

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

CARRERA DE HOTELERIA Y TURISMO

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

Estudiante.

Nora Patricia PaguayZhagüi.

Tutor.

Msc. Paola Molina.

Quito - Ecuador.

Diciembre 2012

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

CARRERA DE HOTELERIA

Y TURISMO

CERTICADO DE RESPONSABILIDAD.

Yo, Msc. Paola Molina certifico que la Señorita Nora Patricia Paguay Zhagui con CC. No. 0104536347 realizó la presente tesis con título “Elaboración de un Mapa Gastronómico Virtual de la Comida Internacional que Oferta el Cantón Cuenca para la FMTC.” Y que es autor intelectual del mismo, que es original autentica y personal.

Msc. Paola Molina.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

CARRERA DE HOTELERIA

Y TURISMO

CERTIFICADO DE AUTORIA.

El documento de tesis con título “Elaboración de un Mapa Gastronómico Virtual de la Comida Internacional que Oferta el Cantón Cuenca para la FMTC” ha sido desarrollado por Nora Patricia Paguay Zhagui con CC. No. 0104536347 persona que posee los derechos de autoría y responsabilidad, restringiéndose la copia o utilización de cada uno de los productos de esta tesis sin previa autorización.

Nora Patricia Paguay Zhagui.

Dedicatoria.

Este trabajo lo dedico a mi padre **Manuel Paguay**, ya que el mejor ejemplo lo recibí de él, y también quiero agradecerles a mis hermanos por el apoyo incondicional que me supieron brindar cuando más lo he necesitado, por lo que hoy en día he llegado a culminar mi profesión. Ellos se convirtieron en uno de los pilares fundamentales para cumplir con mis objetivos y un agradecimiento especial a mi Tutora Msc. Paola Molina por la paciencia y dedicación al momento de realizar este trabajo de titulación de grado.

Agradecimiento.

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

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

Resumen.

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

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

Summary

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

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

TABLA DE CONTENIDOS

	Página
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Antecedentes	2
1.2 Objetivos	4
1.2.1 General	4
1.2.2 Específicos	4
 2. MARCO DE REFERENCIA	 4
2.2.1 Marco Conceptual	4
2.2.2 Fundamentación Teórica	13
2.2.2.1 Teorías de Estudio	14
2.2.3 Hipótesis	19
2.2.3.1 General	19
2.2.3.2 Específicos	19
 3. ESTRATEGIA METODOLOGICA	 20
3.1 Unidad de Análisis	20
3.2 Población y Muestra	23

3.3 Tipo y Nivel de Investigación	23
3.4 Técnicas e Instrumentos	24
3.5 Organización y Análisis de Datos	29
3.6 MATRIZ Y ANALISIS FODA	37
3.6.1 Conclusión Matriz del FODA	39
4. RESULTADOS	40
4.1 Comida Nacional en el Cantón Cuenca	40
4.2 Elaboración del Mapa Gastronómico	53
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	57
5.1 Conclusiones	57
5.2 Recomendaciones	58
BIBLIOGRAFIA	59
ANEXOS	61

LISTA DE CUADROS Y GRAFICOS

	Página
FIGURA 1 Cuadro de la Matriz FODA.	37
FIGURA 2 Cuadro de la actualización de la información de los establecimientos de alimentos y bebidas de la comida nacional.	47
FIGURA 3. Cuadro del levantamiento fotográfico de servidores turísticos del área de restauración – comida nacional.	53

LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1. Carta de autorización

ANEXO 2. Aval otorgado por la FMTC.

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

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

Anexo 5. Mapa gastronómico virtual de comida Internacional del Cantón Cuenca para la FMTC.

1. INTRODUCCIÓN

La presente investigación denominada “La elaboración de un mapa gastronómico virtual de la comida internacional que se ofrece en el Cantón Cuenca para la FMTC”, se enmarca en un conjunto de necesidades y contextos que se encuentran en plena expansión en la industria turística, con el propósito de ayudar

a simplificar de manera eficaz la búsqueda de información de alimentos y bebidas a los viajeros mediante herramientas tecnológicas para la promoción del destino, para conocer con mayor detalle los servicios y la oferta de esta área.

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

1.1 Antecedentes

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

El turismo gastronómico es una forma de hacer turismo en la que la gastronomía del país visitado es parte de la actividad preponderante durante su visita, en los últimos tiempos el turismo se ha transformado en una actividad con mayor trascendencia para la economía de un país, en el Ecuador la gastronomía también es una parte fundamental en el desarrollo del mismo ya que demuestra su cultura e identidad.

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

¹Las primeras guías gastronómicas, se empezaron a realizar en Europa en el siglo XIII, Estas guías eran realizadas por los famosos "gourmets" o "gastronomers", personas de muy grande apetito que se dedicaban en clasificar los restaurantes, el más famoso fue "Kurnonsky" en Amberes, el gran Curnosky.

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

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

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

²La Ilustre Municipalidad de Cuenca a través de la gestión de la alcaldía ve la necesidad de crear una unidad de apoyo al desarrollo del turismo local, creando así la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca, la cual ha fijado como prioridad de acción, promocionar difundir e informar el turismo q oferta el cantón Cuenca, identificando sus: atractivos, servicios y beneficios de visitarlo.

1.2Objetivos

1.2.1Generales

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

1.2.2Especificos

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

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

2. MARCO DE REFERENCIA

2.2.1 Marco conceptual

³**Turismo:** El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa".

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

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

⁶**Visitante:** es toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a 12 meses, y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

³WALTER HUNZIKER, KurtKrapf, Fundamentos de la Teoría General del Turismo, pág.4

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

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

⁷**Servicio:** Organización y personal destinados a cuidar intereses y satisfacer necesidades del público o de alguna entidad oficial o privada. Es el conjunto de acciones establecidas para incrementar la satisfacción del cliente unido a los beneficios del producto.

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

⁹**Servicio de Alimentos y Bebidas:** son todos los establecimientos que de modo habitual y mediante precio proporcionan comidas y/o bebidas con o sin servicios de carácter complementarios.

¹⁰**Servicio de información turística:** es cuando se facilita información a usuarios de servicios turísticos sobre recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios...

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

¹²**Publicidad:** actividades emprendidas con el objeto de presentar a un grupo un mensaje personal, oral escrito o visual, con respecto a un producto, servicio o idea, patrocinando y diseminando por medios masivos de difusión.

⁶ IDEM

⁷ INEFAN-GEF Guías de parques nacionales y reservas del Ecuador, para la protección de la biodiversidad. Quito, Primera Edición, Nov. 1998

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

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

¹⁰ http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo#Informaci.C3.B3n_tur.C3.ADstica. pág.2

¹¹ IDEM

¹² Glosario de Turismo de Negocios: Terminología, Medidas y Capacidades. SECTUR, pág. 1.

¹³**Demanda turística:** Conjunto de bienes y servicios turísticos que el turista está dispuesto a adquirir a los precios internos en el caso del turismo nacional; y a precios determinados por las tasas de cambio, en el turismo internacional.

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

¹⁵**Oferta turística:** Conjunto integrado por bienes y prestaciones de diferentes tipos de empresas (Patrimonio Industria y Propaganda). En estas combinaciones de prestaciones materiales y de servicios, éstos últimos suelen cumplir la función más importante en la elaboración y distribución del producto turístico.

¹⁶**Localización turística:** Conjunto de elementos físicos, factores económicos y humanos que hacen posible la explotación de un recurso básico que sirven para la atracción y frecuentación turística con un índice de rentabilidad.

¹⁷**Turismo Urbano:** Se desarrolla principalmente en aquellos núcleos urbanos considerados puntos de entrada a las regiones o zonas turísticas, base para las giras o paradas esporádicas. Son lugares de concentración de servicios, cuentan con sus propias atracciones y suelen ser sede de importantes negocios, congresos y convenciones.

¹³ IDEM

¹⁴ IDEM

¹⁵ IDEM

¹⁶ IDEM

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

¹⁸**Turismo Cultural:** Es aquella modalidad de turismo que tiene como motivación la contemplación y /o participación en forma activa de las manifestaciones culturales de los pueblos a través de un contacto directo con sus costumbres, su folklore, su arte, su ideología, su lengua, su modo de ver el mundo y su desarrollo.

¹⁹**Turismo sustentable:** Aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje.

²⁰**Ecoturismo:** Es una forma de turismo que respeta y revaloriza el patrimonio natural y cultural; sostiene que es "aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural.

¹⁸ IDEM

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

²⁰ IDEM

²¹**Empresa pública:** es toda aquella que es propiedad del estado, sea este nacional, municipal o de cualquier otro estrato administrativo, ya sea de un modo total o parcial.

²²**Comida internacional:** Muestra la identidad gastronómica de un país.

²³**Mapa Virtual:** es una representación gráfica y métrica de una porción de territorio, hoy constituyen una fuente importante de información, brindando datos de utilidad para el desarrollo de distintas actividades

²⁴**Turismo virtual:** Este es un blog que está hecho para las opiniones sobre el tema del Turismo Virtual y su expansión en el mundo, además tiene la función de informar al público sobre este novedoso término, hablar sobre las funciones que este produce y su impacto en el mundo.

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

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

²⁷**Ilustrador.-** Sirve para crear un mapa, es un artista gráfico que se especializa en la mejora de la comunicación escrita por medio de representaciones visuales que

²¹ CHIAVENATO, Idalberto. Iniciación a la Organización y Técnica Comercial, pág. 4.

²² IDEM

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

²⁴ IDEM

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

²⁶ <http://www.cadiar.es/historia-de-la-ciudad>, pág1.

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

corresponden al contenido del texto asociado; son imágenes asociadas con palabras. Esto significa que podemos producir imágenes que llevan un mensaje; ayuda a clarificar conceptos complicados u objetos que son difíciles de describir textualmente o también pueden ser requeridas como atractivo, ayuda a la publicidad.

²⁸**MapEdit 3.16.-** Sirve para crear mapeados de imagen, es decir, gráficos para web con zonas delimitadas que puedes convertir en enlaces a otras páginas web.

²⁹**Adobe flash y PHP.-** es un lenguaje de programación interpretado o framework para HTML, diseñado originalmente para la creación de páginas web dinámicas. Orientado al desarrollo de aplicaciones web dinámicas con acceso a información almacenada en una base de datos.

³⁰**MySQL.-** es un sistema de administración de bases de datos. Una base de datos relacional archiva datos en tablas separadas en vez de colocar todos los datos en un gran archivo. Esto permite velocidad y flexibilidad.

³¹**Photoshopplayer.-** La función principal es ofrecer las herramientas más avanzadas para el retoque digital de imágenes, teniendo como característica principal facilidad de uso en la mayoría de funciones.

²⁸<http://mapedit.softonic.com/>

²⁹<http://es.wikipedia.org/wiki/PHP>

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

³¹http://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_Flash_Player

³²**Macromedia Flash.-** El programa mezcla gráficos vectoriales, bitmaps, sonido, animaciones y una interactividad avanzada para crear espectaculares páginas web que atraigan y entretengan a los visitantes.

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

³⁴**Tecnología Clientes Servidos.-** La arquitectura cliente-servidor es un modelo de aplicación distribuida en el que las tareas se reparten entre los proveedores de recursos o servicios, llamados servidores, y los demandantes, llamados clientes. Un cliente realiza peticiones a otro programa, el servidor, que le da respuesta. Esta idea también se puede aplicar a programas que se ejecutan sobre una sola computadora, aunque es más ventajosa en un sistema operativo multiusuario distribuido a través de una red de computadoras.

³⁵**Base de datos.-** es un conjunto de datos pertenecientes a un mismo contexto y almacenados sistemáticamente para su posterior uso. Actualmente, y debido al desarrollo tecnológico de campos como la informática y la electrónica, la mayoría de las bases de datos están en formato digital (electrónico), y por ende se ha desarrollado y se ofrece un amplio rango de soluciones al problema del almacenamiento de datos.

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

³³http://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_Flash_Professional

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

³⁵http://es.wikipedia.org/wiki/Base_de_datos

³⁶**Lenguaje de programación.-** es un idioma artificial diseñado para expresar procesos que pueden ser llevadas a cabo por máquinas como las computadoras. Pueden usarse para crear programas que controlen el comportamiento físico y lógico de una máquina, para expresar algoritmos con precisión, o como modo de comunicación humana. Está formado por un conjunto de símbolos y reglas sintácticas y semánticas que definen su estructura y el significado de sus elementos y expresiones. Al proceso por el cual se escribe, se prueba, se depura, se compila y se mantiene el código fuente de un programa informático se le llama programación.

³⁷**Servidor web.-**Básicamente, un servidor web sirve como un contenido estático a un navegador, carga un archivo y lo sirve a través de la red al navegador de un usuario. Este intercambio es mediado por el navegador y el servidor que hablan el uno con el otro mediante HTTP.

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

³⁹**Ajax.** - es una técnica de desarrollo web para crear aplicaciones interactivas o RIA (Rich Internet Applications). Estas aplicaciones se ejecutan en el cliente, es decir, en el navegador de los usuarios mientras se mantiene la comunicación asíncrona con el servidor en segundo plano. De esta forma es posible realizar

³⁶http://es.wikipedia.org/wiki/Lenguaje_de_programaci%C3%B3n

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

³⁸<http://es.wikipedia.org/wiki/PHP>

³⁹<http://es.wikipedia.org/wiki/AJAX>

cambios sobre las páginas sin necesidad de recargarlas, lo que significa aumentar la interactividad, velocidad y usabilidad en las aplicaciones.

⁴⁰**HTML.-** hace referencia al lenguaje de marcado predominante para la elaboración de páginas web que se utiliza para describir y traducir la estructura y la información en forma de texto, así como para complementar el texto con objetos tales como imágenes. El HTML se escribe en forma de «etiquetas», rodeadas por corchetes angulares (<,>). HTML también puede describir, hasta un cierto punto, la apariencia de un documento, y puede incluir un script (por ejemplo JavaScript), el cual puede afectar el comportamiento de navegadores web y otros procesadores de HTML.

⁴¹**Navegador Web.-** es una aplicación que opera a través de Internet, interpretando la información de archivos y sitios web para que estos puedan ser leídos (ya se encuentre ésta alojada en un servidor dentro de la World Wide Web o en un servidor local). La funcionalidad básica de un navegador web es permitir la visualización de documentos de texto, posiblemente con recursos multimedia incrustados. Los documentos pueden estar ubicados en la computadora en donde está el usuario, pero también pueden estar en cualquier otro dispositivo que esté conectado en la computadora del usuario o a través de Internet, y que tenga los recursos necesarios para la transmisión de los documentos (un software servidor web).

⁴⁰<http://es.wikipedia.org/wiki/HTML>

⁴¹http://es.wikipedia.org/wiki/Navegador_web

⁴²**Javascripts.** - se utiliza principalmente en su forma del lado del cliente (client-side), implementado como parte de un navegador web permitiendo mejoras en la interfaz de usuario y páginas web dinámicas, en bases de datos locales al navegador...⁴ aunque existe una forma de JavaScript del lado del servidor (Server-side JavaScript o SSJS). Su uso en aplicaciones externas a la web

⁴³**Jquery.-** es un framework Java script; pues es un producto que sirve como base para la programación avanzada de aplicaciones, que aporta una serie de funciones o códigos para realizar tareas habituales. Por decirlo de otra manera, framework son unas librerías de código que contienen procesos o rutinas ya listos para usar. Los programadores utilizan los frameworks para no tener que desarrollar ellos mismos las tareas más básicas, puesto que en el propio framework ya hay implementaciones que están probadas, funcionan y no se necesitan volver a programar.

2.2.2 Fundamentación teórica

La fundamentación teórica expresa un debate teórico de las teorías que relacionan y componen la esencia de la temática del trabajo de graduación. Aquí se expone las teorías de estudio en una línea teórica que permitirá tener una idea clara de las posiciones de los autores que enlazan el tema del proyecto, las mismas nos servirán tanto para el análisis pertinente del diagnóstico como para establecer una propuesta eficiente en concordancia con la problemática expuesta.

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

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

2.2.2.1 Teorías de estudio

Las teorías más relevantes se expresan a continuación:

Las teorías que se ha decidido asumir son las siguientes:

Teoría del ocio

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

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

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

Teoría del turismo

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

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

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

Teoría de la globalización

Según Octavio Lanni (sociólogo brasileño; posiblemente el más importante teórico latinoamericano sobre temas globales). En la época de la globalización, el mundo comenzó a ser taquigrafiado como "aldea global", "fábrica global", "tierra patria", "nave espacial", "nueva Babel" y otras expresiones. Son metáforas razonablemente originales, que suscitan significados e implicaciones y llenan textos científicos, filosóficos y artísticos.

Según Ulrich Beck (sociólogo alemán, uno de los más importantes teóricos sobre la globalización). "La globalización significa los procesos en virtud de los cuales los Estados nacionales soberanos se entremezclan e imbrican mediante actores transnacionales y sus respectivas probabilidades de poder, orientaciones, identidades y entramados varios. El concepto de globalización se puede describir como un proceso, que crea vínculos y espacios sociales transnacionales, revaloriza culturas locales y trae a un primer plano terceras culturas".

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

Teoría de la información y mapas virtuales

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

Según Idalberto Chiavenato afirmaba que la información consiste en un conjunto de datos que poseen un significado, de modo tal que reducen la incertidumbre y

aumentan el conocimiento de quien se acerca a contemplarlos. Estos datos se encuentran disponibles para su uso inmediato y sirven para clarificar incertidumbres sobre determinados temas.

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

Teoría de espacios turísticos

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

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

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

Teoría de tecnologías o avances tecnológicos

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

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

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

Teoría de la geografía turística

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

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

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

2.2.3 Hipótesis

2.2.3.1 General

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

2.2.3.2 Especificas

- Si es que se tendría una base conceptual y la línea teórica completa y necesaria se obtendría un marco de referencia que sustente la fundamentación teórica deseada.
- Si se desarrollaría un diagnóstico completo que identifique la base del problema se podría definir un análisis deseado para la propuesta.
- Si se elaboraría un mapa gastronómico virtual de la comida internacional se ofrecería un aporte significativo para la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca y los turistas que lleguen a este destino.

3. ESTRATEGIA METODOLOGICA

3.1 Unidad de Análisis

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

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

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

Envío de boletines.

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

Chat en línea.

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

Comunicación inmediata.

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

Con esto se facilita el acceso a la información requerida.

Posicionamiento en buscadores:

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

Inclusión en redes sociales.

La creación de una página institucional en la red social de Facebook, ha permitido que una mayor cantidad de fans nos sigan y accedan a la información de: eventos, fotografías, noticias, videos, etc. que en esta herramienta se han promocionado.

Actualmente existe una gran cantidad de usuarios que dejan comentarios y envían mensajes por las redes sociales como Facebook y Twitter. Las mismas cuentan con una gran acogida y el número de seguidores va incrementando con constantemente.

Adicionalmente, se ha realizado la promoción en sitios abiertos para el público como es el caso de Flickr y YouTube. En el primer caso se carga quincenalmente fotografías sobre la ciudad de Cuenca y sobre las actividades que realiza o ayuda a difundir la Fundación Municipal Turismo para Cuenca en beneficio del turismo. En el segundo caso se han cargado los videos que se han realizado a nivel institucional:

WEB: www.cuencaecuador.com.ec

FACEBOOK: www.facebook.com/cuencaturismo

TWITTER: twitter.com/turismocuenca

FLIKER: www.flickr.com/photos/turismocuenca

YOUTUBE: www.youtube.com/user/TurismoCuencaEcuador

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

3.2 Población y muestra

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

3.3 Tipo y nivel de investigación.

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

-**Documental.**- Se basa de manera directa en los documentos de soporte de la Fundación Municipal de turismo para Cuenca ya sea mediante los folletos, trípticos, volantes, sitio web, redes sociales (Facebook y twitter), libros de

especialización como en este caso de manera especial en el Plan Estratégico de Turismo para Cuenca y sus áreas de Influencia, también tomando muy en cuenta las leyes y normativas que integran de manera directa en el desarrollo de la actividad turística del Cantón Cuenca.

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

MÉTODO

METODO DEDUCTIVO- INDUCTIVO

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

3.4 Técnicas e Instrumentos

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

- **Entrevista.** Se aplicará a personas que tengan conocimiento sobre el tema en este caso a funcionarios y especialistas de la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca, como son:

- Ing. Fabiola Jadán (Itur).
 - Ing. Andrés Ochoa (Coordinación de Proyectos)
 - Lcdo. Felipe Cardoso (Relacionista Público).
- **Encuestas.** Se realizará a los turistas y visitantes de la Ciudad de Cuenca para conocer la manera de cómo obtuvieron información y conocimiento de este destino, mediante la cual se podrá analizar todas las necesidades y sugerencias que aportan mediante esta herramienta para poder mejorar la difusión y promoción de la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca.
- **Observación directa.** Se realizará en base a la observación de todas las herramientas de difusión y promoción turística del destino Cuenca que actualmente cuenta la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca, para así analizar todas las inquietudes y sugerencias que se presentan en la web y en las redes sociales (Facebook y twitter) por parte de los usuarios.
- **Instrumentos.**- Para desarrollar el proceso investigativo y con el afán de obtener la información contaremos con Encuestas de opción múltiple que serán dirigidas a los viajeros y las Entrevistas que estarán dirigidas con preguntas abiertas hacia los especialistas de la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca.

ESQUEMA 1

Encuesta:



Estimados, as:

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

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

Si No Porque _____

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

- a) Páginas web _____
- b) Facebook. _____
- c) Twitter. _____
- d) hi5. _____
- e) otros, especifique _____

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

Si No Porque _____

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

Si No Porque _____

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

Verídica _____

Falsa _____

Completa. _____

Incompleta. _____

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

Si No Porque _____

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

Si No Porque _____

ESQUEMA 2.**ENTREVISTA.****ENTIDAD PÚBLICA: FUNDACION MUNICIPAL DE TURISMO PARA CUENCA**

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

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

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

3.5 Organización y análisis de los datos.

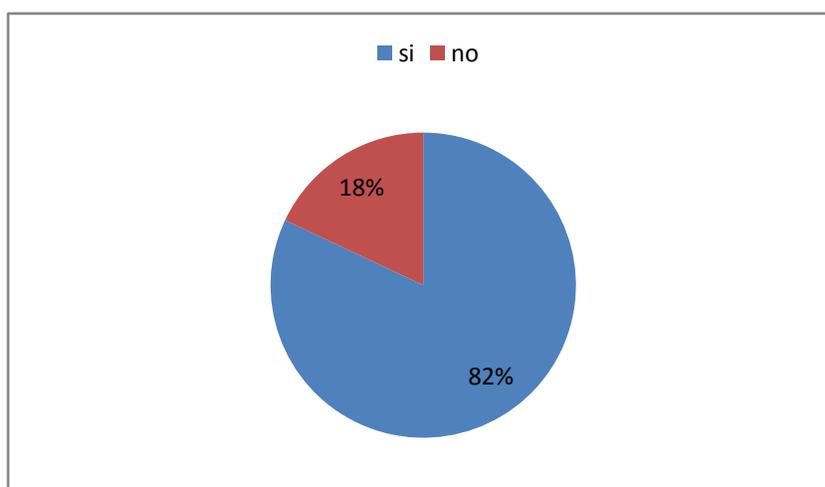
Resultados de las encuestas:

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

A continuación se procederá la tabulación de estas encuestas.

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

GRAFICO: #1



**Fuente: Encuestas
Elaborado por: la autora**

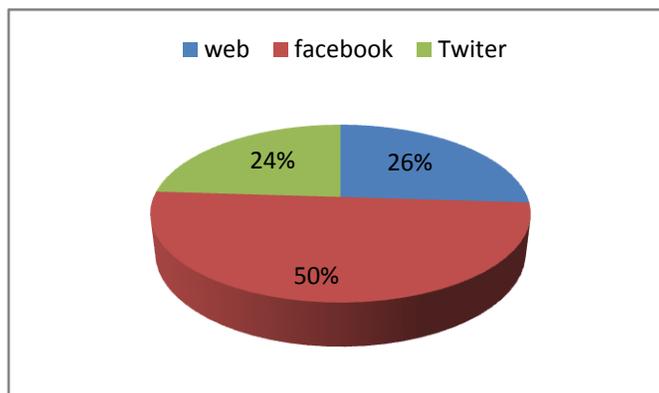
Análisis e Interpretación de la gráfica 1:

Se observa que de 50 turistas nacionales e internacionales, 41 personas creen que la web es una herramienta que facilita y ayuda a encontrar la información de los establecimientos de alimentos y bebidas, siendo este el 82% mientras que 9 personas dicen que no es una herramienta útil, siendo este un 18% .

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

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

GRAFICO # 2



**Fuente: encuestas
Elaborado por: la autora.**

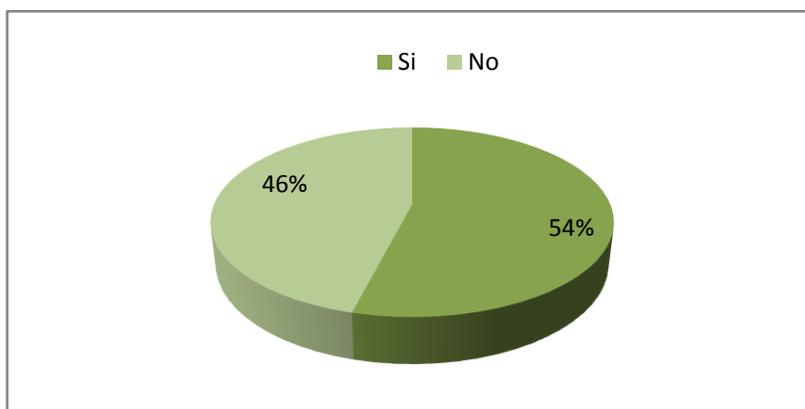
Análisis e Interpretación de la gráfica # 2:

Observamos que de 50 turistas nacionales e internacionales, 13 personas utilizan la web, representando el 26%, 25 personas dicen que utilizan el Facebook siendo este un 50%, mientras que 12 personas dicen que prefieren Twitter siendo este un 24%.

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

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

GRAFICO # 3.



Fuente: encuestas
Elaborado por: la autora

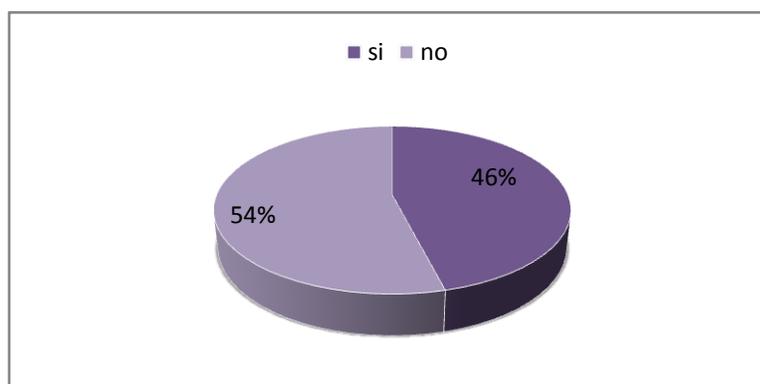
Análisis e Interpretación de la gráfica # 3:

Observamos que de 50 turistas nacionales e internacionales, 27 personas creen que la información que se expone en la web acerca de los establecimientos de alimentos y bebidas que ofrece el cantón Cuenca satisface sus necesidades siendo este el 54 %, mientras que 23 personas dicen que no encuentran información actualizada dando un resultado de 46% .

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

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

GRAFICO # 4.



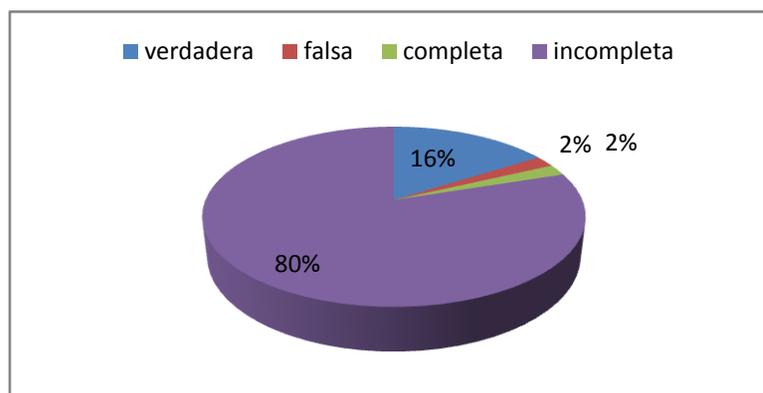
**Fuente: encuestas
Elaborado por: la autora**

Análisis e Interpretación de la gráfica # 4:

Se puede observar que de 50 turistas nacionales e internacionales, 23 personas conocen de promoción virtual acerca de alimentos y bebidas siendo este el 46% mientras que 27 personas dicen que desconocen del tema, dando un resultado de 54%. En la mayoría no conoce de promoción virtual por lo que en algunos casos se les complica llegar a estos establecimientos.

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

GRAFICO # 5.



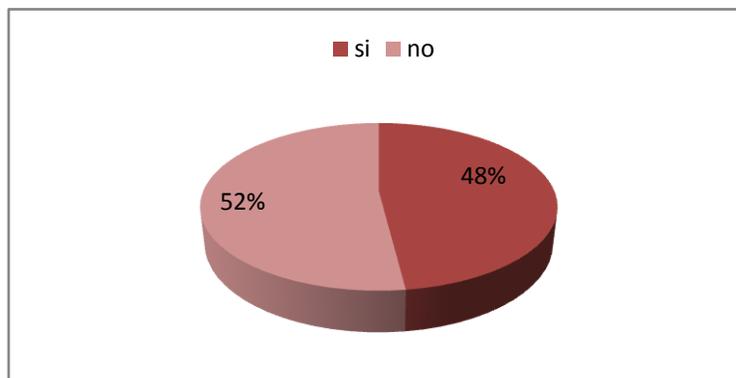
**Fuente: encuestas
Elaborado por: la autora**

Análisis e Interpretación de la gráfica # 5:

Se puede observar que de 50 turistas nacionales e internacionales, 8 personas dicen que la información publicada en la web de los servicios de alimentos y bebidas es verdadera demostrando en un 16%, 1 persona dice que la información es falsa esto da un 2%, 1 persona dice que la información es completa dando de resultado un 2% y por último se demuestra que la información es incompleta ya que 40 personas así lo respaldan dando este un 80% como resultado en esta encuesta.

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

GRAFICO # 6.



**Fuente: encuestas
Elaborado por: la autora**

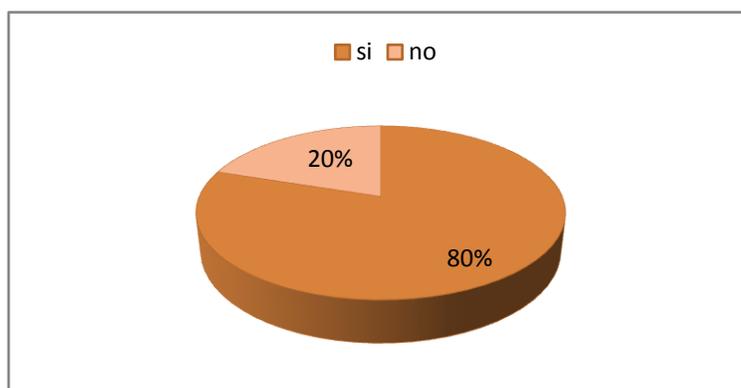
Análisis e Interpretación de la gráfica # 6:

Se puede observar que de 50 turistas nacionales e internacionales, 24 personas dicen que la búsqueda de esta información es dinámica y fácil de acceder dando

de resultado de 48%, mientras que 26 personas dicen que no existe tal información ni siquiera es clasificada la cual está representado en un porcentaje de 52%.

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

GRAFICO # 7.



**Fuente: encuestas
Elaborado por: la autora.**

Análisis e Interpretación de la gráfica #7:

Se puede observar que de 50 turistas nacionales e internacionales, 40 personas le interesaría que se elaborara un mapa virtual donde se exponga todos los establecimientos de alimentos y bebidas de la comida internacional en la ciudad de Cuenca y un 10 representado en un porcentaje de 52% dicen que no.

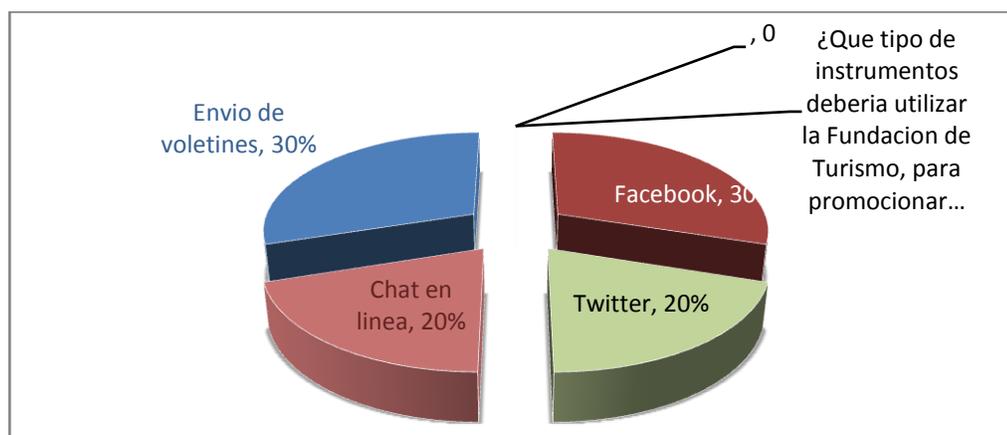
Con esto podemos concluir y decir que al momento de encuestarlo me supieron decir que esta propuesta es innovadora y sería de un fácil manejo y de gran utilidad para estas personas.

Entrevistas:

Resultado Entrevista

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

Gráfico # 1



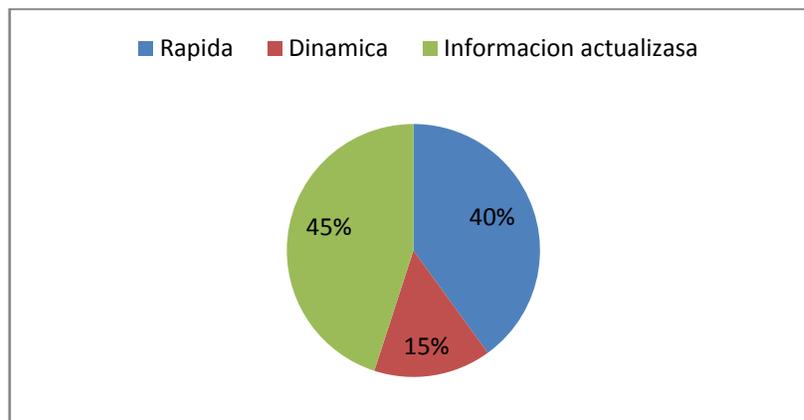
Fuente: entrevista

Elaborado por: la autora

Análisis e Interpretación de la gráfica 1:

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

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

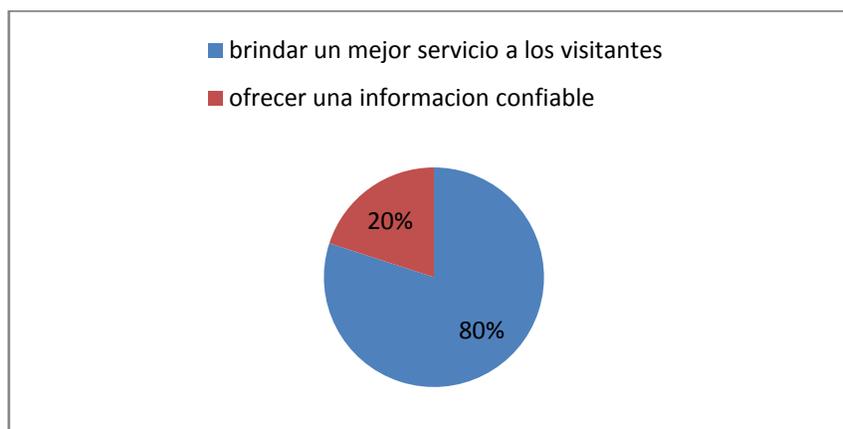


Fuente: entrevista
Elaborado por: la autora

Análisis e Interpretación de la gráfica 2:

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

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



Fuente: entrevistas
Elaborado por: la autora

Análisis e Interpretación de la gráfica 3:

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

3.6 MATRIZ Y ANALISIS FODA

CUADRO # 1.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
La fundación municipal de turismo es una empresa abierta dispuesta a apoyar a nuevos proyecto para promoción turística.	El Ministerio de Turismo a través del presupuesto del Estado destina para la promoción turística en la provincia del Azuay 1'200.000 USD.	Esta Institución pública utiliza materiales POP (published of published), que contaminan el medio ambiente por el uso excesivo de papel.	Los turistas nacionales todavía no tienen una cultura en el manejo de la web para la consulta de promoción turística de los destinos.
La Fundación Municipal de Turismo para Cuenca, realiza el envío mensual de boletines electrónicos sobre las actividades y noticias de interés que se generan en la institución.	La existencia del Código ético mundial del Turismo, esbozada en el Artículo 6, promueve la promoción a través de los modernos medios de comunicación electrónica.	La fundación municipal de turismo para Cuenca está utilizando las herramientas de promoción tradicionales como twitter, facebook y pagina web.	
La fundación municipal de turismo para Cuenca, cuenta con una base de datos de 10.100 usuarios	Gran diversidad gastronómica que ofrece el destino	Esta empresa pública no tiene planificación de las actualización es de los servicios a ofertarse.	
La Fundación Municipal Turismo para Cuenca implementó un chat en línea, para despejar	Tener el Art. 4, según la política estatal con relación al sector del turismo, de los literales a y f; el primero		

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

**Fuente: Cuadro 1. Matriz del FODA.
Elaborado por: la autora**

3.6.1 Conclusión Matriz FODA:

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

4. RESULTADOS

4.1 Comida Internacional en el Cantón Cuenca.

El acto de comer es absolutamente humano, alrededor de la comida y la mesa servida giran costumbres, tradiciones y quehaceres que en general se han dado por llamar gastronomía, y que son parte fundamental de la vida cotidiana.

La gastronomía es un lenguaje universal, un cosmos lleno de variedades donde se hacen presentes no solo el gusto de un pueblo, sino también mapas de olores, sabores que nos hablan de sus costumbres, posibilidades tecnológicas, entornos, utensilios, animales y plantas que acompañan a la cultura y al desarrollo.

Las actividades del turismo gastronómico no se centran sólo en la asistencia a restaurantes donde se sirvan platos, sino que abarca aspectos como la visita de mercados, tiendas de venta de productos alimenticios locales, visita a casas de los lugareños, participación en fiestas locales, etc. Uno de los objetivos de este turismo no sólo es el de visitar, sino el de ser sorprendido con nuevos sabores y/o preparaciones culinarias.

Cuenca, es un destino privilegiado que inclusive ha sido elegido por los extranjeros jubilados y uno de los principales destinos del Ecuador preferido por los viajeros, lo que también ha influenciado en su diversidad gastronómica, presentándose en este destino un sin número de ofertas de restauración que contemplan la fina gastronomía internacional, desde platos, platillos y bebidas que representan la gastronomía selecta de sus países.

Shawarma, sushi, espagueti o ceviche peruano; son algunos de los platos de la gastronomía internacional más degustados en Cuenca. Uno de los motores de ese posicionamiento es la llegada de centenares de extranjeros a la ciudad, por turismo o para establecerse definitivamente armando negocios de esta índole.

Estos sabores han invadido el paladar de la gente. Tanto, locales como extranjeros ven en este tipo de culinaria una forma distinta de saborear sus comidas diarias y es así como Cuenca poco a poco se ha poblado de lugares especializados, que no son un gran número, pero sí una suerte de oasis para los amantes de la buena cocina.

Valverde asegura que este proceso es parte de la modernidad de la ciudad y la llegada de diversas corrientes migratorias de otros países o de ecuatorianos que migraron al exterior y luego regresaron con conocimientos sobre la preparación de comida italiana, francesa, peruana o estadounidense.

Evolución de estos establecimientos

Uno de los lugares más visitados en la ciudad, para degustar de la comida asiática, es el restaurante Sakura; donde predomina un ambiente oriental con sus mesoneros y chefs vistiendo de kimono.

Julio SincheCozarelli, chef del restaurante, asegura que la mayoría de quienes degustan sus platos son extranjeros; pero, afirma, los cuencanos “empiezan a encontrarle el gusto a este nuevo sabor”.

“Los foráneos ya saben qué es un sushi y lo comen crudo, como es, al cuencano le gusta comerlo cocido y ésta es una variante propia de la evolución del quehacer gastronómico, nuestro objetivo es darle a la gente el sabor que ellos piden”, asegura el chef de origen guayaquileño.

Él asegura que Cuenca es una ciudad cosmopolita y que en eso radica la clave para el éxito de salones especializados en comida extranjera.

Entre los platos de origen asiático que se ofertan en la ciudad y que son los más vendidos están el sushi, el wantan, shasimi y el nigiri sushi.

Tradiciones

Branden Lenz, Chef Ejecutivo y copropietario del Salón de Recepciones Villa San Carlos, asegura que en Cuenca la comida internacional recién empieza a ganar un espacio y que hasta ahora lo que mejor se ve es la fusión de esta gastronomía con la tradicional y la utilización de herramientas culinarias extranjeras en platos típicos cuencanos.

“El cuencano es muy tradicionalista y muy apegado al gusto ancestral, ante ello es mejor utilizar sabores extranjeros en simultáneo con los autóctonos”, explica Lenz, quien además dice que el gran mercado de la comida internacional está en los extranjeros que llegan a la ciudad, aunque no descarta la llegada a este mercado de los jóvenes cuencanos a quienes reconoce como más globalizados y en búsqueda de nuevo conceptos de comida.

Todos los establecimientos de alimentos y bebidas aprovechan el turismo global que existe en la ciudad les ha llevado a tener una gran clientela, contar siempre con nuevos platos, un mejor servicio y estar seguros de pronto estar dentro de la

demanda gastronómica local. Entre los platos más apetecidos en este salón están el filetmignon, el linguinipescatore y la corvina a la mostaza.

Sabores mejor posicionados

Algunos de los sabores que tienen un fuerte posicionamiento en la cultura gastronómica de la ciudad son los sabores argentinos, peruanos y últimamente árabes. “El sabor argentino va ligado con la carne y el buen asado” afirma Roberto Sicchotti, experto en culinaria de ese país. Él explica que el fenómeno de la comida argentina es igual en todo el mundo, pero sobresale en las culturas latinas como Sudamérica, España e Italia donde la carne es predominante en la dieta diaria.

En Cuenca existen diversos restaurantes de este tipo, los más tradicionales son La Parrillada de Héctor, La Parrilla y El Che Pibe; el plato predilecto en este tipo de restaurantes es el tradicional asado.

Levantamiento de la información.

Cuenca fue declarada como Patrimonio Cultural de la Humanidad en 1999 por la UNESCO, para esta declaración se tomaron los siguientes factores: ARQUITECTURA, ARQUEOLOGIA , Y LA CULTURA, como referente al tema de investigación se puede decir que la mayoría de estos restaurantes se ubican en las casas coloniales y republicanas de la ciudad y los turistas al ingresar a estos lugares a más de degustar de un plato están en contacto con la arquitectura propia de la ciudad lo cual lo hace un atractivo para estos establecimientos de alimentos y bebidas

Para el levantamiento de la información acerca de los establecimientos y bebidas detallaremos a continuación los pasos a seguir:

El Mintur es el ente regulador de los establecimientos de alimentos y bebidas a nivel nacional, por lo que los catastros que ellos manejan están basados en el cumplimiento de los requisitos solicitados para el posterior funcionamiento, es así que se tomó como referencia estos datos y con esta ayuda se pudo clasificar cada uno de estos restaurantes. También se contó con la colaboración de la FMTC con el apoyo del Ing. Andrés Ochoa, ya que la fundación presenta un folleto donde se puede observar la clasificación de cada uno de los restaurantes y en esta se consigue verificar de una mejor manera la clasificación de los restaurantes por lo que en las mismas están especificadas por tipo de comida y en este caso la comida internacional. Se tomó el tiempo necesario para esta recopilación de datos la cual fue satisfactoria esta se debe a que se recibió la colaboración de cada uno de los miembros que forman parte tanto el Mintur así como la FMTC.

Luego de haber compilado la información a continuación se procede a realizar la **investigación de campo** que se hará a los restaurantes seleccionados durante la investigación.

Se comienza a visitar los establecimientos que ofrecen comida internacional en este Cantón y se lo hace de la siguiente manera:

Para la investigación de campo se agruparon de acuerdo a las distancias entre cada uno de estos establecimientos de alimentos y bebidas, es así que se empieza por las calles principales del centro histórico detalladas a continuación:

Calle larga.

Juan Jaramillo.

Presidente Córdova.

Mariscal Sucre.

Simón Bolívar.

Gran Colombia.

Mariscal Lamar.

Gaspar Sangurima.

Antonio Vega Muñoz.

Rafael María Arízaga.

Los restaurantes que ofrecen la comida internacional generalmente se encuentran en estas calles y otras aledañas a las mismas expuestas anteriormente, esta fue la mejor manera para realizar la actualización de estos establecimientos.

De igual modo se procedió a conocer y experimentar cada uno de estos restaurantes donde se pudo degustar de los platos estrella de los mismos y así llegar a recomendarlos a los turistas nacionales y extranjeros, también se observó la calidad de servicio tanto en lo tangible como en lo intangible, y es así que los mejores establecimientos están presentes en este mapa gastronómico virtual de la comida internacional que oferta el Cantón Cuenca.

Como se explicó anteriormente en la observación realizada se constató que en estos restaurantes no solo se vende la comida internacional sino también se

vende la cultura de cada país ya que en algunos de estos establecimientos encontramos la bandera del país al que representan, la decoración es igual, y esto es un valor agregado para los que visitan estos lugares no solo prueban estos platos sino conocen otras culturas y así de forma indirecta se promueve el turismo a nivel mundial, como también se puede decir que en otros restaurantes aunque ofrecen comida internacional presentan sitios turísticos de la ciudad de Cuenca lo cual hace que las personas que vienen a estos lugares deseen ir a estos atractivos y en estos lugares se fomenta el turismo local.

Actualización de servidores turísticos del área de restauración – Comida Internacional:

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

Cuadro #2

NOMBRE DEL RESTAURANTE	DIRRECCION	TELEFONO	MENU
LA ESQUINA.	Calle Larga y Hermano Miguel.	2845-344	Inspiración asiática, Espagueti en salsa de queso. Berenjenafrita.
LAS MONJAS	Pdte. Borrero 6-41 y Juan Jaramillo	07-2822750	Filete en salsa de babaco. Pollo apanado en pepa de sambo.
GODA	Gran Colombia 7-87 Y Luis Cordero	2831- 390	Bife de chorizo. Costillas de cordero
CANTAGALLO	Av. 1 De Mayo 4-23 Y Felipe li	2816872	Lomo fino. Langostinos salteados. Pollo, camarones y champiñones al curry en una cama de

			fetuccini
ZOE.	Borrero 6-71 Y Sucre.	2841-005	ChickenCordonBleu Bambú de Marisco. Lomo Salteado, Pollo en salsa de Madeira
ZOCA	Miguel Cordero 1-225 Y Cornelio Merchán	2455867	Costillas BBQ Uñas de cangrejo y camarón en salsa de coco Salmón al estilo mediterráneo,
EL EMBRUJO DE JAEN	Luis Cordero 9-14 Y Simón Bolívar	2833330	Pollo con camarones. Ensalada de vegetales.
LA PAROLA 5- 19	Calle Larga Y Hermano Miguel	2823-084	Lomo en salsa de vino tinto con setas. Mouse de chocolate. Carnes y mariscos.
EL JARDIN	Calle Larga 6- 93 Y Borrero	2831-120	Lomo borguiñon con champiñones Corvina meunier con almendras Camarones al ajillo Medallones de lomo.

RANCHO CHILENO PRINCIPAL	Av. España 13-17 Y Turuhuaico Elia Liut Y Av. España Junto Al Aeropuerto	2864-112	Empanadas chilenas. Cazuelas de mariscos.
LA PERGOLA	Padre Aguirre 15-29 Y Rafael María Arizaga	2830052	Camarones al Pomodoro <i>Fetuchini Mediterraneo</i> <i>Suprema de pollo</i>
CRETA	Centro Comercial Mall De Rio	2889-084 – 2455974	Torta típica. Cheesecake con salsa de frutos rojos.
VILLA ROSA	Gran Colombia 12-22 Y Tarqui	283794- 2835471	Hueos con alcachofa. Ensalada Villarosa El risotto de pato
BALCON QUITEÑO SPORT	Av. Ordoñez Lazo No. 3-11 Y Los Pinos Sangurima 6-49 Y Borrero.	2825-251- 2831-928	Ensalada cesar. Ensalada de pollo.
DOÑA CHARITO	Remigio Crespo 7-79 Y Guayas.	2884-026	Carne de pernil. Lomo de res.
COMIDA ESPAÑOLA			
AKELARRE	General Torres Entre Sucre Y Bolívar:	2825-571	Paella valenciana. camarones al ajillo o callos a la madrileña
COMIDA ITALIANA			
CILENTO	Luis Moreno Mora Y Roberto Crespo	Cel. 0997626026	Pizza Cilento Lasagñas

CHICAGO PIZZA	Gran Colombia 10-43 Y Padre Aguirre	2825- 675	ensaladaCésar Pizza Cuatro Estaciones: Pizza Margarita:
PRONTO PIZZA	Av Del Estadio 3-40 Y Manuel J Calle	2829000	Pizza Cuatro Quesos Calzone
PIZZA HUT	Federico Proaño 4-96 Remigio Crespo	2814-314 – 2886518	Pizza Hut única Pizza de jamón.
LITTLE ITALY	Remigio Crespo 4-15 Y Remigio Romero	2885674	Pizza Carbonara: Pizza Barbacoa:
LA VINA	Luis Cordero 5 – 101 Y Juan Jaramillo	2839696	Pizza de Espinaca Ricottatortellini.
LA FORNACE No.1	Remigio Crespo 5-13 E Imbabura. Borrero Y Sucre.	2883920	Fornace pizza Pizzería Toscana Costra Pomodoro Pizza
NEW YORK PIZZA	Tarqui 11-45 Y Mariscal Lamar. Av Gonzales Suarez Y Carpentier	2842-792 - 2866-914	Pizzota Big Chesse's Pizza Pizza-Food Crazy Pizza
TRATORIA NOVECENTO	Borrero 8-44 Y Sucre	2828000	Pasta con mariscos Pizzería Toscana
COLOMBIA PIZZA	Hurtado De Mendoza 11-77 Y Paseo De Los Cañaris.	2867277.	Pizza cuatro estaciones Pizza Criolla Pizza de cebolla

PIZZA HOUSE	Paseo De Los Cañaris Y Casiqueduma Esq.	2862572	Pizza Margarita Pizza marinera
PIZZERIA MEDITERRANEO	Honorato Vásquez 7- 64 Y Luis Cordero	2844138	Pizza napolitana Pizza mediterránea
POMODORO	Mall Del Rio, Patio De Comidas.	2881153	Pizza carbonara Pizza jamón y queso
BERTUCHIS	Unidad Nacional Y Padua	245 0215	Los ñoquis 4 quesos. Pizza Alfredo.
MANGIARE	Estévez De Toral 8-91 Y Bolivar.	2826233	Salmón al champán. Risotto de frutos del mar.
COMIDA JAPONESA			
SAKURA	Paseo 3 De Noviembre Y La Escalinata	2827- 740	Rollo flambeado Rollo Crispy Taco.
UNAGI	Gran Colombia Y Unidad Nacional	2825770	Sushi tropical. Sushi california.
COMIDA MEXICANA			
PEDREGAL AZTECA	Gran Colombia 10-29 Y Padre Aguirre.	2823 652	La Gringa
FOGO	Autopista Subida Al Mirador De Turi	2455305	Salmón ahumado Ensalada Fogo.

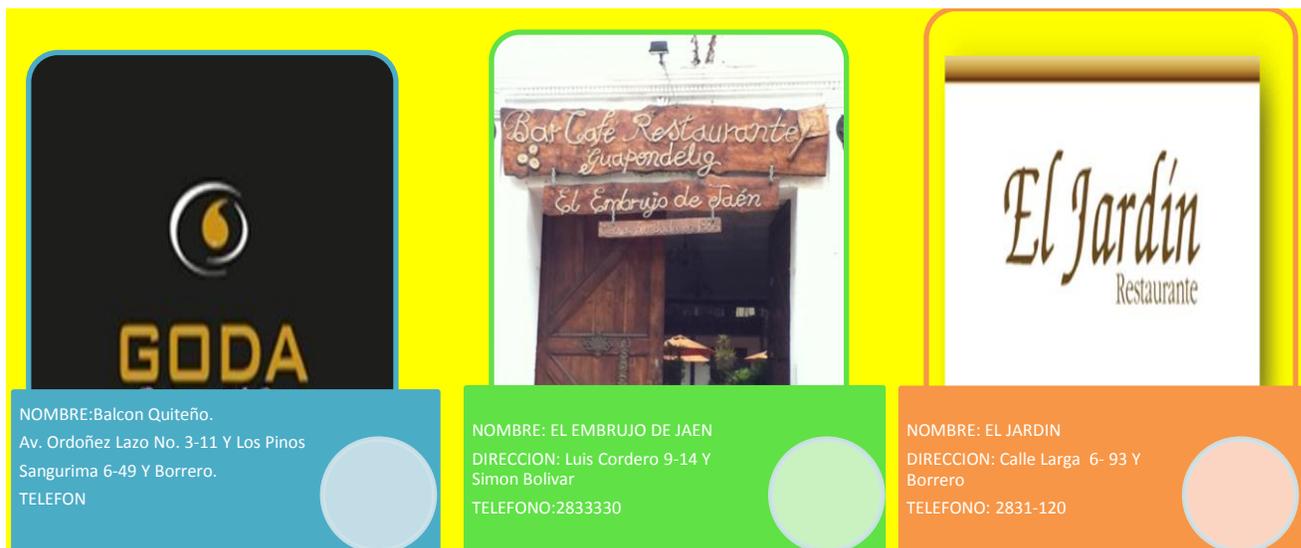
			Churrasco. Locro cuencano.
KADAFFA	Av. Solano 11-38 Museo De Los Metales	2811302	Camarones al ajillo Pescado flameado Arroz rojo Pollo con mole
COMIDA CUBANA			
HABANNA VIEJA	Av. Ricardo Muñoz Dávila Y Padre Matovelle.	2885917	Frijoles negros El flan de coco. El arroz con leche de coco.

Fuente: Ministerio De Turismo

Elaborado por: La Autora.

Cuadro 2. Actualización de la información de los establecimientos de alimentos y bebidas.

CUADRO #3



**Fuente: Ministerio De Turismo
Elaborado. El Autor.**

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

4.2 Elaboración del Mapa Gastronómico.

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

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

HTML: Para crear las páginas web.

CSS: Para dar estilos a los elementos de HTML.

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

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

Para la elaboración del mapa fue necesario:

1. Crear imágenes vectoriales con una herramienta de diseño para crear el efecto iluminado en cada sección, además de esto fue necesario hacer uso del API de Google Maps para mostrar los mapas con direcciones casi exactas de los restaurantes.
2. Se desarrolló una interfaz de administración para que los usuarios administradores puedan alimentar de información y dar dinamismo al sitio web; para esto se hizo uso del lenguaje de programación **PHP**.
3. Se diseñó una base de datos en **MySQL** para almacenar toda la información que ingresen los usuarios administradores.
4. Para que el sitio web sea accesible por los usuarios, éste tiene que estar almacenado en un servidor web.
5. Los usuarios pueden acceder a la aplicación desde cualquier navegador web.

Este mapa cuenta con un link que es mapa.sudamericano.edu.ec donde se podrá tener acceso al mismo, luego de haber introducido el link en esta página se presenta un mapa de la ciudad de Cuenca.

En este mapa gastronómico de la comida internacional que oferta el Cantón Cuenca se podrá observar las fotografías de los restaurantes, así como también platos estrellas de cada uno de los restaurantes seleccionados.

El mapa gastronómico virtual de la comida internacional que oferta el Cantos Cuenca cuenta con lo siguiente:

Existen una aplicación solamente a nivel global detallado como comida internacional la cual llevara el logo del mundo para estos restaurantes.

En el caso de la comida internacional se adjuntara indicadores con la bandera del país en mención para cada establecimiento de alimentos y bebidas. Detallado a continuación:



Comida internacional.



Comida Española.



Comida Italiana.



Comida Japonesa



Comida Mexicana



Comida Cubana.

Además de esto al momento de dar un clic en la fotografías del restaurante seleccionado aparecerá la información es decir: ubicación en el mapa de googleearth y el teléfono, posterior a esto se implementara un link donde se expondrá los platos estrella de cada uno de los restaurantes.

5.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

5.1 CONCLUSIONES.

De acuerdo a la investigación realizada se ha obtenido las siguientes conclusiones:

En base a lo investigado en la Fundación Municipal de Turismo para Cuenca, se pudo definir que para la promoción del destino se viene utilizando las herramientas antiguas las cuales presentan falencias de información, ya que los datos no presentan actualización tanto de los nuevos atractivos como de los nuevos servidores turísticos en el área de alimentos y bebidas, lo que impide que el turista o visitante que llega a la ciudad pueda conocer la información de una forma rápida y completa.

Todo parece indicar que la evolución tecnológica en esta era de la globalización hace que las personas cada día más busquemos una mayor rapidez al momento de indagar información y aún más las personas que viajan y requieren de estos servicios al momento de programar un tour.

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

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

5.2 RECOMENDACIONES

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

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

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

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

BIBLIOGRAFÍA.

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

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

ANEXO #1. CARTA DE AUTORIZACION.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL
FP06-UI
AUTORIZACIÓN DE EMPASTADO

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL****AUTORIZACIÓN DE EMPASTADO**

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

Señorita
NORA PATRICIA PAGUAY ZHAGUI.
ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE HOTELERIA Y TURISMO
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

Presente.-

De mi consideración:

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

Cordialmente,

Msc.

TUTOR

Msc. René Cortijo
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

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

ANEXO #2. Aval otorgado por la FMTC.



FMTPC-DE-0216-2012.

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

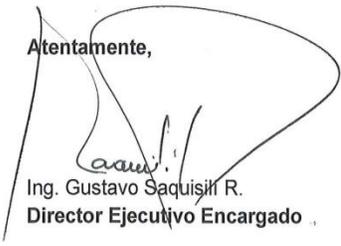
Señores
UNIVERSIDAD ISRAEL
ESCUELA DE TURISMO
Presente.-

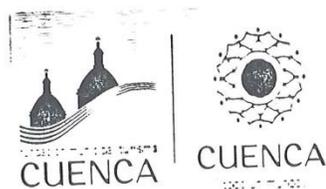
De mi consideración:

En atención a la solicitud presentada por las Señoritas estudiantes: Patricia Paguay, Marcela Malla y Carolina Romero, requiriendo el aval de la Fundación Municipal Turismo para Cuenca para desarrollar su trabajo de grado denominado "**Mapa Virtual de Gastronomía Típica, Nacional e Internacional del Cantón Cuenca**", toda vez que su propuesta ha sido analizada, tengo a bien informar a Ustedes que nuestra Institución otorga el aval para el mencionado trabajo de grado.

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

Atentamente,


Ing. Gustavo Saquisil R.
Director Ejecutivo Encargado



ANEXO #3. ENTREVISTAS

Comprobación digital de las reuniones sostenidas con la FMTC.



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



Entrevista al Ing. Fabiola Jadán (Itur).

ANEXO # 4. ENCUESTAS.

Comprobación digital de las encuestas realizadas a los turistas que llegan a la FMTC.



ANEXO # 5.

Elaboración del mapa gastronómico de la comida internacional que oferta el cantón Cuenca para la FMTC



