumen pincho de patas Muyo también conocido como cacao blanco, 1 persona correspondiente al 0,2% consume el caldo de novios, 1 persona correspondiente al 0,2% consume buñuelos de yuca, 1 persona correspondiente al 0,2% consume Zango de zapallo y yuca, 1 persona correspondiente al 0,2% consume loco de papa china.

Interpretación. –

Por la incidencia de consumo y la primacía de las personas es fácil detallar que los alimentos de la amazonia y especialmente los animales de río son la preferencia de los comensales primando como tal, los peces raros y con ello su preparación y guarnición, lo cual permite identificar las preferencias y por ende se logra la reincidencia del turista en las diversas ciudades de la región amazónica. Pero, también es posible identificar el desconocimiento de algunos platillos o alimentos que son esenciales y que su consumo es bajo a pesar la producción activa que tiene en la provincia. Además de ello, es posible apreciar la pérdida de la tradición en este caso el caldo de novios el cual estuvo durante mucho tiempo en auge y conmemoraba un momento especial en muchas relaciones, sin embargo, hoy en día ha dejado de ser un ente prioritario y poco a poco ha perdido relevancia (Camacho Lagos, 2016).

Pregunta 14: ¿Qué bebidas típicas de la región amazónica propuestas a continuación, ha probado o le gustaría encontrar en el menú de un negocio?

Tabla N.14. Pregunta 14: ¿Qué bebidas típicas de la región amazónica propuestas a continuación, ha probado o le gustaría encontrar en el menú de un negocio?

14. ¿Qué bebidas típicas de la región amazónica propuestas a continuación, ha probado o le gustaría encontrar en el menú de un negocio?	Número de respuestas	Porcentaje
Sinchicara	53	13,3
Chicha de Chontaduro	39	9,8
Chicha de yuca	66	16,5
Chicha de caña	40	10
Jugo de naranjilla	59	15
Té de Guayusa	32	7,8
Chucula o Colada de plátano maduro	13	3,3
Guarapo de caña de azúcar	19	4,7
Masato de yuca, plátano o camote	17	4,3
Agua de Jamaica	61	15,3
TOTAL	399	100

Tabla N.14 ¿Qué bebidas típicas de la región amazónica propuestas a continuación, ha probado o le gustaría encontrar en el menú de un negocio?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Ilustración N.14



Ilustración N.14 ¿Qué bebidas típicas de la región amazónica propuestas a continuación, ha probado o le gustaría encontrar en el menú de un negocio?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Análisis. –

Según los datos obtenidos, 399 personas son equivalentes al 100% de los cuales: 66 personas equivalentes al 16,5% consumen chicha de yuca, 61 personas correspondientes al 15,3% consumen agua de Jamaica, 59 personas correspondientes al 15% consumen jugo de naranjilla, 53 personas correspondientes al 13,3% consumen Sinchicara, 40 personas correspondientes al 10% consumen chicha de caña, 39 personas correspondientes al 9,8% consumen chicha de chontaduro, 32 personas correspondientes al 7,8% consumen té de Guayusa, 19 personas correspondientes al 4,7% consumen guarapo de caña de azúcar, 17 personas correspondientes al 4,3% consumen masato de yuca, de plátano o camote, 13 personas correspondientes al 3,3% consumen Chucula o colada de plátano maduro.

Interpretación. –

Por la incidencia de consumo y las preferencias es fácil detallar que existe un alto consumo en la región amazónica de la chicha de yuca mientras que la chucula o colada de plátano maduro tiene una inclinación no tan favorable. Aun así, tanto los indígenas como las familias del oriente tienen un consumo continuo de la colada lo que quiere decir que, si hay consumo, pero los turistas al momento de elegir prefieren otro tipo de bebidas (Cevallos, 2016).

V.I= Geolocalización

Pregunta 15: ¿En qué rango de edad se encuentra?

Tabla N.15. Pregunta 15: ¿En qué rango de edad se encuentra?

15. ¿En qué rango de edad se encuentra?	Número de respuestas	Porcentaje
18 a 25	129	32,3
26 a 35	116	29,1
36 a 45	78	19,5
46 hasta 60	57	14,3
Más de 61 años	19	4,8
TOTAL	399	100

Tabla N.15 ¿En qué rango de edad se encuentra?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Ilustración N.15

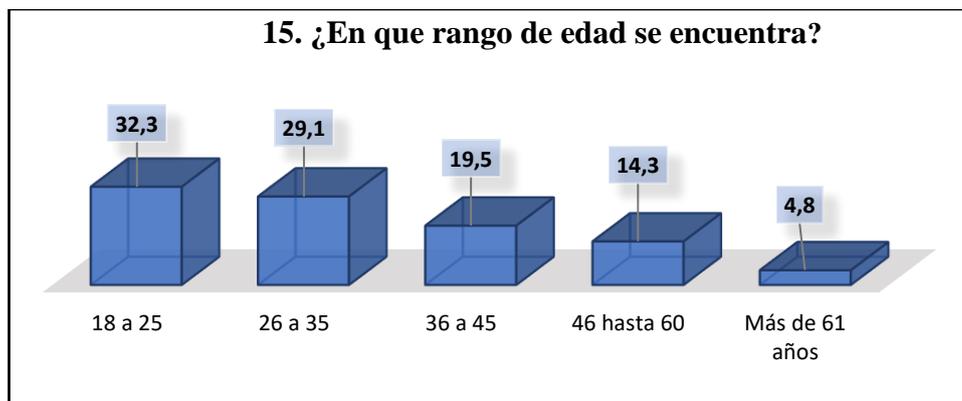


Ilustración N.15 ¿En qué rango de edad se encuentra?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Análisis. –

Según datos obtenidos, 399 personas son equivalentes al 100% de las cuales: 129 personas equivalen al 32,3% se encuentran en un rango de edad entre 18 a 25 años, 116 personas equivalentes al 29,1% se encuentran en un rango de edad de 26 a 35 años, 78 personas equivalentes al 19,5% se encuentran en un rango de edad entre los 36 a 45 años, 57 personas equivalentes al 14,3% se encuentran en un rango de 46 hasta 60 años, 19 personas equivalentes al 4,8% se encuentran en un rango de más de 61 años.

de edad y 19 personas equivalentes al 4,8% se encuentran en un rango de edad de más de 61 años.

Interpretación. –

A pesar de que las personas adultas tienen un ingreso normalmente más estable son más los jóvenes los que se aventuran a viajar, conocer y aprender sobre nuevos lugares, tradiciones y culturas. Igualmente son quienes se involucran netamente con la tecnología, sus avances y las diversas formas de tenerlas a su alcance mediante la búsqueda de información, la descarga de archivos, la recolección de datos, entre otros (Elgersma, 2019).

Pregunta 16: ¿A cuál de las 6 provincias de la Amazonía ecuatoriana concurre más?

Tabla N.16. Pregunta 16: ¿A cuál de las 6 provincias de la Amazonía ecuatoriana concurre más?

16. ¿A cuál de las 6 provincias de la Amazonía ecuatoriana concurre más?	Número de respuestas	Porcentaje
Sucumbíos	34	8,5
Napo	80	20
Orellana	74	18,6
Pastaza	160	40
Morona Santiago	32	8
Zamora Chinchipe	19	4,9
TOTAL	399	100

Tabla N.16 ¿A cuál de las 6 provincias de la Amazonía ecuatoriana concurre más?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Ilustración N.16

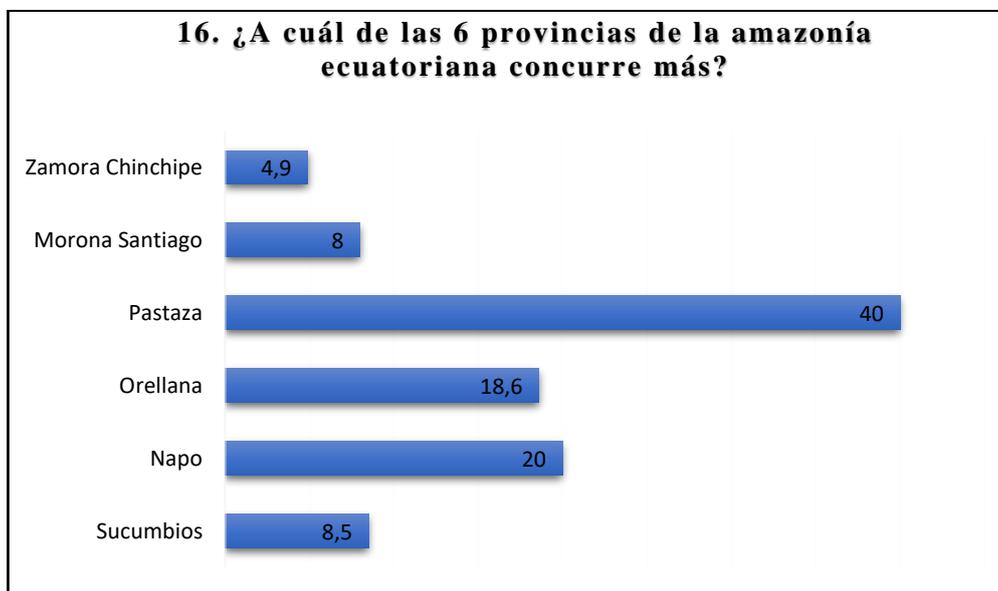


Ilustración N.16 ¿A cuál de las 6 provincias de la Amazonía ecuatoriana concurre más?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Análisis. –

Según los datos obtenidos, 399 personas son equivalentes al 100% de las cuales: 160 personas equivalentes al 40% concurren más la provincia de Pastaza, 80 personas correspondientes al 20% concurren la provincia de Napo, 74 personas correspondientes al 18,6% concurren la provincia de Orellana, 34 personas correspondientes al 8,5% concurren la provincia de Sucumbíos, 32 personas correspondientes al 8% concurren la provincia de Morona Santiago, 19 personas correspondientes al 4,9% concurren la provincia de Zamora Chinchipe.

Interpretación. –

La mayoría de personas encuestadas prefieren la provincia de Pastaza, esta preferencia se da debido a su ubicación geográfica, a la accesibilidad desde la sierra centro, sierra norte; por el clima, los costos los cuales son asequibles, las ruta, entre otros (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2020).

Pregunta 17: ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por una aplicación móvil que le brinde información veraz y segura sobre un establecimiento en concreto, horario, ubicación, menú, números telefónicos y demás?

Tabla N.17. Pregunta 17: ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por una aplicación móvil que le brinde información veraz y segura sobre un establecimiento en concreto, horario, ubicación, menú, números telefónicos y demás?

17. ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por una aplicación móvil que le brinde información veraz y segura sobre un establecimiento en concreto, horario, ubicación, menú, números telefónicos y demás?	Número de respuestas	Porcentaje
Ningún valor	100	25
Hasta \$ 0.25 centavos	121	30,2
Hasta \$ 0.50 centavos	84	21
Hasta \$ 1,00 dólar	69	17,3
Más de \$ 1,00 dólar	25	6,5
TOTAL	399	100

Tabla N.17 ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por una aplicación móvil que le brinde información veraz y segura sobre un establecimiento en concreto, horario, ubicación, menú, números telefónicos y demás?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Ilustración N.17

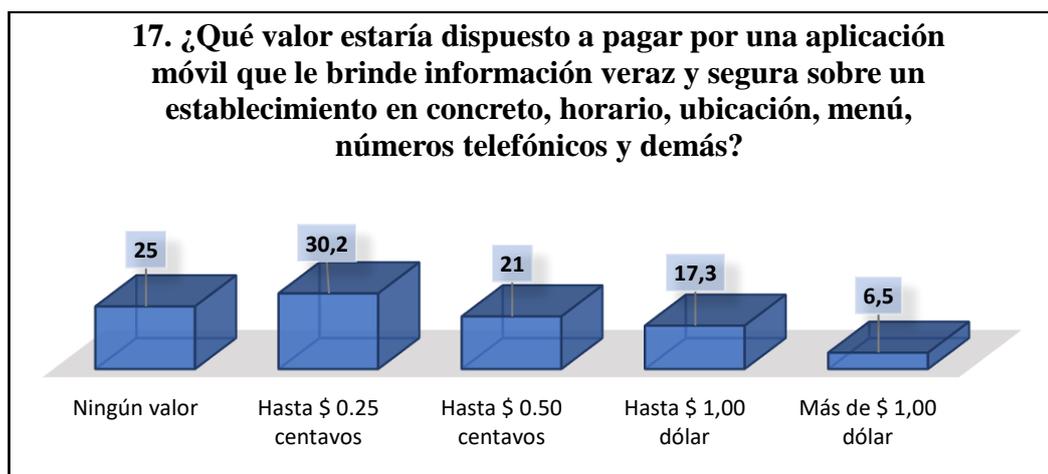


Ilustración N.17 ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por una aplicación móvil que le brinde información veraz y segura sobre un establecimiento en concreto, horario, ubicación, menú, números telefónicos y demás?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Análisis. –

De los datos obtenidos, 399 personas son equivalentes al 100% de las cuales: 100 personas equivalentes al 25% declaran que no pagarían ningún valor por una aplicación, 121 personas equivalentes al 30,2% declaran que están dispuestos a pagar hasta 0,25 centavos por una aplicación, 84 personas equivalentes al 21% declaran que pagarían hasta 0,50 centavos por una aplicación, 69 personas equivalentes al 17,3% declaran que pagarían hasta 1,00 dólar por una aplicación y 25 personas equivalentes al 6,5% declaran que pagarían más de 1,00 dólar por una aplicación.

Interpretación. –

Las personas tienden a comprar aplicaciones por valores inferiores a 1 dólar o gratuitas. Sin embargo, a veces suelen perder oportunidades buenas de interactuar y sacarle provecho a una aplicación paga por el simple hecho de ser monetizada. Aun así, de acuerdo a la encuesta realizada la mayoría accede a un costo bajo de 0.25 centavos lo que le permite al creador de esta, tener en cierta forma un beneficio por el uso y a su vez, el comprador adquirir un servicio más completo y rentable. Para el estudio propuesto la aplicación será gratuita (Yi Min Shum, 2020).

Pregunta 18: ¿Con que frecuencia hace uso de aplicaciones móviles como Google-maps para desplazarse de un lugar a otro?

Tabla N.18. Pregunta 18: ¿Con que frecuencia hace uso de aplicaciones móviles como Google-maps para desplazarse de un lugar a otro?

18, ¿Con que frecuencia hace uso de aplicaciones móviles como Google-maps para desplazarse de un lugar a otro?	Número de respuestas	Porcentaje
Siempre	76	19
Casi siempre	138	34,5
A veces	119	29,8
Casi nunca	51	12,8
Nunca	15	3,9
TOTAL	399	100

Tabla N.18 ¿Con que frecuencia hace uso de aplicaciones móviles como Google-maps para desplazarse de un lugar a otro?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Ilustración N.18

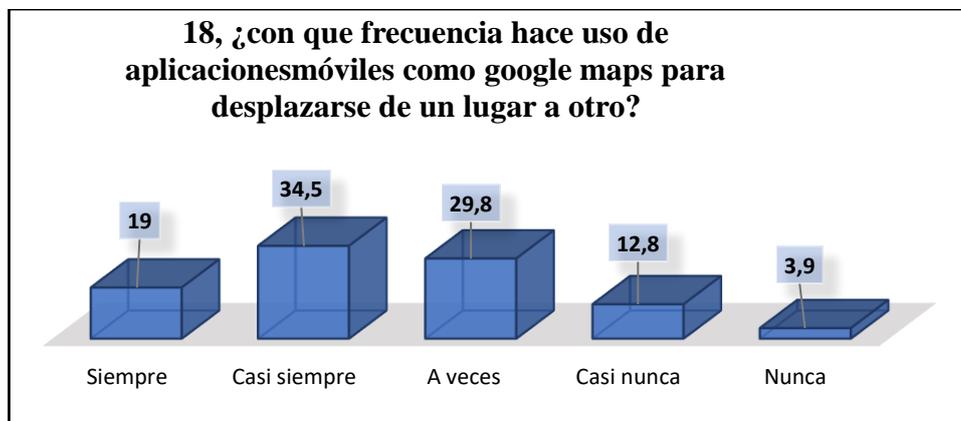


Ilustración N.18 ¿Con que frecuencia hace uso de aplicaciones móviles como Google-maps para desplazarse de un lugar a otro?

Fuente: (Salazar, 2021)

Elaborado por: Salazar, A. (2021)

Análisis. -

Según los datos obtenidos, 399 personas son equivalentes al 100% de las cuales: 76 equivalentes al 19% afirman que siempre hacen uso de aplicaciones móviles como Google Maps, 138 personas equivalentes al 34,5% aseguran que casi siempre hacen uso de aplicaciones móviles como Google Maps, 119 personas equivalentes al 29,8%

manifiestan que a veces hacen uso de aplicaciones móviles como Google Maps, 51 personas equivalentes al 12,8% mencionan que casi nunca hacen uso de aplicaciones móviles como Google Maps, 15 personas equivalentes al 3,9% dicen que nunca hacen uso de aplicaciones móviles como Google Maps.

Interpretación. –

El uso de aplicaciones móviles actualmente es una fuente fundamental al momento de trasladarse o incluso de localizar un medio de transporte, un lugar, un objeto, entre otros. Esto se da debido a que nuestra población de estudio entre 18 a 45 años son los más activos y recurren a estos tipos de servicios en línea para desplazarse, concurrir a un lugar e incluso, referenciarlo. Aun así, se tiene un margen de desconfianza debido a que para ser usado este servicio es necesario dar permiso a ser localizada la persona, el vehículo, el objeto (Movertis, 2020).

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Una vez finalizada la investigación, se concluye:

- La investigación propone una población de 956.699 habitantes, debido al gran número de personas se ha decidido realizar el cálculo de la muestra dándonos como resultado 399 personas que estarán involucradas en el estudio. Por tal, la validación del instrumento de recolección de información “La Geolocalización de la Cocina Local de la Región Amazónica”, se realiza a través de la metodología estadística Alfa de Cronbach, para lo cual se manejó de acuerdo a los parámetros establecidos un nivel de confianza del 95% con un margen de error del 5% lo que da como resultado un margen de confiabilidad del 0,623425579 obteniendo de esta forma una inclinación de “Buena- aceptable”.
- El modelo de aplicación instruccional Kodular efectivamente es una herramienta accesible que permite la creación de aplicaciones desde cero permitiendo a las personas codificar y decodificar información a manera más conveniente y facilitando funciones para que el área de programación sea más sencilla, de esta forma se consigue programar el sistema, almacenar información y facilitar la geolocalización de los restaurantes que venden comida típica en la región amazónica, potencializando el turismo interno en el Ecuador.
- Se identificaron los diversos platos típicos que tiene la región amazónica por medio del uso del repositorio de la Universidad Técnica de Ambato, la búsqueda de revistas científicas, libros, un documento que facilito el Ministerio de Turismo y algunos diálogos con los dueños de algunos restaurantes.
- Finalmente, se crea la aplicación móvil “Shuar Yurumak” como se plantea en el objetivo específico 3 la cual da a conocer los diversos restaurantes que ofrecen comida típica de las seis provincias de la región amazónica con sus

respectivos datos informativos como es páginas webs, horarios de atención, números de contactos, entre otros, pero lo más importante, permite conocer el lugar exacto mediante la geolocalización en tiempo real del lugar.

6.2 Recomendaciones

- Gestionar un plan de socialización de la comida típica de la región amazónica en conjunto con las instituciones pertinentes como son los GAD y el Ministerio del Turismo para con ello, dar a conocer a las personas un poco más a fondo sobre la gastronomía que tiene el oriente y la importancia de su consumo evitando de esta forma que se genere una pérdida de tradiciones como por ejemplo el bajo índice de un plato que antes era muy mencionado: Caldo de novios.
- Dar a conocer a los turistas y a la comunidad los beneficios que tiene un platillo de comida típica de la región amazónica al ser consumido, con esto me refiero a usos medicinales para que las personas se incentiven y promuevan el consumo como fuente de salud.
- Crear más aplicaciones móviles que brinden información real, concreta y diversa sobre los platos típicos de las regiones del Ecuador, de esta forma se conseguirá que desde niños hasta ancianos tengan un conocimiento más amplio al respecto y, por ende, un consumo más continuo corroborando así con el crecimiento económico del lugar.

BIBLIOGRAFÍA

- Lombardero, J. (s.f.). *Glosario de informática*. Obtenido de slideshare: <http://roble.pntic.mec.es/jlop0164/archivos/glosarioinf.pdf>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2020). *Comportamiento del Turismo a nivel nacional*. Obtenido de Servicios de Turismo.gob: https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/DespuesCovid/Comportamiento-Covid-VERSION-FINAL_JSP.pdf
- Acosta, C. (2015). Las TICs y su importancia para el turismo. *Blogs Eqi*. Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/embatur/2015/06/01/las-tics-y-su-importancia-para-el-turismo/#comments>
- Aguirre, B. (08 de octubre de 2021). *BMN*. Obtenido de Biblioteca Médica Nacional: <http://www.bmn.sld.cu/que-son-las-tic>
- Arizona State University. (2021). *Qué son las TIC y para qué sirven*. Obtenido de <https://www.ulatina.ac.cr/blog/qu3-son-las-tic-y-para-que-sirven>
- Armijos, F., Bermúdez, I., & Mora, V. (15 de julio de 2019). Gestión de administración de los Recursos Humanos. *Scielo*, 11(4), 1. doi:ISSN 2218-3620
- Asociacion de Chefs del Ecaudor. (28 de agosto de 2018). *Uchumanka: Plato Emblemático de Orellana*. Obtenido de Mapa Gastronomico del Ecuador: <https://chefs.ec/uchumanka-plato-emblematico-de-orellana/>
- Asociación de Chefs del Ecuador. (03 de mayo de 2016). *Pincho de Patas Muyo (Cacao Blanco)*. Obtenido de <https://chefs.ec/pincho-de-patas-muyo-cacao-blanco/>
- Ayala, V. (2016). *Gestión financiera*. Obtenido de <https://slideplayer.es/slide/4282003/>
- Barrera, L. (2017). Tipos de Software. *Calameo*. Obtenido de Cala: <https://es.calameo.com/read/006255057f1786ecf12b4>
- Bastis, C. (30 de 04 de 2021). *Presupuesto de la investigacion*. Obtenido de Online-tesis: <https://online-tesis.com/presupuesto-de-la-investigacion/#:~:text=El%20presupuesto%20es%20una%20representaci%C3%B3n,gastos%20asociados%20al%20proyecto%20propuesto.&text=Las%20estimaciones%20de%20costos%20deben,gastos%20propuestos%20en%20el%20proyecto.>
- Beltran, G. (2016). La geolocalización social. 97-118. doi:ISSN 1132-1202
- Cabanilla, E., Garrido, C., & Molina, E. (31 de agosto de 2021). Impact of COVID 19 on urban tourism in Ecuador. *Ágora*, 8(15), 143-170. doi:issn: 2386-5458

- Caiza, E. (noviembre de 2020). *El comercio- Gastronomía Amazonica*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tendencias/libro-publicacion-gastronomia-amazonica-ecuador.html>
- Calero, C. (2011). *Seguridad alimentaria en Ecuador desde un enfoque de acceso a alimentos*. Obtenido de FLACSO: <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=52065>
- Camacho Lagos, A. A. (2016). “*Estudio Investigativo de la Gastronomía Ancestral de la Provincia de Pastaza y sus Nacionalidades*”. Obtenido de repositorio: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/11771/1/50920_1.pdf
- Cartay, R., & Martínez, E. (2020). Usos Turísticos de la Biodiversidad en la Región Amazónica Ecuatoriana. *Rosa dos Ventos*, 12(3), 14. doi:ISSN: 2178-9061
- Castillo, C. (2017). Ciberseguridad. *Dialnet*(1), 195-209. doi:ISSN-e 1699-7026
- Cevallos, C. (24 de diciembre de 2016). *Bebidas del oriente ecuatoriano*. Obtenido de Otlíne: <https://prezi.com/4jt-puty1zcp/bebidas-del-oriente-ecuadoriano/>
- División Consultoría de EvaluandoSoftware.com. (17 de marzo de 2021). *Modos de generación y recolección de datos de geolocalización*. Obtenido de Geolocalización: Riesgo, problemas y estrategia: <https://www.evaluandosoftware.com/la-geolocalizacion-funciona/>
- Editorial OX del Ecuador. (enero de 2020). *Provincia de Pastaza*. Obtenido de <http://www.editorialox.com/pastaza.htm>
- El Oriente. (12 de 11 de 2019). *Caldo de Corroncho: Parte de la exquisita gastronomía Zamorana*. Obtenido de Crónica: <https://www.eloriente.com/articulo/caldo-de-corrncho-parte-de-la-exquisita-gastronomia-zamorana/13295>
- El Universo. (22 de enero de 2018). *Las ancas de rana, plato que atrae a los turistas a Zamora*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/01/22/nota/6579127/ancas-rana-plato-que-atrae-turistas-zamora/>
- El Universo. (29 de agosto de 2019). *Comida y rituales amazónicos, en Orellana*. Obtenido de [https://www.eluniverso.com/noticias/2019/08/29/nota/7492803/comida-rituales-amazonicos-orellana/#:~:text=Los%20maitos%20\(el%20pescado%20envuelto,a%C3%B1o%2C%20a%20los%20turistas%20y](https://www.eluniverso.com/noticias/2019/08/29/nota/7492803/comida-rituales-amazonicos-orellana/#:~:text=Los%20maitos%20(el%20pescado%20envuelto,a%C3%B1o%2C%20a%20los%20turistas%20y)
- El Universo. (2021). *Provincia de Zamora Chinchipe (Ecuador)*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/temas/zamora-chinchipe/>
- Elgersma, C. (2019). *Nuevas aplicaciones que los adolescentes están usando en 2019*. Obtenido de Common Sense Media:

<https://www.common sense media.org/espanol/blog/nuevas-aplicaciones-que-los-adolescentes-estan-usando-en-2019>

Emarketing. (21 de julio de 2021). *Email Marketing, una herramienta esencial para las Pymes*. Obtenido de Revista: Marcas y Turismo: <http://www.turismoytecnologia.com/emarketing-y-publicidad-online-seo-sem-email-sm-redes-pauta/item/6372-email-marketing-una-herramienta-esencial-para-las-pymes>

ExoFruit. (20 de 06 de 2015). *Jugo detox con pulpa de naranjilla*. Obtenido de Twitter: <https://twitter.com/exofrut/status/612319485140185088?lang=cs>

Fernandez Sánchez, L., Sancho Aguilera, D., & Espinoza Mánfugas, J. (2017). *La comida típica amazónica, una alternativa para el desarrollo del turismo gastronómico. Caso de estudio Puyo, Pastaza, Ecuador*. Obtenido de Turydes: <https://www.eumed.net/rev/turydes/17/pastaza.html>

Ferrari, G., Modejar, J., Modejar, J., & Vargas, M. (2019). *Principales Tendencias de Investigación en Turismo*. Septem Ediciones. doi:978-84-92536-18-4

Food Identities, Biocultural Knowledge and Gender Differences in the Protected Area “Sierra Grande de Hornachos” (Extremadura, Spain). (2020). *International journal of Environmental Research and Public Health*, 817-833. doi:<https://doi.org/10.3390/ijerph17072283>

Foros del Ecuador. (2019). *23 Platos Típicos del Ecuador (Costa, Sierra y Oriente)*. Obtenido de <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/cocina-y-gastronom%C3%ADa/181878-23-platos-t%C3%ADpicos-del-ecuador-costa-sierra-y-oriente>

Gallardo Vasquéz, S. (2019). *Elementos de sistemas de telecomunicaciones* (2da-edición ed.). Madrid- España: Ediciones Paraninfo, S.A. doi:978-84-283-4145-5

García, Y., Rodríguez, I., & Frías, R. (mayo-agosto de 2021). Análisis de la localización de la oferta restaurantera del destino turístico. *SciELO- Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 15(3), 1. doi:<http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v15i3.2215>

Garrido, C., Cabanilla, E., Molina, E., & Villagrán, P. (2021). Impacto del Covid-19 en el Sector Turístico Ecuatoriano. *UIDE*, 111. doi:978-994293-721

Gobierno Autónomo Provincial de Orellana . (2021). *Historia de la provincia de Orellana* . Obtenido de <https://www.gporellana.gob.ec/provincia/historia/>

Gobierno de Napo. (s.f.). *Reseña Histórica de Napo*. Obtenido de <https://www.gobernacionnapo.gob.ec/new/resena-historica/>

Gobierno Municipal del Cantón Morona. (2021). *El Cantón Morona Potencia Turística del Ecuador*. Obtenido de Morona Santiago: <http://www.morona.gob.ec/>

- Google Trends. (noviembre de 2021). *Geolocalización* . Obtenido de <https://trends.google.es/trends/explore?q=geolocalizacion>
- GoRaymi. (2020). *Receta de la Sinchicara*. Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/sucumbios/recetas/receta-sinchicara-a7y5okyw4>
- Goraymi. (2021). *Chicha de chontaduro y yuca*. Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/napo/recetas/chicha-chontaduro-yuca-apja06yrr>
- GoRaymi. (11 de 11 de 2021). *Maito de filete de pesacado*.
- Goraymi. (2021). *Pincho de patas muyo o cacao blanco*. Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/napo/recetas/pincho-patas-muyo-cacao-blanco-as40yuzkx>
- Goraymi. (2021). *Receta de la Sinchicara*. Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/sucumbios/recetas/receta-sinchicara-a7y5okyw4>
- GoRaymi. (s.f.). *Receta del Caldo de Novios*. Obtenido de <https://www.goraymi.com/es-ec/morona-santiago/recetas/receta-caldo-novios-axkyglq8t>
- Gordillo, N. (2007). Metodología, método y propuestas metodológicas. *Revista Tendencia & Retos*(12), 119- 135. Obtenido de <http://www.ts.ucr.ac.cr/binarios/tendencias/rev-co-tendencias-12-08.pdf>
- GPS.GOV. (s.f.). *GPS.GOV*. Obtenido de Sistema de Posicionamiento Global- al servicio del mundo: [https://www.gps.gov/spanish.php#:~:text=El%20Sistema%20de%20Posicionamiento%20Global%20\(GPS\)%20es%20un%20sistema%20de,civiles%20en%20todo%20el%20mundo.](https://www.gps.gov/spanish.php#:~:text=El%20Sistema%20de%20Posicionamiento%20Global%20(GPS)%20es%20un%20sistema%20de,civiles%20en%20todo%20el%20mundo.)
- Handszuh, H., Ganzo Olivares, J., Bonini, J., Martínez, Y., Ramírez Montero, V., Pérez Hervert, M., . . . Keaton, K. (2017). *Programa “Seguridad & Turismo”*. Obtenido de Municipio,turismo y seguridad: https://www.oas.org/en/sedi/pub/turismo_seguridad_s.pdf
- Hernández Sampieri, R. (2017). *Metodología de la Investigación* (Sexta Edición ed.). (M. Rocha Martínez, Ed.) México. doi:ISBN: 978-1-4562-2396-0
- Huecas del Ecuador. (04 de noviembre de 2020). *Los volqueteros del Ecuador*. Obtenido de <https://www.huecasdelecuador.com/catalogo-de-huecas/tus-huecas-preferidas/platos-tipicos-restaurantes/item/393-los-volqueteros-del-puyo-sodabar-el-mirador>
- Infoturismo. (2021). *Gastronomía de Sucumbios*. Obtenido de Wix: <https://infocentrocac2015.wixsite.com/perla-sucumbios/gastronomia>
- La Hora. (01 de agosto de 2019). *El maito, envuelto de tradición y sabor*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1101847694/noticia>

- Larrea, E. (2020). *Entorno Turístico*. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/que-son-las-rutas-turisticas/>
- Las delicias del Oriente. (2017). *Seco de Guanta*. Obtenido de <https://lasdeliciasdelorienteecuadoriano.wordpress.com/2015/07/19/seco-de-guanta/>
- López, P. L. (2004). *Poblacion, muestra y muestreo*. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012 doi:ISSN 1815-0276
- Macas Romero, J., & Gonzaga Vallejo, C. (2017). Análisis del perfil del visitante a la Región Suroriental del Ecuador. *4*(13), 13. doi:ISSN 1390-9304
- Marquez, D. (16 de enero de 2019). *Crea aplicaciones para Android sin escribir código en este sitio web*. Obtenido de Tekcrispy: <https://www.tekcrispy.com/2019/01/16/kodular-apps-android-sin-codigo/>
- Martinez, M. S. (Diciembre de 2018). SOBRE LA COMPOSICIÓN NUTRIMENTAL DE LA GASTRONOMÍA TÍPICA ECUATORIANA. *RCAN*, *28*(2), 298-313. doi:ISSN: 1561-2929
- Mascarenhas Tramontin, R., & Gândara Gonçalves, J. (2020). La gastronomía como atractivo turístico. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, *19*(5), 776-791. doi:ISSN: 0327-5841
- Mejía, L., Mejía, S., & Rodríguez, M. (25 de junio de 2018). Tendencias Gastronomicas. *Revista virtual especializada en culinaria*, 27-40. Obtenido de http://web.uaemex.mx/Culinaria/PDF%20finales%208/Tendencias_gastronomicas.pdf
- Melo, A. (2018). *Estudio investigativo de los platos típicos de la provincia de Pastaza*. Obtenido de Repositorio Ute: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/11749/1/50896_1.pdf
- Mendez, J. (2020). *Gastronomía y religión: ¿Temor reverencial, devoción o cultura?* Obtenido de <https://www.excelenciasgourmet.com/es/tradiciones/gastronomia-y-religion-temor-reverencial-devocion-o-cultura>
- Ministerio de Cultura y Patrimonio . (07 de julio de 2016). *Chicha de chonta*. Obtenido de https://patrimonioalimentario.culturaypatrimonio.gob.ec/wiki/index.php/Chicha_de_chonta
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (14 de diciembre de 2013). *Patrimonio Alimentario*. Obtenido de Cultura y Patrimonio: <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/12/7-PALimentario-baja-APROBADO.pdf>

- Ministerio del Turismo del Ecuador. (2020). Ecuador Culinario. doi:ISBN 978-9942-926-00-5
- Mintur Zonal 3. (07 de 02 de 2019). *Ayampaco- Morona Santiago*. Obtenido de Tweet: https://twitter.com/mintur_zonal3/status/1093522994385821696?lang=cs
- Minube. (2021). *Minube*. Obtenido de <https://www.minube.com/story/quienes-somos>
- Miranda, A., & Cruz, I. (2019). Mobil Devices Use Benefits Analysis in Tijuana's, Baja California, Traveler's ExperienceS. *Scielo*, 31. doi:ISSN 1870-3925
- Mirxtrem apps. (05 de enero de 2020). Creando aplicaciones con Kodular #1. *Herramientas necesarias*. Colombia. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=H-PIQZ-uJfY>
- Monjarás, A., Pacheco, A., Zamarripa, J., Calderon, J., & Cuevas, C. (2019). Diseños de Investigación. *Repositorio*, 8(15). doi:ISSN: 2007-4573
- Movertis. (07 de agosto de 2020). *El sistema GPS y su relevancia actual*. Obtenido de Los orígenes: <https://www.movertis.com/blog/el-sistema-gps-y-su-relevancia-actual/>
- National Geographic. (09 de agosto de 2018). *Casabe de Yuca*. Obtenido de <https://www.ngenespanol.com/fotografia/foto-del-lector-platillos-tipicos-venezuela-honduras-colombia/>
- Nicomedes Teodoro, E. (2019). *Tipos de investigacion*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/250080756.pdf>
- Novahia. (13 de abril de 2019). *Modalidad tipos y diseños de investigación*. Obtenido de Slideshare: <https://es.slideshare.net/novahia/modalidad-tipos-y-diseos-de-investigacin>
- Obiol, A. (2018). *La gastronomía amazónica del Ecuador*. Obtenido de <https://gourmandises.ec/wp-content/uploads/2018/10/cv-andre-obiol.pdf>
- OMT, O. M. (24 de septiembre de 2020). *Rastreador de la recuperación turística de la OMT*. Obtenido de UNWTO: <https://www.unwto.org/es/news/la-omt-lanza-un-completo-rastreador-de-la-recuperacion-turistica>
- OMT_&_BCC. (2018). *Gastronomy Tourism Startup Competition*. Obtenido de <https://www.gastronomytourismventures.org/en/>
- ONU, O. d. (2020). *Día de la gastronomía sostenible*. Obtenido de <https://onu.org.gt/fechas-onu/dias-internacionales/junio/dia-de-la-gastronomia-sostenible/>
- OpenTable. (2021). *OpenTable*. Obtenido de <https://www.opentable.com.mx/about/?lang=es>
- Paéz, S. (2021). *Elogio de las cocinas tradicionales del Ecuador*. Ecuador. doi:ISBN: 978- 9978- 77- 532- 5

- Quintana, M., & Aguilar, J. (2018). Evaluation of national production craft beers and their pairing with ecuadorian cuisine. *Dialnet- INNOVA Research Journal*, 3(8), 332-346. doi:ISSN-e 2477-9024,
- Quintana, R. F. (2018). *Tourism, Environment, and Indigenous Development in the Colombian Amazon*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/1807/180755394016/html/>
- RAE. (2020). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/gastronom%C3%ADa>
- Recetas del Ecuador. (s.f.). *Chicha de chontaduro y yuca*. Obtenido de <https://www.cocina-ecuatoriana.com/recetas/bebidas/chicha-de-chontaduro-y-yuca>
- Rivera, S., & Lopéz, J. (2017). *Guia metodologica para el desarrollo de aplicaciones moviles*. Ibarra- Ecuador. Obtenido de <file:///C:/Users/Anyely/Downloads/Pg%20542%20TRABAJO%20DE%20GRADO.pdf>
- Roden, C. (2013). *Local food and culture*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/331864843_Food_tourism_and_regional_development_A_systematic_literature_review
- Romero, L. (2 de marzo de 2020). *Importancia de la sección “Materiales y métodos” en los artículos científicos*. Obtenido de Comunicarjournal: <https://www.revistacomunicar.com/wp/escuela-de-autores/importancia-de-la-seccion-materiales-y-metodos-en-los-articulos-cientificos/>
- Sában, A. (24 de enero de 2021). *Genbeta*. Obtenido de Kodular, crea aplicaciones para Android sin saber programación: <https://www.genbeta.com/actualidad/kodular-crea-aplicaciones-para-android-saber-programacion-1>
- Saborcito perdido. (14 de junio de 2021). *Chicha de Caña*. Obtenido de Saborcito perdido: <https://saborcitoperdido.wordpress.com/2012/06/14/chicha-de-cana-9/>
- Sala de Asesoría Tecnológica. (2020). *E- Rueca*. Obtenido de <https://e-rueca.org/tipos-de-geolocalizacion-y-geoposicionamiento-en-el-telefono-movil/>
- Salazar Londoño, A. (enero de 2022). *Geolocation*. Obtenido de Kodular: <https://creator.kodular.io/#5876043330093056>
- Salazar, A. (18 de noviembre de 2021). *La geolocalización de la cocina local de la región amazónica*. Obtenido de Google forms: <https://docs.google.com/forms/d/1SFowMrK0I-CGsNY-eOuDxpo2jgyBQyypYusS5Cg-3Ts/prefill>
- Sanchez, I. (Febrero de 2015). *Conceptos Básicos de Metodología de la Investigación*. Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo:

<https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16701/LECT133.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sánchez, I. (febrero de 2015). *Conceptos Básicos de Metodología de la Investigación*. Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo: <https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16701/LECT133.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sancho, A. (2019). *Introducción al Turismo*. Obtenido de OMT Organización Mundial del Turismo: <http://190.57.147.202:90/jspui/bitstream/123456789/299/1/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT%20%281%29.pdf>

Secretaría Técnica de la Circunscripción Territorial Especial Amazónica. (06 de 2020). *Plan integral para la Amazonia 2021- 2035*. Obtenido de Consejo de Planificación y Desarrollo: <https://www.secretariadelamazonia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/06/PLAN-INTEGRAL-PARA-LA-AMAZONI%CC%81A.pdf>

Sisbi. (s.f.). *Proyecto Biblioteca Digital de Tesis Universidad de Buenos*. Obtenido de <https://slidetodoc.com/proyecto-biblioteca-digital-de-tesis-universidad-de-buenos/>

Sobarzo Arteaga, A. (s.f.). *Formulación de presupuesto y cronograma en un proyecto de investigación*. Obtenido de Microsoff power point: http://bvsp.paho.org/videosdigitales/matedu/2012investigacionsalud/20120627CronogramaPresupuesto_AnaSobarzo.pdf?ua=1

Takeeateasy. (2021). *Takeeateasy*. Obtenido de <https://takeeateasy.mx/>

The Nature Conservancy. (12 de agosto de 2020). *Cultivo de peces como alternativa de producción sostenible en los ríos de la Amazonia ecuatoriana*. Obtenido de Manejo responsable de especies : <https://www.nature.org/es-us/sobre-tnc/donde-trabajamos/tnc-en-latinoamerica/ecuador/historias-en-ecuador/paiche-cachama-comunidades-indigenas-amazonia-ecuatoriana/>

Tokio. (25 de mayo de 2021). *Que es la geolocalización y su uso en aplicaciones*. Obtenido de <https://www.tokioschool.com/noticias/que-es-geolocalizacion-uso-aplicaciones/>

Torre, A. d. (2018). *Las 10 esenciales apps o aplicaciones para restaurantes*. Obtenido de <https://socialcodes.es/blog/10-mejores-apps-clientes-restaurantes/>

Torres, A. (2019). *Aloración del producto gastronómico ancestral como parte de la manifestación cultural del cantón Quevedo, año 2019*. Obtenido de <https://docplayer.es/193125175-Universidad-tecnica-estatal-de-quevedo.html>

Tripadvisor. (22 de enero de 2021). *“Comida regional/local muy bien presentada”*. Obtenido de Tripadvisor- Tierras Amazónicas: https://www.tripadvisor.co/ShowUserReviews-g317037-d3164418-r781583300-Tierras_Amazonicas-Leticia_Amazonas_Department.html

- Tripadvisor. (2021). *Tripadvisor*. Obtenido de <https://tripadvisor.mediaroom.com/ar-about-us>
- Turística, A. (s.f.). *Sucumbíos: La excelencia en gastronomía*. Obtenido de <https://amazoniaturistica.org/sucumbios-excelencia-gastronomica/>
- UNESCO. (2021). *Las TIC en la educación*. Obtenido de <https://es.unesco.org/themes/tic-educacion>
- Unknown. (15 de junio de 2019). *Recursos institucionales o de empresa*. Obtenido de Mi blogger: <http://gerenciastrategik.blogspot.com/2015/06/recursos-institucionales-o-de-empresa.html>
- Valencia Miranda, A. (2017). *Introducción a la Ingeniería de Telecomunicaciones*. Lima, Perú: TINC básicos. Obtenido de <https://docplayer.es/1678746-Introduccion-a-la-ingenieria-de-telecomunicaciones.html>
- Varela, R. (27 de noviembre de 2018). *Que tipos de gastronomía existen*. Obtenido de <https://www.mamirecetas.com/que-tipos-de-gastronomia-existen.html>
- Vargas, D. (2020). *La antropología en la cocina local del cantón Palora*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32684/1/Tesis%20Pablo%20Vargas.pdf>
- Vargas, K. (30 de agosto de 2017). *Seco de Guanta*. Obtenido de <https://elcampesino.co/seco-guanta-una-delicia/>
- Vilasantes, W. (2016). *Asesores de turismo para empresas e instituciones públicas*. Obtenido de <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/>
- Wiki. (2021). *Geolocalización*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Geolocalizaci%C3%B3n>
- World Tourism Organization. (04 de octubre de 2021). *Las vacunas y la reapertura de las fronteras impulsan la recuperación del Turismo*. Obtenido de UNWTO: <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>
- World_Tourism_organization. (2016). *Tourism Highlights*. Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>
- Yey, P. (2020). *¿Qué es la comida macrobiótica?* Obtenido de <https://mejorconsalud.as.com/que-es-la-comida-macrobiotica/>
- Yi Min Shum. (04 de marzo de 2020). *Situación global móvil 2020*. Obtenido de Marketing digital: <https://yiminshum.com/mobile-movil-app-2020/>
- Zambrano, R. (2021). *Mapa geográfico del Ecuador*. Obtenido de Revista Ecuador: <https://revistaecuador.wordpress.com/about/>
- Zhang, T., Cheung, C., & Law, R. (02 de agosto de 2018). Functionality Evaluation for Destination Marketing Websites in Smart Tourism Cities. *Journal of China Tourism Research*, 14, 263-278. doi:<https://doi.org/10.1080/19388160.2018.1488641>

ANEXOS

Anexo N.1_ Encuesta: “La Geolocalización de la Cocina Local de la Región Amazónica”



GEOLOCALIZACIÓN DE LA COCINA LOCAL EN LA REGIÓN AMAZÓNICA

Bienvenidos, te invito a responder el siguiente cuestionario.

Este formulario tiene como objetivo- Desarrollar una aplicación móvil de geolocalización en la cocina local de la región amazónica del Ecuador.

Es importante informarle que las respuestas que usted registre serán netamente confidenciales, anónimas y con fines académicos. Por ende, sus respuestas servirán para adquirir opiniones concretas a fin de hacer uso de estas en el desarrollo de una aplicación móvil.

[Acceder a Google](#) para guardar el progreso. [Más información](#)

*Obligatorio

Señale cual es su provincia de residencia *

- Soy ciudadano extranjero
- Esmeraldas (Ciudad Esmeraldas)
- Manabí (Portoviejo)
- Santa Elena (Santa Elena)
- Santo Domingo de los Tsáchilas (Santo Domingo)
- Los Rios (Babahoyo)
- Guayas (Guayaquil)
- El Oro (Machala)
- Carchi (Tulcán)
- Imbabura (Ibarra)
- Pichincha (Quito)
- Cotopaxi (Latacunga)
- Tungurahua (Ambato)
- Bolívar (Guaranda)
- Chimborazo (Riobamba)
- Cañar (Azogues)
- Azuay (Cuenca)
- Loja (Loja)

En que rango de edad se encuentra *

- 18 a 25
- 26 a 35
- 36 a 45
- 46 hasta 60
- Más de 61 años

¿Cuál de las 6 provincias de la amazonia ecuatoriana concurre más? *

- Sucumbíos
- Napo
- Orellana
- Pastaza
- Morona Santiago
- Zamora Chinchipe

¿Con que regularidad asiste a un restaurante? *

- Todos los días
- Más de una vez a la semana
- Cada dos semanas
- Una vez al mes
- Cada seis meses

¿Con que frecuencia consume comidas típicas de la amazonia ecuatoriana? *

- Todos los días
- Más de una vez a la semana
- Cada dos semanas
- Una vez al mes
- Cada seis meses

¿Qué aspectos considera usted más importantes dentro de un platillo? *

- Sabor
- Variedad
- Ingredientes
- Presentación
- Precio

¿Cuál es el ingrediente base de su plato favorito de la comida típica de la región amazónica? *

- Pescado
- Verduras
- Carnes
- Aves
- Animales exóticos

¿Con que frecuencia consume comidas típicas de la amazonia ecuatoriana? *

- Todos los días
- Más de una vez a la semana
- Cada dos semanas
- Una vez al mes
- Cada seis meses

¿Qué aspectos considera usted más importantes dentro de un platillo? *

- Sabor
- Variedad
- Ingredientes
- Presentación
- Precio

¿Cuál es el ingrediente base de su plato favorito de la comida típica de la región amazónica? *

- Pescado
- Verduras
- Carnes
- Aves

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una comida típica de la región amazónica? *

- Menos de 5 dólares
- De 5 a 10 dólares
- De 10 a 15 dólares
- De 15 a 20 dólares
- Más de 20 dólares

¿Qué comidas típicas de la región amazónica propuestas a continuación, a probado o le gustaría encontrar en el menú de un negocio? *

- Ayampaco
- Uchumanka
- Maito de Tilapia o Carachama
- Volquetero
- Casabe de Yuca o Pan Amazónico
- Caldo de Corroncho
- Mayones (Chontacuros)
- Caldo de Carachama
- Seco de Guanta
- Pincho de Patas Muyo o Cacao Blanco
- Caldo de Novios
- Ancas de Rana
- Ceviche de Palmito

¿Qué bebidas típicas de la región amazónica propuestas a continuación, a probado o le gustaría encontrar en el menú de un negocio? *

- Sinchicara
- Chicha de Chontaduro
- Chicha de Yuca
- Chicha de Caña
- Jugo de Naranjilla
- Té de Guayusa
- Chucula o Colada de Plátano maduro
- Guarapo de Caña de Azúcar
- Masato de Yuca, plátano o camote
- Agua de Jamaica

¿Qué horario de atención le gustaría que manejaran los diversos establecimientos? *

- De 06:H00am a 12:H00pm
- De 11:H00am a 06:H00pm
- De 04:H00pm a 02:H00am
- De 06:H00pm a 05:H00am
- Las 24 horas

¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por una aplicación móvil que le brinde información verás y segura sobre un establecimiento en concreto, horario, ubicación, menú, números telefónicos y demás? *

- Ningún valor
- Hasta \$ 0.25 centavos
- Hasta \$ 0.50 centavos
- Hasta \$ 1.00 dólar
- Más de \$ 1.00 dólar

¿Qué probabilidad existe de que regrese a un establecimiento de comida local de la región amazónica? *

- Muy probable
- Probable
- Poco probable
- Muy improbable
- Ninguna

¿Qué prima para usted al momento de elegir donde debe degustar un plato típico de la región amazónica? *

- La ubicación del restaurante
- Que el lugar cuente con áreas verdes
- El sabor de la comida

¿Con que frecuencia hace uso de aplicaciones móviles como Google Maps para desplazarse de un lugar a otro? *

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

Enviar

Borrar formulario



SHUAR YURUMAK
Typical Food

**MANUAL DE APLICACIÓN MÓVIL
PARA LA GEOLOCALIZACIÓN DE LA
COCINA LOCAL DE LA REGIÓN
AMAZÓNICA DEL ECUADOR**

ENERO 2022

NOMBRE DE LA COMPAÑÍA:

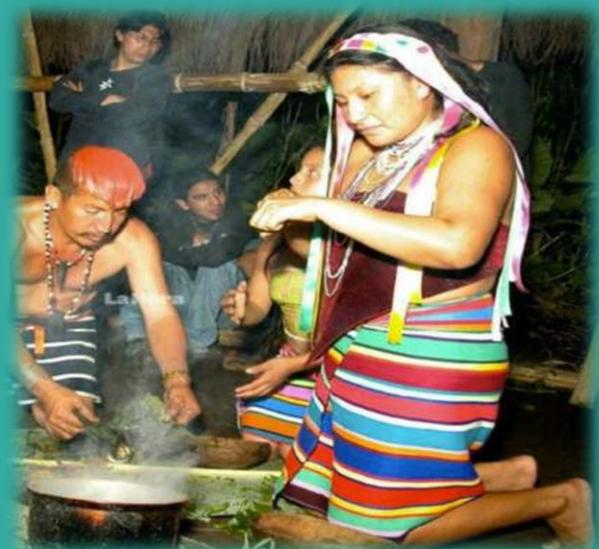
SHUAR YURUMAK

Creado por:

ANYELY SALAZAR



**fotógrafos
ecuatorianos**



INDICE DE CONTENIDO

TEMA:	-
MANUAL DE APLICACIÓN MÓVIL PARA LA GEOLOCALIZACIÓN DE LA COCINA LOCAL DE LA REGIÓN AMAZÓNICA DEL ECUADOR	3
INTRODUCCIÓN. -	3
OBJETIVOS. -	4
Objetivo General. -	4
Objetivos Específicos-	4
PLAN DE ACCIÓN. -	5
Firestore. -	7
Ventajas-	8
Desventajas-	8
Aplicaciones famosas que usan Firestore. -	9
Json.-	11
Kodular	12
BIBLIOGRAFÍA.....	245

El placer de los banquetes debe medirse no por la abundancia de los manjares, sino por la reunión de los amigos y por su conversación.

(Cicerón)

TEMA:

MANUAL DE APLICACIÓN MÓVIL PARA LA GEOLOCALIZACIÓN DE LA COCINA LOCAL DE LA REGIÓN AMAZÓNICA DEL ECUADOR

INTRODUCCIÓN. -

La tecnología móvil está directamente entrelazada con la comunicación, tiene que ver con aquellas herramientas que apertura continuamente una alta gama de posibilidades para la creación de nuevas fuentes de servicio y a su vez, escenifican el alcance a los usuarios de dichos procesos. Es por ese motivo que este manual tiene como finalidad presentar un breve análisis de lo que son los requerimientos del proceso de desarrollo de una aplicación móvil misma que funciona en base a la geolocalización de restaurantes que venden comida típica dentro de las seis provincias de la región amazónica del Ecuador.

Dicho de otra manera, lo que se pretende evidenciar es el proceso de creación de una aplicación móvil; esto es, el diseño y la manera más sencilla para implementar conjuntamente con una base de datos una app que permita conocer al usuario los platos típicos de la región, la ubicación del restaurante, horarios, precios, comentarios que han hecho los comensales acerca del restaurante sean estos buenos o malos, indagar en fotos tanto del mismo establecimiento como imágenes expuestas por los comensales, entre otros.

Ahora bien, el sistema de geolocalización gastronómico se desarrolló por medio de la herramienta conocida como “Kodular” la cual es una plataforma interactiva que permite a cualquier usuario tenga este o no conocimientos de programación crear aplicaciones desde cero paso a paso de acuerdo a sus necesidades, preferencias y dar lugar como tal, a los resultados que tiene como meta obtener (El rincón informático, s.f.)

OBJETIVOS. –

Objetivo General. -

- Analizar e identificar los requerimientos que tiene este sistema “Kodular” mediante el proceso de desarrollo de la parte genérica de la app para el posterior diseño e implementación de una aplicación móvil de comida local basada en la geolocalización de los restaurantes por provincia que vendan dichos platillos.

Objetivos Específicos-

- Elaborar una tabla de flujos que permita identificar una secuencia de actividades dentro del proceso de creación de la app.
- Crear una base de datos que se conecte con la aplicación para facilitar la actualización de datos y flujo de este.
- Difundir la aplicación para que las personas accedan y conozcan los beneficios de tenerla descargada.

PLAN DE ACCIÓN. -

Dentro de la rama del turismo, el uso de dispositivos móviles ha sido una herramienta que poco a poco se ha vuelto indispensable para el desarrollo de muchas actividades y especialmente en todo lo relacionado a la guianza, rutas y demás. Corroborando a que la información sea más factible para la dispersión del turista tanto dentro de su país de origen como a nivel mundial, así verifican (Zhang, Cheung, & Law, 2018).

De esta forma, tanto las apps para viajeros como los dispositivos de reservación o plataformas para venta online, los buscadores que permiten medir las experiencias en un lugar en conjunto con las redes sociales son las que permiten las actualizaciones continuas de nuevas funciones para satisfacer las necesidades del viajero.

Dicho esto, se hace necesario detallar que las aplicaciones móviles no solo han logrado generar un cambio de mentalidad en los viajeros, sino que, además, permiten que el turista tenga un encuentro por así decirlo: vivencial-autónomo, en el que él es el único responsable de autogestionar y personalizar su viaje de comienzo a fin. Opone (Miranda & Cruz, 2019).

Por otro lado, Elizabeth Champagne, gerente de marketing para el segmento corporativo de Sabre Travel Network, citada por (Emarketing, 2021) “El viajero es consciente de la complejidad de los viajes en materia de información, por eso el acceso ágil y en tiempo real a datos actualizados que aportan una cuota de previsibilidad en el tránsito de aeropuertos, taxis, recepciones de hotel, etc.” Esto quiere decir que, al haber tanta disponibilidad de información el viajero tiende a ser más exigente y por tal, la demanda crece y la innovación debe ser constante.

Ahora bien, se hizo uso de la aplicación gratuita conocida como “Draw.io” la cual es una aplicación web valga la redundancia que permite organizar de manera detallada las ideas que se tienen y editar diagramas que el mismo programa facilita, además de que posibilita trabajar con la aplicación en línea o sin internet mediante la descarga de

la app en diversas plataformas como son Chrome OS, GNU/Linux, Mac OS y Windows, compartir con otros usuarios la información e integrarla en otros sitios webs (Mancomun, 2022).

A continuación, un detalle más específico de la idea:

Objetivo específico 1- Para el cumplimiento del objetivo específico 1 se ha elaborado una tabla de flujo en la plataforma conocida como “Draw io”

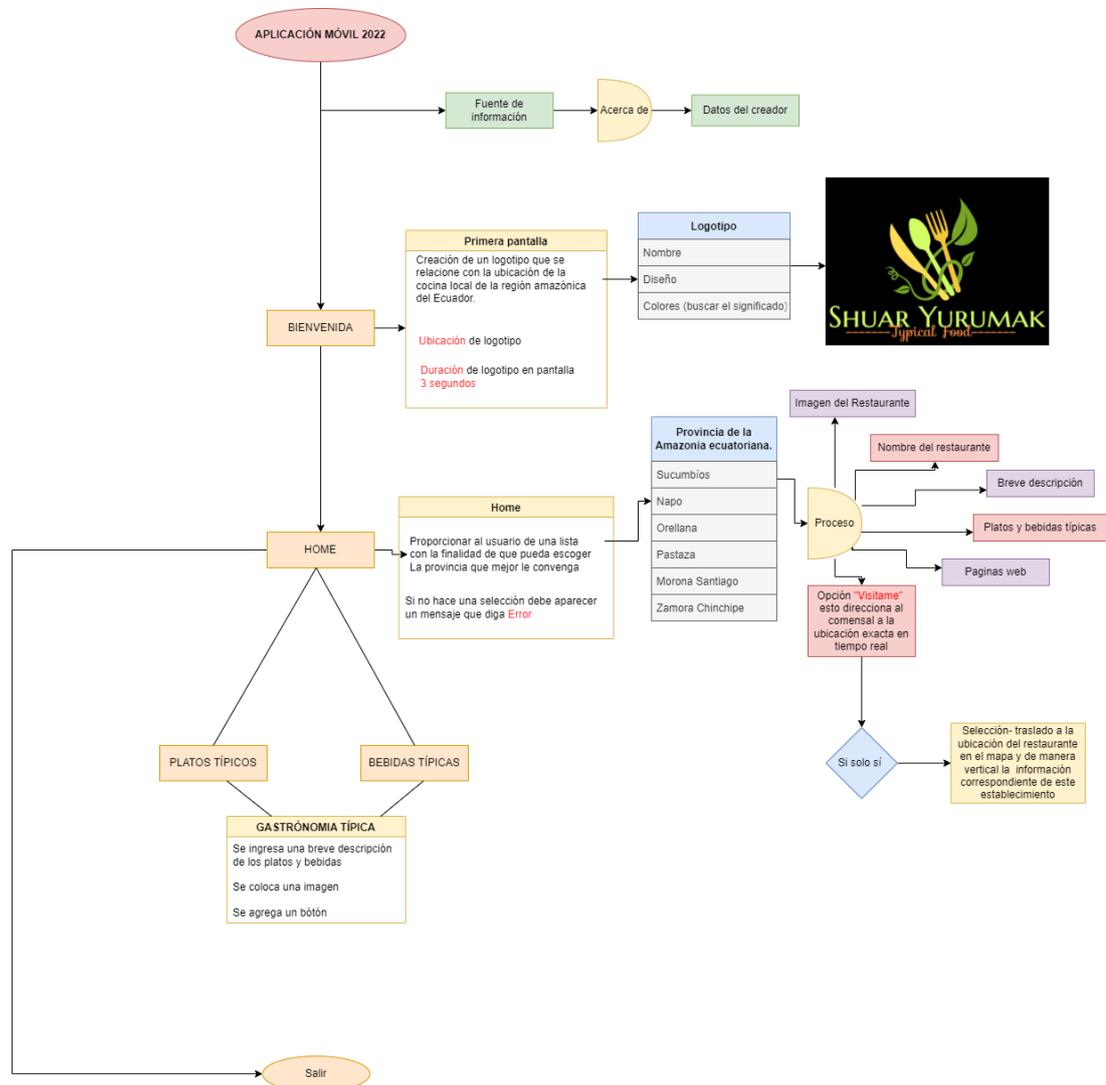


Figura N.1 Flujograma de la aplicación
Fuente: (Salazar, Shuar Yurumak, 2022)
Elaborado por: Salazar, A. (2022)

Dicho lo expuesto, se deja evidenciar un proceso de secuencia que debe ejecutar la aplicación a desarrollarse para cumplir el objetivo primordial que es geolocalizar los platos típicos de la región amazónica del Ecuador, para lo cual esta app toma el nombre de “Shuar Yurumak”.

Objetivo específico2- Para el cumplimiento del objetivo 2 se hace uso de la siguiente plataforma:

Firestore. -

Es una herramienta que se entrelaza con Google, sin embargo, permite crear la plataforma desde un servidor ya sea de correo o a través de Facebook. Esta aplicación tiene como prioridad cargar en una nube los datos que se puedan generar para el respaldo, creación y programación de una aplicación sea esta web o móvil.

Se encuentra disponible para diversas plataformas como son (iOS, Android y web), lo cual permite trabajar de manera más segura y ligera. A pesar de que es una aplicación que fue creada en el 2011 con el tiempo paso a ser propiedad de Google, específicamente para el año 2014 la cual empezó con una base de datos real en su sistema y poco a poco fue creando funciones especialmente las más recientes que han facilitado la creación de varias apps (Iebs, 2021).

La función principal de Firestore es hacer más dinámica y sencilla la creación de aplicaciones móviles y por ende su desarrollo, el objetivo de esta es corroborar a que el trabajo sea mas rápido, seguro y brinde calidad en el trabajo (Firestore- Google, 2022).

Menciona (Lopez Mora, 2020) la aplicación se divide en cuatro grupos que son “desarrollo, crecimiento, monetización y análisis”, básicamente es lo que la base de datos Firestore ofrece y permite obtener por su uso.

Ventajas y desventajas-

Ventajas-

Entre las más comunes de acuerdo a lo que menciona (**La ingeniería, 2017**) tenemos:

- Útil para la creación de aplicaciones que requieren compartir datos en tiempo real
- No es necesario usar todas las aplicaciones para obtener un beneficio alto
- Permite que el usuario monetice la aplicación
- Ofrece videos y un sin número de documentos para que el programador pueda guiarse
- Se gestiona un soporte gratuito via email
- Brinda seguridad al usuario y más aún cuando la base de datos tiene que ver con la generación de usuario y contraseñas puesto que codifica datos y crea pins únicos
- Envía un mensaje de error si alguna fórmula está mal puesta y te señala en que parte está mal
- La persona puede obtener un aprendizaje automático y distribuir su tiempo para la continuidad de sus proyectos o aplicaciones.
- Crea copias de seguridad

Desventajas-

- No cuenta con una flecha que te permita ir atrás en caso de eliminar o hacer un mal movimiento
- Existen algunos requerimientos en cuanto a la monetización y es un poco cara

Aplicaciones famosas que usan Firebase. –

Entre las aplicaciones que hacen uso de este servidor y que actualmente son reconocidas por los servicios que ofrece y en algunas las facilidades que les da a los usuarios de hacer uso de sus servicios son:

- Alibaba
- The New York Times
- Todoist
- Le Figaro
- eBay Motors

A continuación, una visualización general de la base de datos.

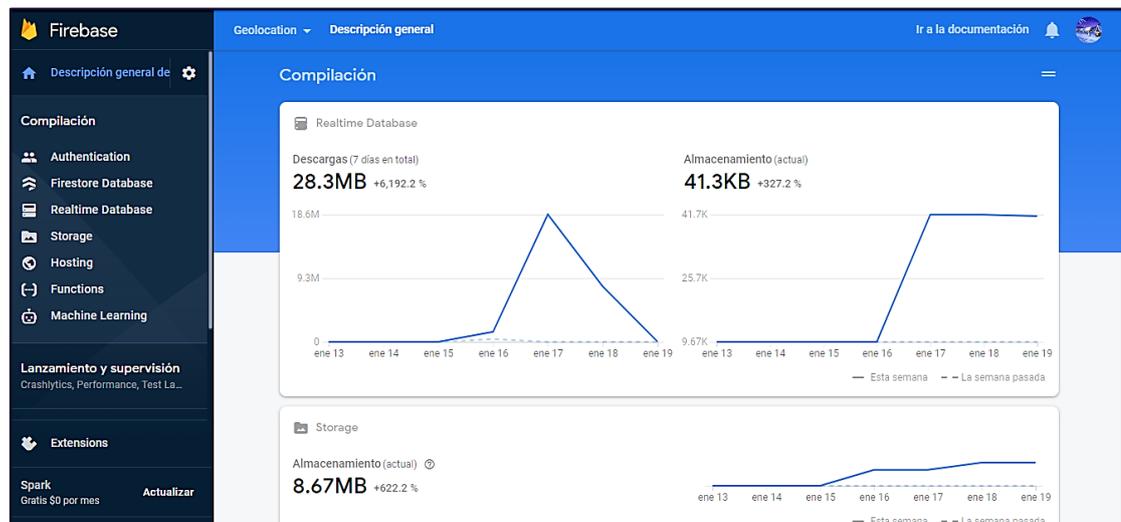


Figura N.2 Descripción general de la base de datos y el tiempo de uso de Farebase

Fuente: (Salazar, Firebase, 2022)

Elaborado por: Salazar, A. (2022)

En la imagen se puede denotar que existen ciertos botones de manejo general que permiten que la aplicación sea más completa. La creación de una cuenta es muy fácil solo se requiere acceso al Google, Facebook o un correo como lo mencione antes; te presenta una gráfica de acuerdo al tiempo que se ha hecho uso de la aplicación y el almacenamiento que se tiene hasta la fecha actual.

De esta aplicación hice uso de tres componentes que son:

Realtime Database, ayuda con la generación de listas de acuerdo a los datos que se desean proporcionar y los acomoda en el sistema.

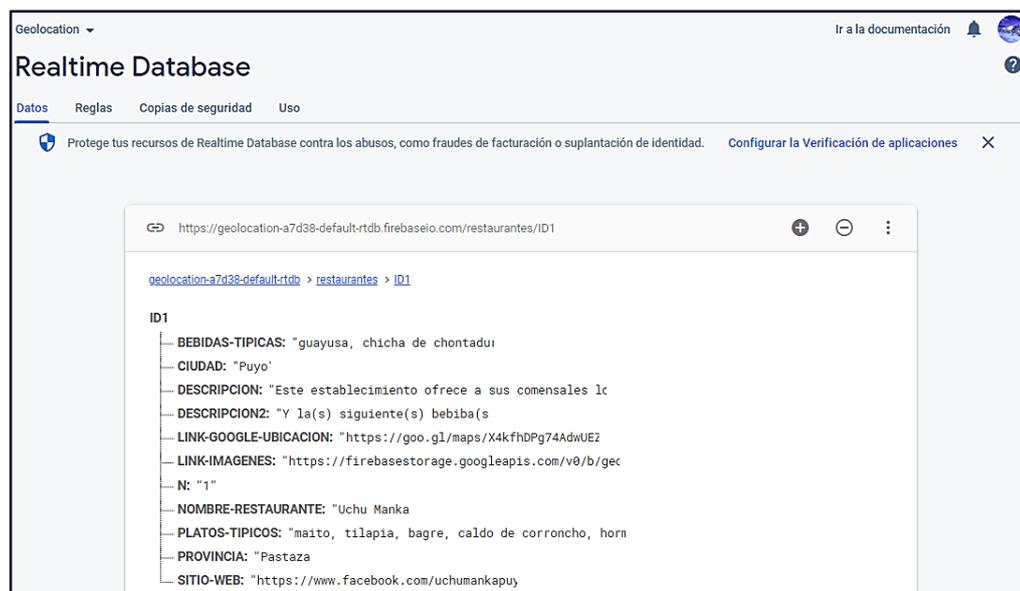


Figura N.3 Realtime Database
Fuente: (Salazar, Firebase, 2022)
Elaborado por: Salazar, A. (2022)

En el Storage se proporciona una base de imágenes, solo es necesario subir la imagen y esta misma genera datos importantes como por ejemplo el link de la imagen, tipo de imagen, tamaño, la fecha de creación, la fecha de actualización, la ubicación del archivo y otros metadatos.

Storage

Files Rules Usage

Protege tus recursos de Storage contra los abusos, como fraudes de facturación o suplantación de identidad. [Configurar la Verificación de aplicaciones](#) X

gs://geolocation-a7d38.appspot.com [Subir archivo](#)

<input type="checkbox"/>	Nombre	Tamaño	Tipo	Modificación más reciente
<input type="checkbox"/>	AMAZONIA RESTAURANTE Y EVENTOS.png	565.31 KB	image/png	15 ene 2022
<input type="checkbox"/>	COCO Y CAÑA.jpg	127.22 KB	image/jpeg	15 ene 2022
<input type="checkbox"/>	COMEDOR LA ESQUINA DEL SABOR.jpg	113 KB	image/jpeg	15 ene 2022
<input type="checkbox"/>	COMIDA TIPICA ZAMORANA.png	49.82 KB	image/png	16 ene 2022
<input type="checkbox"/>	DOÑA MICHI.jpg	171.22 KB	image/jpeg	15 ene 2022
<input type="checkbox"/>	D'SKANDALO RESTAURANTE.jpg	316.75 KB	image/jpeg	15 ene 2022

AMAZONIA RESTA...



Nombre
AMAZONIA RESTAURANTE Y EVENTOS.p...

Tamaño
578,875 bytes

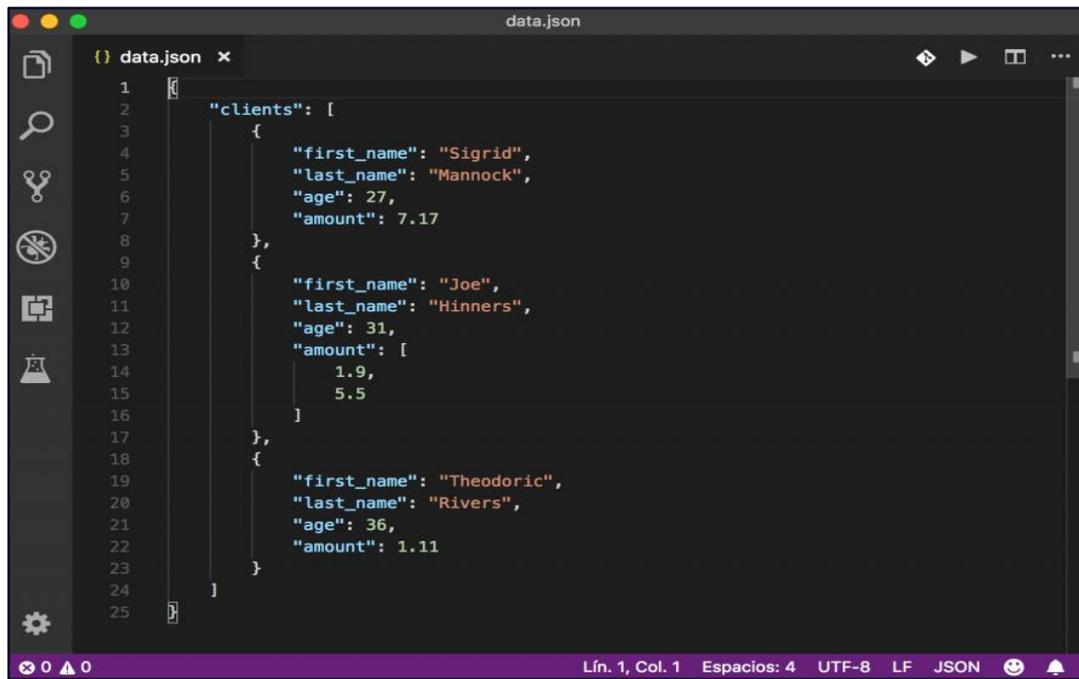
Tipo
image/png

Figura N.4 Storage
Fuente: (Salazar, Firebase, 2022)
Elaborado por: Salazar, A. (2022)

Todas estas opciones fueron de utilidad para programar y que al momento de cambiar algo o de pedirle a la aplicación que genere ciertos pasos lo haga. Sin embargo, fue muy difícil obtener estos datos en orden puesto que se descargaba el Excel de Json pero al momento de ejecutarlo en un servidor cambiaba ejemplo puntos por comas o corchetes por llaves lo cual generaba error en la aplicación y por ende no permitía que al elegirse una opción en este caso puede ser Sucumbíos saliera que restaurantes aplican para esta provincia, entre otros problemas que se generaron. Aún así se consiguió modificar en las características de la aplicación ciertos detalles y subir la correcta información.

Json.-

(JavaScript Object Notion- Notación de objetos de JavaScript) es un formato ligero que facilita el intercambio de datos puesto que este es un subconjunto de notación literal de objetos que no requieren del formato XML para poder importar o exportar datos (Leite, 2017).



```
{
  "clients": [
    {
      "first_name": "Sigrid",
      "last_name": "Mannock",
      "age": 27,
      "amount": 7.17
    },
    {
      "first_name": "Joe",
      "last_name": "Hinnners",
      "age": 31,
      "amount": [
        1.9,
        5.5
      ]
    },
    {
      "first_name": "Theodoric",
      "last_name": "Rivers",
      "age": 36,
      "amount": 1.11
    }
  ]
}
```

Figura N.5 Json

Fuente: (Rodriguez, 2018)

Elaborado por: Salazar, A. (2022)

Objetivo General. – Para el cumplimiento del objetivo general lo que se hizo es generar una aplicación la cual puede geolocalizar los diversos restaurantes que venden comida típica en la región amazónica.

Kodular

Es una aplicación de libre acceso que facilita la creación de aplicaciones web o móviles desde cero como ya lo mencioné antes de manera online. Esta aplicación proporciona un aprendizaje amplio y sencillo el cual va orientado a la programación e invención de aplicaciones de acuerdo a las necesidades de cada persona u empresa, este es susceptible al uso autónomo, lo cual genera facilidad de trabajo y a su vez proporciona seguridad.

La herramienta en línea favorece el diseño de pantallas y una QR que permite generar la app y poder descargar en el celular para tener una visualización más directa con

respeto a la manera en la que puede quedar y por ende si requiere hacer cambios o va en buen funcionamiento.

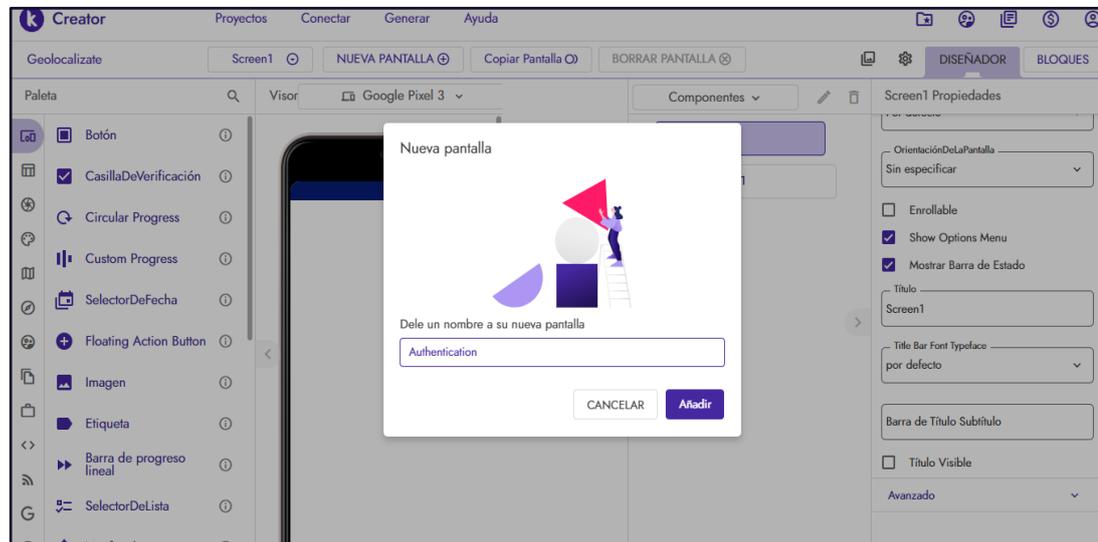


Figura N.6 Kodular
Fuente: (Salazar, Kodular , 2022)
Elaborado por: Salazar, A. (2022)

Como se puede ver en la imagen la app brinda un sin número de posibilidades para su uso y programación, en este caso para esta app no se consideró una autenticación de usuario por medio de registro, usuario y contraseña por que no se me hace necesario en este caso guardar la información de las personas o llevar un conteo de las mismas para un sustento de registro.

Pero, si se proporciona información que el usuario puede compartir a sus amigos, por ejemplo, esto sin seguimiento alguno y con libre acceso.

A continuación, se evidencia la parte de programación de la aplicación:

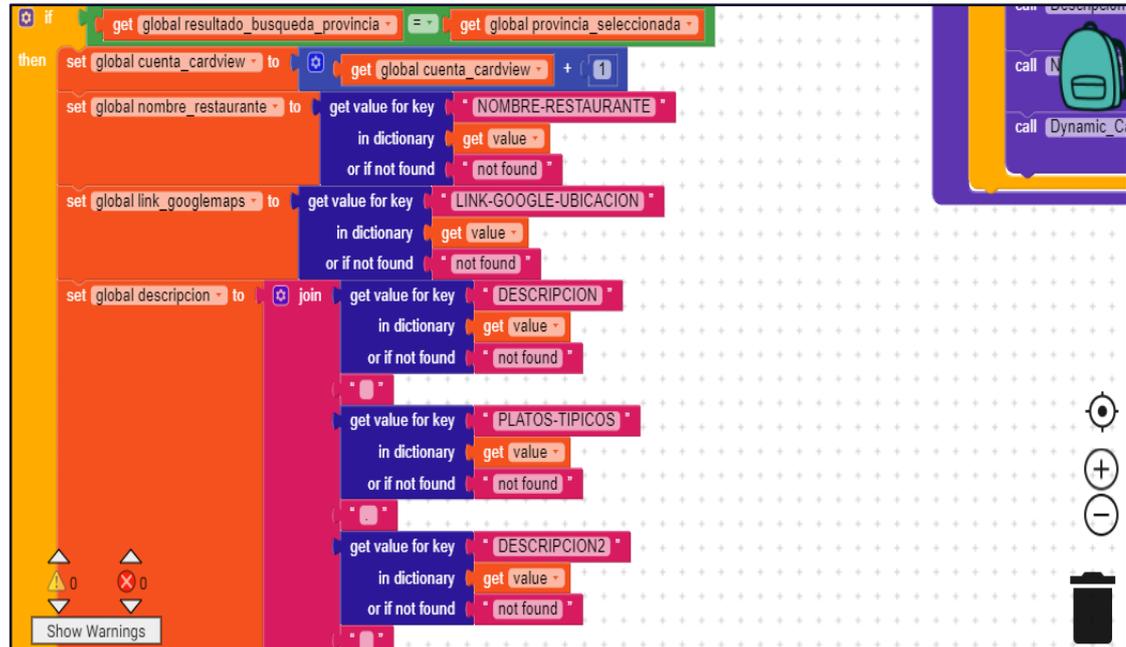


Figura N.7 Programación
Fuente: (Salazar, Kodular , 2022)
Elaborado por: Salazar, A. (2022)

En esta parte lo que se procede es a programar cada una de las funciones que de desea o requiere tener la aplicación para su posterior uso. Para lo cual se creó 4 botones de foco de acceso que son Home, platos típicos, bebidas típicas y el botón salir. Cada uno ofrece información de utilidad al comensal para facilitar su desplazamiento. Y finalmente el botón salir que es el que direcciona al comensal a salir de la aplicación.

También para mayor información o comunicar algún tipo de error la persona puede llamar o escribir al creador y esto se hace al dar clic en los tres botones juntos que se encuentran en la parte derecha superior “acerca de” ahí aparece el correo, nombre y número celular.



Figura N.8 “Shuar Yurumak”
Fuente: (Salazar, Kodular , 2022)
Elaborado por: Salazar, A. (2022)

En esta imagen se puede apreciar la calidad del trabajo, la puesta en escena que goza el logotipo y como priman sus colores.

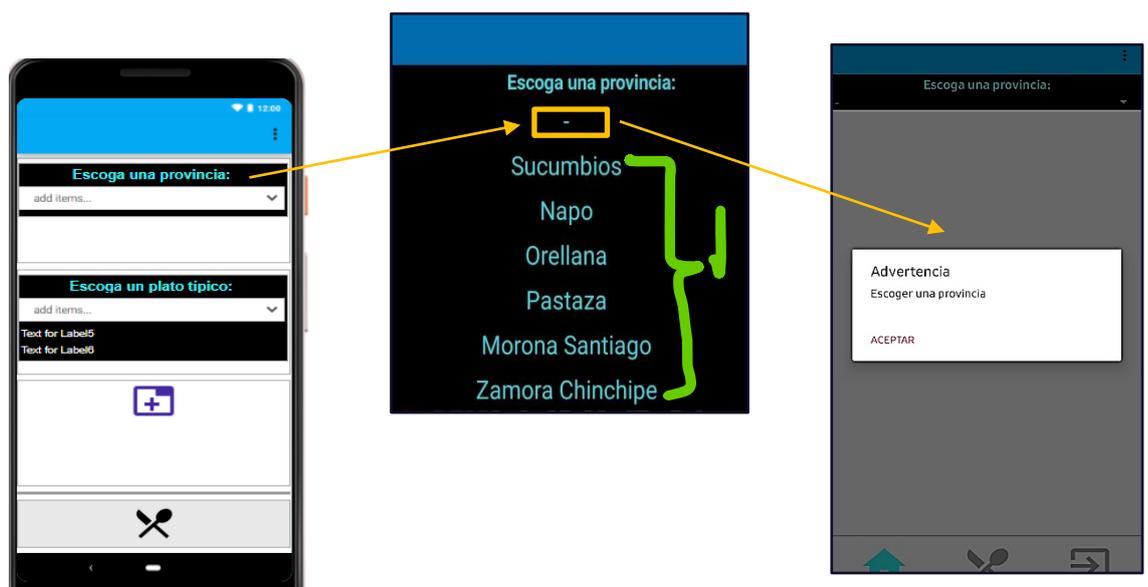


Figura N.9 Base general
Fuente: (Salazar, Kodular , 2022)
Elaborado por: Salazar, A. (2022)

En la opción Home el usuario tiene la posibilidad de acceder a cualquiera de las 6 provincias de la amazonia ecuatoriana: Sucumbíos (Nueva Loja), Napo (Tena), Orellana (Francisco de Orellana), Pastaza (Puyo), Morona Santiago (Macas) y Zamora Chinchipe (Zamora). De este modo se va a desplegar un sin numero de posibilidades de restaurantes los cuales al darle clic en “Visítame” va a direccionar a la persona desde Google maps a el punto de referencia exacto en tiempo real. Sin embargo, si se presiona sobre el signo (-) saldrá una notificación de error la cual tiene como finalidad indicar que no se ha hecho ninguna selección.

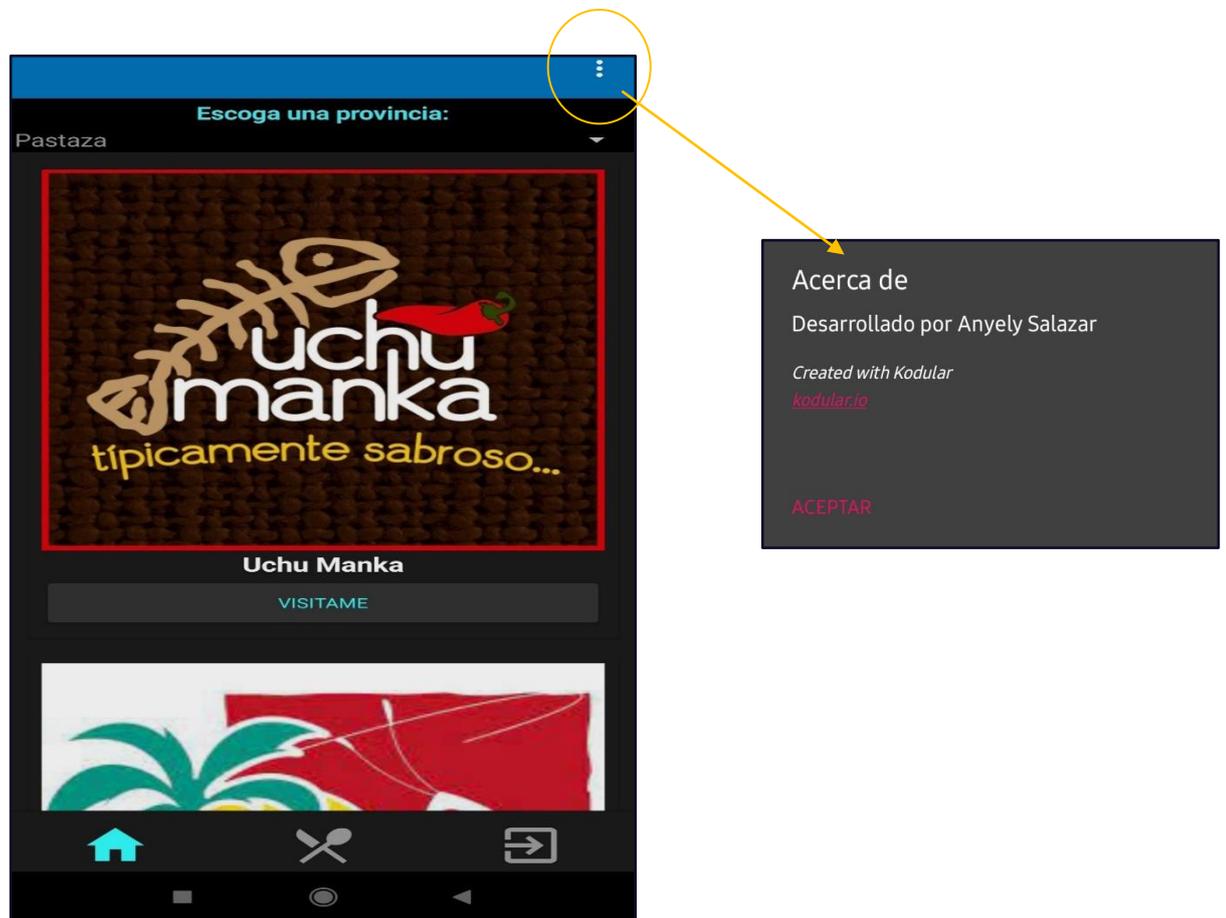


Figura N.10 Home
Fuente: (Salazar, Kodular , 2022)
Elaborado por: Salazar, A. (2022)

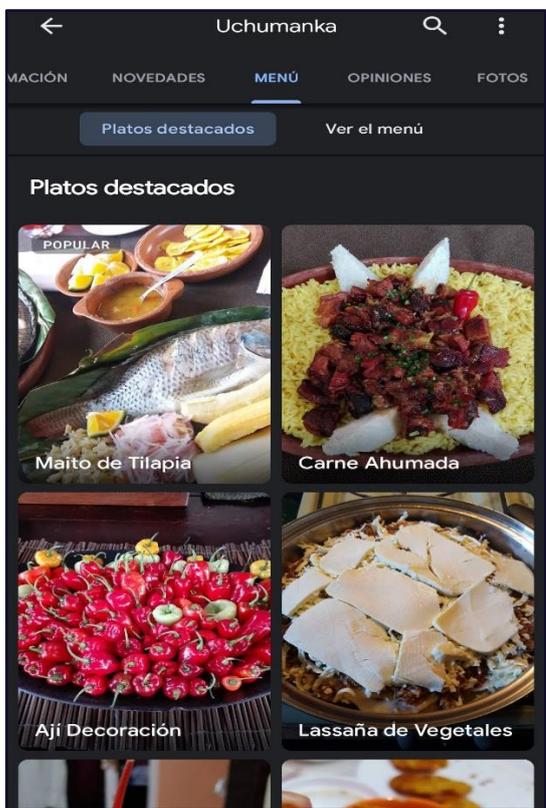
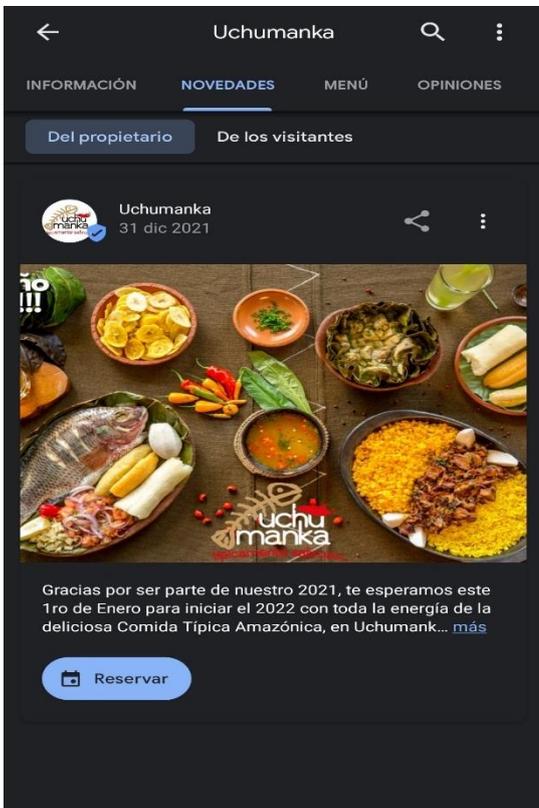
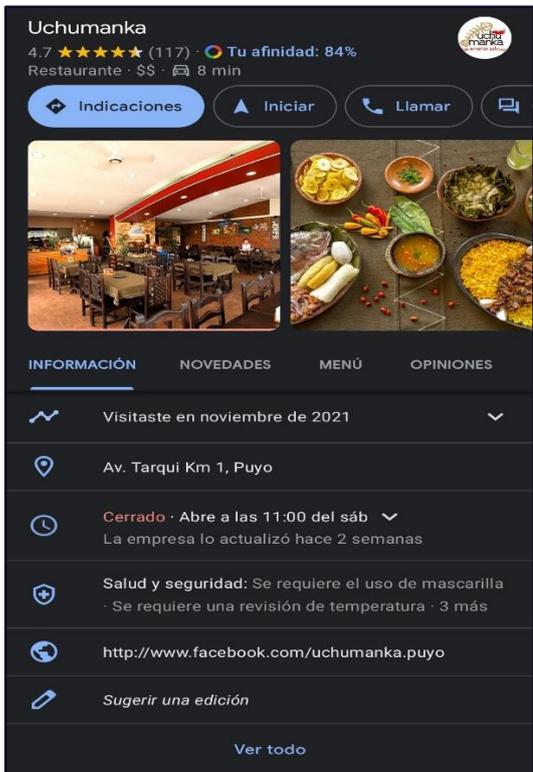
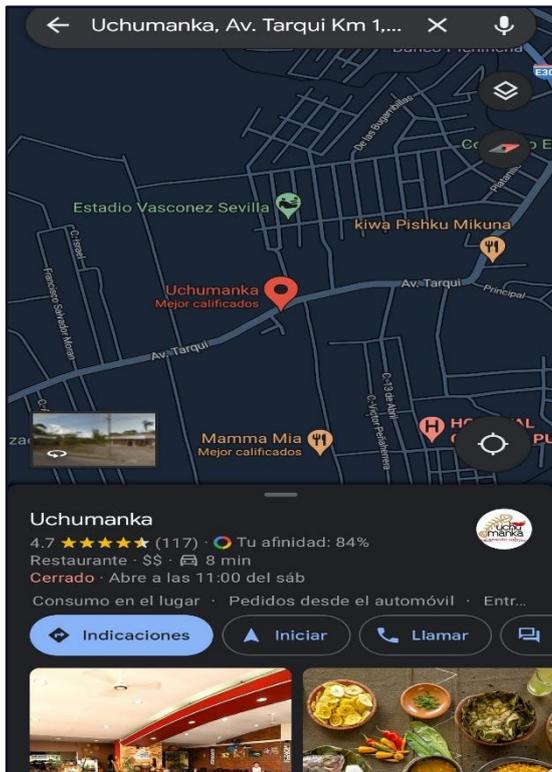
En este caso se seleccionó el restaurante Uchumanka perteneciente a la provincia de Pastaza y se expondrán imágenes para su respectivo sustento.

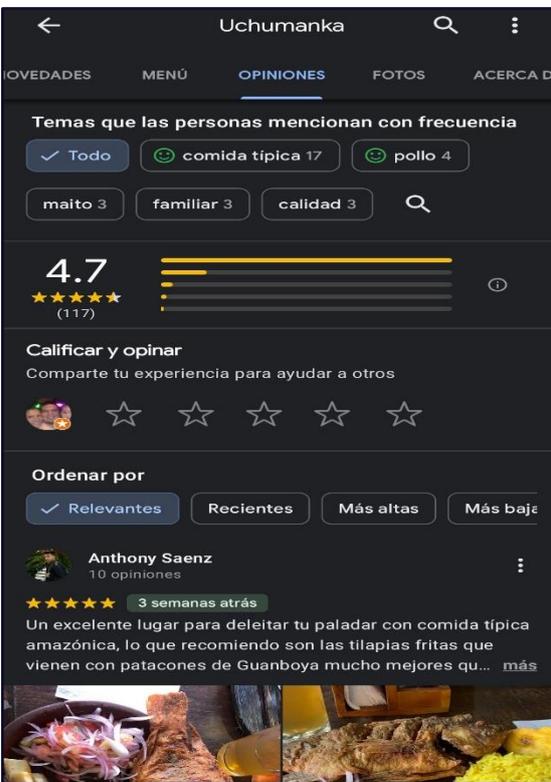


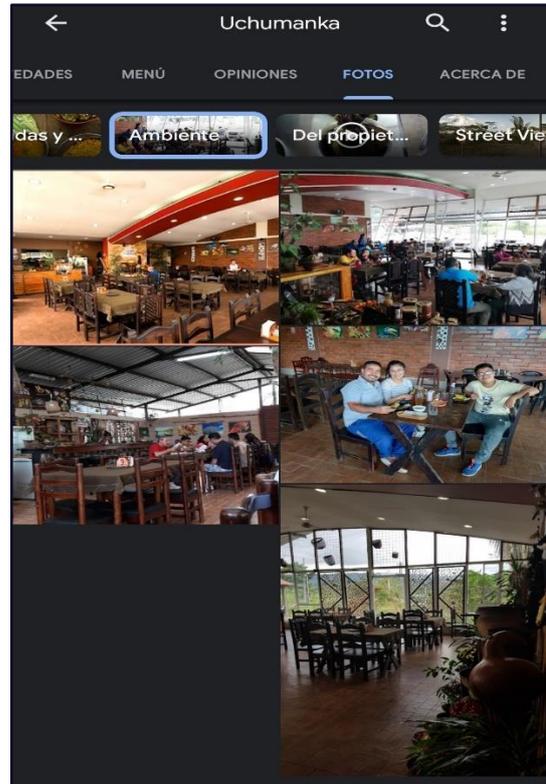
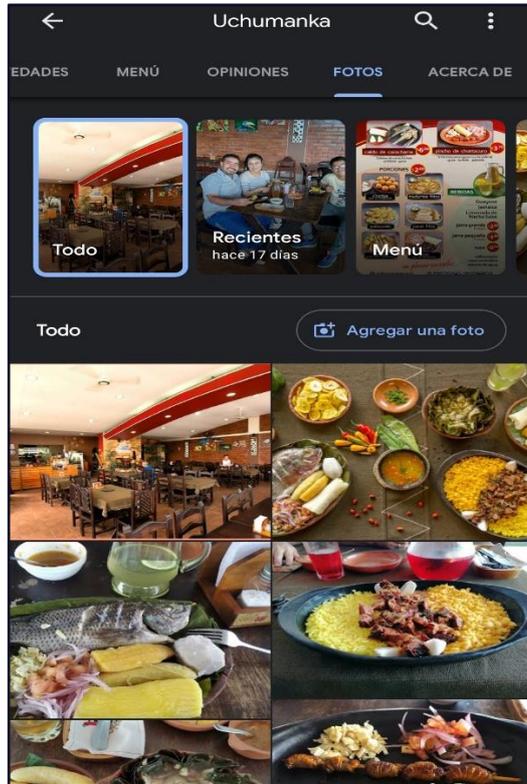
Uchu Manka

Este establecimiento ofrece a sus comensales los siguientes platos típicos de la region amazonica: maito, tilapia, bagre, caldo de corroncho, hormigas culonas, chontacuros, buñuelos de yuca. Y la(s) siguiente(s) bebida(s): guayusa, chicha de chontaduro.

[VISITAME](#)







En el segundo y tercer botón se puede denotar los diversos platos y bebidas típicas respetivamente que tiene la región amazónica, una breve descripción y una imagen de los mismos. La finalidad de estos botones a parte de informar es ayudar al comensal a tener una idea más clara de lo que puede pedir.

Descripción de los platos típicos:

AYAMPACO
Conocido también como "Yunkurak", es un plato de origen Shuar. Se compone de pollo, tilapia o carachama con yuca frita y se envuelve en hojas de bijao. Sin embargo, hay personas que lo prefieren a base de vísceras de res, gallina o rana.

UCHUMANKA
De origen prehispánico, es considerada como el plato emblemático de la provincia de Orellana a partir del 2018. Esta, es una sopa picante que contiene pescado o gallina y ají, se sirve con yuca, plátano o papa y se complementa con patas muyo, palmito y kallamba (hongos silvestres).

MAITO
La palabra "Mayto" significa envuelto, en este caso, envuelto de pescado amazónico, es a raíz de esto que nace su nombre. Se compone de pescado sazonado con yuca, plátano verde, papa china, palmito cocinado, curtido y ají.

TRUCHA
La trucha es uno de los platos típicos ecuatorianos que se consiguen a nivel nacional. Sin embargo, de acuerdo a la región varían los acompañados y el sabor, comúnmente van con guarniciones como arroz, patacones, papas fritas, menestra, ensalada, curtido y aguacate.

TILAPIA

Descripción de las bebidas típicas:

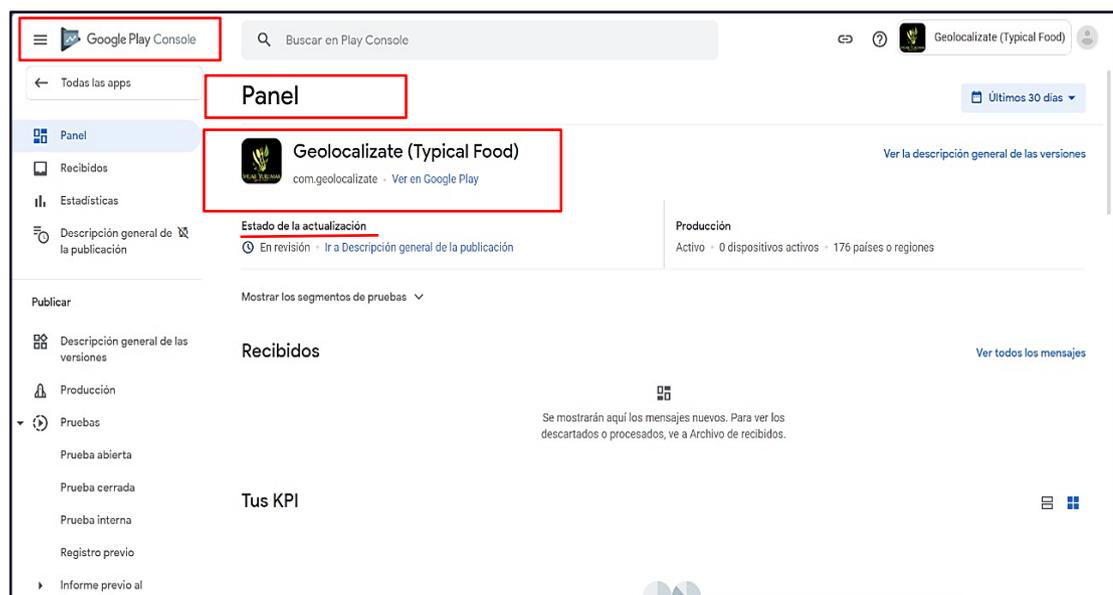
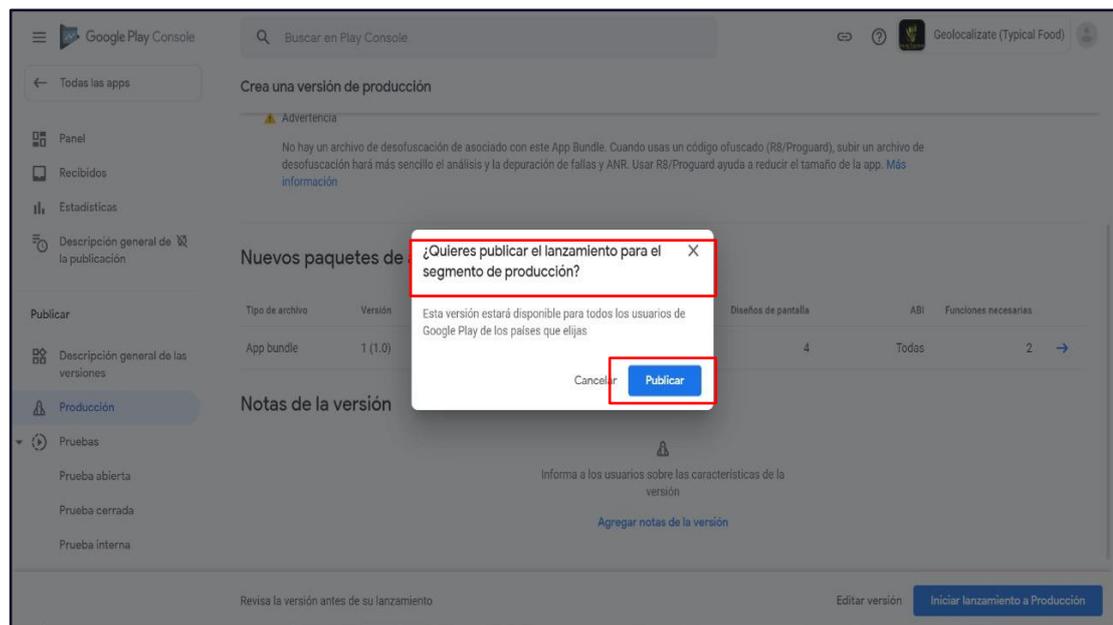
GUAYUSA
La guayusa es una planta autóctona de la región selvática ecuatoriana. Es consumida desde hace más de 1.000 años por los pueblos originarios mismos que realizan infusiones con ella ya que tiene según la cultura poderes energizantes y es un antioxidante.

SINCHICARA
Es una bebida medicinal que se utiliza para contrarrestar el reumatismo, artritis, rinitis, además es una bebida afrodisíaca. Está constituida por aguardiente de caña, chuchugaso, uña de gato, guayusa, boldo, hierba luisa, rabo de mono (bejuco), esencia de vainilla. Popularmente conocida en la tierra de Sucumbios.

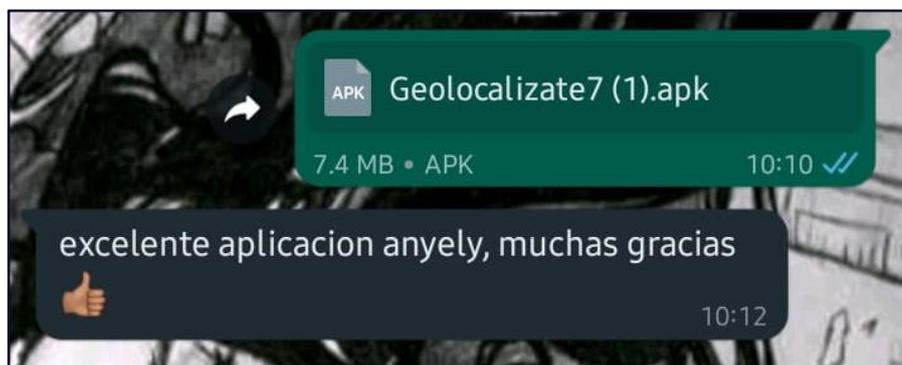
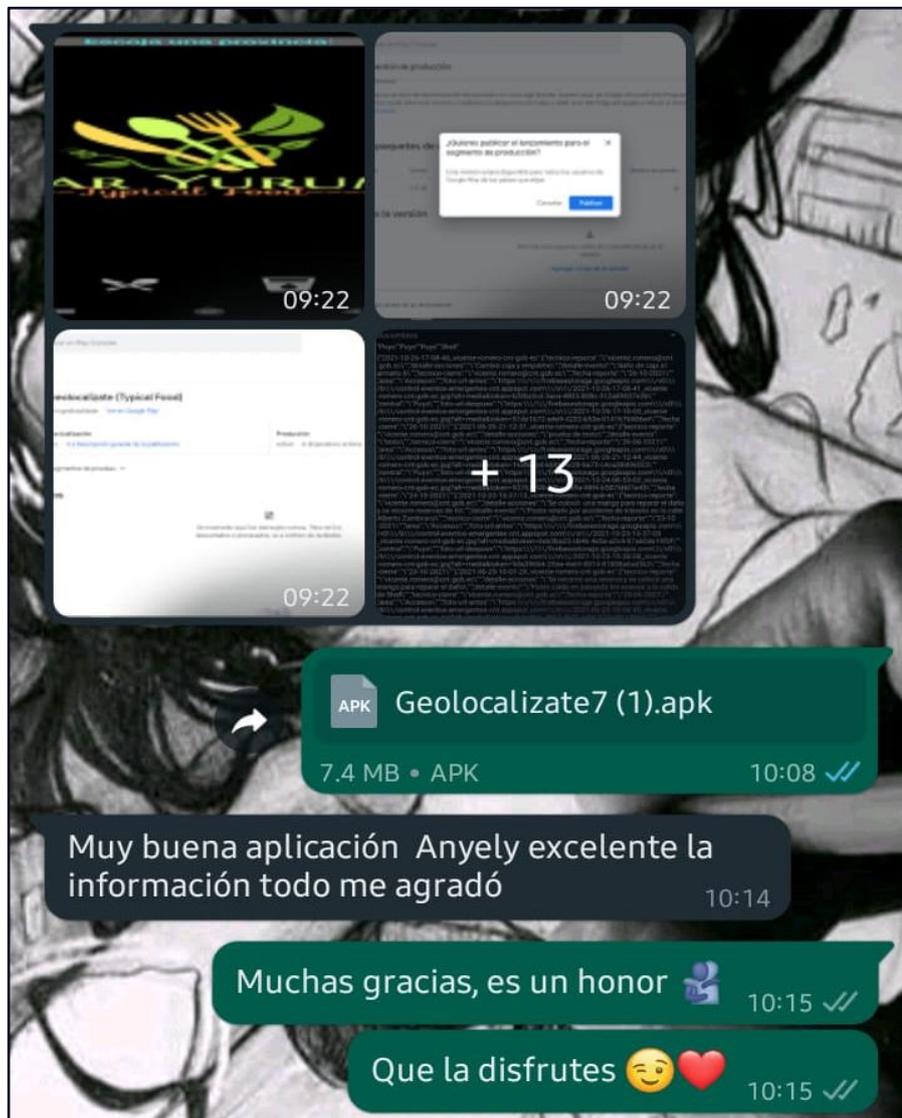
COLADA PLATANO MADURO
También conocida como la "Chucula" es una colada espesa a base de plátano maduro originaria de la Amazonía ecuatoriana. Se le atribuye su preparación al pueblo indígena Siona puesto que esta hace parte de su dieta diaria.

Finalmente, el botón salida.

Objetivo específico 3- Para el cumplimiento de este objetivo lo que se hizo fue publicar la aplicación en Play store, facilitando de esta forma que las personas puedan descargar la app e informarse. De esta forma, se evidencia que este objetivo fue cumplido.



A continuación, Algunos mensajes de agradecimiento por parte de las personas que ya hacen uso de la aplicación Shuar Yurumak.



BIBLIOGRAFÍA

- El rincón informático. (s.f.). *Kodular*. Obtenido de <https://sites.google.com/view/elrinconinformatico/pagina-principal/posts/programming/kodular>
- Emarketing. (21 de julio de 2021). *Email Marketing, una herramienta esencial para las Pymes*. Obtenido de Revista: Marcas y Turismo: <http://www.turismoytecnologia.com/emarketing-y-publicidad-online-seo-sem-email-sm-redes-pauta/item/6372-email-marketing-una-herramienta-esencial-para-las-pymes>
- Firestore- Google. (2022). *Firestore Realtime Database*. Obtenido de Firestore documentation: <https://firebase.google.com/docs/database?hl=es>
- Iebs. (junio de 2021). *Firestore, qué es y para qué sirve la plataforma de Google*. Obtenido de Iebs: <https://www.iebschool.com/blog/firebase-que-es-para-que-sirve-la-plataforma-desarrolladores-google-seo-sem/>
- La ingeniería. (30 de 07 de 2017). *¿Cuáles son las desventajas de usar servicios como Firestore en comparación con escribir su propio back-end?* Obtenido de <https://laingenieria.info/questions/37306/cuales-son-las-desventajas-de-usar-servicios-como-firebase-e>
- Leite, G. (16 de 12 de 2017). *¿Que es Json?* Obtenido de <https://www.aluracursos.com/blog/que-es-json>
- Lopez Mora, S. (17 de mayo de 2020). *Firestore: qué es, para qué sirve, funcionalidades y ventajas*. Obtenido de Digital55: <https://www.digital55.com/desarrollo-tecnologia/que-es-firebase-funcionalidades-ventajas-conclusiones/>
- Mancomun. (04 de enero de 2022). *Draw.io*. Obtenido de Xunta de Galicia: <https://www.mancomun.gal/es/solucion-tic/draw-io/>
- Miranda, A., & Cruz, I. (2019). Mobil Devices Use Benefits Analysis in Tijuana's, Baja California, Traveler's ExperienceS. *Scielo*, 31. doi:ISSN 1870-3925

- Rodriguez, D. (16 de julio de 2018). *Archivos JSON con Python: lectura y escritura*. Obtenido de Analitys lane: <https://www.analyticslane.com/2018/07/16/archivos-json-con-python/>
- Salazar, A. (05 de enero de 2022). *Firebase*. Obtenido de Geolocation: <https://console.firebase.google.com/project/geolocation-a7d38/overview?hl=es-419>
- Salazar, A. (enero de 2022). *Kodular* . Obtenido de Geolocation: <https://creator.kodular.io/#5876043330093056>
- Salazar, A. (05 de enero de 2022). *Shuar Yurumak*. Obtenido de Draw.io: https://viewer.diagrams.net/?tags=%7B%7D&highlight=0000ff&edit=_blank&layers=1&nav=1&title=FLUJOGRAMA%20DE%20APLICACION.drawio#R7L3XkuQ6ki36NW1278McowySj9Ray%2BAbVVBrza8%2FZFbV1j3Tus%2FYTNbOzAgQBAEXy5c7ELn%2FBNptwU%2FRUKh9mjV%2FgoD0%2BBPM%2FAmC8Bd0%2F3waz
- Zhang, T., Cheung, C., & Law, R. (02 de agosto de 2018). Functionality Evaluation for Destination Marketing Websites in Smart Tourism Cities. *Journal of China Tourism Research*, 14, 263-278. doi:<https://doi.org/10.1080/19388160.2018.1488641>