PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

SEDE AMBATO

ESCUELA DE INGENIERÍA DE SISTEMAS

DISERTACIÓN DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA DE SISTEMAS

"Sistema Web Turístico con visitas virtuales en 3D para la ciudad de Riobamba. Período 2004 - 2005"

María Valeria Salao Gavilanez

DIRECTOR DE LA DISERTACIÓN: Ing. Patricio Medina

AMBATO, 2006

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR
SEDE AMBATO
SECRETARIA
ESCUELA DE INGENIERIA
DE SISTEMAS
17-II-2006

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR
PROGRAMAS ACADEMICOS AMBATO
BIBLIOTECA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

SEDE AMBATO

ESCUELA DE INGENIERÍA DE SISTEMAS

DISERTACIÓN DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA DE SISTEMAS

"Sistema Web Turístico con visitas virtuales en 3D para la ciudad de Riobamba. Período 2004 - 2005"



DIRECTOR : _____

Ing. Patricio Medina

María Valeria Salao Gavilanez

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a todos los que colaboraron en la realización del mismo, sin ustedes no habría sido posible concretarlo.

Valeria

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento especial a mis amigos el Dr. José Gregorio Hernández, Hno. Miguel, Maestro Saint Germain. Porque tuve el privilegio de recibir su ayuda, consejos e iluminación para la realización de este trabajo y para la obtención de la certificación internacional.

Mi gratitud a toda mi familia: Laura, Carlos, Jime, Guillermo, Rafael Santiago, Mimí, ya que siempre estuvieron ahí en las buenas y en las malas. Pero un gracias de todo corazón a mi mami, por preocuparse y confiar mí siempre, por estar a mi lado y apoyarme en todo.

A la Universidad y a todos los que conforman la Escuela de Sistemas, por el interés prestado al desarrollo del proyecto. Así mismo al Ministerio de Turismo Regional Zona Centro, por las facilidades en la realización del trabajo.

Finalmente, agradezco a todas las otras personas que me ayudaron a cumplir este objetivo.

Valeria

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria i
Agradecimiento ii
Introducción 1

CAPITULO I

1. PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

1.1. PROBLEMA 2
1.2. PROBLEMATIZACIÓN 2
1.3. DELIMITACIÓN 2
1.4. IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN 3
1.5. OBJETIVOS 4
1.5.1. OBJETIVO GENERAL 4
1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS 4
1.6. HIPÓTESIS 4
1.7. ASPECTOS METODOLÓGICOS 5
1.7.1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS 5
1.7.2. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN 5

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. TURISMO.- INTRODUCCIÓN 6
2.2. TURISMO: CONCEPTO 7
2.3. CLASIFICACIÓN DEL TURISMO 7
2.3.1. TURISMO DE DESCANSO Y ESPARCIMIENTO 8
2.3.2. TURISMO DE NEGOCIOS 8
2.3.3. TURISMO CULTURAL Y CIENTÍFICO 8
2.3.4. TURISMO DE DEPORTES 8
2.3.5. TURISMO RELIGIOSO 9

2.3.6. TURISMO INTERNO....9
2.4. TIPOS DE VISITANTES....9
2.4.1. VISITANTE....9
2.4.2. TURISTA....9
2.4.3. EXCURSIONISTA....10
2.4.4. VISITANTE NACIONAL....10
2.5. TIPOS DE PAÍSES....10
2.5.1. PAÍSES EMISORES....10
2.5.2. PAÍSES RECEPTORES....10
2.6. PROMOCIÓN TURÍSTICA....11
2.7. ESTRATEGIAS....11
2.7.1. ESTRATEGIA DE PENETRACIÓN....11
2.7.2. ESTRATEGIA DE DESARROLLO DEL PRODUCTO TURÍSTICO....12
2.7.3. ESTRATEGIA DE EXTENSIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO....12
2.7.4. ESTRATEGIA DE DIVERSIFICACIÓN TURÍSTICA....12
2.7.4.1. Horizontal....12
2.7.4.2. Vertical....12
2.7.4.3. Concéntrica....12
2.8. LA PROMOCIÓN....13
2.8.1. PUBLICIDAD....13
2.8.2. PROMOCIÓN DE VENTAS....13
2.8.3. RELACIONES PÚBLICAS....13
2.8.4. FUERZA DE VENTAS....14
2.8.5. MARKETING DIRECTO....14
2.9. ECUADOR.- ANTECEDENTES....14
2.9.1. GEOGRAFÍA....14
2.9.2. DEMOGRAFÍA....15
2.9.3. CULTURA....16
2.9.4. ECONOMÍA....17
2.9.5. TURISMO.- ESTADÍSTICAS....18
2.10. LA CIUDAD DE RIOBAMBA.- ANTECEDENTES....20
2.10.1. GEOGRAFÍA....20

2.10.2. HISTORIA.....21
2.10.3. DEMOGRAFÍA.....21
2.10.4. CULTURA.....22
2.10.5. ECONOMÍA.....23
2.11. LA TECNOLOGÍA Y EL SECTOR TURÍSTICO: INTERNET.....23
2.12. MULTIMEDIA.....25
2.13. HERRAMIENTAS SOFTWARE.....27
2.13.1. RECURSOS HUMANOS.....27
2.13.2. RECURSOS SOFTWARE.....28
2.13.2.1. Sistemas Operativos.....28
2.13.2.2. Diseño de Páginas Web.....29
2.13.3. RECURSOS HARDWARE.....36

CAPITULO III

3. ANÁLISIS DE RESULTADOS
3.1. ENCUESTAS.....38
3.2. MAPA DE NAVEGACIÓN.....65
3.2.1. ESTRUCTURA DEL SISTEMA WEB EN EL SERVIDOR.....65

CAPITULO IV

4. DESARROLLO DEL PROYECTO
4.1. DESCRIPCIÓN DE LAS TABLAS.....66
4.2. TABLAS Y RELACIONES.....67
4.3. PÁGINAS QUE CONSTITUYEN EL SISTEMA WEB (FTP).....68
4.4. ESTRUCTURA DE DIRECTORIOS.....68
4.5. DIAGRAMA DE CASOS.....69
4.5.1. DIAGRAMA DE CASOS DEL MUNDO VIRTUAL.....69
4.5.2. DIAGRAMA DE CASOS DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA.....70
4.5.3. DIAGRAMA DE CASOS DEL MAIL DE SUGERENCIAS.....71
4.6. DIAGRAMA DE SECUENCIAS.....72

4.6.1. DIAGRAMA DE SECUENCIAS DEL MUNDO VIRTUAL.....72
4.6.2. DIAGRAMA DE SECUENCIAS DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA.....72
4.6.3. DIAGRAMA DE SECUENCIAS DEL MAIL DE SUGERENCIAS.....73
4.7. COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....73
4.7.1. DEMOSTRACIÓN LÓGICA.....73

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES
5.1. CONCLUSIONES.....75
5.2. RECOMENDACIONES.....75

MANUAL TÉCNICO.....76
MANUAL DE USUARIO.....113
BIBLIOGRAFÍA.....127
ANEXOS.....129
ANEXO 1. ENCUESTA EN ESPAÑOL.....130
ANEXO 2. ENCUESTA EN INGLÉS.....134

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1.1. Datos Demográficos del Ecuador.....16
CUADRO 1.2. Calendario De Fiestas Nacionales.....17
CUADRO 1.3. Datos Demográficos De La Ciudad de Riobamba.....22

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1.1. Demanda Total de los Viajes y Turismo Del Ecuador.....19
GRÁFICO 1.2. Demanda Total de los Viajes y Turismo Del Ecuador en dólares.....20

INTRODUCCIÓN

Internet ha sido una revolución no sólo en el área de la informática sino en las comunicaciones, en realidad el Internet ha transformado a la humanidad ya que es una herramienta tecnológica, organizacional y social; además es práctica, fácil de manejar y entender.

En la actualidad el comercio, la educación, la tecnología, el turismo, el mundo en general giran en torno al Internet, ya que éste sirve de ayuda en la mayoría de los ámbitos de la vida cotidiana. Las opciones que ofrece Internet son muy amplias, van desde realizar investigaciones en cuestión de segundos, comprar los más variados productos en cualquier lugar del mundo; hasta generar varios tipos de sistemas Web.

El turismo también llamado "negocio de la información" ha tenido un gran auge en el Ecuador constituyéndose en uno de los pilares económicos que genera importantes ingresos para el país, es por esta razón que el desarrollo de sistemas Web turísticos (páginas Web) se ha convertido en una necesidad imperante a nivel nacional porque cada día se requiere de una mejor y mayor información acerca de las diferentes ciudades del Ecuador.

Internet y turismo, un vínculo importante para el país, el Internet proporciona toda la información turística que se necesita hoy en día: herramientas multimedia, seguridad, actualización de la información, innovación constante, universalidad en la información.

En conclusión, la fusión del Internet y el turismo presentan una gran cantidad de oportunidades y retos siendo el principal objetivo proporcionar un servicio práctico, rápido, eficiente y confiable por medio del cual se pueda invitar a las personas de diferentes partes del mundo y por qué no del Ecuador en general a visitar todos los lugares turísticos que cada ciudad puede ofrecer a turistas nacionales y extranjeros.

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR
PROGRAMAS ACADEMICOS AMBATO
BIBLIOTECA

CAPITULO I

1. PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

1.1 PROBLEMA

La carencia de un sistema Web turístico con visitas virtuales en 3D en la ciudad de Riobamba periodo 2004 - 2005 sobre plataforma Linux, limita la presencia de turistas dentro de la ciudad.

1.2. PROBLEMATIZACIÓN

- Poco conocimiento de las tecnologías para desarrollo de sitios web bajo la plataforma Linux.

- Carencia de sistemas multimedia e interactivos que permitan mostrar los principales lugares turísticos que presenta la ciudad.

- Desconocimiento de técnicas que permitan agilitar la descarga de ambientes gráficos tridimensionales.

1.3 DELIMITACIÓN

La realización del sistema Web turístico, en el cual se incluirán los siguientes lugares: edificios, iglesias, museos, conventos y monasterios, mercados y plazas, parques más representativos de la ciudad, se ejecutará en el Ministerio de Turismo Regional Zona Centro de la ciudad de Riobamba en el periodo 2004 - 2005. La solución del problema estará desarrollada e implementada bajo la plataforma Linux, éste contendrá visitas virtuales en 3D de 2 de las principales salas del Museo de Arte Religioso "La Concepción", se combinarán elementos multimedia

con técnicas que agiliten su descarga. El tiempo estimado para solucionar el presente problema es diez meses.

1.4 IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN

Este proyecto es importante ya que se podrá difundir a nivel nacional e internacional los lugares turísticos más representativos de la ciudad de Riobamba por medio de herramientas multimedia, que ayudarán a una mejor promoción y por lo tanto a un mejor desarrollo del área turística no únicamente para la ciudad de Riobamba sino para el país en general. Además la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato a través de este proyecto obtendrá una mayor publicidad no solo a nivel nacional sino internacional, al final de la investigación se obtendrá un documento que servirá de guía para docentes y alumnos que necesiten tener un mayor conocimiento sobre los temas planteados.

Con este proyecto se podrá llegar a cumplir el objetivo de mejorar el sector turístico en la ciudad de Riobamba ya que se podrá conocer de una manera óptima los lugares más importantes de la ciudad por medio de visitas tridimensionales; así como también por medio de la utilización de herramientas multimedia como videos, fotos.

La justificación radica en que se tendrá un mayor y mejor conocimiento sobre herramientas y técnicas para agilitar la descarga de sitios tridimensionales, también se podrá conocer una nueva plataforma para el desarrollo de sitios Web: configuración, programación, base de datos y varias opciones que hoy en día nos ofrece el Sistema Operativo Linux el cual lo podemos encontrar en el mercado totalmente gratis es decir que no tenemos que pagar a ninguna casa desarrolladora de software por algún tipo de licencia, a más de esto el sistema viene acompañado del código fuente. Es por esta razón que los costos son totalmente accesibles, también se cuenta con el apoyo del Ministerio de Turismo Regional Zona Centro ubicado en la ciudad de Riobamba para poder realizar toda la investigación

pertinente.

El impacto es de tipo científico - técnico ya que se generará un documento válido para consultas de docentes y estudiantes.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un sistema Web turístico con visitas virtuales 3D para la ciudad de Riobamba por medio de técnicas y herramientas de desarrollo sobre la plataforma Linux.

1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Promover la investigación de las tecnologías para desarrollo de sitios Web en plataforma Linux.
- Implementar un sistema multimedia e interactivo que permita mostrar los principales lugares turísticos que presenta la ciudad.
- Exponer las técnicas para agilitar la descarga de ambientes gráficos tridimensionales.

1.6 HIPÓTESIS

Con el desarrollo de un sistema Web turístico con visitas virtuales 3D se permitirá difundir los sitios turísticos de la ciudad de Riobamba, incentivando la visita de los mismos.

1.7 ASPECTOS METODOLÓGICOS

1.7.1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

El proyecto se desarrollará a partir de tres modelos: empirista, racionalista y pragmatista. Es empirista ya que el proyecto se desarrollará en función de la práctica y el conocimiento adquirido a lo largo de todo el proyecto. Racionalista ya que todo lo que se piensa se llevará a la práctica en el desarrollo del proyecto. Pragmatista porque el resultado final será el funcionamiento del sistema Web sin importar el proceso que se utilice para llegar al resultado final.

1.7.2 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

En el proceso de investigación que se presenta en este proyecto, se utilizará el método científico para establecer la base de la investigación.
De igual manera, la investigación será experimental ya que se realizará experimentación en la configuración del software.

El nivel de investigación:

1 Realizar un estudio de los lugares turísticos más importantes en la ciudad de Riobamba.

2 Descripción de los componentes software y hardware.

3 Definir las tareas a realizar.

El tipo del proyecto será aplicado ya que se realizan trabajos directos en el software.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 TURISMO.- INTRODUCCIÓN

Hoy en día alrededor del mundo existen muchos países que aspiran que el turismo forme parte de la riqueza de los mismos, debido a que el área turística presenta varios beneficios no sólo para la economía sino también para la vida, la cultura, en fin para toda la sociedad.

Una de las bases principales para el turismo es sin duda alguna la promoción, definitivamente las técnicas de marketing juegan un papel fundamental para la industria turística, porque es necesario definir estrategias eficaces para actuar en el mercado a promocionar.

Otro de los puntos que se debe tener en cuenta, es el emitido por la Organización Mundial de Turismo (OMT): "en la mayoría de los países, las actividades de servicios tienen una importancia creciente como fuente de ingresos y empleo. Dentro de los servicios, los relacionados con el turismo representan un papel importante, en particular, en los países o regiones que tienen algún atractivo para los usuarios internacionales, debido, por ejemplo, al clima, a las bellezas naturales, a los lugares históricos o a los precios ventajosos. Para algunos de ellos, el turismo es una fuente de recursos exteriores que tiene una importancia crucial en su desarrollo".

Como podemos darnos cuenta el turismo no es únicamente una herramienta para mostrar los recursos naturales de un país o lugar específico, se ha convertido en un área que promete aportar con grandes beneficios a quienes sepan manejarlo de la mejor manera.

2.2 TURISMO: CONCEPTO

Existen varios conceptos a cerca del turismo, pero éstos sólo se limitan a decir que el "turismo es la actividad de viajar por placer; o también que es el movimiento migratorio temporal, por tierra, mar o aire, que desplaza a los turistas de un punto geográfico a otro.", pero estas son sólo definiciones breves que no toman en cuenta otros factores que son importantes.

Es por esta razón que se ha escogido la definición otorgada por la Organización Mundial de Turismo (OMT), la cual presenta la siguiente definición: "las actividades que realizan las personas, durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos".

2.3 CLASIFICACIÓN DEL TURISMO

Como sabemos, son numerosos los motivos que inducen a las personas a viajar ya sea diversión, negocios, cultura, religión, entre otros.

Es por esta razón que al turismo se lo puede clasificar de varias formas, pero principalmente se han tomado en cuenta las actividades más sobresalientes por las cuales la gente viaja.

Según el Ing. Rafael Ramírez Castellano, autor del libro "VENEZUELA, conciencia turismo y desarrollo" el turismo está clasificado de la siguiente manera:

2.3.1 TURISMO DE DESCANSO Y ESPARCIMIENTO

Este tipo de turismo es el que ejercen la o las personas que desean vacaciones, viajar para encontrar y conocer otros lugares, costumbres diferentes al lugar en que se reside.

Como se puede observar esta es la principal causa por la cual la gente decide viajar, muchas veces el deseo de salir de la cotidianidad variando las actividades que comúnmente se realizan motivan al turista a abandonar su país o ciudad de residencia.

2.3.2 TURISMO DE NEGOCIOS

El turismo de negocios es practicado por el comerciante, profesional o técnico que necesita realizar cierto tipo de actividades referentes a su área de negocios o profesión. De esta manera también aprovecha para conocer el lugar, las bellezas y lugares de entretenimiento.

2.3.3 TURISMO CULTURAL Y CIENTÍFICO

Es el turismo que llevan a cabo individuos o grupos de personas cuyo fin es algún tipo de manifestación cultural, festivales de música, poesía, arte, teatro, cine, ciencia y tecnología. Éstos visitan los lugares adecuados para estos objetivos.

2.3.4 TURISMO DE DEPORTES

A este turismo también se lo conoce como "Turismo de Entusiasmo", ya que el fin más importante es el deporte, por lo que es el que mueve más a la gente joven.

2.3.5 TURISMO RELIGIOSO

El turismo religioso es enfocado a las personas que practican algún tipo de religión y son movidos por la fe.

Gran cantidad de gente está deseosa por conocer templos, o lugares que significan una doctrina para aquellas personas, así como los sitios en donde se ha realizado un acontecimiento religioso trascendental o un milagro.

2.3.6 TURISMO INTERNO

El turismo interno es aquel que realizan los turistas nacionales o extranjeros, residentes de un país, dentro del territorio nacional.

2.4 TIPOS DE VISITANTES

Antes de continuar se debe aclarar algunas palabras, que muchas veces se ocupa sin saber en realidad lo que significan, pero que formarán parte importante para el objetivo de este proyecto.

2.4.1 VISITANTE

Persona que visita un país distinto del que está siempre, comprende a turistas y excursionistas.

2.4.2 TURISTA

Visitante temporal que permanece al menos 24 horas en el país o lugar que visita.

2.4.3 EXCURSIONISTA

Permanece menos de 24 horas en el país o lugar visitado, utilizando solo algunos servicios turísticos se incluyen también en esta modalidad los viajeros de cruceros.

2.4.4 VISITANTE NACIONAL

Debe también tomarse en cuenta que muchas veces el turismo se realiza dentro del mismo país de residencia, es por esta razón que se ha incluido la definición de visitante nacional según la OMT, la cual se presenta a continuación:

"Denota una persona, cualquiera que sea su nacionalidad, que resida en un país y que viaje a un lugar situado en ese mismo país para permanecer en él no más de un año y cuyo motivo principal para la visita sea distinto del de ejercer una ocupación remunerada en el mismo lugar visitado".

2.5 TIPOS DE PAÍSES

2.5.1 PAÍSES EMISORES

En un país emisor hay un alto nivel de vida. Ejemplo: Alemania, Estados Unidos, entre otros.

2.5.2 PAÍSES RECEPTORES

A un país receptor vienen los países emisores. Ejemplo: Alemanes que se dirigen a España, Estadounidenses que viajan hacia Chile, etc.

2.6 PROMOCIÓN TURÍSTICA

La promoción turística también llamada "marketing turístico" va más allá de promocionar el servicio, constituye el establecer políticas de marketing para que el consumidor se sienta satisfecho, y así existan beneficios para la empresa que promociona, entre otros.

Antes de iniciar hay que tomar en cuenta que el producto (cualquier bien o servicio, o la combinación de ambos, que poseen un conjunto de atributos físicos y psicológicos que el consumidor considera que tiene un bien para satisfacer sus deseos o necesidades) es la parte fundamental para iniciar la estrategia de promoción.

Con todo esto se puede mencionar el concepto que el Técnico y Analista de Marketing Ing. Juan Manuel de la Colina menciona sobre el producto turístico: "es principalmente un conjunto de servicios, compuesto por una mezcla o combinación de elementos de la industria turística".

2.7 ESTRATEGIAS

Una vez que se ha decidido a que tipo de mercados se va a dirigir nuestra promoción (mercados nuevos o mercados actuales), se obtienen 4 estrategias turísticas, de acuerdo con el Ing. Juan Manuel de la Colina:

2.7.1 ESTRATEGIA DE PENETRACIÓN

Incrementar la cuota global del mercado, ofertando el mismo producto existente sin incorporar ninguna modificación o mejora.

2.7.2 ESTRATEGIA DE DESARROLLO DEL PRODUCTO TURÍSTICO

Actuar sobre los mercados turísticos actuales, incorporando nuevos productos que surjan como variaciones de los productos turísticos existentes. Extensiones en la línea básica o con productos sustitutivos.

2.7.3 ESTRATEGIA DE EXTENSIÓN DEL MERCADO TURÍSTICO

Utilizar el mismo producto turístico, intentando atraer nuevos consumidores turísticos, bien por su oferta a regiones poco explotadas hasta el momento, o bien por la identificación de nuevos segmentos del mercado sobre los que no se habían realizado las acciones adecuadas.

2.7.4 ESTRATEGIA DE DIVERSIFICACIÓN TURÍSTICA

2.7.4.1 ***Horizontal:*** Mayor cobertura del mercado turístico con una amplia gama de productos turísticos para clientes con comportamientos similares a los ya existentes.

2.7.4.2 ***Vertical:*** Los nuevos productos actualmente desarrollados por las organizaciones logran captar nuevos mercados de forma que las nuevas actividades desarrolladas no se diferencian demasiado de las actuales.

2.7.4.3 ***Concéntrica:*** Prestación más integrada de todos los servicios que componen el producto turístico, dotando de mayor homogeneidad la calidad e imagen de la organización turística en los mercados turísticos, y con ello, innovar y desarrollar su cartera de productos, y atraer a nuevos consumidores turistas.

Supone el desarrollo de nuevos productos, basados en la satisfacción de nuevos clientes, con nuevos destinos turísticos y con la incorporación de actividades turísticas nuevas, muchas veces con escasa relación con la actividad principal desarrollada por la organización turística.

2.8 LA PROMOCIÓN

Esta es sin duda alguna la principal herramienta no sólo para el turismo sino para cualquier producto o servicio que se necesite ofertar.

Los instrumentos para realizar esta actividad forman lo que se llama el ***mix*** de comunicación:

2.8.1 PUBLICIDAD: Comunicación no personal y pagada para la presentación y promoción de bienes, servicios o ideas, que lleva a cabo un patrocinador identificado.

Herramientas: Medios de masas, circulares, cartas, posters, catálogos, etc.

Los objetivos son: Informar, persuadir y mantener el recuerdo.

2.8.2 PROMOCIÓN DE VENTAS: Incentivos a corto plazo para incentivar la compra de un producto o servicio.

Herramientas: Descuentos, mayor contenido por el mismo precio, regalos directos o diferidos, sorteos, muestras, degustaciones.

2.8.3 RELACIONES PÚBLICAS: Conjunto de programas para mejorar, mantener o proteger la imagen de una compañía o producto, y crear una conciencia favorable hacia los mismos.

Herramientas: Publicaciones, acontecimientos, noticias, conferencias, marketing social, logotipos, símbolos.

2.8.4 FUERZA DE VENTAS: Comunicación verbal con un cliente potencial, cuyo propósito es realizar una adquisición.

Herramientas: Vendedores, representantes, presentaciones.

2.8.5 MARKETING DIRECTO: Comunicación de la oferta de bienes y servicios directamente al consumidor potencial sin contar con intermediarios.

Herramientas: Catálogos, correo, tele marketing, televisión, radio, revistas, periódicos, ordenador.

2.9 ECUADOR.- ANTECEDENTES

2.9.1 GEOGRAFÍA

Ecuador se encuentra en América del Sur, con una superficie de 283,560 km^2 tiene sus límites con Colombia al Norte, Perú al Sur y al Este, al Oeste el Océano Pacífico en donde se encuentran las Islas Galápagos.

Está dividido en cuatro regiones, en las que se distribuyen 22 provincias. Dentro de las regiones tenemos: Costa, Sierra, Oriente, Insular.

La Costa, presenta un clima cálido, gracias a las playas y balnearios que posee se ha convertido en uno de los sitios favoritos de los turistas. Dentro de las ciudades que más se destacan tenemos: Guayas, Esmeraldas y Manabí.

Por el contrario en la Sierra, el clima es templado llegando muchas veces al frío, comprende varias ciudades divididas en zonas; la Sierra abarca

diez provincias que tienen importantes elevaciones montañosas como el Chimborazo, los Illinizas, el Cotopaxi, el Cayambe, el Antisana y el Tungurahua.

En el Oriente en cambio, el clima es tropical en la jungla amazónica, está conformado por una serie de colinas que se originan en la parte oriental de los Andes y descienden hasta las llanuras del Amazonas, a cuya cuenca pertenecen importantes ríos como el Putumayo, el Napo y el Pastaza.

Y en la región insular, tenemos el Archipiélago de Galápagos, compuesto por 13 islas principales, 17 islotes y decenas de rocas antiguas. Sus principales volcanes se encuentran en la Isla Isabela. Posee una diversidad de fauna y flora, es el lugar en donde Charles Darwin realizó sus estudios del origen de las especies.

2.9.2 DEMOGRAFÍA

La población del Ecuador de acuerdo a la estadística de Julio 2005 tiene un total de 13.363.593 habitantes, el censo realizado en Estados Unidos en el año 2000 registra 369.400 ecuatorianos residentes en Estados Unidos, en España en cambio según las proyecciones realizadas para el 2003 asciende a 450.000 ecuatorianos, en Italia las proyecciones mencionan unas 120.000 personas pero una cifra más real puede ser 70.000 personas; como vemos este problema de la migración se debe a la difícil situación económica que tiene el país.

En el CUADRO 1.1 se presenta el detalle de la situación demográfica del Ecuador:

CUADRO 1.1 Datos demográficos del Ecuador

Superficie		283,560 km^2
Población		13,363,593
Crecimiento Poblacional		1,24%
Tasa de muertes		4,24 muertes/1000 personas
Tasa de nacimientos		22,67 nacimientos/1000 personas
Densidad		47 hab/km^2
Edades	0-14	33,50%
	15-64	61,50%
	65 y más	4,90%
Razas	Mestizo	65%
	Indio	25%
	Blanco/otros	7%
	Negro	3%

Fuente: Web de la CIA (Central Inteligence Agency)

2.9.3 CULTURA

Ecuador, cuya capital es Quito tiene como idioma oficial el español, aunque existen dialectos indígenas como el quechua, entre otros.

La religión es la católica a la cual pertenecen el 95% de ecuatorianos, el otro 5% pertenecen a otro tipo de religiones: evangélicas, Testigos de Jehová, etc.; en muchos lugares el pueblo indígena todavía tiene ciertas creencias de adoración al sol, tierra o nevados.

El Ecuador al igual que los diferentes países posee un sinnúmero de festividades, algunas se celebran a nivel nacional en un día específico, por otro lado las fiestas de los pueblos duran varios días dependiendo de la importancia del acontecimiento.

CUADRO 1.2 Calendario De Fiestas Nacionales

Fecha	Festividades
1 de Enero	Año Nuevo
6 de Enero	Día de los Santos Reyes y de los Inocentes
Febrero o Marzo	Carnaval
Marzo	Semana Santa
1 de Mayo	Día del Trabajo
24 de Mayo	Batalla de Pichincha
Junio	Corpus Christi
10 de Agosto	Día de la Independencia
9 de Octubre	Independencia de Guayaquil
12 de Octubre	Descubrimiento de América
1 de Noviembre	Día de todos los Santos
2 de Noviembre	Día de los Difuntos
3 de Noviembre	Independencia de Cuenca
6 de Diciembre	Fundación de Quito
25 de Diciembre	Navidad

Fuente: Ministerio de Turismo

2.9.4 ECONOMÍA

El siguiente reporte de la economía del Ecuador es tomado de la Web de la CIA (Central Inteligence Agency):

"Ecuador tiene sustanciales recursos petroleros, los cuales representan el 40% de las ganancias de exportación del país y un cuarto de los ingresos del presupuesto del Gobierno Central en los recientes años.

Consecuentemente, las fluctuaciones en precio mundial pueden tener un substancial impacto doméstico.

En 1990, Ecuador sufrió la peor crisis económica, con desastres naturales y la aguda caída en los precios del mundo del petróleo condujo a que la economía del Ecuador caiga en 1999.

El sistema bancario también colapsó, y Ecuador falló en la deuda externa, la depreciación de la moneda por más del 70% en 1999 y al borde de la hiperinflación, el Gobierno de Mahuad anunció la dolarización de la economía.

Un golpe de Estado, sin embargo, derrocó a Mahuad de su puesto en enero 2002, y después una junta efímera falló para retirar el soporte militar, el Vicepresidente Gustavo Noboa asumió la Presidencia. En marzo 2002, el Congreso aprobó una serie de reformas estructurales que también proporcionó la estructura para la adopción del dólar como legal. La dolarización estabilizó la economía y retornó el crecimiento para estos niveles de pre-crisis en los años siguientes.

Ecuador es beneficiado de los altos precios mundiales del petróleo, pero el Gobierno ha hecho pequeños progresos en las reformas económicas necesarias para reducir la vulnerabilidad del Ecuador a los altos y bajos del precio del petróleo y crisis financieras".

2.9.5 TURISMO.- ESTADÍSTICAS

Los viajes y turismo en el Ecuador en el 2005 están esperando generar 3,716.6 millones de la actividad económica (Demanda Total).

Sin embargo, como el turismo y los viajes atañen a todos los sectores de la economía el impacto real es aún mejor. La economía de los viajes y turismo en el Ecuador directa o indirectamente sirve para:

✓ 379,047 trabajos, representan el 7.4% del total de empleos.

✓ US$ 1,064.3 millones de exportaciones, servicios y mercadería o el 11.3% del total de exportaciones.

✓ US$ 993.2 millones de Capital de Inversión o el 14.3% del total de inversión.

✓ US$ 136.6 millones de gastos de Gobierno o una acción del 3.7%.

GRÁFICO 1.1 Demanda Total De Los Viajes y Turismo del Ecuador

Demanda total del Ecuador

2005

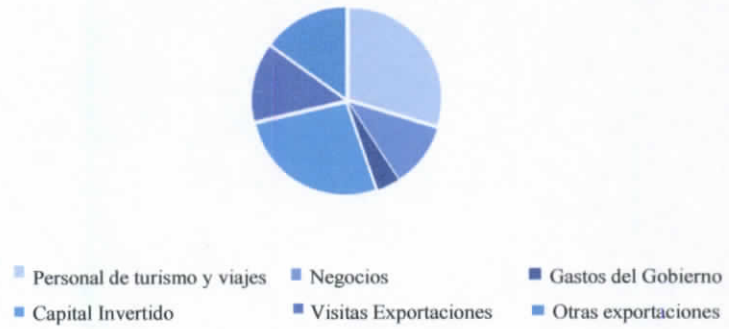
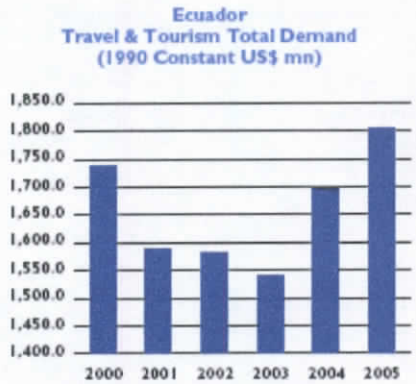


GRÁFICO 1.2 Demanda Total De Los Viajes y Turismo del Ecuador en dólares



Fuente: Web de World & Travel Tourism Council

Como se puede observar, las estadísticas muestran un panorama muy alentador para el sector de turismo y viajes, por ende la economía mejora en un porcentaje significativo, no sólo genera empleo sino que también presenta la posibilidad de mejorar en mercadería, servicios; entre otros. El turismo, explotado de una forma óptima puede ser el próximo pilar de la economía ecuatoriana.

2.10 LA CIUDAD DE RIOBAMBA.- ANTECEDENTES

2.10.1 GEOGRAFÍA

Riobamba, la capital de la provincia de Chimborazo, está ubicada en el centro del Ecuador a 2.754 msnm, con una temperatura promedio de 14ºC y una superficie de 5.637 km^2.

Es conocida también como la "Sultana de los Andes", que está rodeada por volcanes y nevados, muchos de ellos con nieves perpetuas como el Chimborazo, Carihuairazo, Tungurahua, El Altar, Los Quilimas, Los Cubillines.

2.10.2 HISTORIA

La ciudad de Riobamba fue fundada el 15 de agosto de 1534 por Sebastián de Benalcázar con el nombre de Santiago de Quito, la cual fue la primera fundación realizada por los españoles en el Reino de Quito, siendo una de las más importantes de la época.

La antigua ciudad sobrellevó un devastador terremoto el 4 de febrero de 1797, exigiendo así al traslado de la ciudad a la llanura donde se halla actualmente.

Riobamba es considerada una ciudad de primicias debido a que aquí se llevó a cabo la firma de la Primera Carta Constitucional de la República. La emancipación política tuvo lugar el 11 de noviembre de 1820.

Dos años más tarde el 21 de abril de 1822, tiene lugar la Batalla de Tapi, siendo esta la antesala de la batalla final del 24 de mayo del mismo año, en la que las fuerzas españolas son derrotadas definitivamente. Estas dos fechas se constituyen como las más importantes para la Sultana de los Andes.

2.10.3 DEMOGRAFÍA

Según el VI Censo de Población y el V de Vivienda 2001 – julio 2002, tiene un total de 193.315 habitantes con un crecimiento anual del 2.53% en el período 1990-2001.

CUADRO 1.3 Datos Demográficos de Riobamba

Superficie		5.637 km^2
Población		193.315
Crecimiento Poblacional		2,53%
Densidad		
Edades	0-14	146996 (total sector urbano+rural)
	15-64	222898 (total sector urbano+rural)
	65 y más	33738 (total sector urbano+rural)

Fuente: INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)

2.10.4 CULTURA

El centro histórico de la ciudad está constituido por calles empedradas y edificios de tipo colonial y moderno guarda encantadoramente las huellas del pasado, lugar donde se mezclan la gente, los tejidos, los bordados, la sombrería, la cerámica, platería, trabajos en piedra, flores y por supuesto la belleza de la mujer riobambeña.

En la ciudad de Riobamba además del español, se encuentran lugares en donde se habla el quechua, lengua de los sectores indígenas.

La población en su mayoría es católica, pero existen un grupo minoritario que forma parte de otras religiones. Como testigos de su gran fe religiosa, están sus antiguos monasterios, monumentos y templos.

Dentro de las fiestas importantes que se celebran en la ciudad se tienen:

✓ Fiesta del Rey de Reyes (6 de enero): Se celebra el 6 de enero de cada año y es una de las más importantes de Riobamba y quizá de todo el país. Es una fiesta popular de carácter religioso en honor al Niño Jesús, "Rey de Reyes".

✓ Fiestas abrileñas (21 de abril): Es la fiesta más importante para la ciudad y la provincia en general, ya que se celebra la Independencia de la ciudad. aquí se desarrollan varios actos culturales, deportivos, cívicos, desfiles, ferias, corrida de toros, entre otros.

✓ Fiestas novembrinas (11 de noviembre): Riobamba celebra su Emancipación. Existen también ciertas actividades para estas fiestas.

2.10.5 ECONOMÍA

Las principales fuentes de ingresos de la ciudad de Riobamba son:

Recursos Naturales: Agricultura muy variada, minería, ganadería, etc.

Industria: Cementos Chimborazo, cerámica, alfombras, etc.

Turismo: Montañismo, laguna de Colta, ferias semanales, etc.

2.11 LA TECNOLOGÍA Y EL SECTOR TURÍSTICO: INTERNET

Al pasar el tiempo se puede dar cuenta que la tecnología es una parte fundamental en nuestro entorno cotidiano. La oferta de servicios y productos van de la mano con la tecnología, más aún el turismo, la ventaja de todo esto es que el turista se ahorra tiempo al realizar cualquier tipo de acción.

Hoy en día, el turismo se ha difundido por medio de elementos tecnológicos, por ende por medio de la principal herramienta de comunicación a nivel mundial: Internet. Pero cabe preguntar ¿cuál es la ventaja de enlazar Internet y el sector turístico? Pues cabe detallar algunos de los puntos a favor de esta unión, de acuerdo al artículo "20 razones para estar en Internet" del año 1999

1. Por el nuevo mercado que se abre: se estima que unos 60 millones de personas de todo el mundo se puede conectar a Internet ahora mismo.

2. Se puede anunciar interactivamente el negocio: la forma interactiva de este nuevo medio permite una actualización constante acerca de las razones por las cuales se debe hacer negocios con la empresa.

3. Para dar servicios a los clientes: A través de formularios interactivos para que la gente le solicite información, realizar presupuestos on-line, hacer reservas o pedidos y base de datos entre otras cosas.

4. Para atraer el interés público: si se tiene una Web cualquier persona que lea o escuche de la existencia de la misma es un potencial "visitante" y un posible cliente para el negocio.

5. Para vender productos o servicios: para lograr este punto antes que nada se debe satisfacer la necesidad de conocer el producto, saber que hace, como lo hace y en que le puede ayudar, más tarde tal vez el visitante se convierta en un cliente que compre productos o servicios.

6. Para difundir fotografías, sonido y películas: añadir sonido, fotografías y pequeños videos a la información de la empresa permiten mostrar el producto desde la acción; ningún catalogo hará una cosa así a un costo tan bajo.

7. Para penetrar en mercados internacionales: poner información en Internet implica tener en claro la política internacional mejorando las relaciones con delegaciones en otros países."

Para concluir se dice que es necesario que el turismo, siendo un servicio que ofrecer a la gente, deba estar hasta cierto punto en forma casi obligada en el Internet, ya que existen numerosas ventajas para la difusión del turismo con la ayuda de la tecnología.

2.12 MULTIMEDIA

En la actualidad la palabra *multimedia* es una de las más utilizadas por la mayoría de las personas que creen que la multimedia únicamente se limita a gráficos animados, música y video; pero la multimedia va mucho más allá.

La Asociación Mexicana de Multimedia y Nuevas Tecnologías (AMMYNT) a través de su presidente, el Ing. José Luis Oliva Posada, señala:

> *"La multimedia es una tendencia de mezclar diferentes tecnologías de difusión, de información, impactando varios sentidos a la vez, para lograr un efecto mayor en la comprensión del mensaje"*.

Dicha asociación reconoce tres ámbitos de desarrollo de multimedia y sólo a uno de ellos como tal:

(1) **Transmedia**: Es el ambiente de los medios de comunicación afianzados, con un leguaje propio y un uso de costumbres diarias, donde las computadoras se destinan a la confección de mensajes.

2) **Intermedia**: Ámbito definido por el uso de elementos de diferentes medios de comunicación para la transmisión de un mensaje, donde los medios, antes de consolidarse como tales, fueron multimedia. En esta mezcla puede no utilizarse la computadora.

3) **Multimedia**: Ámbito de uso de la computadora en aplicaciones hechas para que el usuario final la utilice mezclando tres o más de cinco datos que

se emplea en la transmisión del conocimiento formal: texto, gráficas, música, voz, imagen fija o en movimiento."

Al tener más claro el amplio concepto de multimedia, se puede tener en cuenta que existe una larga lista de aplicaciones para esta nueva tecnología.

- En la diversión y el entretenimiento.

Multimedia es la base de los juegos de video, pero también tiene aplicaciones en pasatiempos de tipo cultural como cuentos infantiles interactivos, exploración de museos y ciudades a manera de visitas digitales interactivas.

- Multimedia en los negocios.

Las principales aplicaciones se dan en: la inducción, capacitación y adiestramiento de personal, la disposición rápida, accesible y procesamiento de altos volúmenes de información, los kioskos de información, las presentaciones, intercambio y circulación de información. El trabajo en grupo o de equipo para elaborar proyectos.

- En publicidad y marketing.

Las principales aplicaciones son: la presentación multimedia de negocios, de productos y servicios, la oferta y difusión de los productos y servicios a través de los kioscos de información.

Los kioscos de información son máquinas multimedia situadas en espacios públicos estratégicos, con determinado tipo de dispositivos que, mediante una aplicación, accesan datos y permiten al usuario interactuar con ellos, obteniendo, así, información.

El kiosco proporciona información de forma atractiva, sirviendo de apoyo a museos, centros comerciales, salas de espera de bancos, restaurantes, hospitales, consultorios, etc.

- En la difusión del saber y conocimiento.

La característica de la interactividad de multimedia, que permite navegar por el programa y buscar la información sin tener que recorrerlo todo, logra que la tecnología se aplique en los nuevos medios de dos modos diferentes y se use de tres formas alternativas.

- En la administración.

Multimedia permite tener a la vista los acostumbrados inventarios de productos, más que por columnas de números, por registros e inspecciones de cámaras de video de los estantes de almacén, realizados por el administrador de éste. Igualmente permite revisar y analizar reportes de clientes realizados por video, de manera más rápida y efectiva. La realización del trabajo en colaboración es, así mismo, posible, aún con personas que están en lugares distantes o diferentes."

2.13 HERRAMIENTAS SOFTWARE

Para la realización del Sistema Web Turístico serán necesarios los recursos que a continuación se detallan:

2.13.1 RECURSOS HUMANOS

Diseñadores

Para la creación de ambientes virtuales se necesitó de la ayuda de un diseñador, el cual proporcionó pautas y estrategias para poder realizar un modelado de alta calidad por medio de las herramientas de diseño.

Es importante recalcar que los ambientes están creados para permitir una rápida descarga desde el servidor. Gracias a la ayuda del diseñador, se pudo lograr varios efectos en los ambientes virtuales que se incluyen en el sistema web turístico.

2.13.2 RECURSOS SOFTWARE

2.13.2.1 Sistemas Operativos

- **Microsoft Windows XP Professional**

El sistema operativo Windows XP, es la idea que causó conmoción no sólo en el mundo informático, incluso en la gente que no conoce nada de computación; ya que presenta una interfaz gráfica, es decir visual e intuitiva.

Las razones que convirtieron a Windows XP en el sistema operativo preferido por la mayoría de usuarios son muchas. Windows brinda varias mejoras en las diferentes versiones, y Windows XP es el sistema operativo que sobrepasa a las versiones anteriores.

Por medio de Windows XP se pueden obtener ventajas, las cuales nos permiten manejar de una forma más sencilla las herramientas digitales, crear o modificar objetos multimedia (videos, fotografías), banners, animaciones; realizar procesos que antes se catalogaban de "complejos" con la ayuda de los asistentes, así como otras actividades de una forma rápida y sencilla para el usuario.

- **Red Hat 9.0**



Red Hat es un sistema operativo que corresponde al tipo de software libre, también conocido como "open source", es decir que no es necesario adquirir ningún tipo de licencia para usarlo.

Red Hat presenta varios argumentos como: rapidez en el desarrollo, abaratar costes, uso de estándares para colaborar libremente, no sufrir la dependencia de una empresa que imponga limitaciones entre otros.

Mediante el uso de Red Hat se puede crear productos de gran calidad, dotando al usuario de libertad de uso y modificación, y superando, por lo tanto, a los productos propietarios tradicionales.

2.13.2.2 Diseño de Páginas Web

- **PHP Expert Editor**



Como sabemos PHP sigue la filosofía "open source", es un lenguaje embebido en las páginas Web que lo incluyen. El PHP Expert Editor es una herramienta con las mismas características del PHP pero sobre plataforma Windows.

PHP es un lenguaje óptimo, ya que no necesita compatibilidades o estándares definidos por otros para poder usarse; también no hay que olvidar que puede utilizarse como cualquier otro lenguaje para escribir

programas que se ejecuten desde la línea de comandos.

PHP ha llamado la atención de usuarios y de los programadores, ya que es un lenguaje que permite generar páginas Web con contenidos dinámicos, procesar formularios, manipulación de cookies, entre otros. Gracias al PHP se puede crear con mayor rapidez de ejecución varias tareas para la Web.

- **Apache**



Apache es un servidor Web potente, flexible, que puede funcionar en la más amplia variedad de plataformas y entornos.

Varios motivos han convertido a este servidor en el más utilizado en el mundo debido a su eficiencia, funcionalidad y rapidez. Su desarrollo se realiza de una forma estable y segura gracias al Apache Group, que se ocupa de mejorar cada día el servidor.

El servidor Apache implementa posibilidades frecuentemente demandadas tales como: soporte de hosts virtuales, bases de datos para la autentificación; siendo la principal el diseño modular para personalizar mejor las necesidades de cada sitio web.

- **MySql**



MySql es actualmente el servidor de base de datos más popular para los desarrollos Web. Es muy rápido y sólido, siendo muchos los

administradores que lo instalan.

Presenta un mayor rendimiento y escalabilidad, facilidad de optimización y conexión; además MySql es bastante rápido y presenta también una integración perfecta con PHP.

MySql no tiene límites en los tamaños de los registros, posee un mejor control de acceso de usuarios, estandarización para la migración desde Oracle, Sybase y otras bases de datos lo cual se hace de una forma sencilla.

- **Swish 2.0**



Este pequeño y poderoso programa permite la creación de atractivas animaciones Flash, esta herramienta está dirigida a los usuarios comunes que desean desarrollar animaciones buenas y complejas.

Swish incorpora numerosas opciones que se manejan de una manera mucho más sencilla que con otros programas creados para el mismo fin, permitiendo así la fácil creación de animaciones.

La principal característica que presenta es la de poder otorgar a la web lo que más necesita: dinamismo, ya que el programa presenta varios tipos de efectos incorporados.

- **CoffeeCup Free DHTML**



CoffeeCup Free DHTML es una herramienta que acaba con el misterio de los menús jerárquicos y permite crear atractivos menús y sistemas de navegación, sin la necesidad de escribir varias líneas de código.

Es un software importante ya que no se necesita tener conocimiento de JavaScript o DHTML para poder realizar todo tipo de menús y así incluirlos en las páginas Web.

El DHTML Menu Builder permite crear con unos pocos clicks menús con efectos de animación, modificar texto, tamaño, forma, etc., y visualizar los cambios realizados en tiempo real.

- **ACDSee 3.1**



Es uno de los mejores y potentes programas de visualización y gestión de fotografías.

Permite la creación de álbum de fotos y exportarlos a HTML con la mayor sencillez y rapidez, podemos hacer uso de la potente utilidad de búsqueda de ACDSee para encontrar imágenes duplicadas. Y una vez encontradas, podemos hacer una comparación para decidir cuál escoger.

El ACDSee, nos ayuda también con ciertas herramientas de edición como la eliminación de ojos rojos y el ruido, ajuste de colores o recorte.

- **Adobe Photoshop 6.0**



El software de edición de imágenes y gráficos Web - Photoshop - proporciona una combinación de herramientas que maximizan la creatividad, precisión y control de los usuarios.

Hoy en día Photoshop ofrece varias características nuevas para que el usuario domine su potencia y la flexibilidad de la forma más óptima, gracias a la interfaz agilizada que ayuda a que en cada nivel de usuario se tenga mayor eficacia con el trabajo que se está realizando.

Por medio de esta herramienta se pueden crear fácilmente animaciones sofisticadas ya que trae incorporado el ImageReady, todo esto sin necesidad de utilizar otros productos para editar imágenes.

- **3D Studio Max 7.0**



3DS Max es un moderador de imágenes y animaciones 3D que desde sus versiones en DOS han venido fascinando a los usuarios por la gran

variedad de opciones sencillas, pero potentes y sofisticadas.

Gracias a 3DS Max se han venido realizando varios trabajos de mucha trascendencia, ya que esta herramienta permite importar o construir modernos objetos tridimensionales.

A pesar de obtener resultados mucho más realistas, no se aprecia ningún decremento en cuanto a la velocidad de representación, lo que se logra gracias a una optimización en los algoritmos y un mejor aprovechamiento del hardware. De hecho, en ocasiones parece ser más rápido que las versiones precedentes.

- **VRML 2.0**



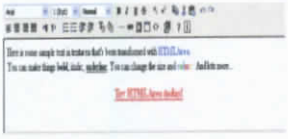
Es un lenguaje tridimensional e interactivo orientado a la modelación y la visualización de objetos, situaciones y mundos virtuales en Red. Fue diseñado desde un comienzo para ser visualizado en tiempo real en la WWW.

VRML provee un conjunto básico de primitivas para el modelaje geométrico tridimensional y tiene la capacidad de dar comportamiento a los objetos y asignar diferentes animaciones que pueden ser activadas por eventos generados por diferentes usuarios.

Lo que podemos conseguir a través del VRML es una simulación por computadora, dinámica y tridimensional, con alto contenido gráfico,

acústico y táctil, orientada a la visualización de situaciones y variables complejas.

- **HTMLArea**



HTMLArea es un editor gratuito WYSIWYG para los campos <textarea>. Añadiendo unas pocas y simples líneas de código Java Script a la página web se puede reemplazar un área de texto regular con un gran editor de texto.

El HTMLArea permite hacer lo siguiente: el formato de texto puede ser negrita, cursiva o subrayado, cambiar el tamaño, tipo de letra, color y estilo de letra, centrar o justificar los párrafos, insertar líneas horizontales, hipervínculos, y mucho más.

Muchas de las características interesantes del HTMLArea que están basadas en los editores WYSIWYG permiten generar un código válido en HTML, tiene soporte para la mayoría de browsers, trabaja con cualquier lenguaje ASP, PHP, Perl, Java, entre otros y su principal característica es que es un software gratuito.

2.13.3 RECURSOS HARDWARE

- **Scanner**



Es una herramienta que agilita el trabajo, porque en muy poco tiempo se puede obtener una amplia variedad de imágenes con una buena resolución, además de texto lo cual nos permite avanzar en cualquier tarea de forma rápida.

La ayuda que el scanner ofrece es sin lugar a duda fundamental para todo tipo de trabajo. Muchas veces existe la necesidad de tener en el computador una copia exacta o tal vez mejorada de fotografías, firmas o logotipos; para este objetivo y otros más se encuentra el scanner.

- **MiniDV Handycam Camcorder**



La MiniDV Handycam Camcorder, es una fusión entre una filmadora y una cámara digital, lo cual nos proporciona dos herramientas importantes en un solo aparato.

Es un instrumento que permite tomar fotos digitales, las cuales ofrecen varias ventajas: No conllevan gastos de revelado ni rollo; permiten

retocar e imprimir las imágenes, guardarlas en el computador, enviarlas por correo electrónico... Pero la mayor ventaja de esta herramienta es la rapidez ya que la imagen se convierte en formato digital sin necesidad de escanear o revelar.

Por otro lado podemos tener en cuestión de minutos video, el cual se puede enviar de una forma fácil y rápida, además el diseño compacto que hoy en día presentan, alta resolución del video, sonido claro, zoom óptico y digital.

CAPÍTULO III

3. ANÁLISIS DE RESULTADOS

3.1 ENCUESTAS

Para poder realizar un sondeo de la opinión de turistas nacionales y extranjeros sobre los sitios turísticos y la ciudad en general, realizamos encuestas a un total de 100 personas divididas en grupos de 50 turistas nacionales y 50 turistas extranjeros.

El análisis de las encuestas se detalla a continuación:

1. ¿Por qué decidió visitar la ciudad de Riobamba?

Recomendaciones (.....) Negocios (.....)

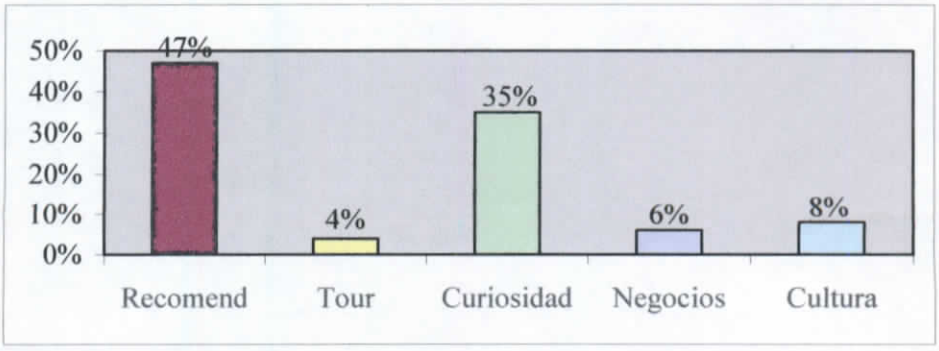
Parte del tour (.....) Cultura (.....)

Curiosidad (.....)

Tabulación de Datos

Opciones	Resultados	Porcentaje
Recomendaciones	79	47%
Parte del tour	7	4%
Curiosidad	59	35%
Negocios	11	6%
Cultura	14	8%
TOTAL	**170**	**100%**

Gráfico



Fuente: Encuestas

Realizado por: Valeria Salao

El 47% de turistas encuestados visitaron la ciudad de Riobamba por recomendaciones, el 4% porque fue parte del tour, el 35% por curiosidad, el 6% por asuntos de negocios y el 8% por cultura.

2. ¿Cómo obtuvo información de la ciudad?

Agencia de viajes (.....) Revistas / Periódicos (.....)

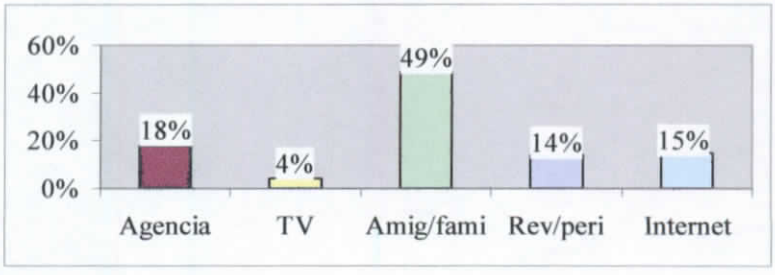
TV (.....) Internet (.....)

Amigos/familiares (.....)

Tabulación de Datos

Opciones	Resultados	Porcentaje
Agencia de viajes	29	18%
TV	7	4%
Amigos/familiares	79	49%
Revistas/periódicos	22	14%
Internet	24	15%
TOTAL	**161**	**100%**

Gráfico



Fuente: Encuestas

Realizado por: Valeria Salao

Los turistas obtuvieron información de Riobamba por medio de una agencia de viajes en un 18%, por la televisión 4%, por medio de amigos y/o familiares en un 49%, gracias a revistas y/o periódicos 14%, y por el Internet el 15%.

3. ¿Cuánto tiempo permanecerá en la ciudad?

1 día (.....)

Menos de 1 día (.....)

Más de 1 día (.....)

Tabulación de Datos

Opciones	Resultados	Porcentaje
1 día	35	35%
Menos de 1 día	4	4%
Más de 1 día	61	61%
TOTAL	**100**	**100%**

Gráfico



Fuente: Encuestas

Realizado por: Valeria Salao

El 35% de turistas permanecen en la ciudad por un día, el 4% menos de un día a los cuales los podemos llamar excursionistas, y el 61% se queda más de un día.

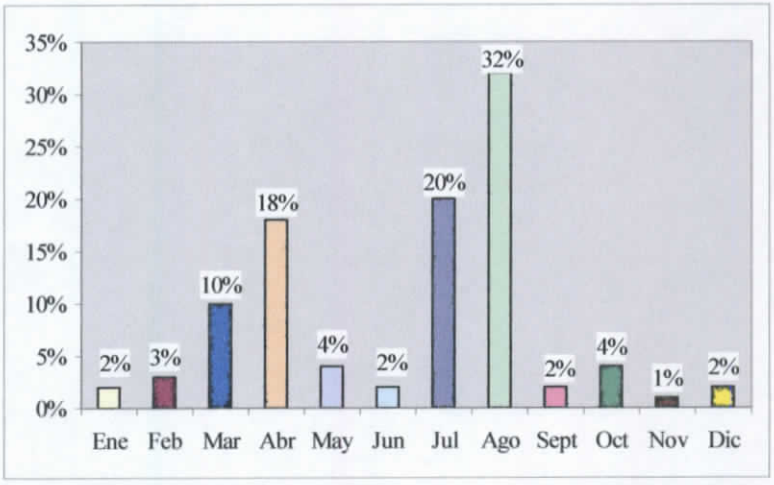
4. ¿Cuáles son los meses en los que usted prefiere viajar?

Enero		Julio	
Febrero		Agosto	
Marzo		Septiembre	
Abril		Octubre	
Mayo		Noviembre	
Junio		Diciembre	

Tabulación de Datos

Opciones	Resultados	Porcentaje
Enero	3	2%
Febrero	5	3%
Marzo	19	10%
Abril	38	18%
Mayo	7	4%
Junio	3	2%
Julio	42	20%
Agosto	66	32%
Septiembre	3	2%
Octubre	8	4%
Noviembre	2	1%
Diciembre	4	2%
TOTAL	**200**	**100%**

Gráfico



Fuente: Encuestas

Realizado por: Valeria Salao

El 2% de turistas prefieren viajar en el mes de enero, en el mes de febrero el 3%, el 10% lo hace en el mes de marzo, en el mes de abril el 18%, el 4% en mayo, en el mes de junio el 2%, el 20% en el mes de julio, el mes de mayor preferencia es agosto con el 32%, en septiembre el 2%, el 4% en octubre y el 1% y 2% en noviembre y diciembre respectivamente.

5. Cuando llegó a la ciudad, ¿Cómo obtuvo información de los lugares turísticos a visitar?

Mapa (.....) Agencia de Viajes (.....)

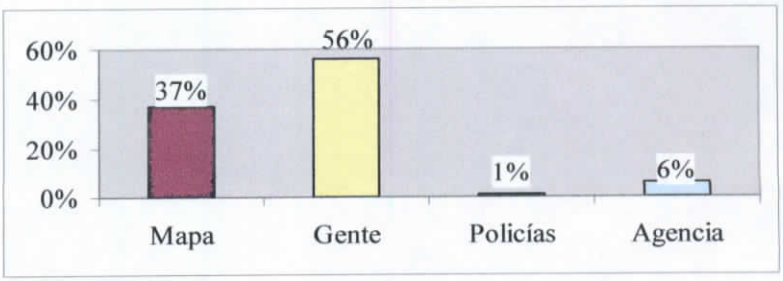
Información de la gente (.....)

Policías de Turismo (.....)

Tabulación de Datos

Opciones	Resultados	Porcentaje
Mapa	57	37%
Información de la gente	88	56%
Policías de turismo	1	1%
Agencia de viajes	10	6%
TOTAL	**156**	**100%**

Gráfico



Fuente: Encuestas

Realizado por: Valeria Salao

Al llegar a la ciudad el 37% de turistas se guió dentro de la ciudad por medio de un mapa, el 56% gracias a la gente, el 1% por medio de los policías de turismo y el 6% por la agencia de viajes.

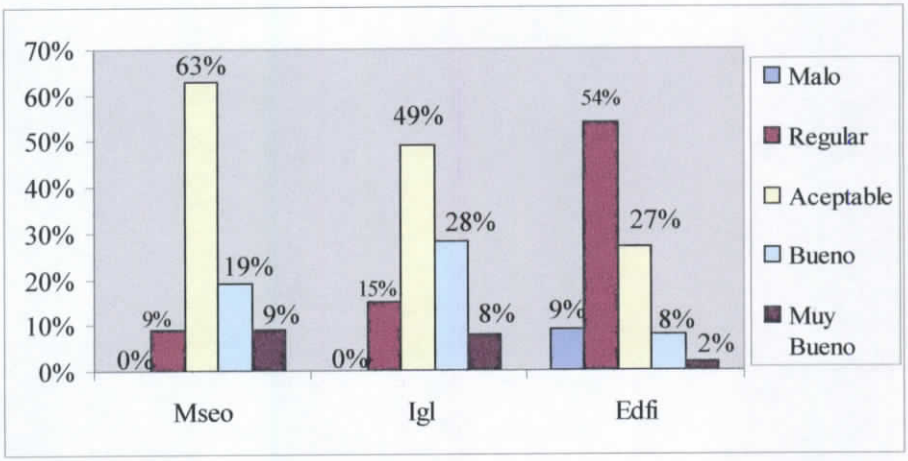
6. Califique a los siguientes lugares turísticos: (1: Mala 5: Muy buena)

	1	2	3	4	5
Museos					
Iglesias					
Edificios Coloniales					
Parques					
Viaje en Ferrocarril					
Tour al Chimborazo					

Tabulación de Datos

Opciones	**Resultados**						**Porcentajes**					
	Mseo	Igl	Edfi	Parqs	Tren	Chim	Mseo	Igl	Edfi	Parqs	Tren	Chim
1	0	0	9	10	0	2	0%	0%	9%	10%	0%	2%
2	9	15	54	47	5	1	9%	15%	54%	47%	5%	1%
3	63	49	27	32	20	23	63%	49%	27%	32%	20%	23%
4	19	28	8	8	53	52	19%	28%	8%	8%	53%	52%
5	9	8	2	3	22	22	9%	8%	2%	3%	22%	22%
TOTAL	**100**						**100%**					

Gráfico Museo – Iglesias – Edificios



Fuente: Encuestas

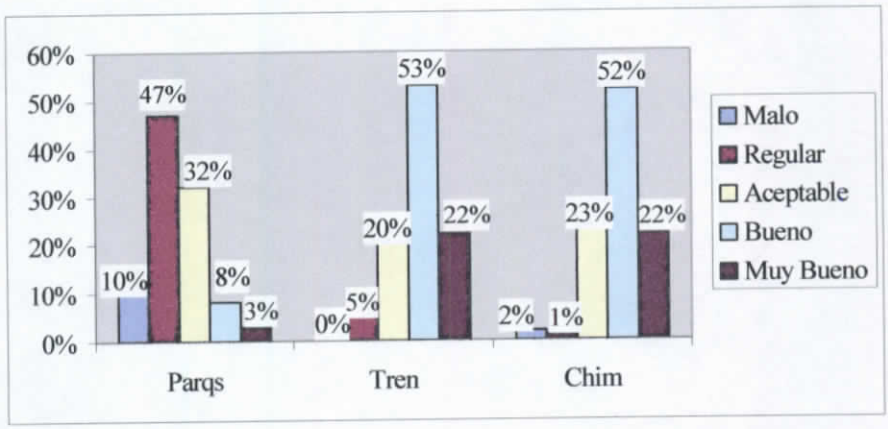
Realizado por: Valeria Salao

Los turistas calificaron la calidad de servicio a los lugares turísticos, obteniendo los siguientes resultados: los museos con el 0% malo, 9% regular, el 63% normal, el 19% bueno y el 9% muy bueno.

Las iglesias obtuvieron las siguientes calificaciones: 0% malo, 15% regular, 49% normal, 28% bueno y el 8% muy bueno.

Los edificios en cambio tienen el 9% malo, 54% regular, 27% normal, 8% bueno y el 2% muy bueno.

Gráfico Parques – Ferrocarril – Tour Chimborazo



Fuente: Encuestas

Realizado por: Valeria Salao

Los parques tienen el 10% malo, el 47% regular, 32% normal, 8% bueno y 3% muy bueno.

El tour en el ferrocarril obtuvo el 0% malo, el 5% regular, el 20% normal, el 53% bueno y el 22% muy bueno.

El tour al Chimborazo tiene el 2% malo, el 1% regular, el 23% normal, el 52% bueno y el 22% muy bueno.

7. ¿Qué le gustó de la ciudad?

Gente (.....) Lugares Turísticos (.....)

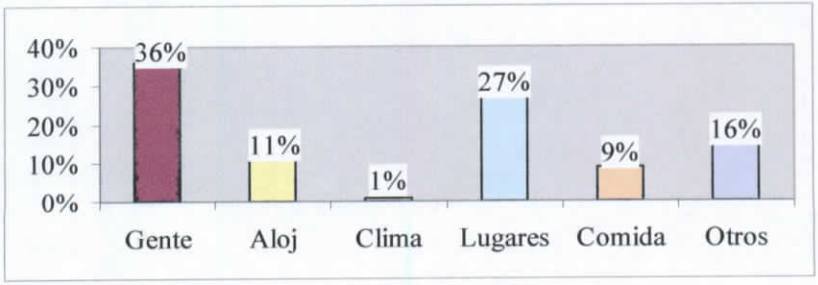
Alojamiento (.....) Comida (.....)

Clima (.....) Otros (.....)

Tabulación de Datos

Opciones	Resultados	Porcentaje
Gente	94	36%
Alojamiento	29	11%
Clima	2	1%
Lugares Turísticos	72	27%
Comida	24	9%
Otros	43	16%
TOTAL	**264**	**100%**

Gráfico



Fuente: Encuestas

Realizado por: Valeria Salao

Los turistas decidieron que lo que más les gustaba de la ciudad de Riobamba era la gente con el 36%, seguido por los lugares turísticos con el 27%, el 16% otros, el 11% el alojamiento, el 9% la comida y el 1% el clima.

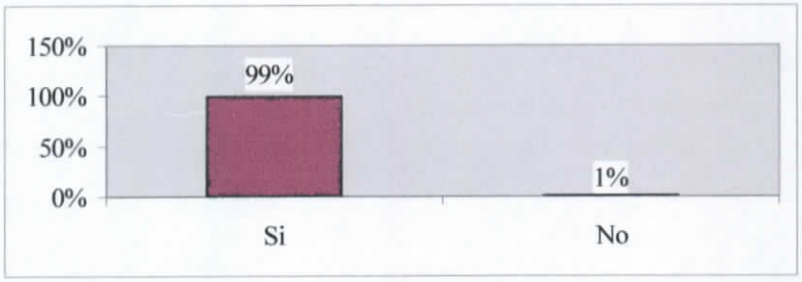
8. ¿Piensa que el turismo es una fuente de ingresos importante para la ciudad?

Si (.....) No (.....)

Tabulación de Datos

Opciones	Resultados	Porcentaje
Si	99	99%
No	1	1%
TOTAL	**100**	**100%**

Gráfico



Fuente: Encuestas

Realizado por: Valeria Salao

El 99% de los turistas cree que el turismo es una fuente importante de ingresos para la ciudad, en cambio el 1% cree que no es así.

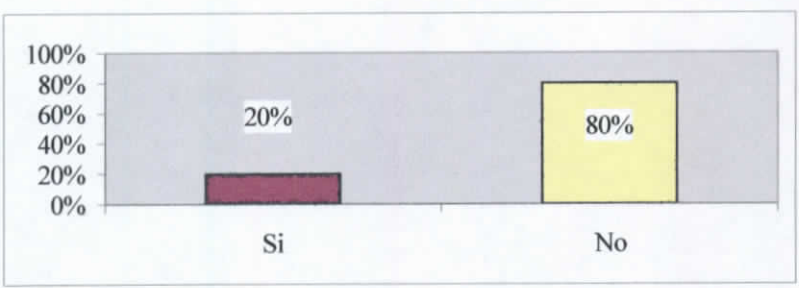
9. ¿La ciudad de Riobamba tiene una buena promoción a nivel nacional e internacional?

Si (.....) No (.....)

Tabulación de Datos

Opciones	Resultados	Porcentaje
Si	20	20%
No	80	80%
TOTAL	**100**	**100%**

Gráfico



Fuente: Encuestas

Realizado por: Valeria Salao

El 20% piensa que la ciudad de Riobamba tiene buena promoción a nivel nacional e internacional, en cambio el 80% piensa lo contrario.

10. ¿Cuál es la mejor forma de promocionar el turismo en la ciudad de Riobamba?

Revistas (.....) Periódicos (.....)

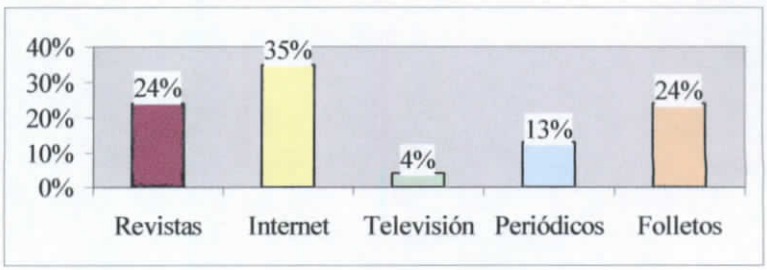
Internet (.....) Folletos (.....)

Televisión (.....)

Tabulación de Datos

Opciones	Resultados	Porcentaje
Revistas	59	24%
Internet	86	35%
Televisión	11	4%
Periódicos	32	13%
Folletos	58	24%
TOTAL	**246**	**100%**

Gráfico



Fuente: Encuestas

Realizado por: Valeria Salao

El 24% de turistas cree que la mejor forma de promocionar el turismo en la ciudad de Riobamba es por medio de revistas, el 35% opina que el Internet es la vía más óptima, el 4% por la televisión, el 13% por los periódicos y el 24% por medio de folletos.

11. ¿Cree usted que todos los lugares turísticos de la ciudad se encuentran ampliamente difundidos?

Si (.....) No (.....)

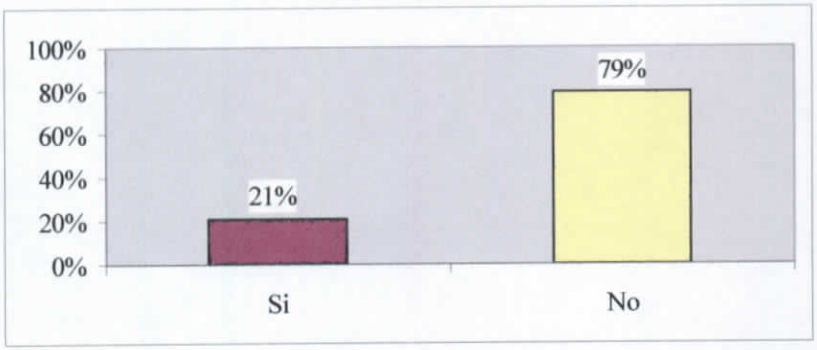
Por qué?.....

.....

Tabulación de Datos

Opciones	Resultados	Porcentaje
Si	21	21%
No	79	79%
TOTAL	**100**	**100%**

Gráfico



Fuente: Encuestas

Realizado por: Valeria Salao

El 21% de turistas piensan que los lugares turísticos de la ciudad se encuentran bien difundidos, el 79% cree que no.

Opinión

- Cuando se llega a la ciudad no se sabe que visitar.
- No hay señalización.
- Falta promoción.
- La gente dentro de la ciudad no conoce bien los lugares.
- Hay solo información general.
- Falta información.

12. ¿Se puede incentivar a los turistas nacionales y extranjeros, para que visiten la ciudad de Riobamba por medio de la creación de una página Web turística?

Si (.....) No (.....)

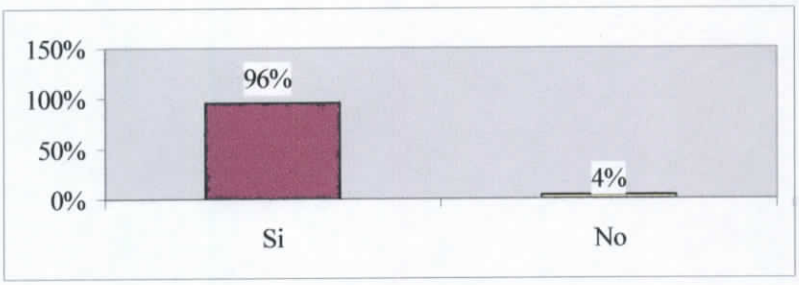
Por qué?.....

.....

Tabulación de Datos

Opciones	Resultados	Porcentaje
Si	96	96%
No	4	4%
TOTAL	**100**	**100%**

Gráfico



Fuente: Encuestas

Realizado por: Valeria Salao

Los turistas opinan que la mejor manera de incentivar el turismo en la ciudad de Riobamba es por medio del Internet con el 96%, el 4% cree lo contrario.

Opinión

- Se pueden conocer varios lugares antes de viajar a la ciudad.
- La mayoría de gente busca en el Internet.
- Por la tecnología.
- Es una buena herramienta.
- Mejora la publicidad.
- Mayor información.
- Información actualizada.

13. ¿Volvería a visitar la ciudad de Riobamba?

Si (.....) No (.....)

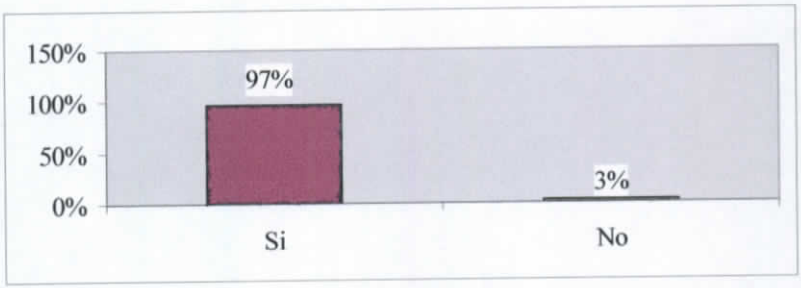
Por qué?.....

.....

Tabulación de Datos

Opciones	Resultados	Porcentaje
Si	97	97%
No	3	3%
TOTAL	**100**	**100%**

Gráfico



Fuente: Encuestas

Realizado por: Valeria Salao

El 97% de turistas volverían a visitar la ciudad de Riobamba, el 3% no lo haría.

Opinión

- Por la gente.
- Es una ciudad bonita.
- Por los lugares turísticos.
- Interesante.
- Tranquila.
- Varias culturas.
- Falta cosas por conocer.
- Historia.
- Naturaleza.
- Entretenida.

14. ¿Recomendaría la ciudad para que la visiten?

Si (.....) No (.....)

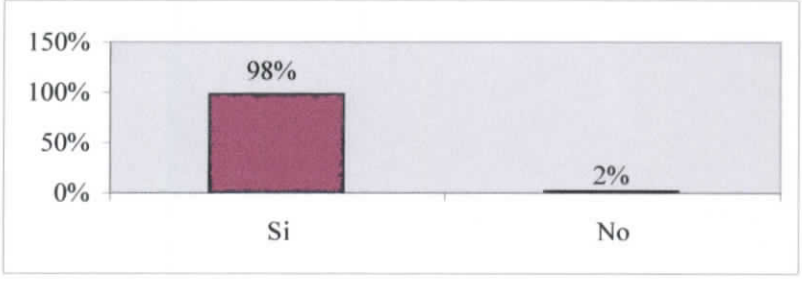
Por qué?.....

.....

Tabulación de Datos

Opciones	Resultados	Porcentaje
Si	98	98%
No	2	2%
TOTAL	**100**	**100%**

Gráfico



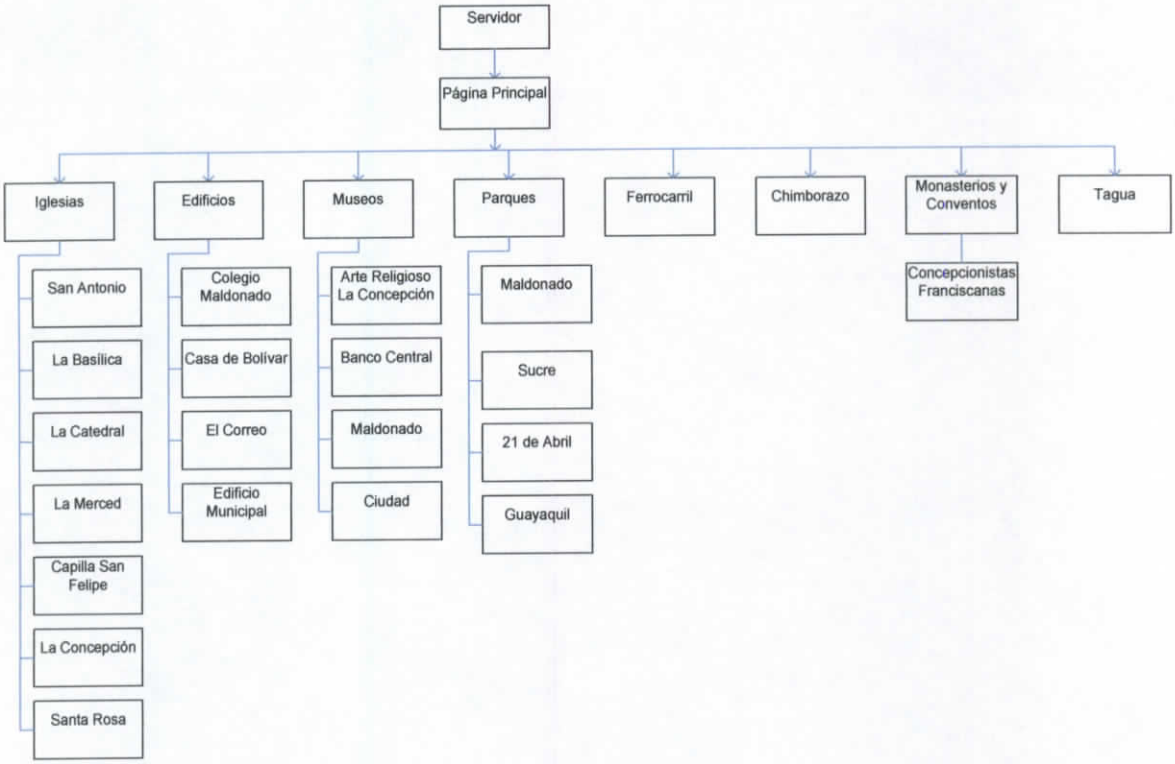
Fuente: Encuestas

Realizado por: Valeria Salao

El 98% recomendaría que visiten la ciudad, el 2% no lo haría.

3.2 MAPA DE NAVEGACIÓN

3.2.1 ESTRUCTURA DEL SISTEMA WEB EN EL SERVIDOR



CAPITULO IV

4. DESARROLLO DEL PROYECTO

4.1 DESCRIPCIÓN DE LAS TABLAS

- **Tabla Secciones**

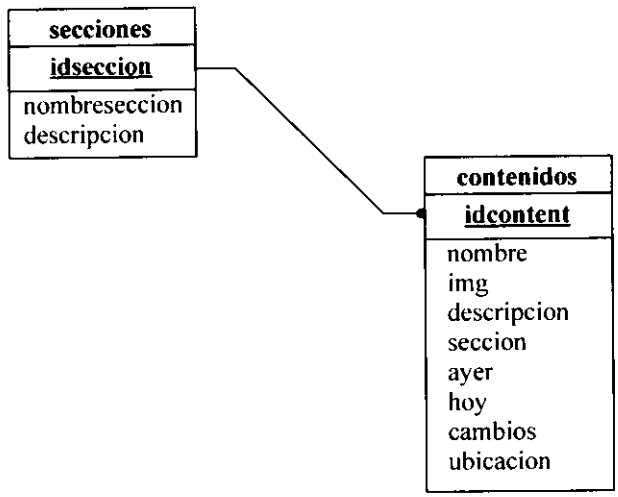
Campo	Tipo de dato	Detalle
idseccion	tinyint(4)	Clave primaria de la tabla, genera automáticamente el número para identificar a cada sección.
nombreseccion	varchar(35)	Campo que sirve para dar un nombre a la sección que se ha creado.
descripcion	varchar(250)	Aquí se incluyen frases que sirven para tener una idea general de cada sección.

- **Tabla Contenidos**

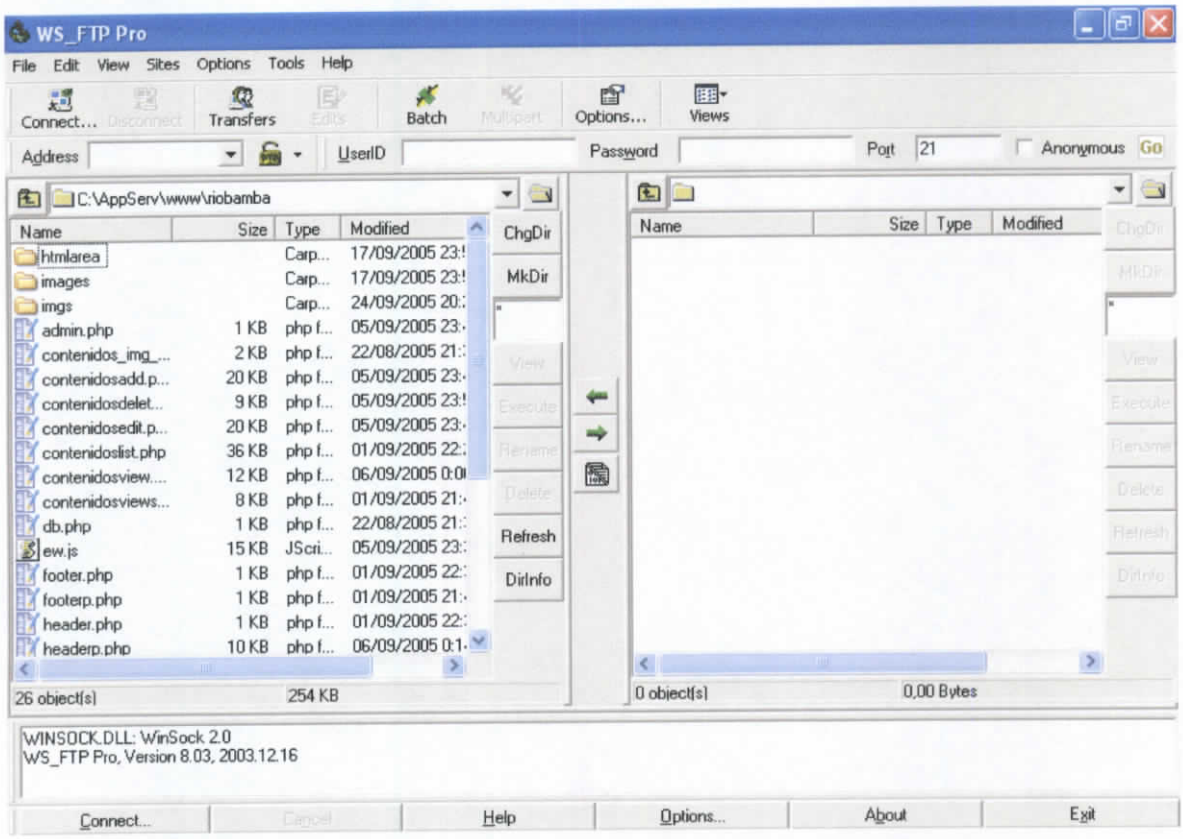
Campo	Tipo de dato	Detalle
idcontent	tinyint(4)	Clave primaria, genera de forma automática los números para cada contenido.
nombre	varchar(35)	Indica el nombre de cada lugar turístico.
img	varchar(50)	Guarda la o las imágenes de cada lugar.
descripcion	text	Breve introducción del lugar turístico que se está creando.
seccion	tinyint(4)	Permite escoger la sección dentro de la cual vamos a incluir el contenido del lugar.

ayer	text	Descripción de la historia del lugar turístico.
hoy	text	Descripción del presente del lugar turístico.
cambios	text	Descripción de las modificaciones a futuro del lugar turístico.
ubicacion	text	Dirección del lugar.

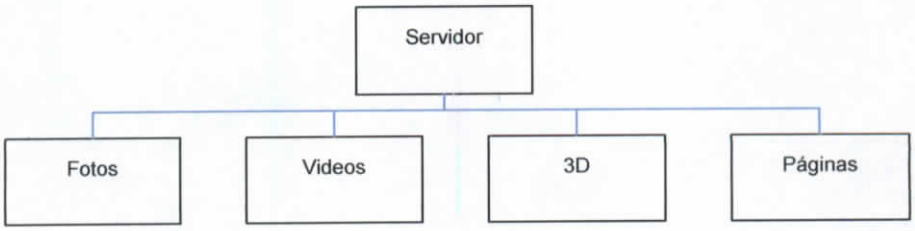
4.2 TABLAS Y RELACIONES



4.3 PÁGINAS QUE CONSTITUYEN EL SISTEMA WEB (FTP)

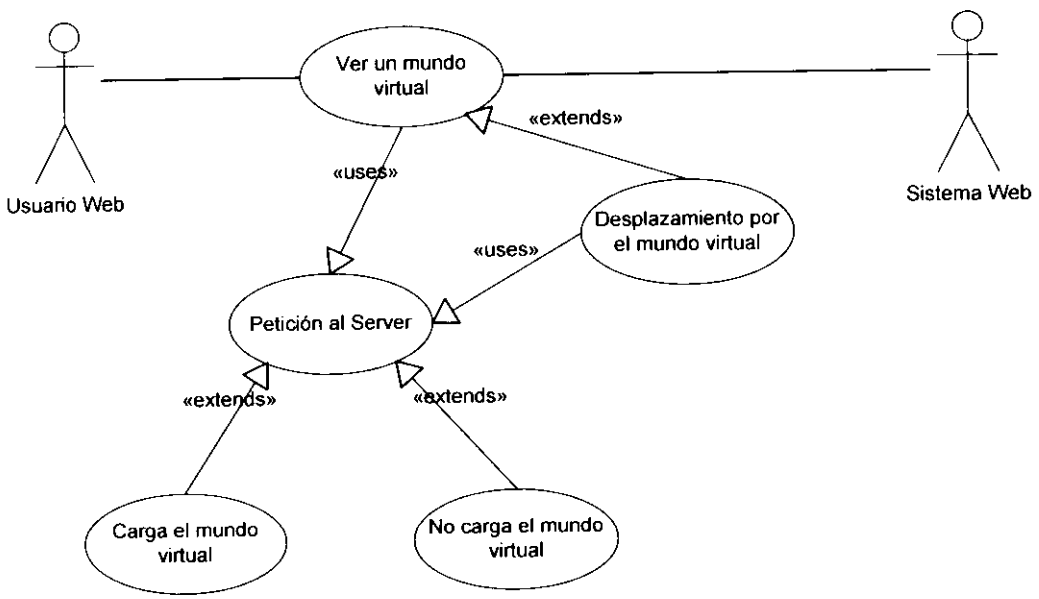


4.4 ESTRUCTURA DE DIRECTORIOS

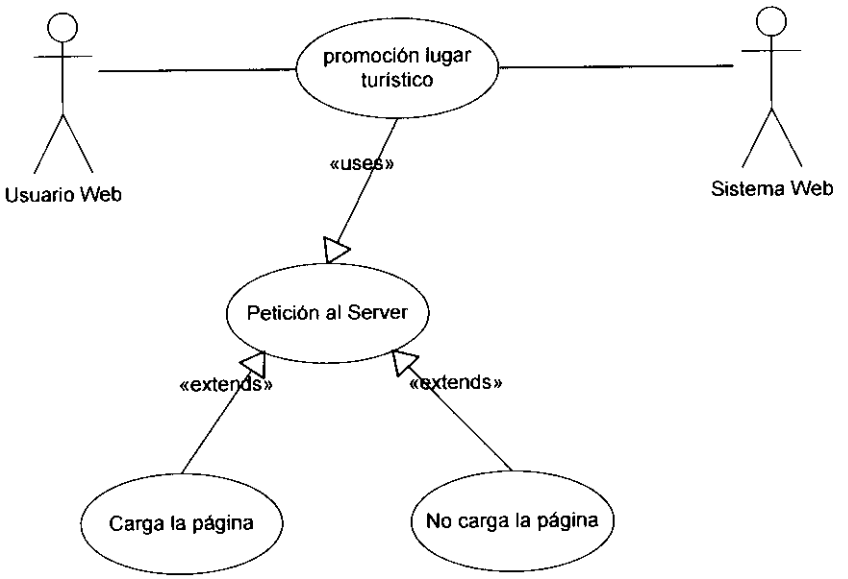


4.5 DIAGRAMA DE CASOS

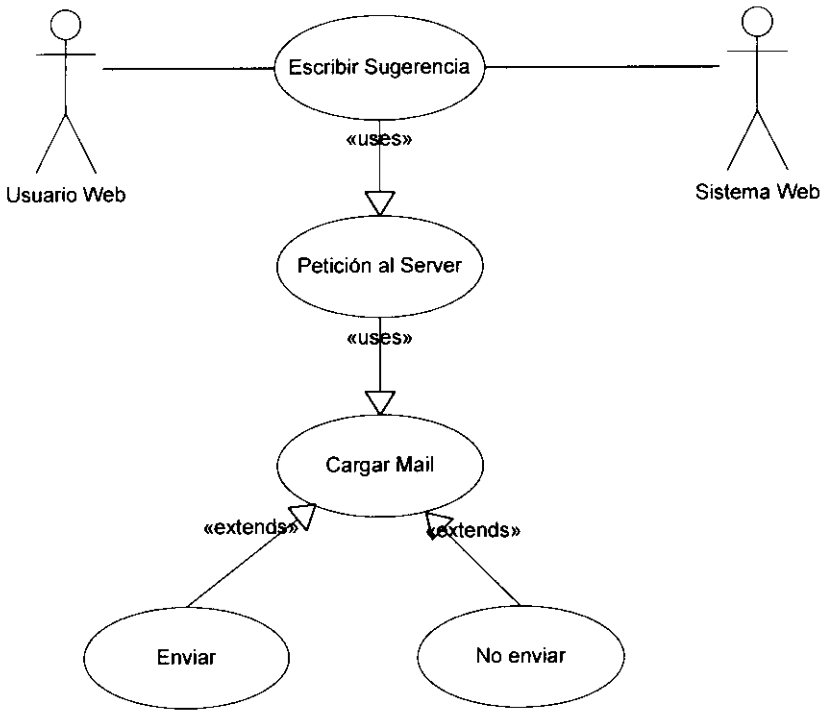
4.5.1 DIAGRAMA DE CASOS DEL MUNDO VIRTUAL



4.5.2 DIAGRAMA DE CASOS DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA

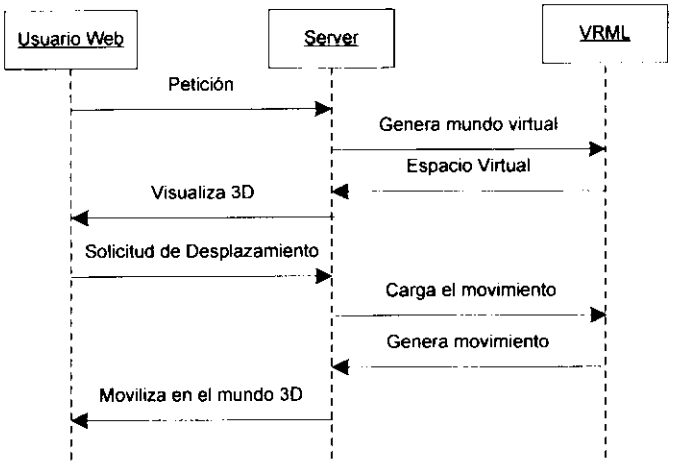


4.5.3 DIAGRAMA DE CASOS DEL MAIL DE SUGERENCIAS

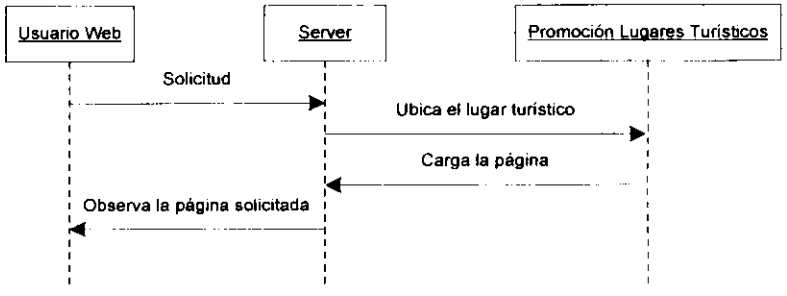


4.6 DIAGRAMA DE SECUENCIAS

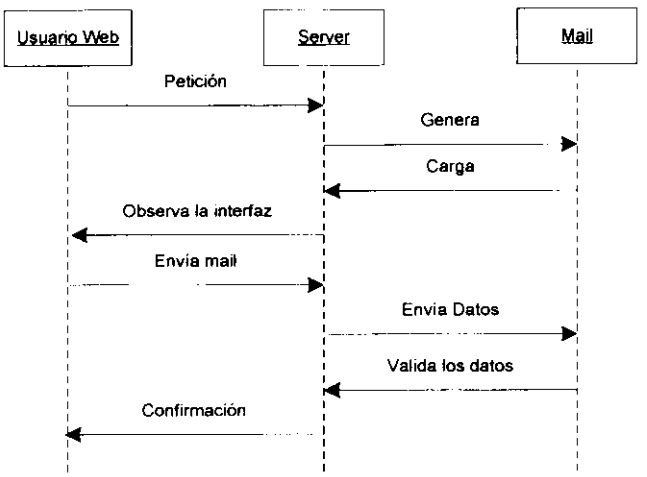
4.6.1 DIAGRAMA DE SECUENCIAS DEL MUNDO VIRTUAL



4.6.2 DIAGRAMA DE SECUENCIAS DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA



4.6.3 DIAGRAMA DE SECUENCIAS DEL MAIL DE SUGERENCIAS



4.7 COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS.

Hipótesis:

Con el desarrollo de un sistema Web turístico con visitas virtuales 3D se permitirá difundir los sitios turísticos de la ciudad de Riobamba, incentivando la visita de los mismos.

4.7.1 DEMOSTRACIÓN LÓGICA

A = Variable Independiente.

B = Variable Dependiente.

A = Desarrollo de un sistema Web turístico.

B = Difundir los sitios turísticos de la ciudad de Riobamba.

$$\begin{array}{l} A \rightarrow B \\ \underline{A \quad\quad} \\ B \end{array}$$

Esto quiere decir que:

Si se desarrolla un sistema Web turístico, entonces se va a difundir los sitios turísticos de la ciudad de Riobamba.

El desarrollo del sistema Web ya está concluido y será avalizado posteriormente para comprobar su efectividad.

La hipótesis se llegó a demostrar por medio del método Modus Ponendo Ponens, que quiere decir: Método que "afirmando afirma".

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- La investigación de las tecnologías utilizadas en la realización del sitio web, permitió dar a conocer las ventajas de la plataforma Linux y sus herramientas.

- Por medio de la implementación del sistema web turístico, el mismo que contiene recursos multimedia, se logró promover los principales lugares turísticos que tiene la ciudad de Riobamba.

- La descarga de ambientes gráficos tridimensionales se agilitó debido a la compresión que se genera cuando se exporta los archivos desde el 3DS Max hacia la extensión VRML.

5.2 RECOMENDACIONES

- Utilizar de preferencia un computador Pentium III, con soporte para audio y video, con resolución de 800 x 600 y buena calidad de color.

- Procurar tener software Real Player y un visor para mundos virtuales (Cortona, etc.) para poder hacer uso de todos los recursos multimedia que se encuentran en el sistema web.

- Cuando se manipule la base de datos, es preferible realizar respaldos (backups) de la base de datos antes de efectuar cualquier modificación, para evitar todo tipo de problemas posteriores.

Ministerio de Turismo
Ecuador

Av. Daniel León Borja y Psje. Municipal
Riobamba, Ecuador.
Tel.: 593-3-941-213
Fax: 593-3-941-213.
E-mail: mturcentro@cc-gov.nc
Gerencia Regional Sierra Centro

Riobamba, 08 DE FEBRERO DEL 2.006
Oficio GRSC-MT 2006003

Ingeniero
Telmo Viteri Arroyo
DIRECTOR DE LA ESCUELA DE SISTEMAS
Ambato

De mi consideración.

Por medio del presente envío mis congratulaciones a su persona por haber aprobado el plan de tesis de la señorita Maria Valeria Salao Gavilanes para ejecutar una pagina Web de la ciudad de Riobamba.

Como funcionaria del Ministerio de Turismo especialista en Recursos Turísticos al revisar la pagina Web le comunico que se encuentra bien estructurada, la misma que fue DONADA a la Gerencia Regional por la señorita Salao, generosidad aplaudida por todos los funcionarios de esta oficina.

Atentamente,

Pilar Chiriboga V.

TEC. PILAR CHIRIBOGA V.
ASISTENTE DE RECURSOS TURISTICOS

MINISTERIO DE TURISMO
GERENCIA REGIONAL

Ministerio de Turismo
Ecuador

Av. Daniel León Borja y Psje. Municipal
Riobamba, Ecuador.
Tel.: 593-3-941-213
Fax: 593-3-941-213.
E-mail: mturcentro@cc-gov.net
Gerencia Regional Sierra Centro

Riobamba, 07 de febrero del 2.006

CERTIFICADO

LA GERENCIA REGIONAL SIERRA CENTRO CERTIFICA QUE LA SEÑORITA MARIA VALERIA SALAO GAVILANEZ, PORTADORA DE LA CEDULA 060337294-7, EGRESADA DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR, SEDE EN LA CIUDAD DE AMBATO, HA REALIZADO LA DONACION DE LA PAGINA WEB A ESTA GERENCIA, LA CUAL SE ENCUENTRA BIEN ESTRUCTURADA Y ACORDE CON LAS NECESIDADES FUNDAMENTALES.

AGRADECEMOS A LA UNIVERSIDAD POR HABER DADO OPORTUNIDAD A LA SEÑORITA SALAO POR LA EJECUCION DE LA PAGINA TURISTICA DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, LA MISMA QUE NOS SERVIRA DE MODELO E INFORMACION PARA ESTUDIANTES Y TURISTAS QUE VISITAN LA REGIONAL.

Atentamente,

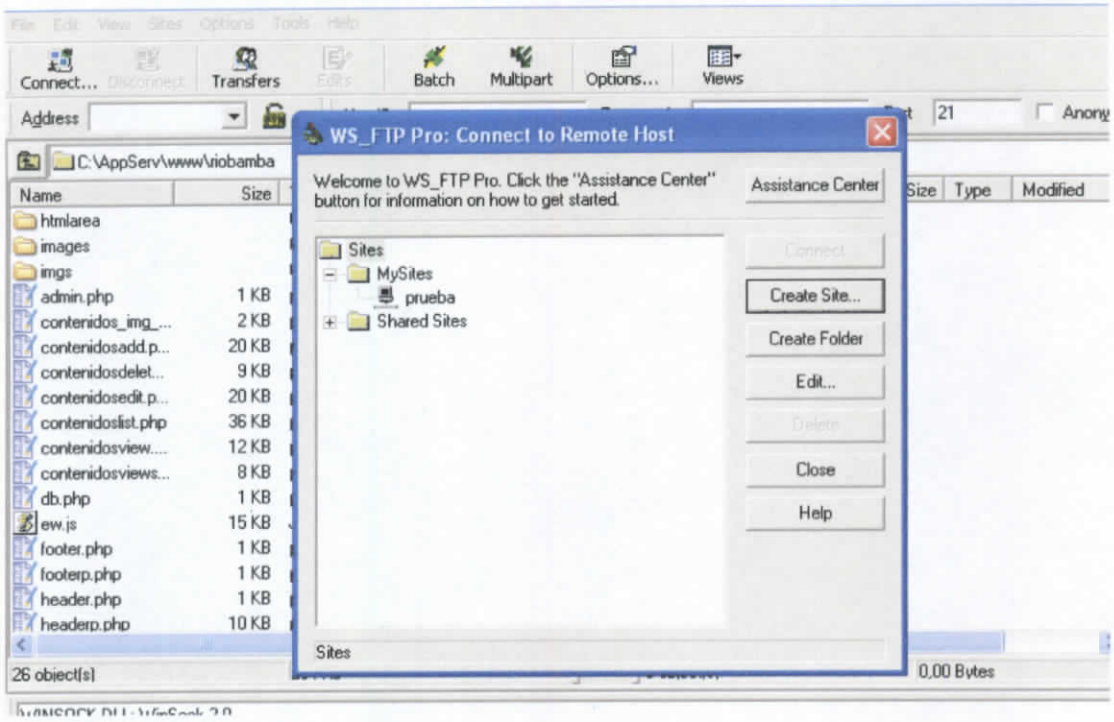
MINISTERIO DE TURISMO
GERENCIA REGIONAL

ECO. LEONARDO MORA VILLAGOMEZ
GERENTE REGIONAL SIERRA CENTRO

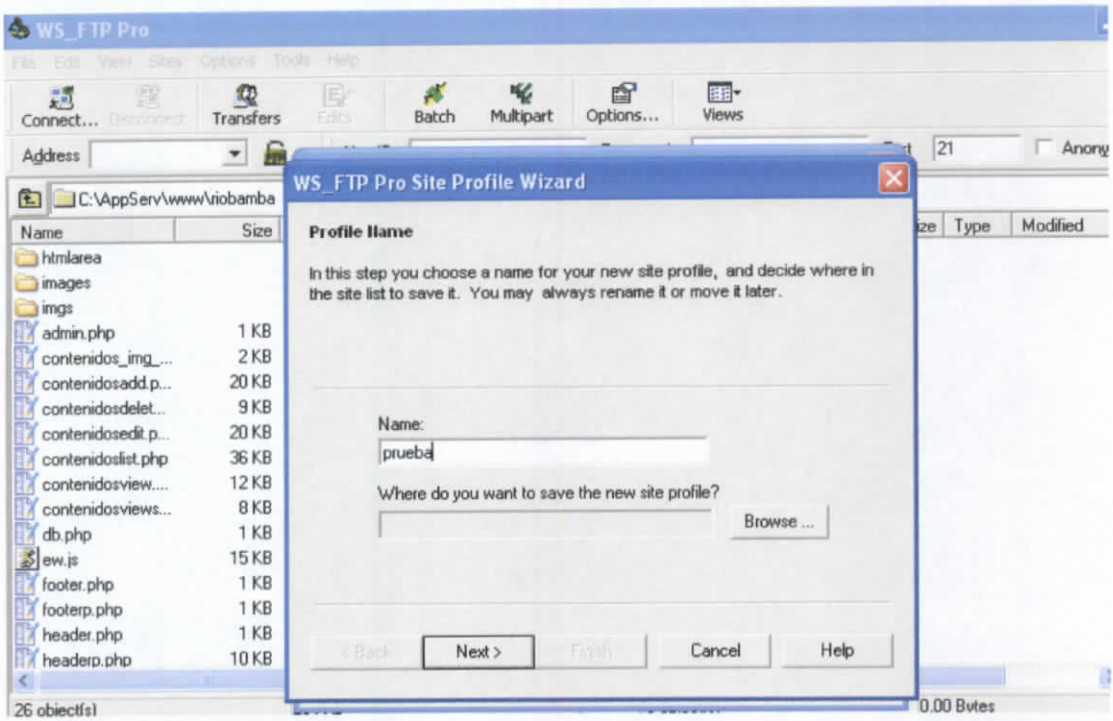
MANUAL TÉCNICO

Una vez construido el sistema web turístico, se procede a subir al host todas las páginas que componen el sistema. Para subir al host se utiliza el WS_FTP Pro.

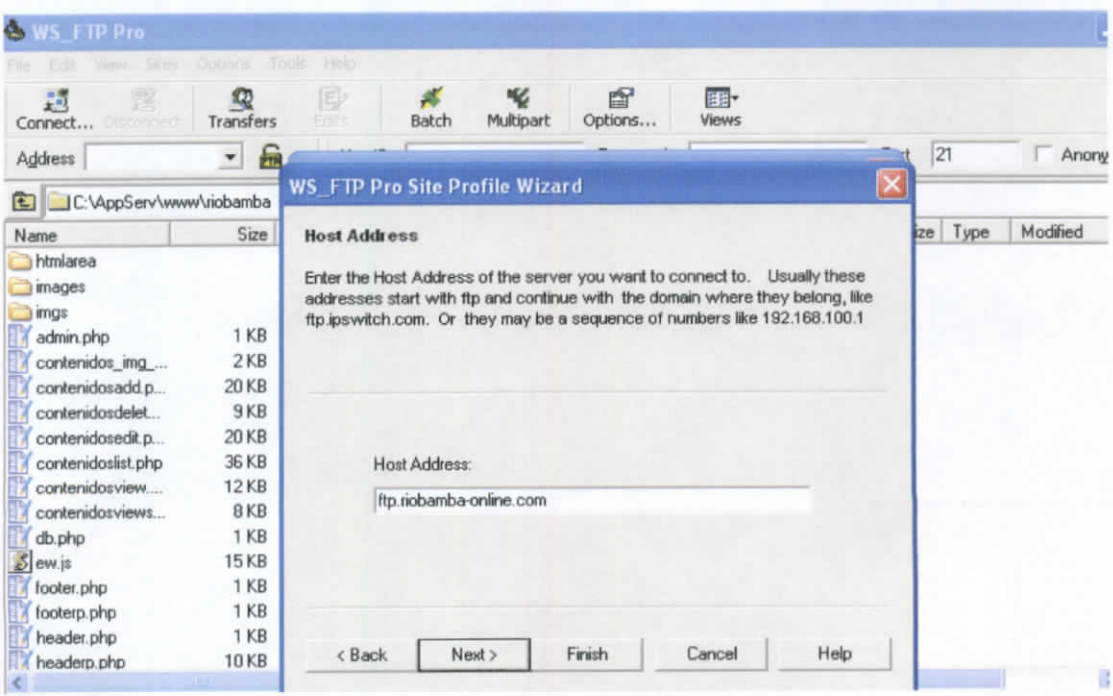
Al abrir el WS_FTP Pro, se despliega la pantalla para crear un nuevo sitio:



Hacer click en Create Site, y se ubica el nombre del nuevo sitio a crear:

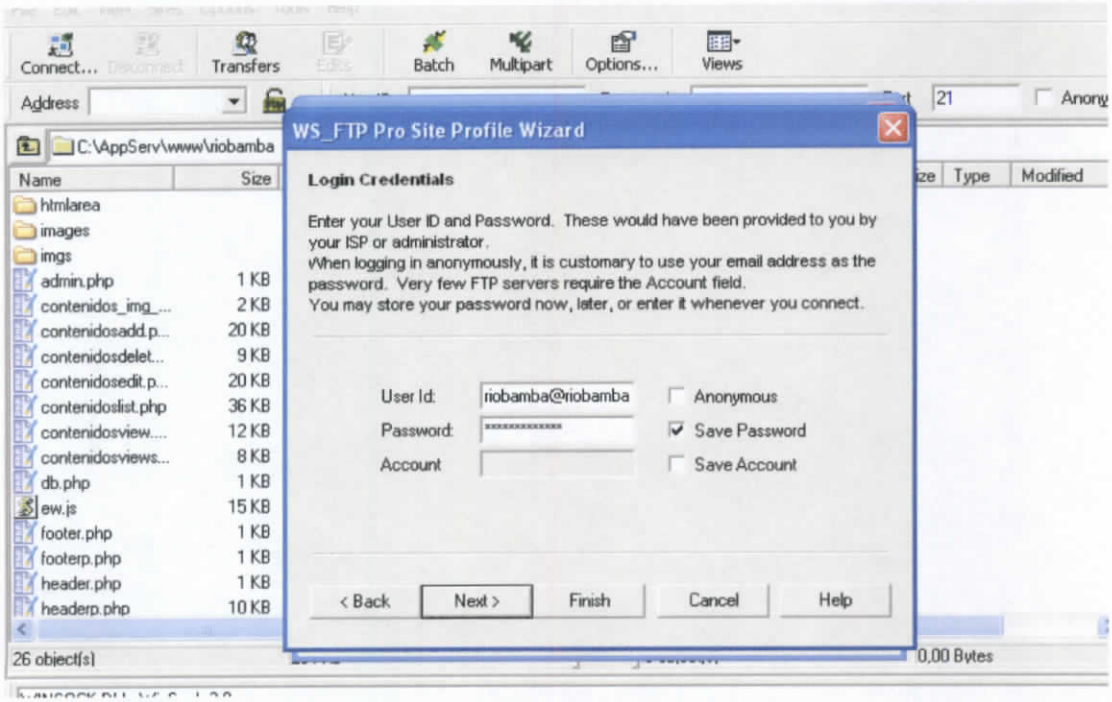


Click en Next, y se solicita la dirección del host: ftp.riobamba-online.com

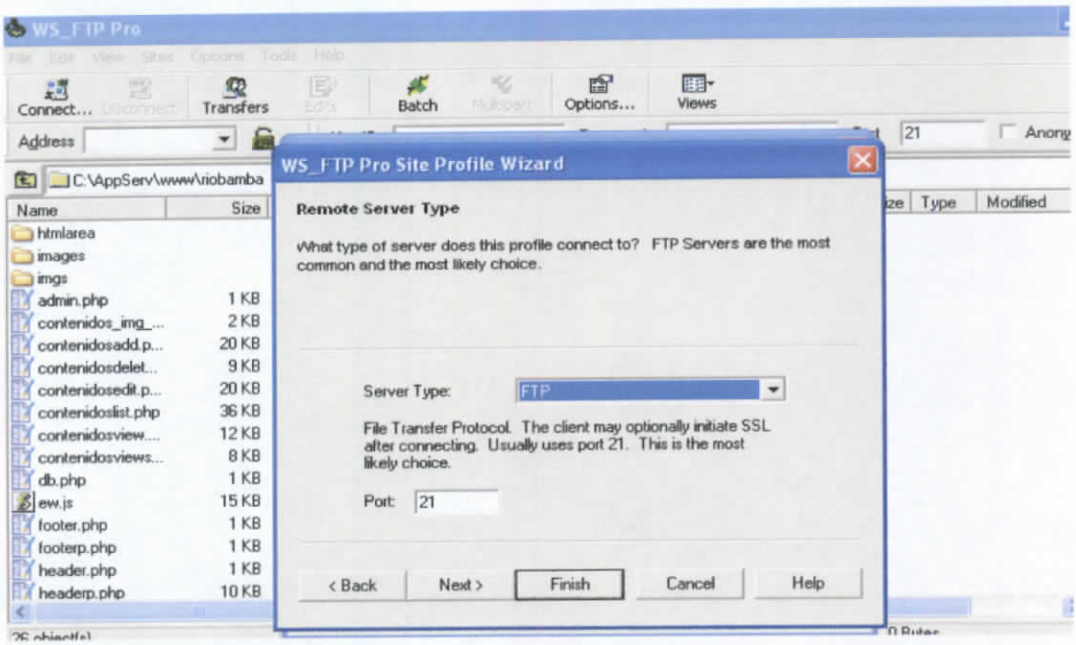


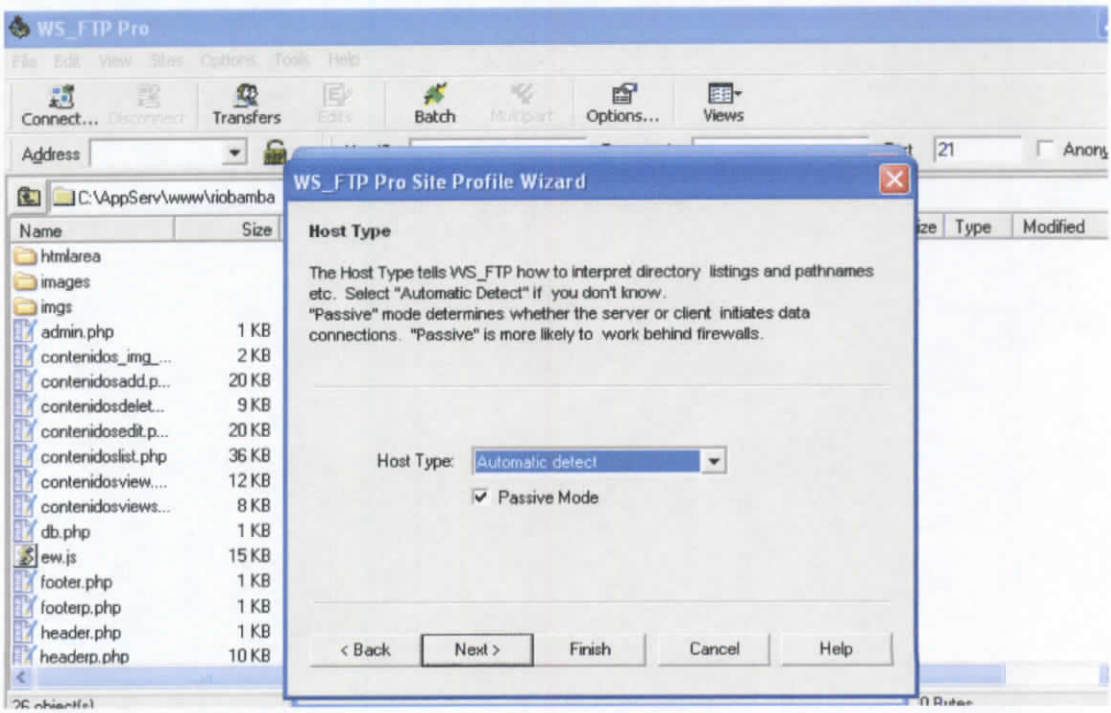
Click en Next, a continuación se necesita información con el id, password y account:

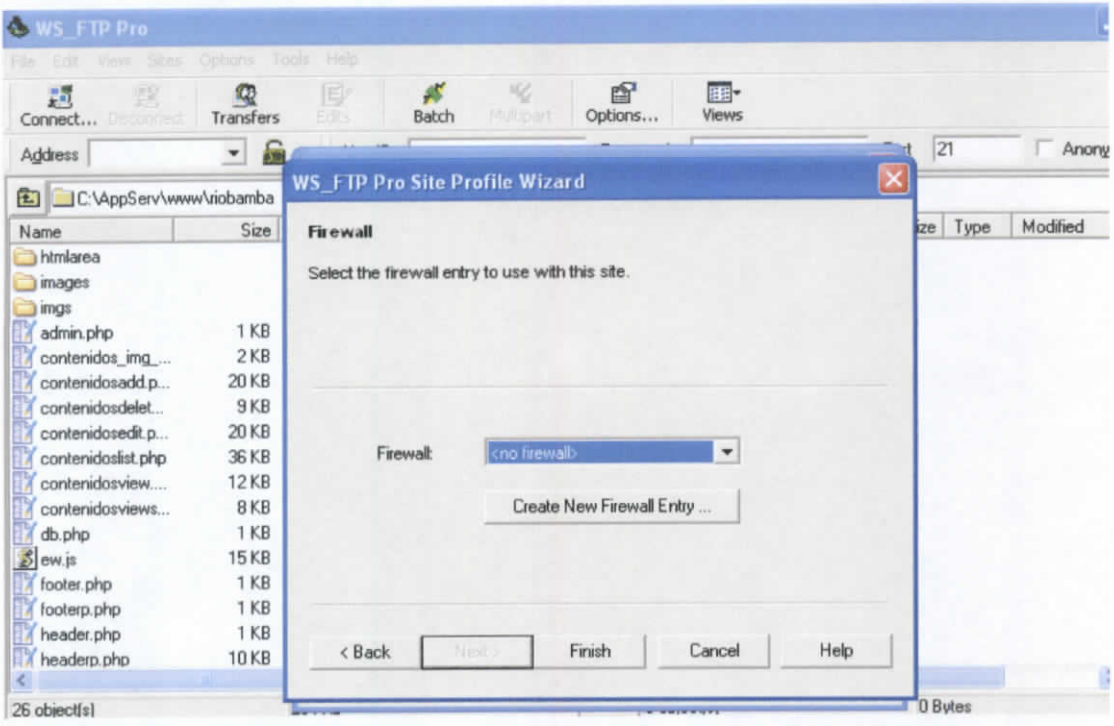
ID: riobamba@riobamba-online.com para el password se debe poner en contacto con el administrador del sistema web



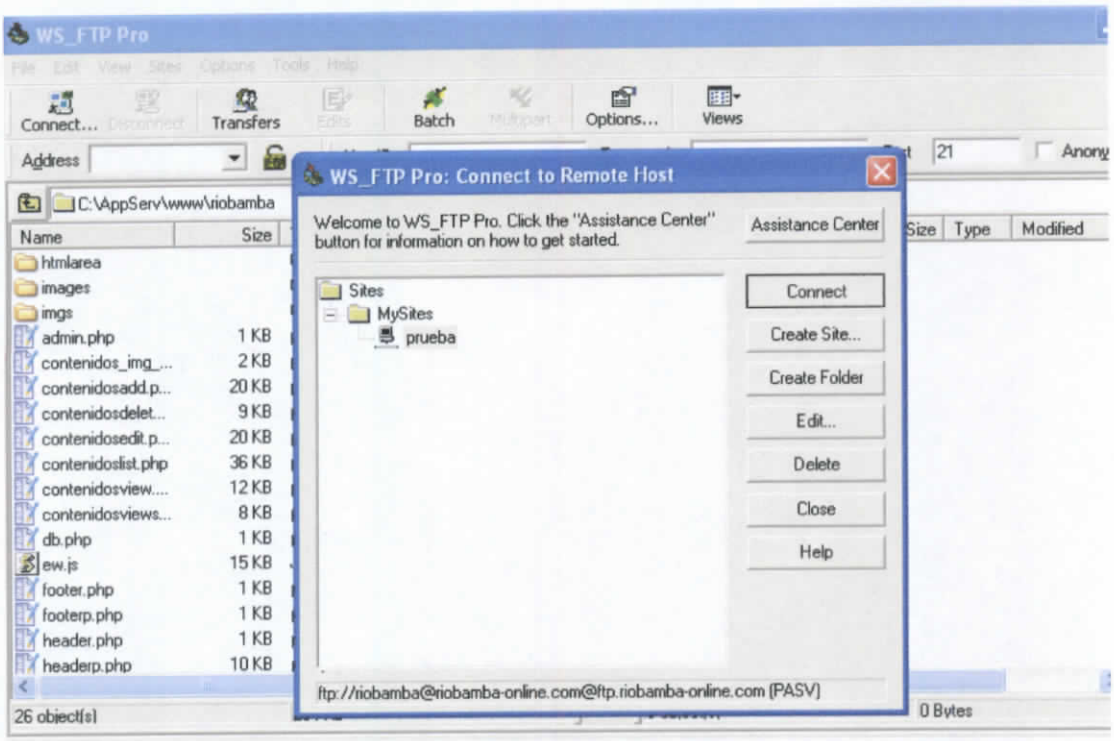
Finalmente se hace click en Next dejando todos los demás requerimientos como vienen por default en el programa.


WS_FTP Pro
Connect...
Transfers
Batch
Options...
Views
Address
C:\AppServ\www\riobamba
Name
Size
htmlarea
images
imgs
admin.php 1 KB
contenidos_img_... 2 KB
contenidosadd.p... 20 KB
contenidosdelet... 9 KB
contenidosedit.p... 20 KB
contenidoslist.php 36 KB
contenidosview.... 12 KB
contenidosviews... 8 KB
db.php 1 KB
ew.js 15 KB
footer.php 1 KB
footerp.php 1 KB
header.php 1 KB
headerp.php 10 KB
WS_FTP Pro Site Profile Wizard
Remote Server Type
What type of server does this profile connect to? FTP Servers are the most common and the most likely choice.
Server Type: FTP
File Transfer Protocol. The client may optionally initiate SSL after connecting. Usually uses port 21. This is the most likely choice.
Port: 21
< Back
Next >
Finish
Cancel
Help

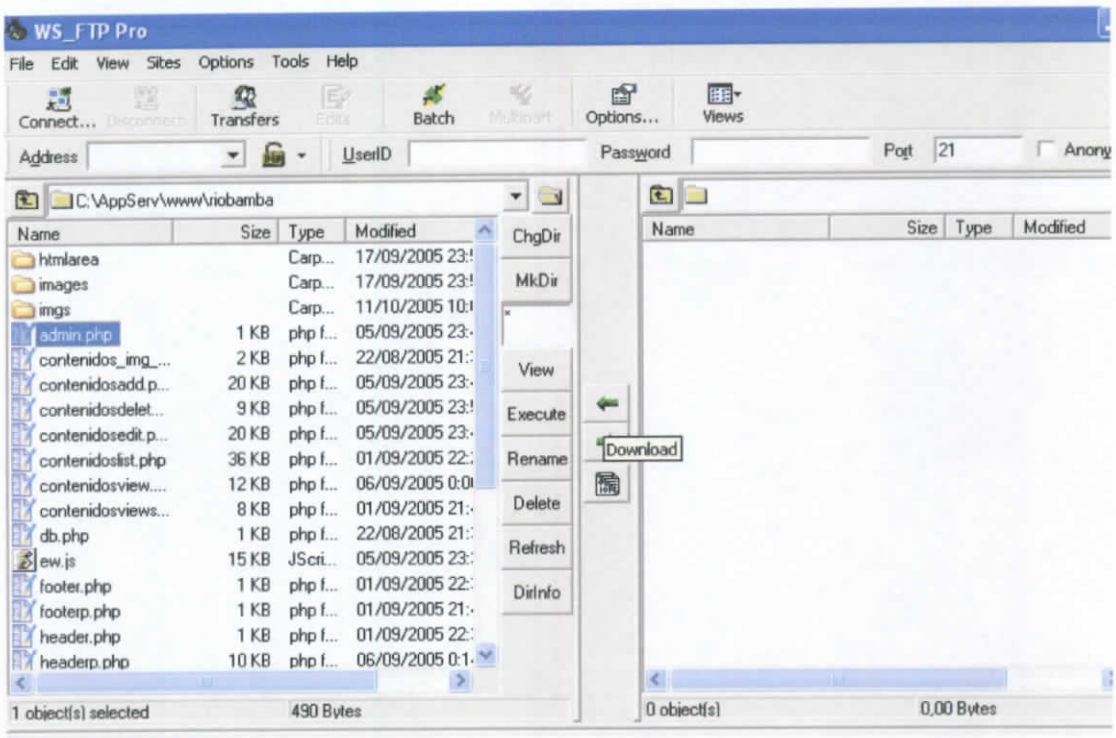

WS_FTP Pro
Connect...
Transfers
Batch
Options...
Views
Address
C:\AppServ\www\riobamba
Name
Size
htmlarea
images
imgs
admin.php 1 KB
contenidos_img_... 2 KB
contenidosadd.p... 20 KB
contenidosdelet... 9 KB
contenidosedit.p... 20 KB
contenidoslist.php 36 KB
contenidosview.... 12 KB
contenidosviews... 8 KB
db.php 1 KB
ew.js 15 KB
footer.php 1 KB
footerp.php 1 KB
header.php 1 KB
headerp.php 10 KB
WS_FTP Pro Site Profile Wizard
Host Type
The Host Type tells WS_FTP how to interpret directory listings and pathnames etc. Select "Automatic Detect" if you don't know.
"Passive" mode determines whether the server or client initiates data connections. "Passive" is more likely to work behind firewalls.
Host Type: Automatic detect
Passive Mode
< Back
Next >
Finish
Cancel
Help



A continuación, se hace click en Connect, si no se está conectado a Internet entonces el sistema va a pedir el Id del usuario y password para conectarse a Internet. Caso contrario se accede directamente para poder subir las páginas al host.

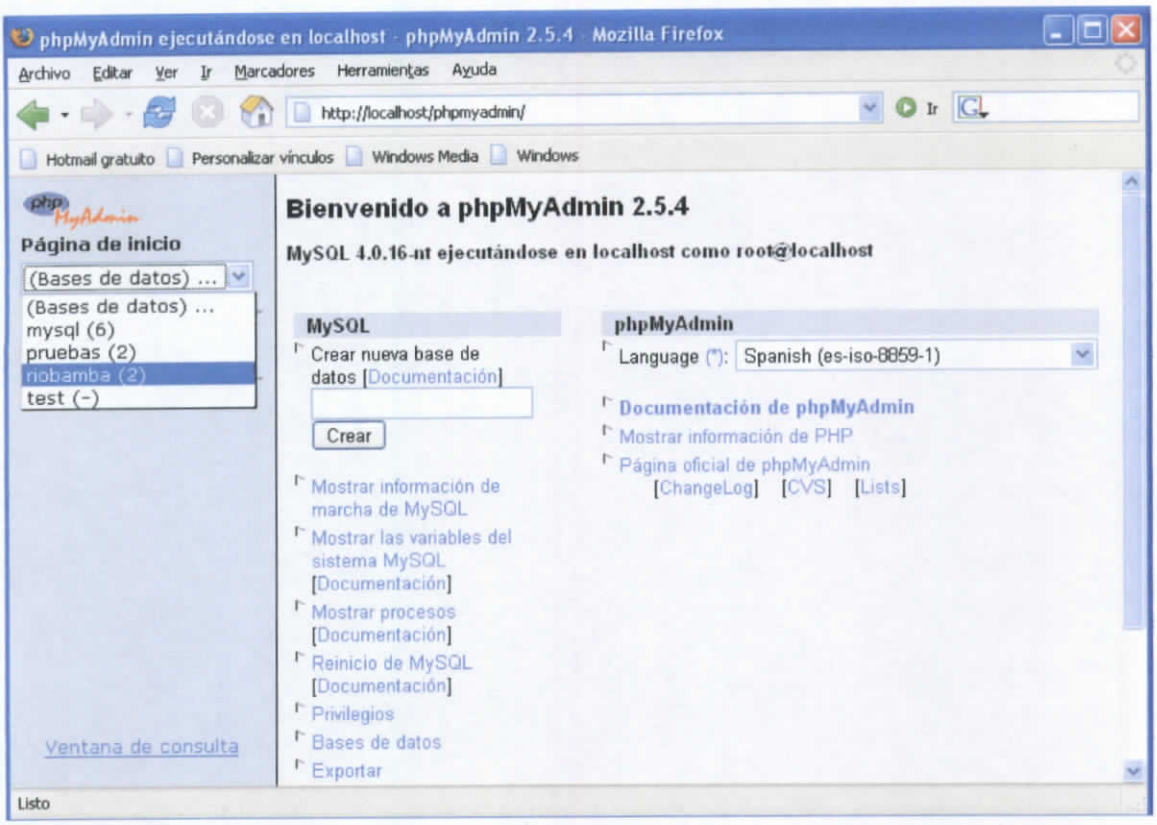


Finalmente se señalan las páginas que se van a subir al host y se hace click en la flecha que indica "Download" para subir las páginas.

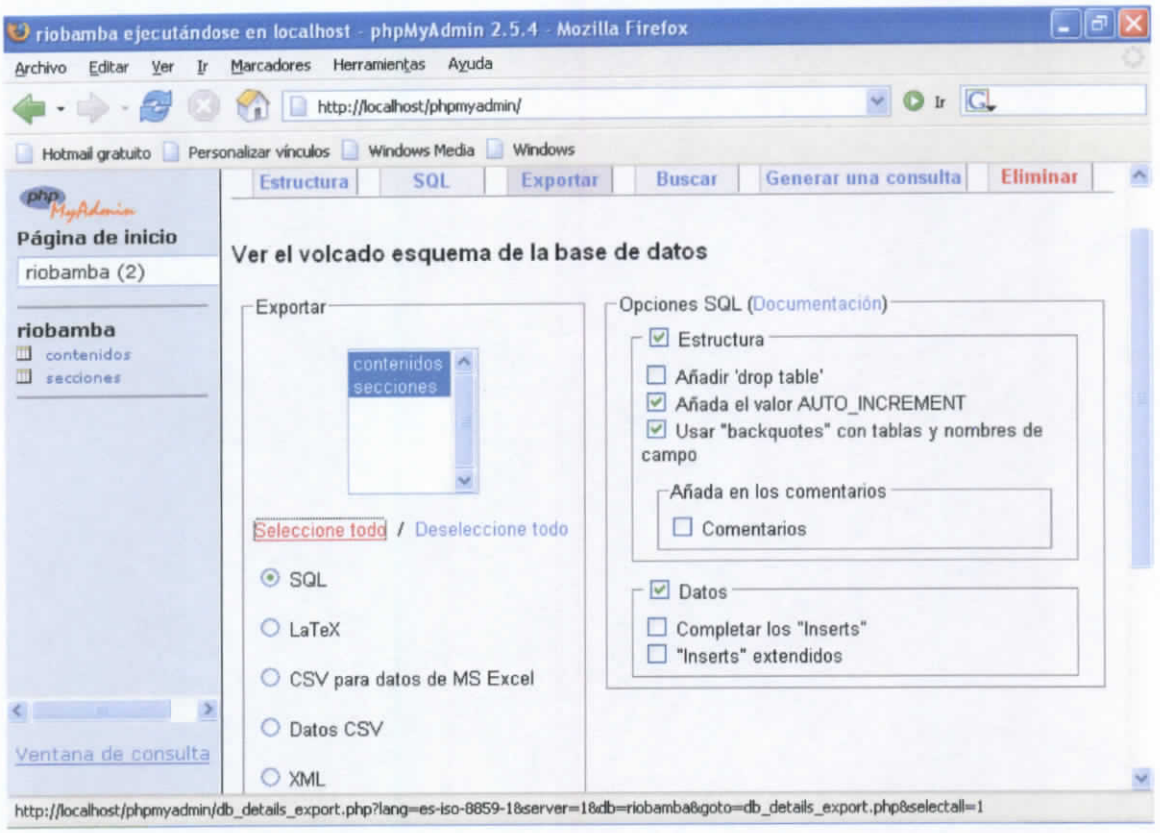


Una vez que se han subido las páginas, se tiene que exportar la base de datos, usando el PhpMyAdmin (http://localhost/phpmyadmin), se escoge la base de datos que se va a exportar:

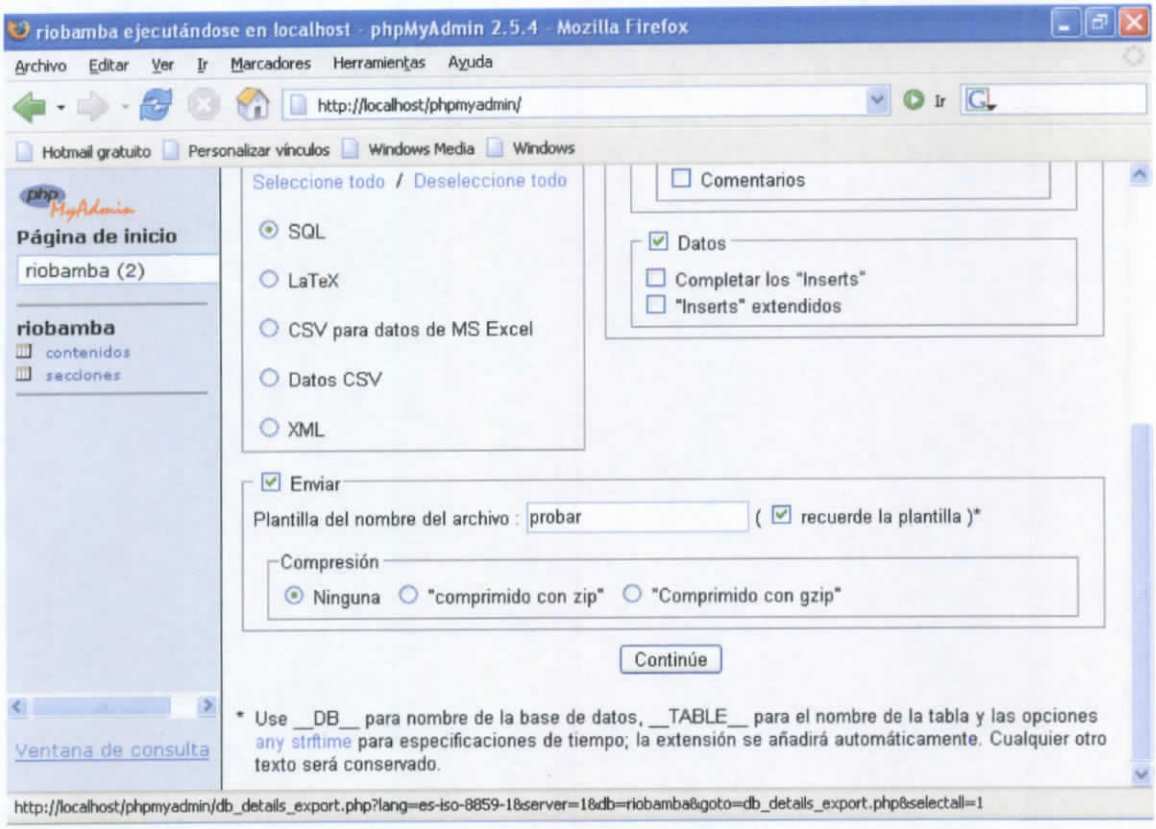
Cabe recalcar que la exportación se puede realizar tanto con Internet Explorer o cualquier otro tipo de explorador, en este caso se utilizó Firefox.



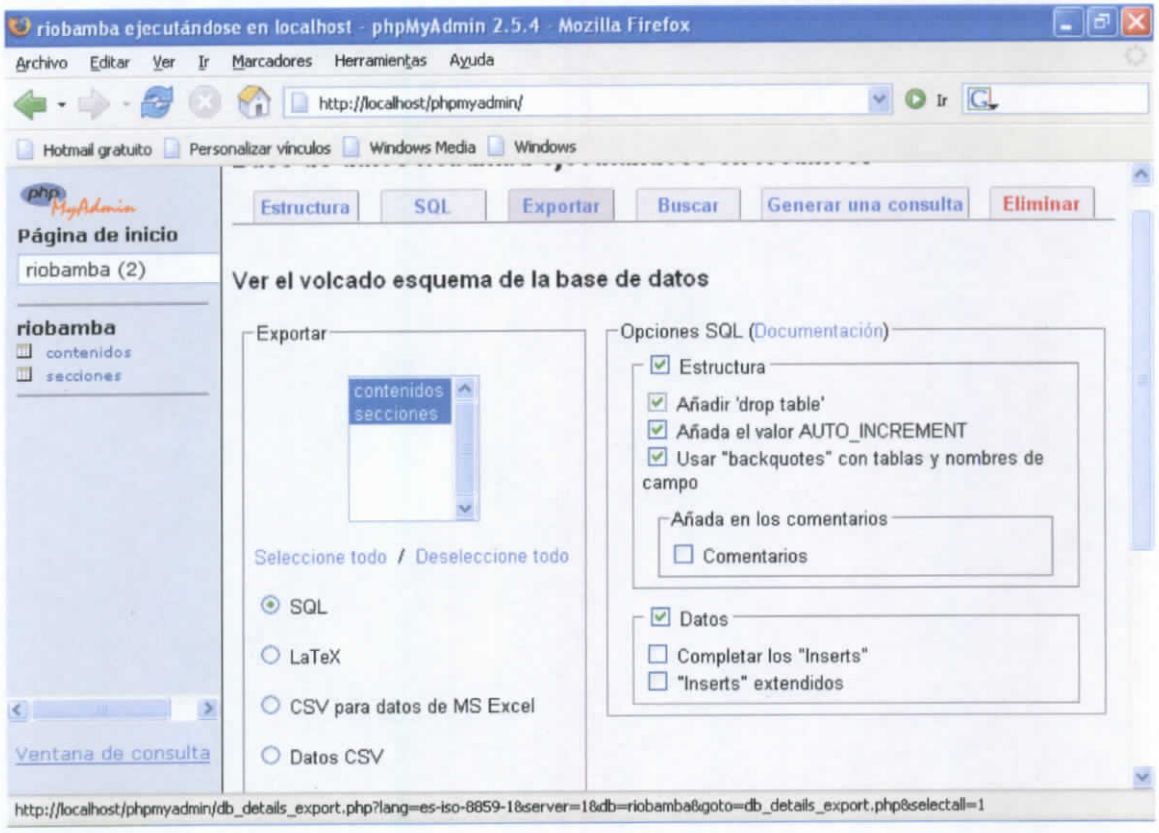
Después se hace click en la etiqueta Exportar, el formato de exportación es SQL, se hace click en Seleccionar Todo, de modo que todas las tablas de la base de datos se encuentren marcadas.



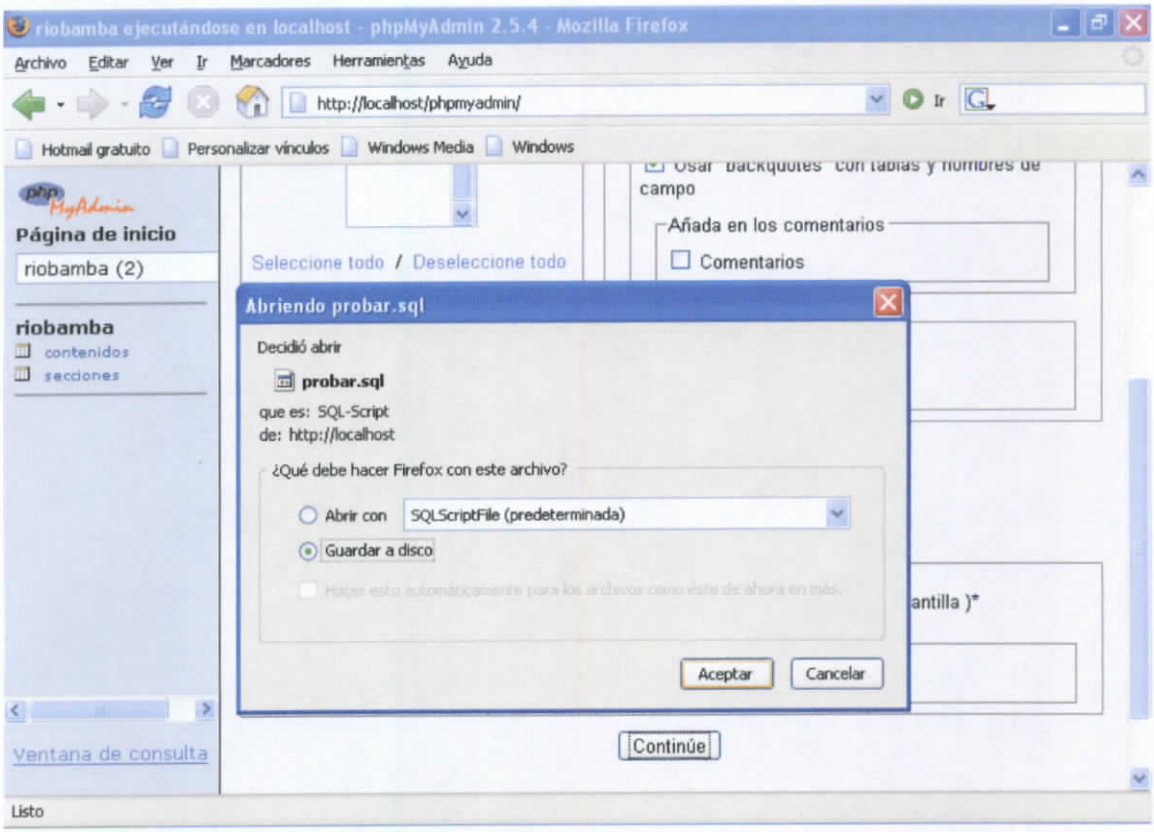
Una vez que se ha seleccionado todo, se señala la opción Enviar, se cambia el nombre de Plantilla del nombre del archivo; si se tiene una base de datos muy grande se puede comprimir señalando la opción: Comprimido con zip o Comprimido con gzip o Ninguna si no es muy grande.



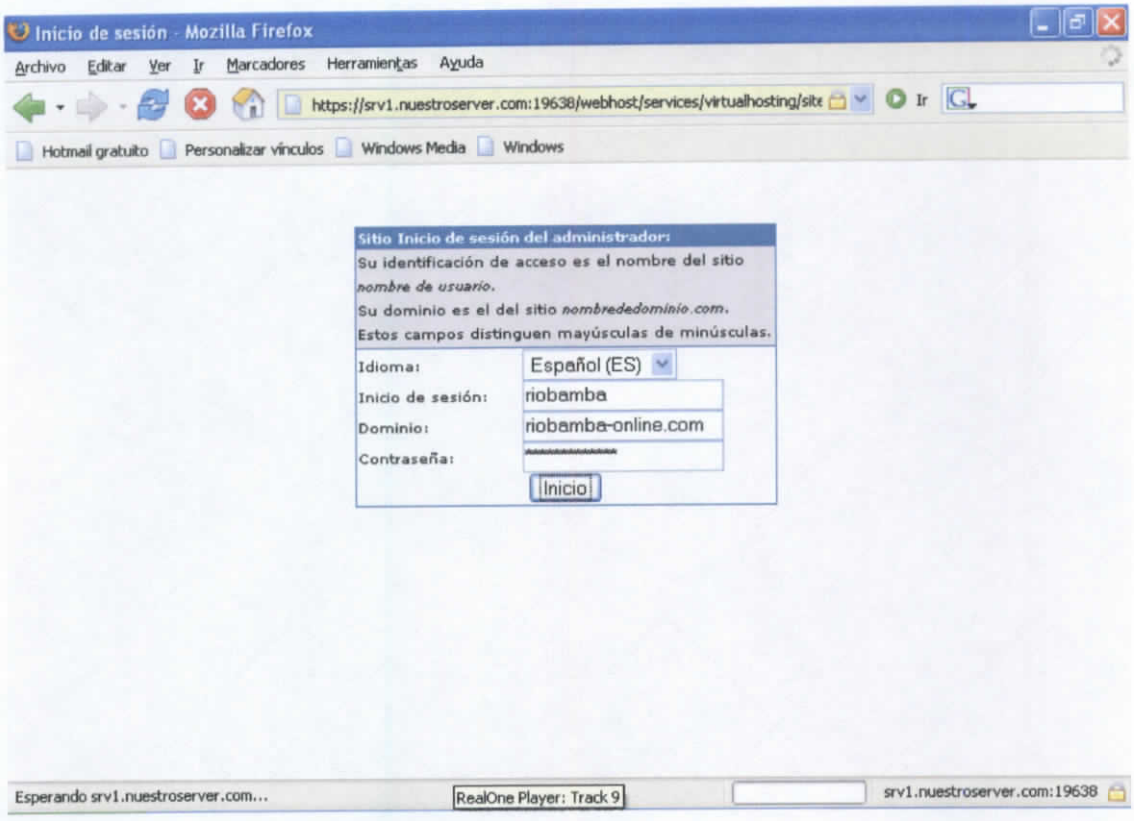
Después en la parte de la estructura de la base de datos, las opciones que deben estar marcadas son las siguientes: Estructura, Añadir drop table, Añada el valor AUTO_INCREMENT, Usar "backquotes" con tablas y nombres de campo, Datos.



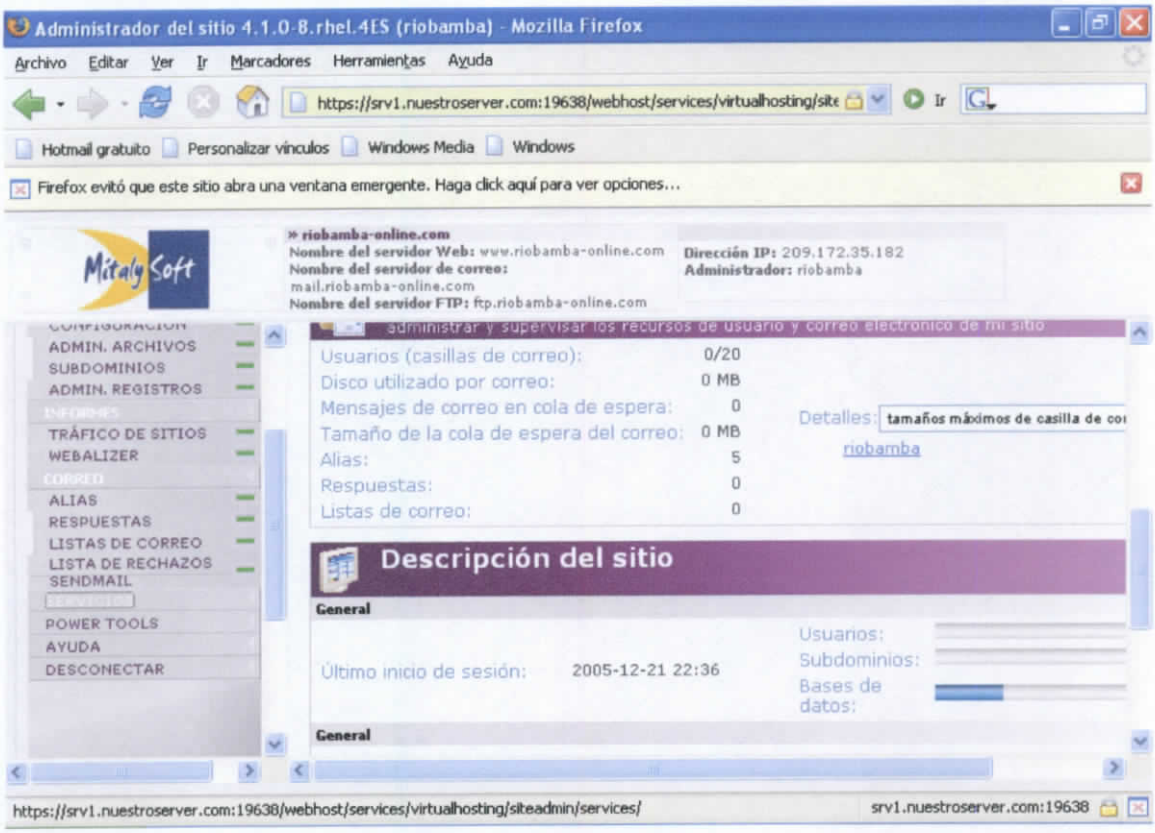
Se hace click en el botón Continúe y se abre otra pantalla para indicar si se quiere abrir o guardar la base de datos, se hace click en Guardar a disco:



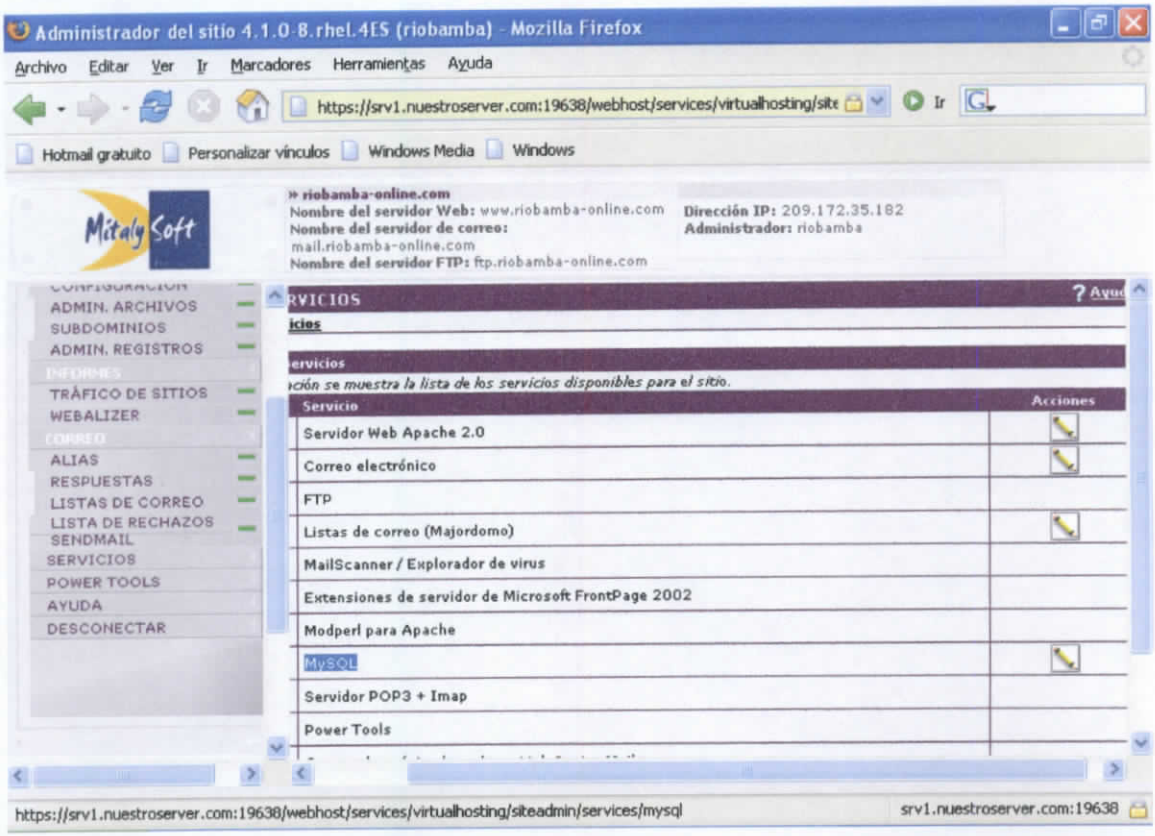
Una vez exportada la base de datos, entonces se debe cargar en el hosting. Para esto en modo on-line, ingresamos a nuestro host como administradores: www.riobamba-online.com/admin, aquí se pide el inicio de sesión y el password todos estos datos son proporcionados cuando se contrata el servicio de hosting.



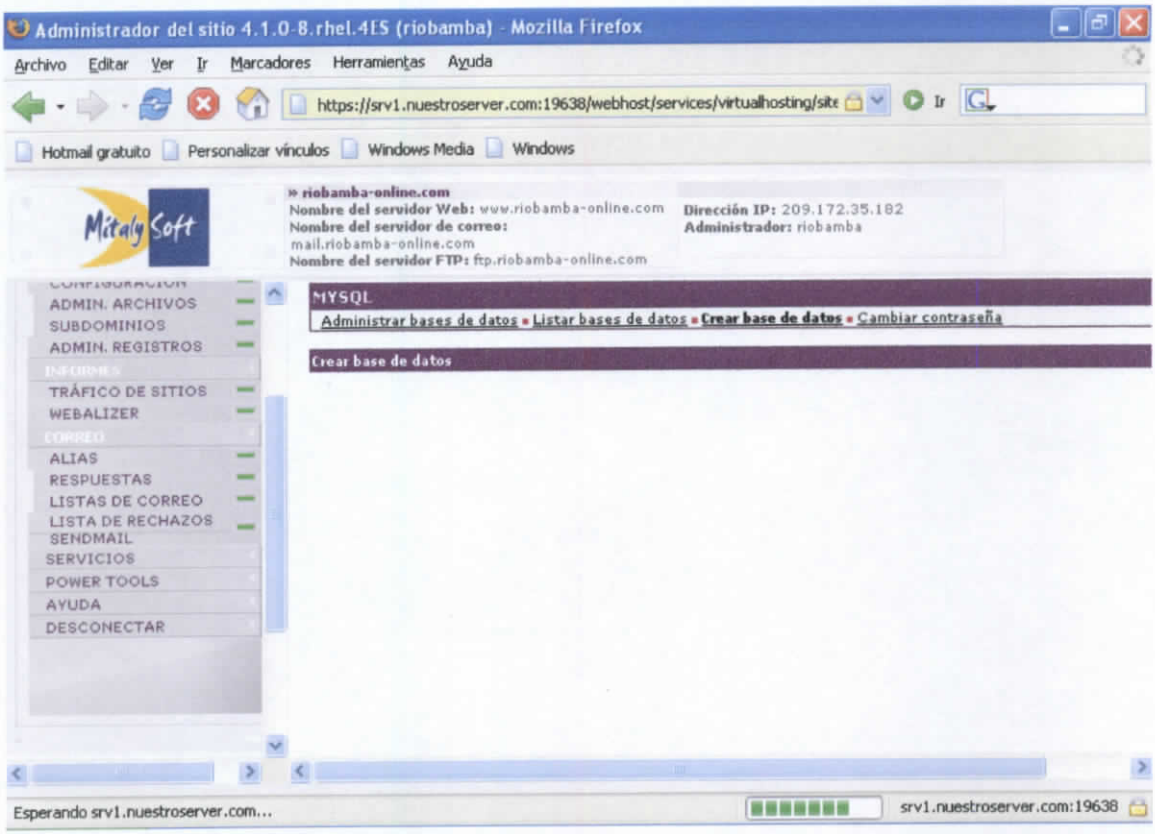
En el lugar donde está Mail, se hace click en Servicios:



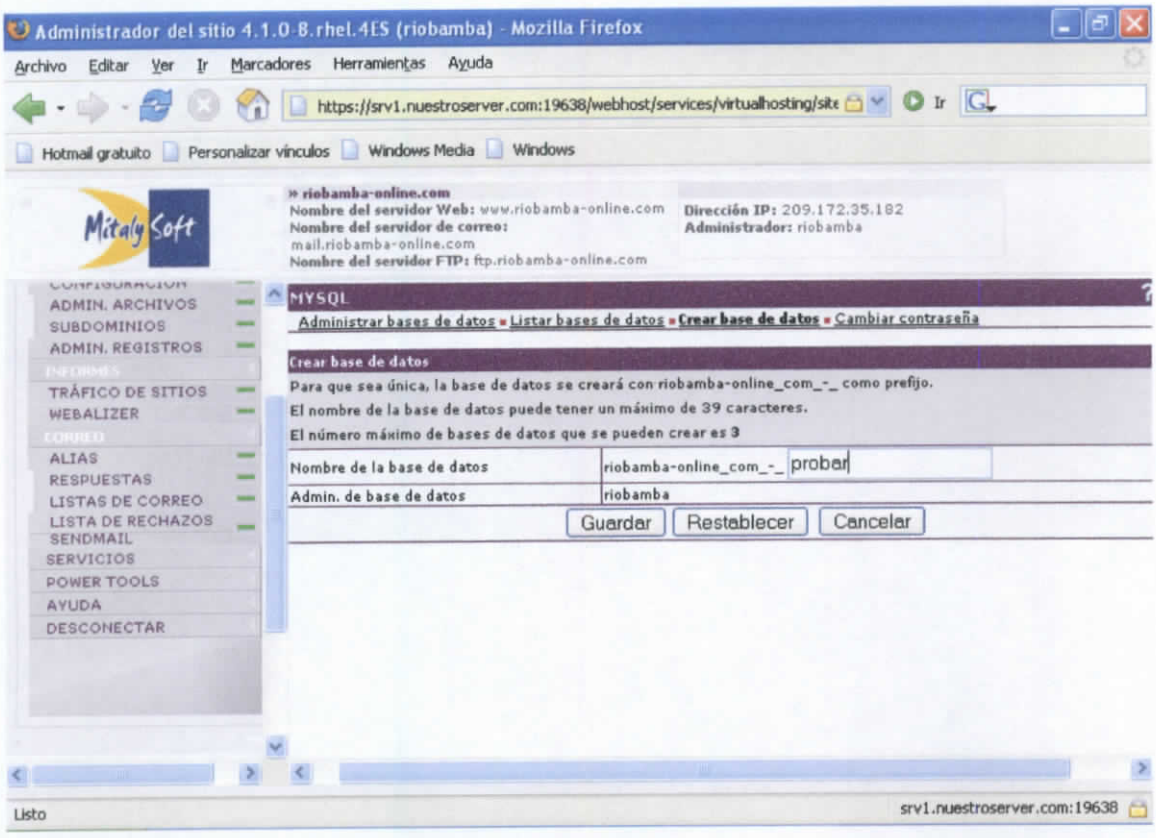
Se despliega una lista de todos los servicios que se tienen disponibles, ahí se puede encontrar el MySQL y se hace click en Acciones 



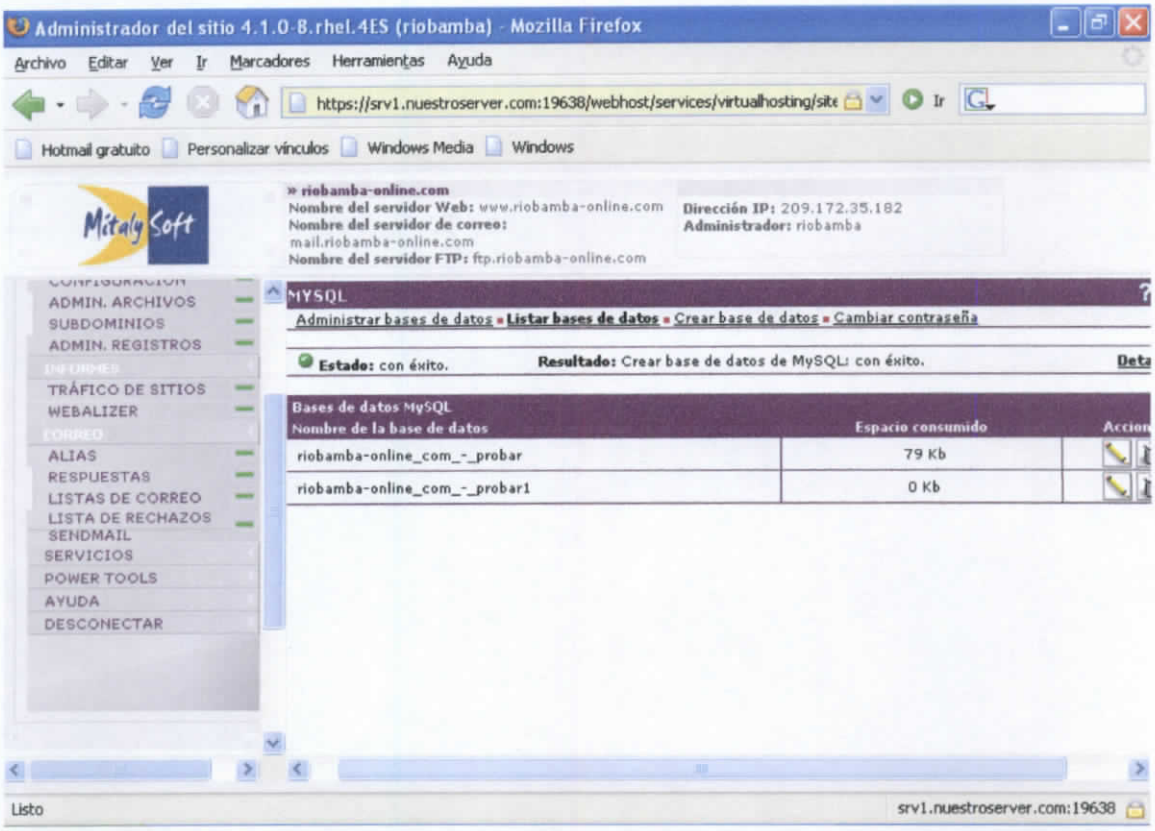
Posteriormente en la pantalla que se abre se escoge la opción Crear Base de Datos:



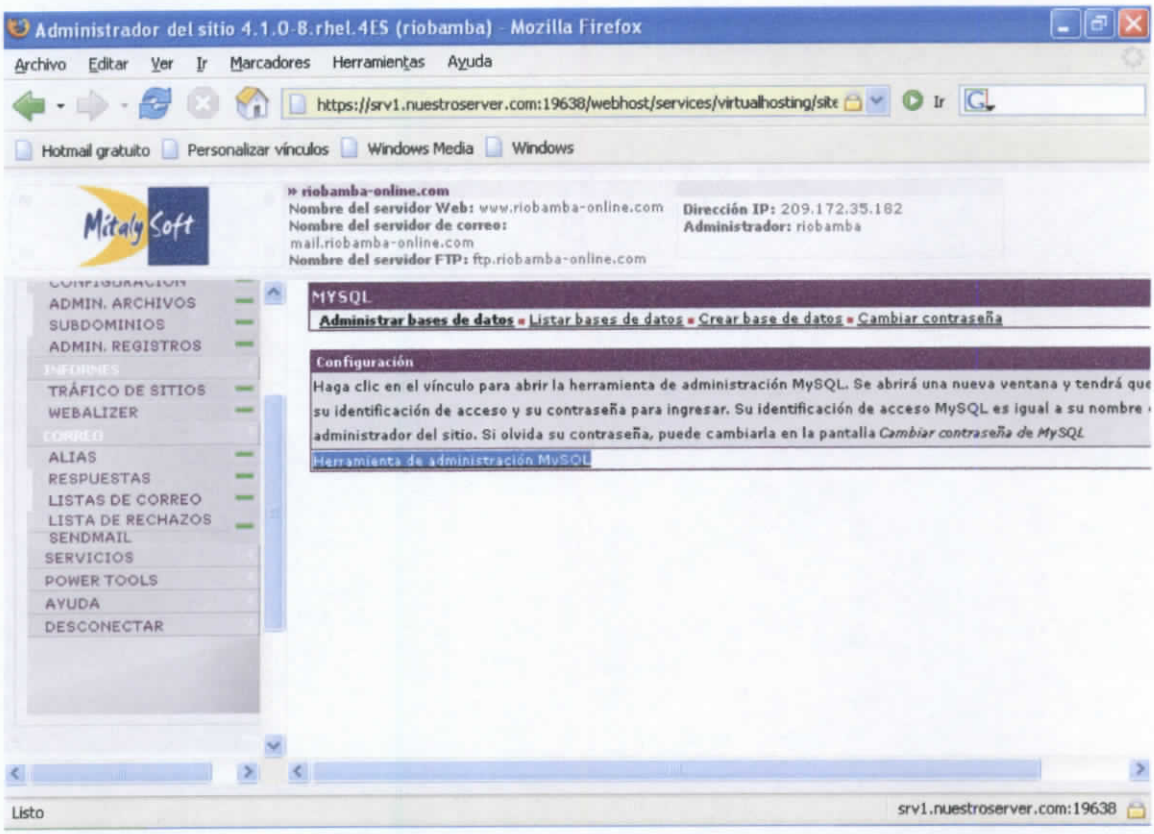
En Nombre de la Base de Datos, se escribe el nombre que se le dio al exportar la base anteriormente, y Guardar. Se debe tomar en cuenta el nombre que se pone a la nueva base de datos y especialmente al prefijo con el que se crea, es mejor apuntar todos estos datos ya que serán utilizados después (riobamba-online_com_-_probar):



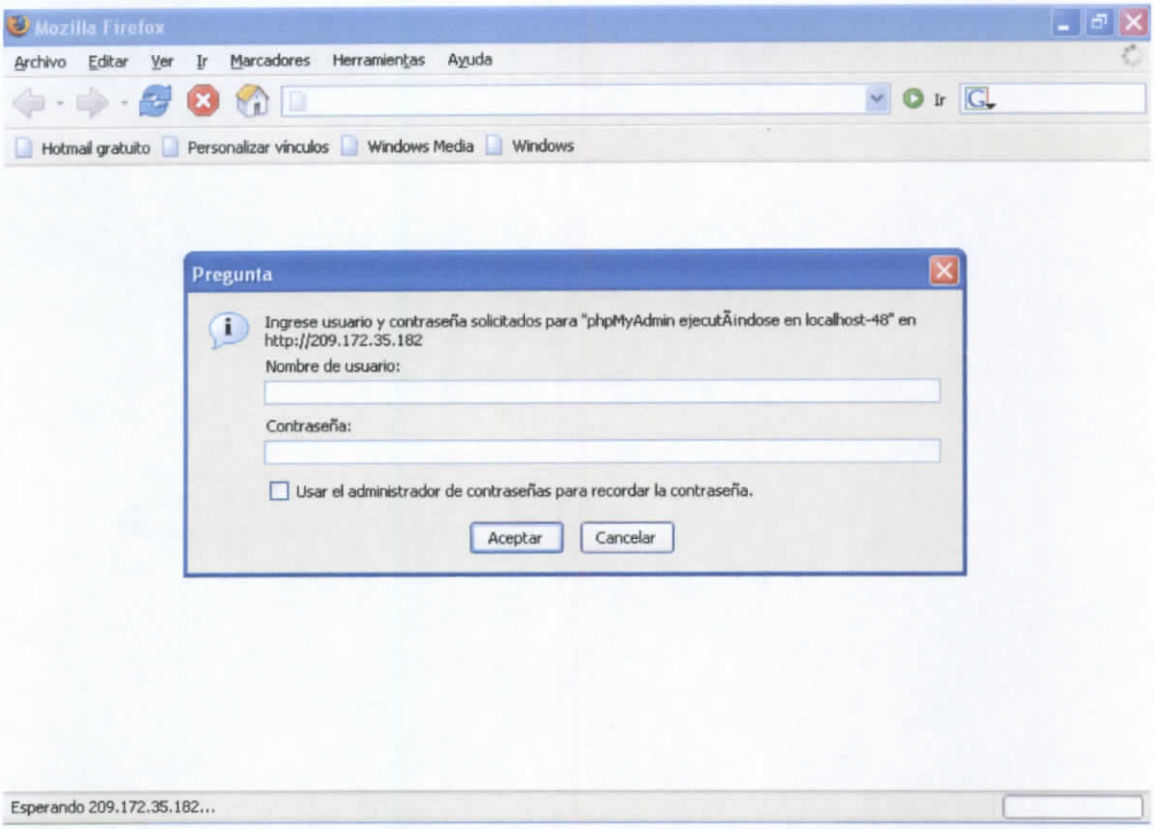
Si la base de datos se creó satisfactoriamente aparecerá un mensaje como este:



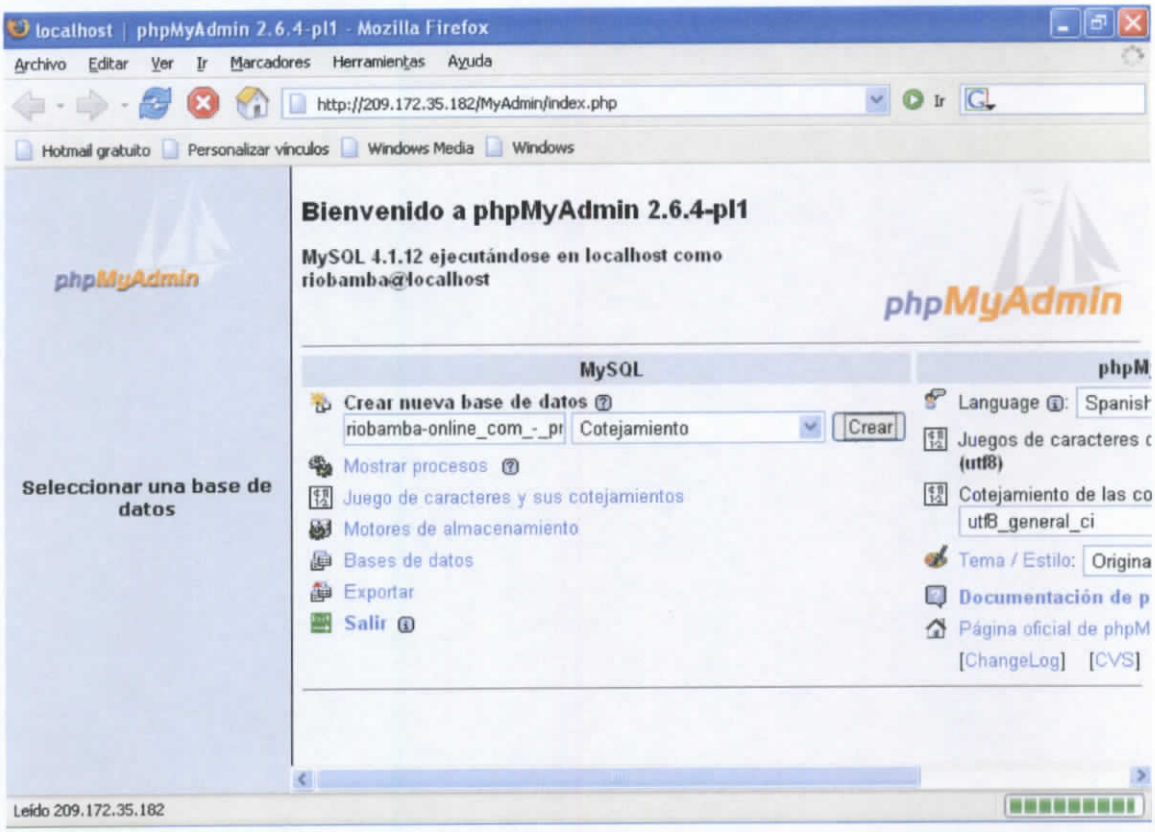
Se hace click en Administrar Base de Datos y después en Herramienta de Administración MySQL:



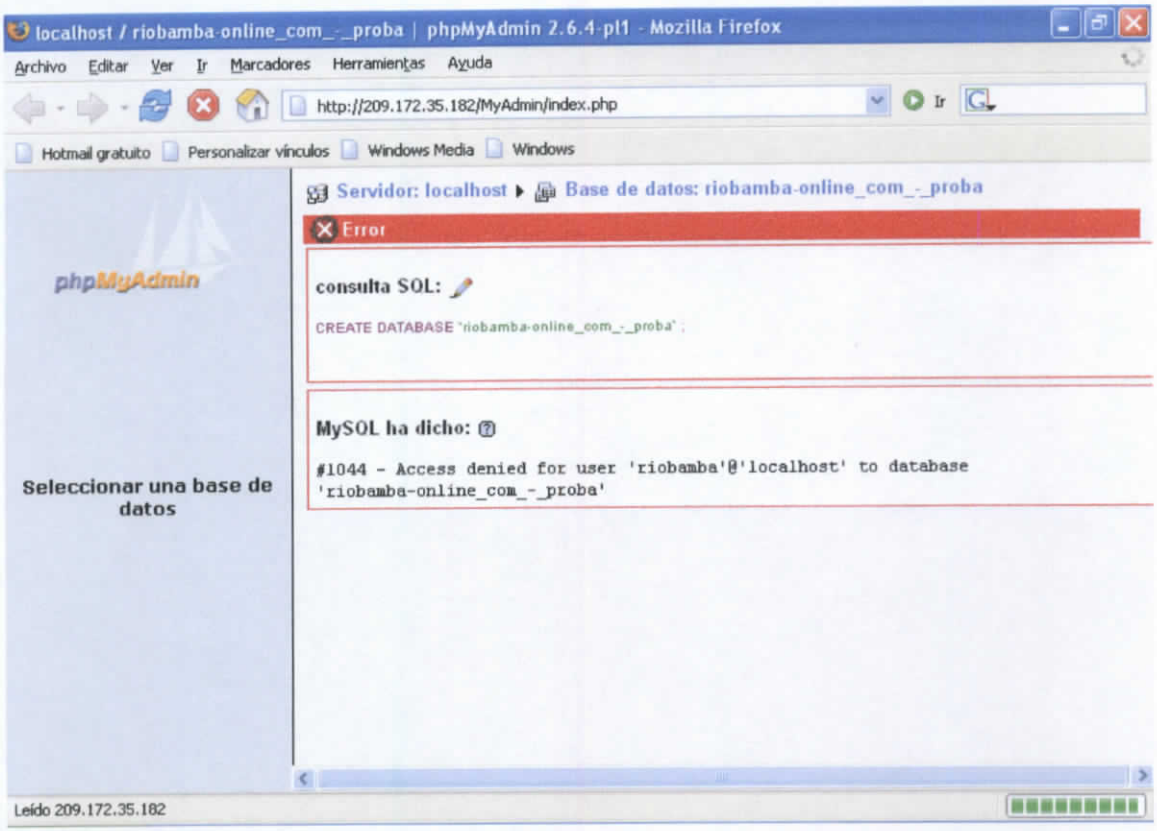
Se despliega una pantalla en donde se pide el nombre del administrador y el password, estos datos son proporcionados en las guías del host cuando se hace en contrato.



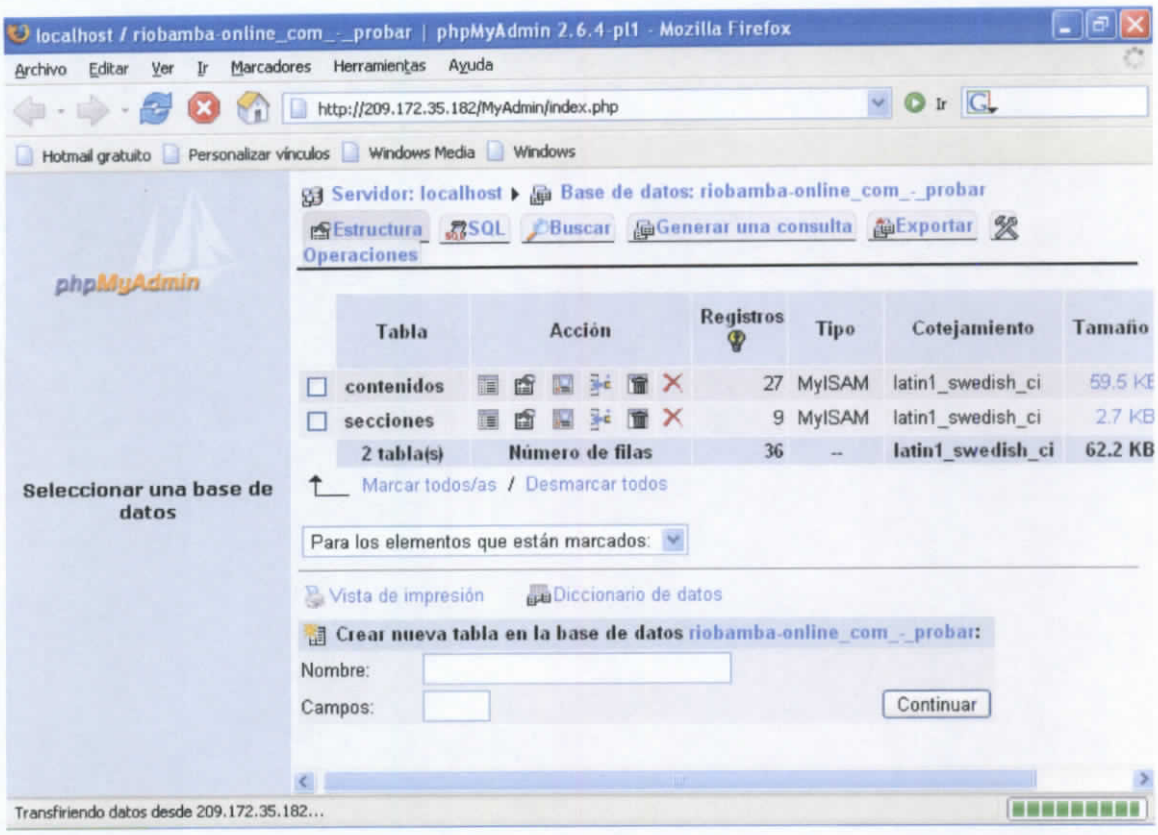
En Crear Nueva Base de Datos, se escribe el nombre de la base que se creó en el host, incluyendo el prefijo: riobamba-online_com_-_probar y presionamos Crear:



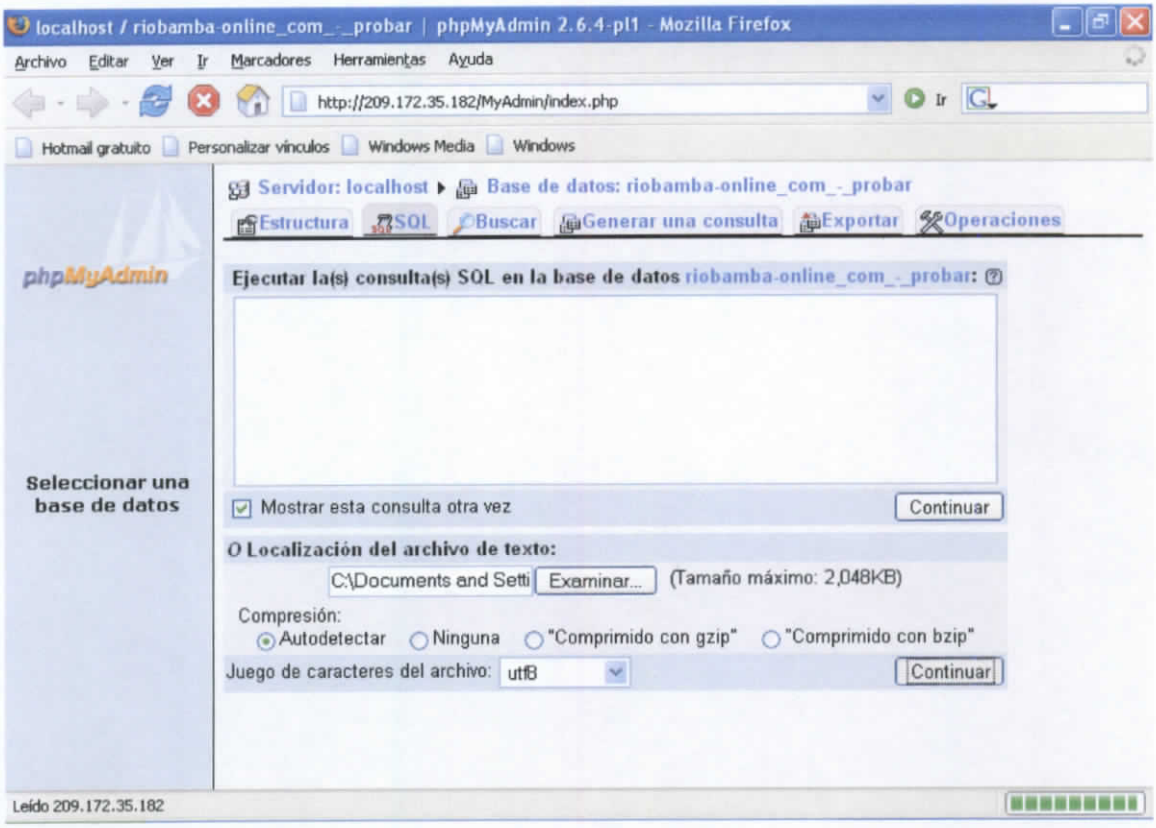
Aparece una pantalla en donde se indica que la base de datos ha sido creada.



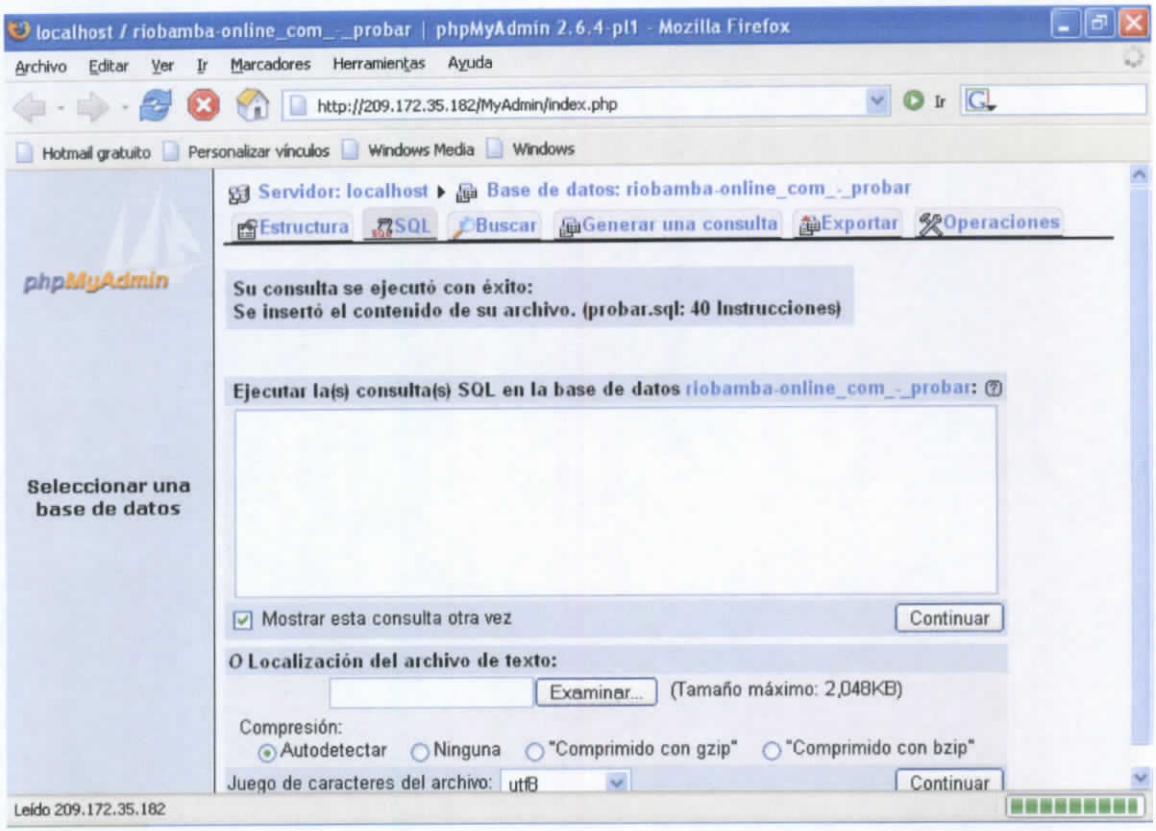
Arriba, se hace click en Base de datos: riobamba-online_com_-_probar



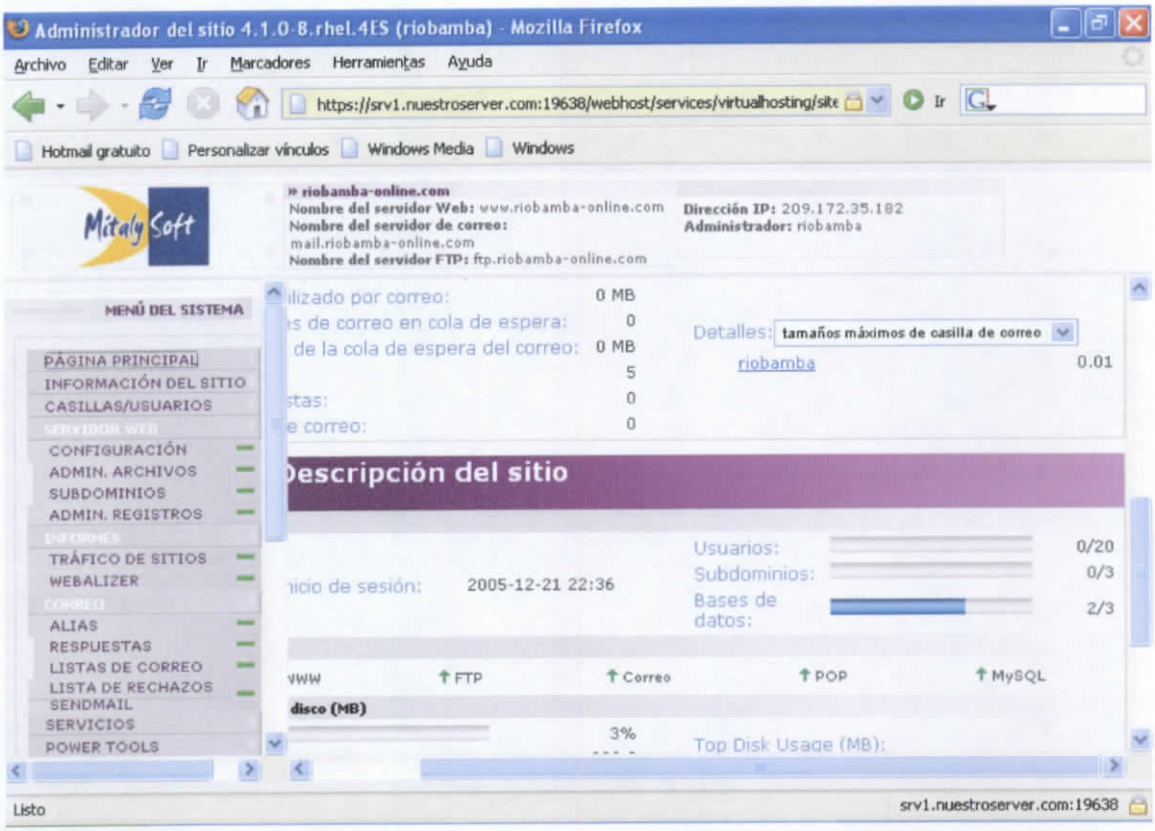
En la etiqueta SQL se hace click y en la parte de Localización del archivo de texto, se realiza un click en el botón Examinar y se busca el lugar donde se encuentra la tabla que se exportó, es decir la que se encuentra con extensión .sql



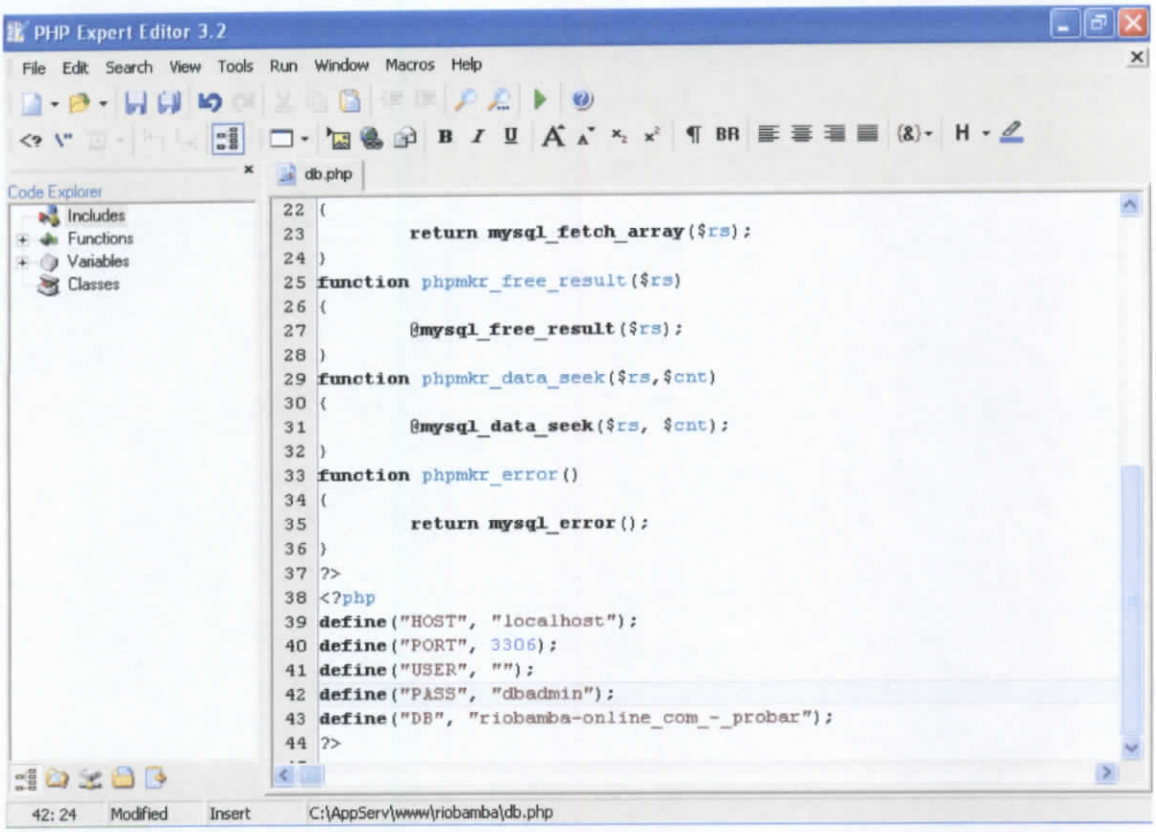
Después de señalar el nombre de la base .sql se realiza click en abrir y después continuar. Aparecerá un mensaje satisfactorio indicando que la base de datos se ha subido con éxito.



Se regresa al administrador del host y la base de datos se encuentra alojada en el host:



En la página db.php se debe cambiar el nombre de la base de datos y el password:



➢ Creación de Mundos Virtuales

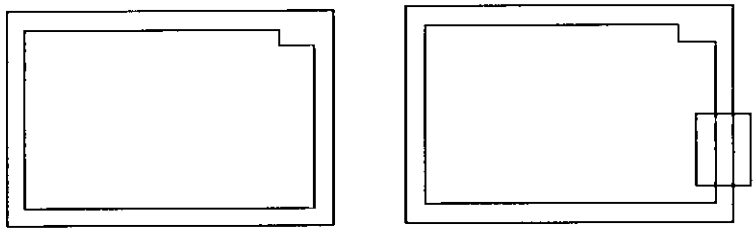
Dentro del proyecto se incluye también las visitas virtuales en 3D, razón por la cual es importante conocer más a fondo la realización de éste tipo de visitas que se lograron fusionando 3D Studio Max y VRML.

3D Studio Max es un software que permite crear modelados, animaciones en tres dimensiones (3D) a partir de una serie de vistas (planta y alzados).

Al utilizar 3DS Max el usuario tiene una fácil visualización y representación de los modelos, además la exportación a otros formatos distintos tales como AI (Adobe Illustrator), Autocad, Shockwave 3D Scene Export, VRML, entre otros.

Se hará referencia a la creación de las paredes de la sala, antes se debe tener las medidas de todos los objetos que se van a dibujar, incluyendo las medidas de la habitación.

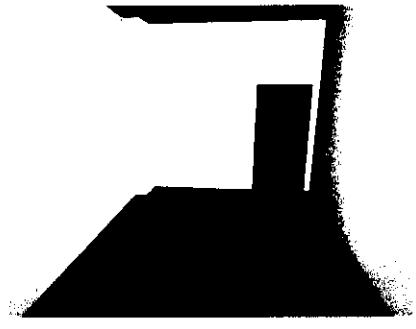
Para poder crear las paredes se utilizará una *Spline* (Shape). Se tendrá que dibujar la base, tomando en cuenta que hay que dejar un agujero en el interior, así se puede obtener una habitación hueca, una vez que se ha extruído la *Spline*.



Después de que se crea la *Spline* se deberá extruir para poder darle la altura que se requiere. Para poder extruir la Spline se debe seleccionar el panel **Modify**, y el botón **Extrude**.

Para poder hacer el agujero de la puerta se elabora una caja con las dimensiones de la anterior pero con mayor ancho y se atraviesa en el lugar donde debe ir la puerta. Después se debe realizar una operación booleana para poder sustraer la puerta con respecto a la casa.

Se selecciona el Spline de las paredes, se presiona el botón *Bolean*, que se encuentra dentro de **Modifier List**, el objeto A serán las paredes y el B la caja. Se debe seleccionar el *option button* Sustracción A-B.



El suelo son cajas rectangulares, con la misma anchura que las paredes. La única diferencia es que aquí se debe aplicar textura. Las texturas se realizan a partir de imágenes bitmap, para el piso se utilizó la textura de Estera.

Para incluir texturas y mapas de imágenes se debe ir a **Material**. En el editor de materiales es más fácil seleccionar un material que incluya mapa. Después se seleccionará el menú "Maps" y en **Difusa,** *Imagen bitmap*, se selecciona la imagen que se necesita y se presiona aceptar.

Una vez que se ha concluido con la construcción de toda la sala, se exportará el archivo a VRML97.

Hoy en día, existen dos tipos de versiones de VRML. La versión 1 con dos variantes:

- 1.0 ASCII
- 1.1 UTF8

La especificación de las dos es equivalente, pero el formato de caracteres que se utiliza para los strings es distinto.

El conjunto de caracteres universales UTF-8 sigue la norma *ISO/IEC 10646-1:1993, http://www.iso.ch/cate/dl8741.html.*

En estas versiones VRML puede ser usado solo para definir mundos estáticos primarios. Estos mundos pueden ser explorados, pero ofrecen poca interacción con el usuario.

Desde hace poco tiempo es posible obtener en Internet un prototipo de lo que será la versión 2.0 o VRML97.

- **Tipos de Video**

Dentro de las decisiones más importantes que se deben tomar en cuenta en momento de incluir video, es elegir el formato que llevará el mismo.

El formato es manera en la cual se van a guardar los datos en el archivo, el tipo de formato depende del uso que se le dará al video, por ejemplo:

1. Almacenaje de archivo
2. Streaming
3. Reproducción de salón

1. **Almacenaje de archivo.-** El video será guardado en cualquier soporte magnético u óptico ya sea CD, DVD, disco duro.

2. **Streaming.-** El video es almacenado en un computador para su propagación en Internet o Intranet, es decir para verlos online. Para poder visualizar este tipo de video es necesario un servidor con el software apropiado de "streaming", y así enviar los datos a los ordenadores conectados.

3. **Reproductor de salón.-** El video será recolectado en cualquier tipo de soporte magnético u óptico, ya sea cinta VHS, DV, CD, DVD, etc.

Formatos

Existen varios tipos de formatos para poder guardar los videos, entre los más conocidos tenemos:

- **AVI y AVI2.-** Éste formato (AVI: Audio Video Interleave) almacena la información por capas, guardando una de video seguida por una de audio. También pueden ser usados por algunas otras arquitecturas, incluidas DirectShow y Windows Media.

- **Microsoft Windows Media Video.-** Es una de las últimas propuestas de Microsoft, que viene incluido con el sistema operativo. Funciona con el Windows Media Player desde la versión 6.2. Las extensiones de este tipo de contenidos son: .asf y .wmv para vídeo, y .wma para audio.

- **Real Video.-** Real Audio, es uno de los más usados para "streaming" en diversos medios. También tiene una opción para video llamada Real Video. Ambas versiones, requieren de su propio reproductor, que es el "Real One".

- **Apple QuickTime.-** Apple también tiene una interesante opción nativa de los sistemas Macintosh. Sus archivos .mov requieren de un reproductor especial que es el "Quicktime Player" para visualizarlos.

- **Páginas PHP**

El sistema Web tiene en total 21 páginas construidas en php, a continuación se incluirá el nombre y el código de las páginas más importantes dentro del sistema.

Admin.php

Esta página es un redirector para el administrador de las secciones.

```
<?php session_start(); ?>
<?php ob_start(); ?>
<?php
header("Expires: Mon, 26 Jul 1997 05:00:00 GMT");
header("Last-Modified: " . gmdate("D, d M Y H:i:s") . " GMT");
header("Cache-Control: no-store, no-cache, must-revalidate");
header("Cache-Control: post-check=0, pre-check=0", false);
```

```
header("Pragma: no-cache");
?>
<?php
    ob_end_clean();
    header("Location: contenidoslist.php");
    exit();
?>
```

Index.php

Es un redirector al igual que admin.php, se hace en dos páginas separadas porque aunque hacen lo mismo, el index es la raíz de un sitio. Si no se incluiría saldría una página de error.

```
<?php ob_start(); ?>
<?php
header("Expires: Mon, 26 Jul 1997 05:00:00 GMT");
header("Last-Modified: " . gmdate("D, d M Y H:i:s") . " GMT");
header("Cache-Control: no-store, no-cache, must-revalidate");
header("Cache-Control: post-check=0, pre-check=0", false);
header("Pragma: no-cache");
?>
<?php
    ob_end_clean();
    header("Location: mainpage.php");
    exit();
?>
```

Db.php

Esta página está creada para establecer la conexión con la base de datos, se crea una página aparte, para no incluir todo el código cada vez que se necesite sino únicamente llamar a la página y verificar la conexión.

// Conexión con el servidor MySql, devuelve una descriptor de conexión con que se realizará las subsecuentes operaciones.

```
<?php
function phpmkr_db_connect($HOST,$USER,$PASS,$DB,$PORT)
{
    $conn = mysql_connect($HOST . ":" . $PORT , $USER, $PASS);
    mysql_select_db($DB);
    return $conn;
}

// Cierra la conexión

function phpmkr_db_close($conn)
{
    mysql_close($conn);
}

// Envía y ejecuta una consulta sql en la base de datos activa

function phpmkr_query($strsql,$conn)
{
    $rs = mysql_query($strsql,$conn);
    return $rs;
}
```

```
// Retorna el número de filas de un cursor.

function phpmkr_num_rows($rs)
{
    return @mysql_num_rows($rs);
}

//Extrae del cursor una fila en forma de array que puede ser indistintamente referenciada de forma numérica

function phpmkr_fetch_array($rs)
{
    return mysql_fetch_array($rs);
}

// Libera la memoria ocupada por el cursor.

function phpmkr_free_result($rs)
{
    @mysql_free_result($rs);
}

// Mueve el puntero dentro del cursor a la fila indicada

function phpmkr_data_seek($rs,$cnt)
{
    @mysql_data_seek($rs, $cnt);
}
```

```
// Mensaje de error ocurrido en la última operación

function phpmkr_error()
{
    return mysql_error();
}
?>
<?php
define("HOST", "localhost");
define("PORT", 3306);
define("USER", "");
define("PASS", "");
define("DB", "riobamba");
?>
```

Contenidos_img_bv.php

Permite la gestión de archivos, es la página que internamente controla la subida de imágenes al servidor. Este archivo controla seguridades y errores en los uploads.

```
<?php session_start(); ?>
<?php ob_start(); ?>
<?php
header("Expires: Mon, 26 Jul 1997 05:00:00 GMT");
header("Last-Modified: " . gmdate("D, d M Y H:i:s") . " GMT");
header("Cache-Control: no-store, no-cache, must-revalidate");
header("Cache-Control: post-check=0, pre-check=0", false);
header("Pragma: no-cache");
?>
<?php include ("db.php") ?>
<?php
```

```
// Muestra el valor del contenido de la página
$x_idcontent = @$_GET["idcontent"];
if (($x_idcontent == "") || (is_null($x_idcontent))) {
    ob_end_clean();
    header("Location: contenidoslist.php");
    exit();
}

// Funciones de cadena que dejan en formato estándar cualquier variable o parámetro

$x_idcontent = (get_magic_quotes_gpc()) ? stripslashes($x_idcontent) : $x_idcontent;
$conn = phpmkr_db_connect(HOST, USER, PASS, DB, PORT);

// Funciones de sql, que están vacías ya que están listas para trabajar, si se les da un valor inmediatamente se formaría la consulta

$sSql = "SELECT * FROM `contenidos`";
$sWhere = "";
$sGroupBy = "";
$sHaving = "";
$sOrderBy = "";
if ($sWhere <> "") { $sWhere .= " AND "; }
$sTmp = (!get_magic_quotes_gpc()) ? addslashes($x_idcontent) : $x_idcontent;
$sWhere .= "(`idcontent` = " . $sTmp . ")";

// Variables temporales que guardan valores que a veces se necesitan al momento de guardar

$sSql .= " WHERE " . $sWhere;
if ($sGroupBy != "") {
```

```
    $sSql .= " GROUP BY " . $sGroupBy;
}
if ($sHaving != "") {
    $sSql .= " HAVING " . $sHaving;
}
if ($sOrderBy != "") {
    $sSql .= " ORDER BY " . $sOrderBy;
}
$rs = phpmkr_query($sSql,$conn) or die("Fallo al ejecutar la consulta SQL: " .
phpmkr_error() . '<br>SQL: ' . $sSql);
if (phpmkr_num_rows($rs) > 0) {
    $row = phpmkr_fetch_array($rs);
    if ($row["img"]<> "") {
        header("Content-Disposition: attachment; filename=" . $row["img"]);
    }
    echo $row["img"];
}
phpmkr_free_result($rs);
phpmkr_db_close($conn);
?>
```

Las otras páginas: contenidosadd, contenidosdelete, contenidosedit, contenidosview, contenidoslist, seccionesadd, seccionesdelete, seccionesedit, seccionesview, seccioneslist. Como sus nombres lo indican sirven para añadir, borrar, editar, ver y listar tanto los contenidos y las secciones.

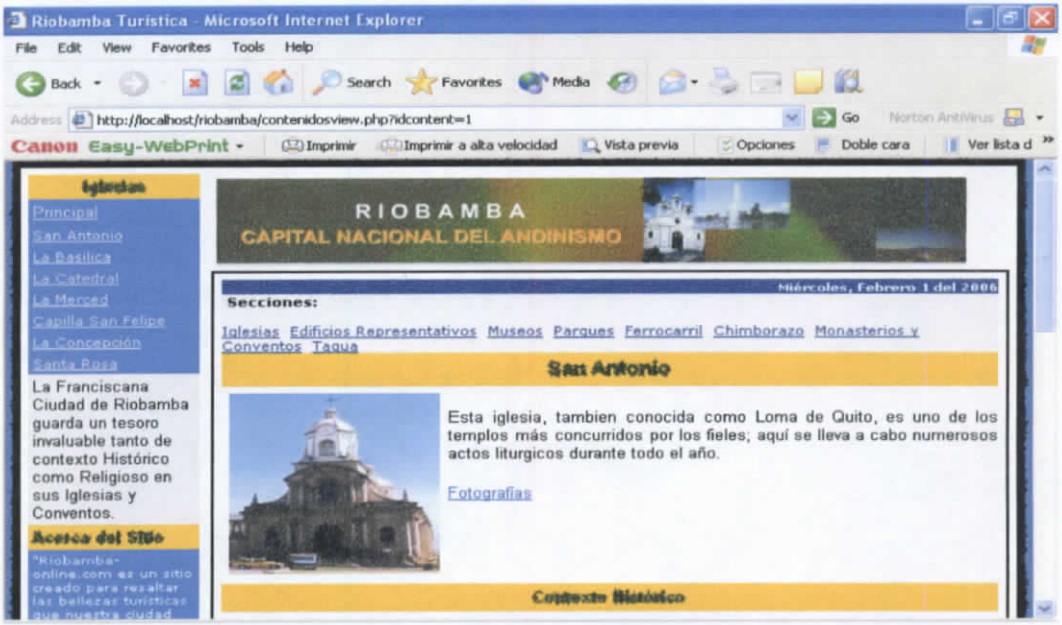
MANUAL DE USUARIO

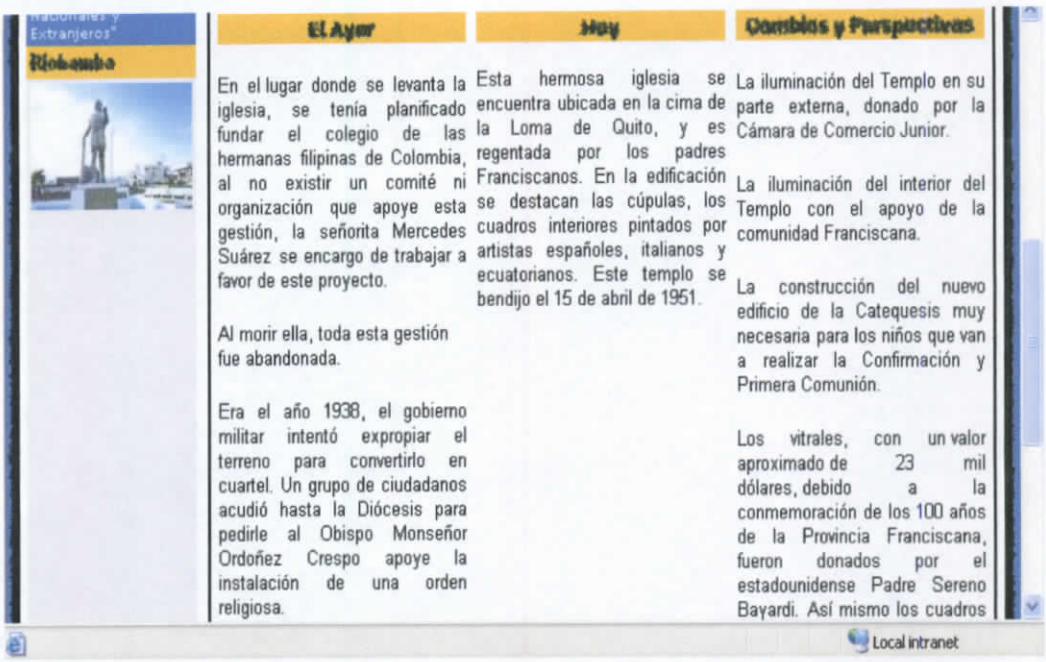
Después que se ha subido todas las páginas, el usuario ingresará a la siguiente dirección: www.riobamba-online.com y tendrá una interfaz como la que se muestra a continuación:

Sección: Iglesias

Contenido: San Antonio

Link: Fotografías: Álbum de fotos de la Iglesia

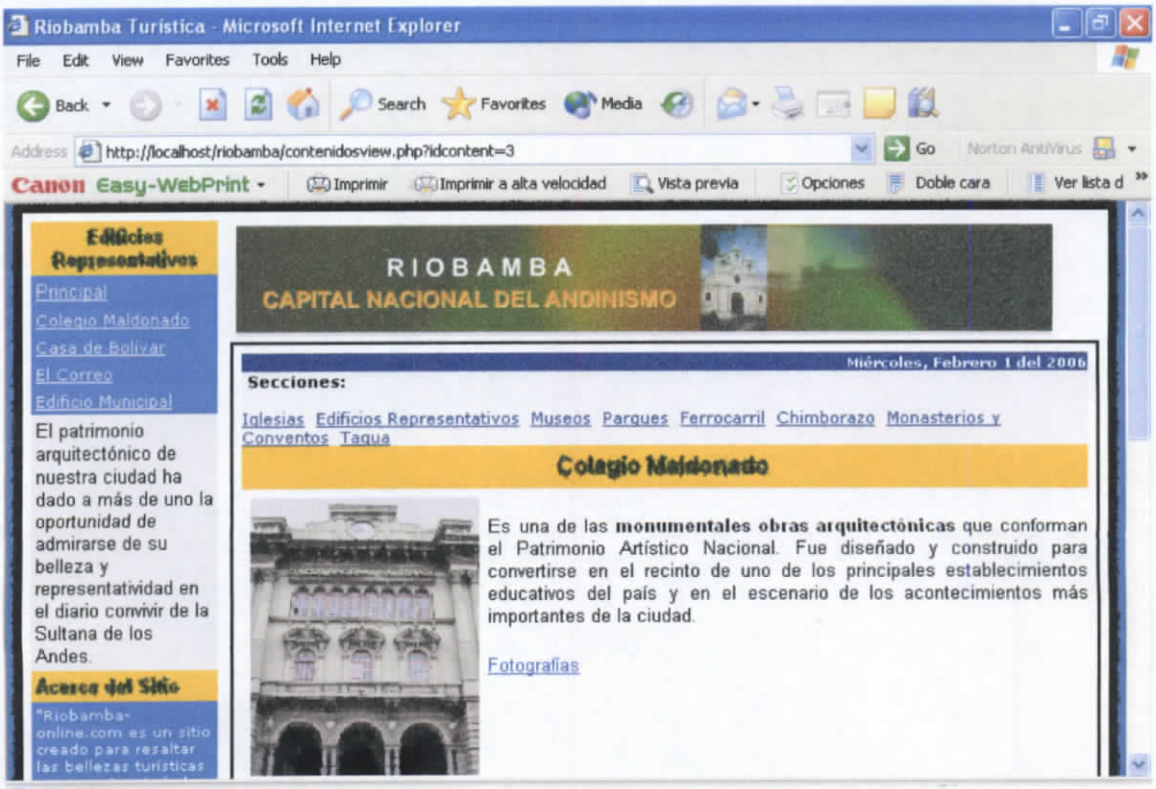




Sección: Edificios Representativos

Contenido: Colegio Maldonado

Link: Fotografías: Álbum de fotos del Colegio Maldonado



Sección: Museos

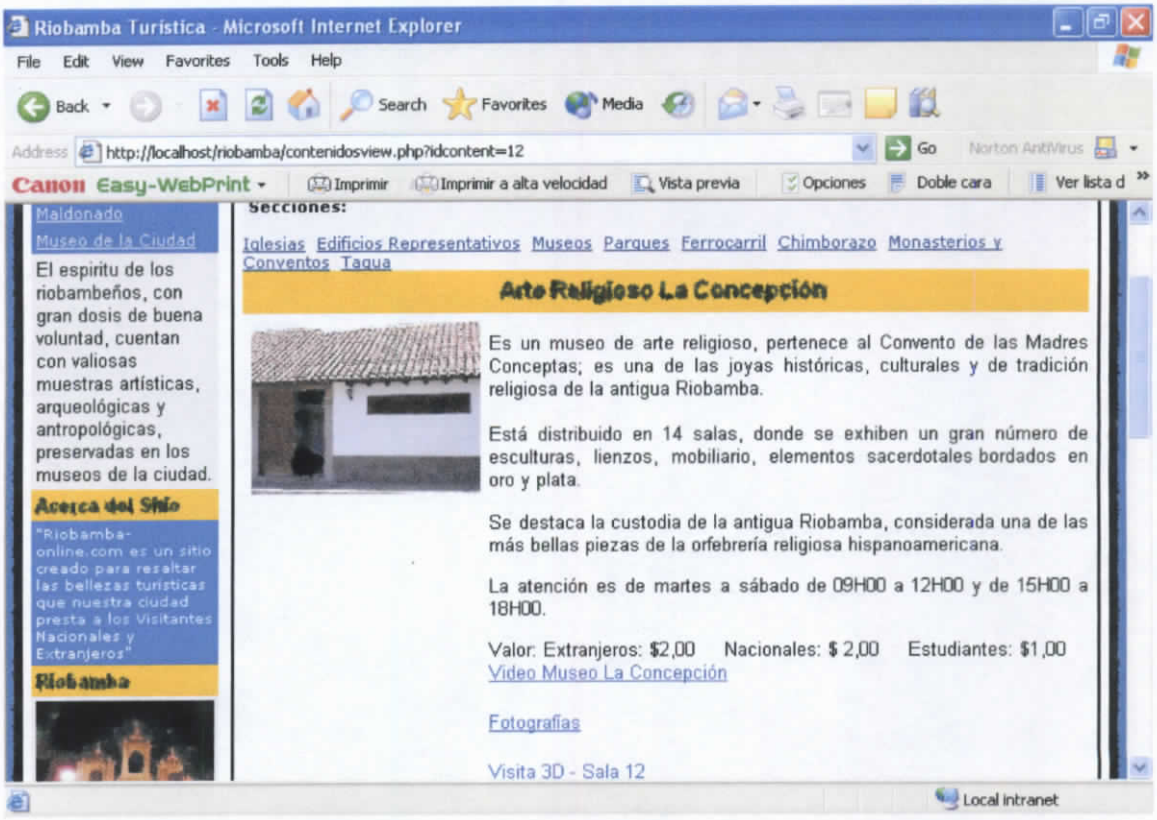
Contenido: Museo de Arte Religioso "La Concepción"

Link: Video Museo La Concepción: Video aproximadamente de 2 minutos.

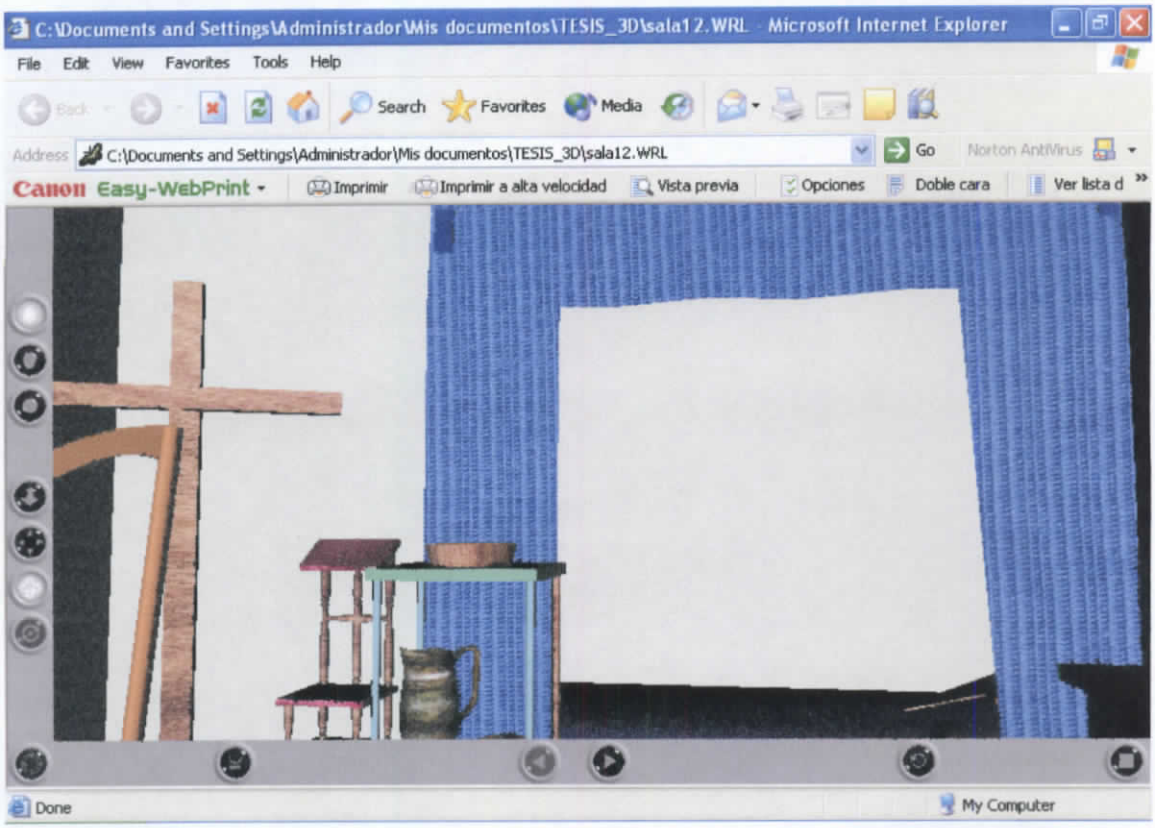
Fotografías: Álbum de Fotos del Museo.

Visita 3D Sala 12: Entorno virtual de la sala 12 (Vida cotidiana) del museo.

Visita 3D Sala 14: Entorno virtual de la sala 14 (Tesoros - Custodias) del museo.



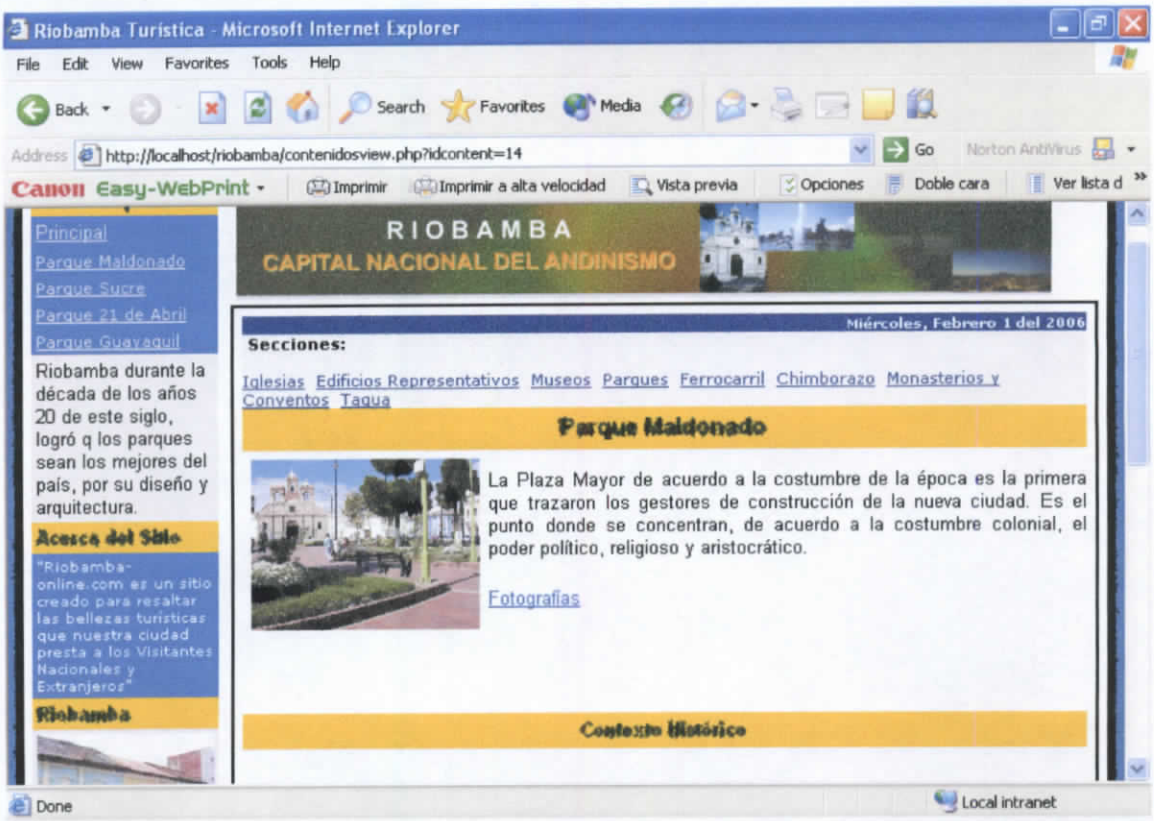
Visita Virtual. Sala 12:



Sección: Parques

Contenido: Parque Maldonado.

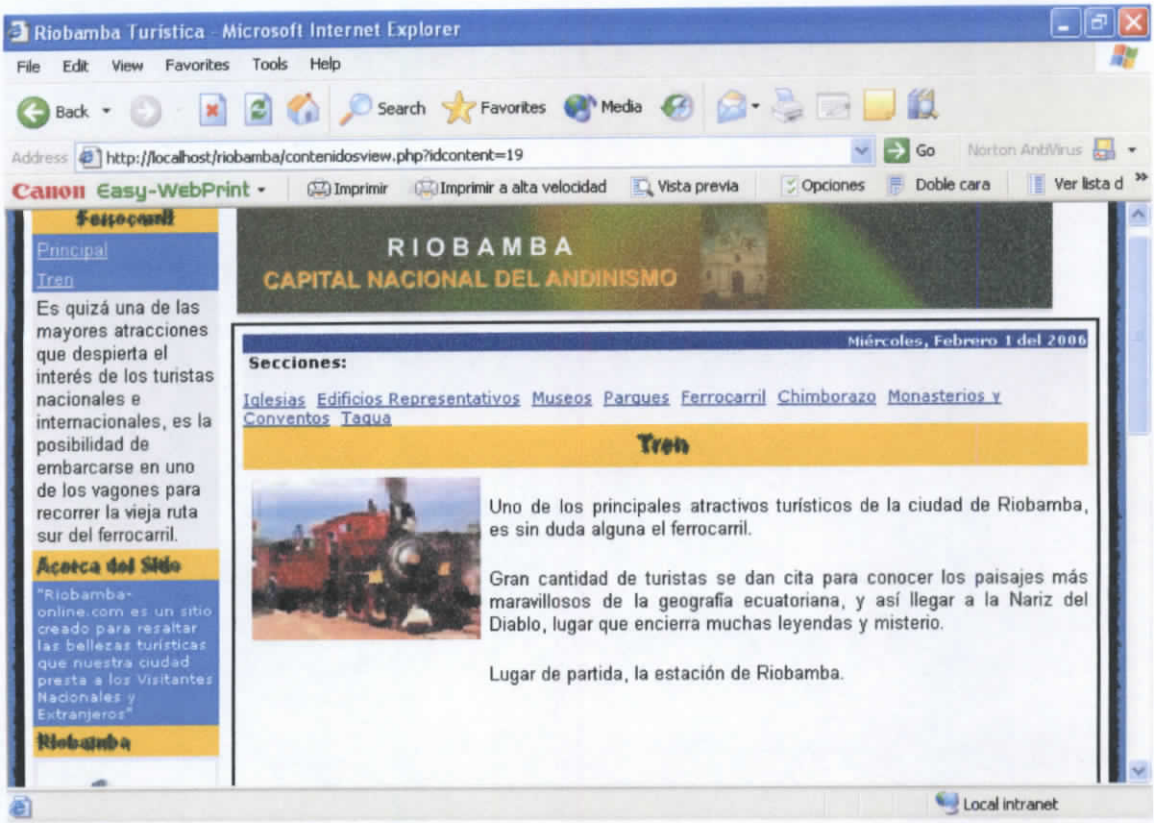
Link: Fotografías: Álbum de fotos del parque



Sección: Ferrocarril

Contenido: Tren

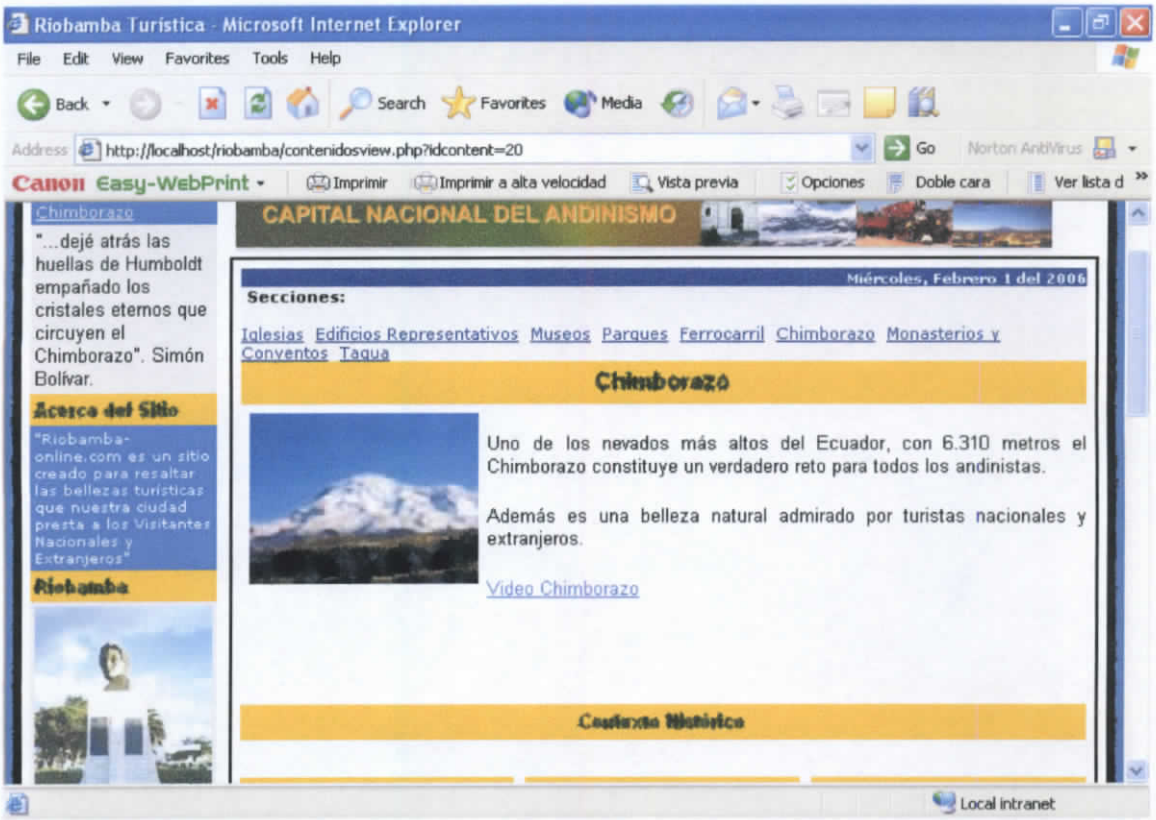
Link: Video de un viaje en ferrocarril: Video de ciertos lugares hasta la Nariz del Diablo.



Sección: Chimborazo

Contenido: Chimborazo

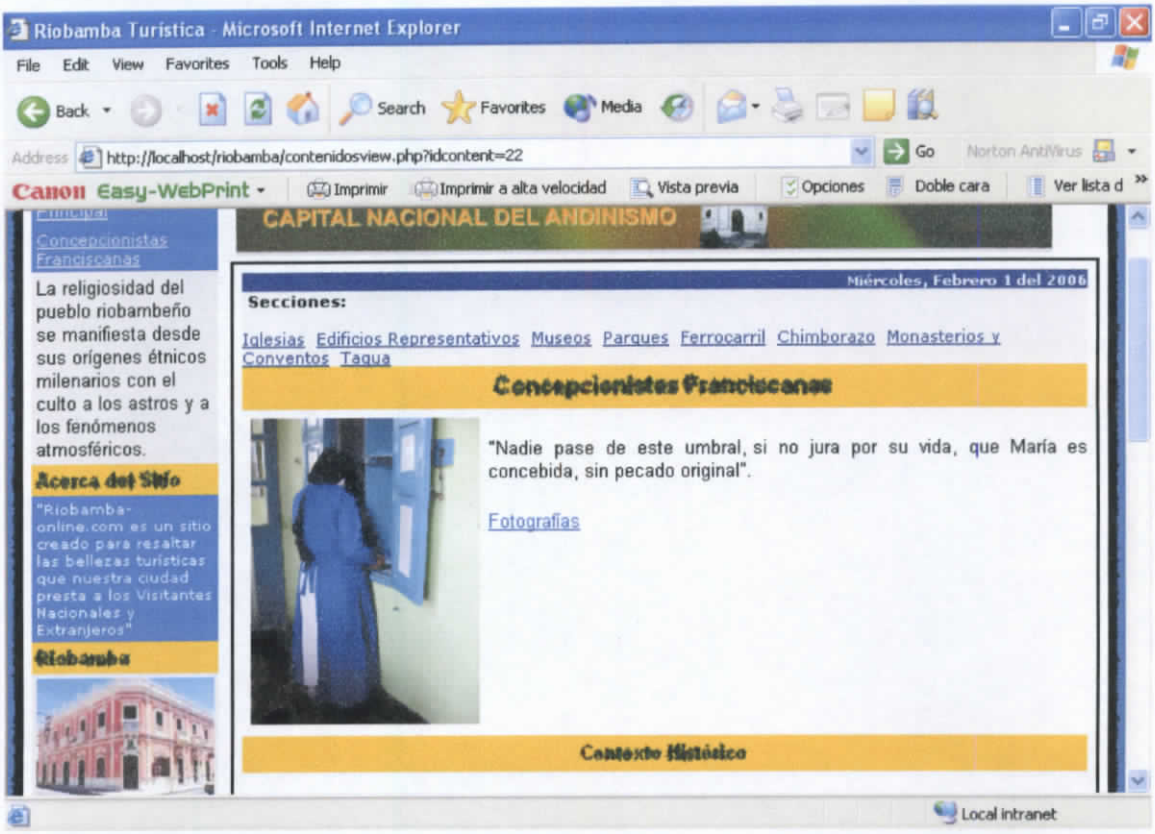
Link: Video del Chimborazo: Video con ciertas tomas del Chimborazo.



Sección: Monasterios y Conventos

Contenido: Franciscanas Concepcionistas

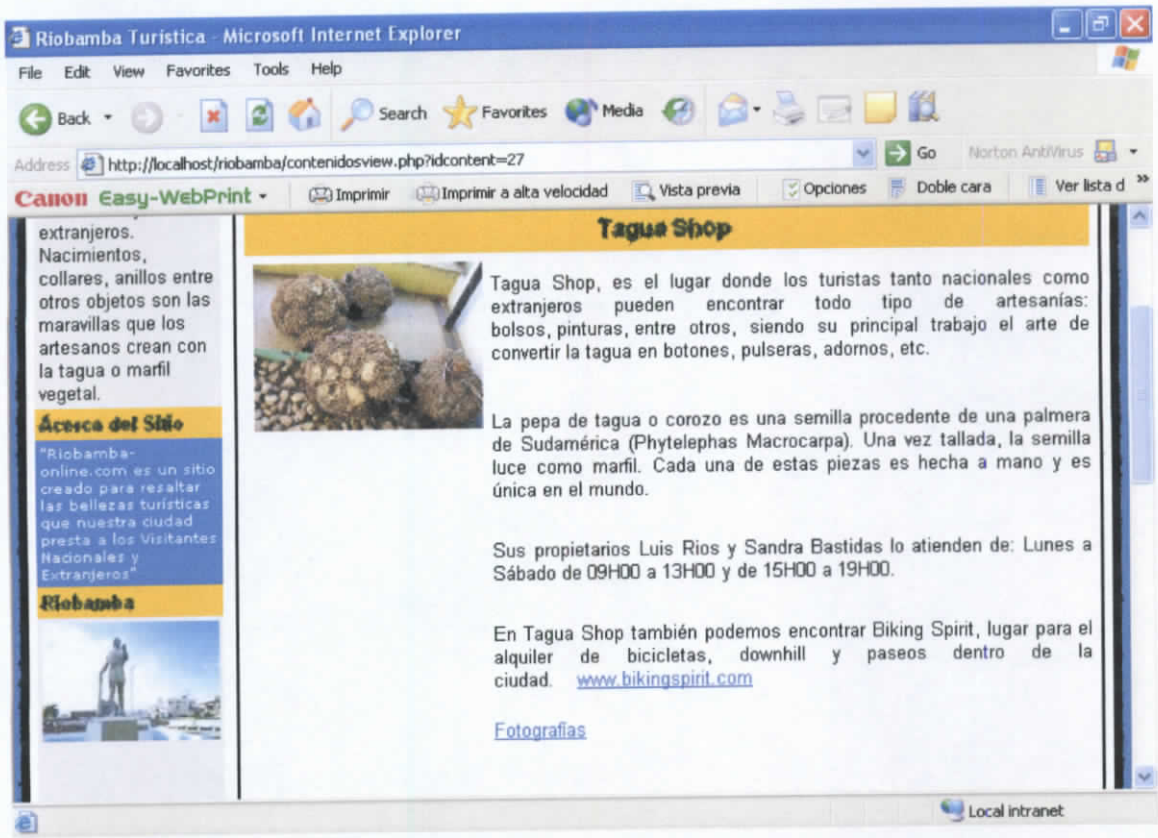
Link: Fotografías: Álbum de fotos del Monasterio.



Sección: Tagua

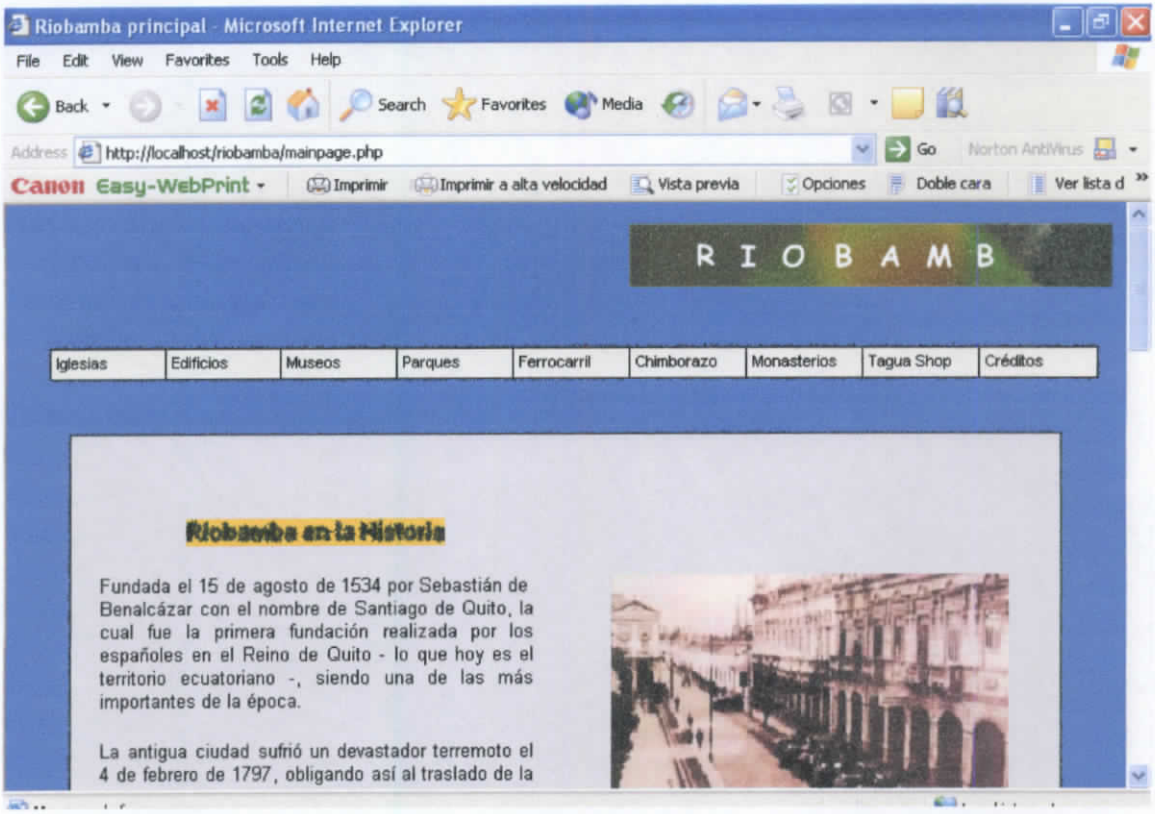
Contenido: Tagua Shop

Fotografías: Álbum de fotos de los objetos de tagua.


Riobamba Turistica - Microsoft Internet Explorer
File Edit View Favorites Tools Help
Back Search Favorites Media
Address http://localhost/riobamba/contenidosview.php?idcontent=27
Go Norton AntiVirus
Canon Easy-WebPrint Imprimir Imprimir a alta velocidad Vista previa Opciones Doble cara Ver lista d
extranjeros. Nacimientos, collares, anillos entre otros objetos son las maravillas que los artesanos crean con la tagua o marfil vegetal.
Acerca del Sitio
"Riobamba-online.com es un sitio creado para resaltar las bellezas turísticas que nuestra ciudad presta a los Visitantes Nacionales y Extranjeros"
Riobamba
Tagua Shop
Tagua Shop, es el lugar donde los turistas tanto nacionales como extranjeros pueden encontrar todo tipo de artesanías: bolsos, pinturas, entre otros, siendo su principal trabajo el arte de convertir la tagua en botones, pulseras, adornos, etc.
La pepa de tagua o corozo es una semilla procedente de una palmera de Sudamérica (Phytelephas Macrocarpa). Una vez tallada, la semilla luce como marfil. Cada una de estas piezas es hecha a mano y es única en el mundo.
Sus propietarios Luis Rios y Sandra Bastidas lo atienden de: Lunes a Sábado de 09H00 a 13H00 y de 15H00 a 19H00.
En Tagua Shop también podemos encontrar Biking Spirit, lugar para el alquiler de bicicletas, downhill y paseos dentro de la ciudad. www.bikingspirit.com
Fotografías
Local intranet

La página principal consta de:

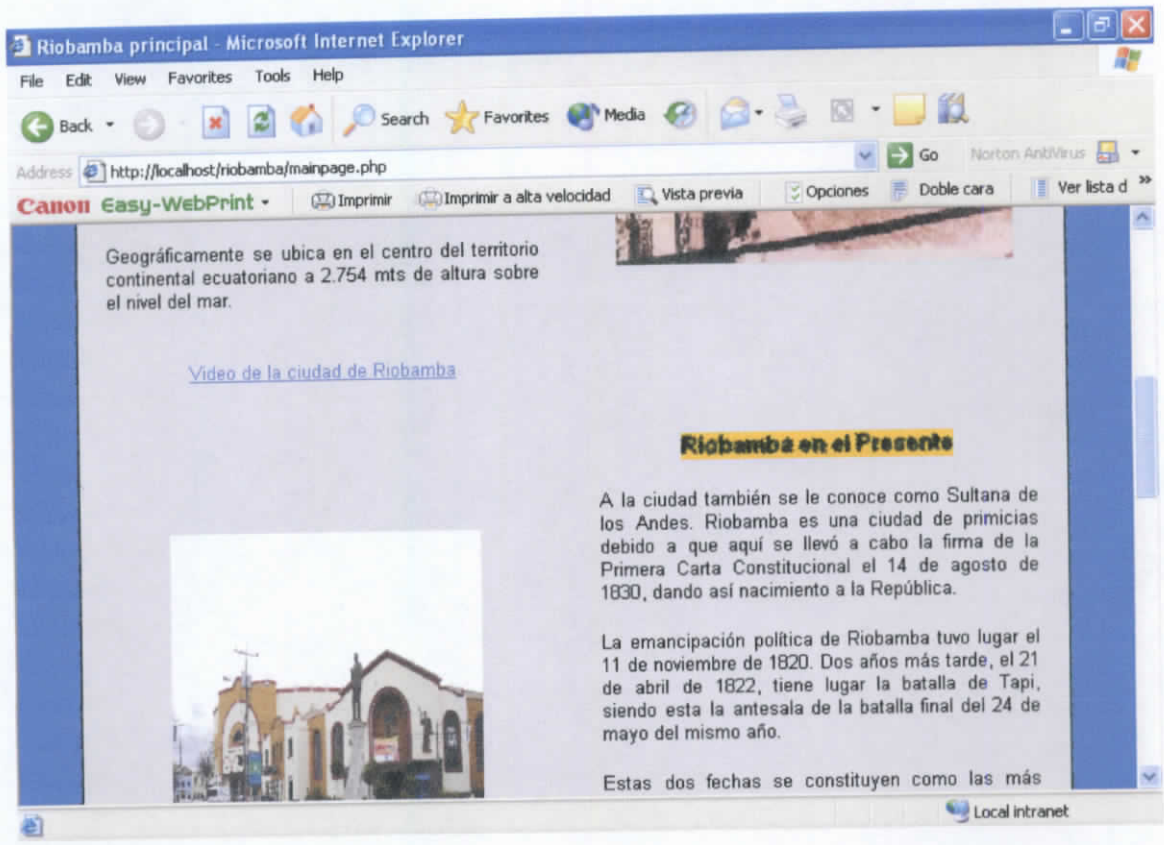
Menú desplegable: Links a cada una de las páginas que componen el sistema web.



En la misma página se puede observar:

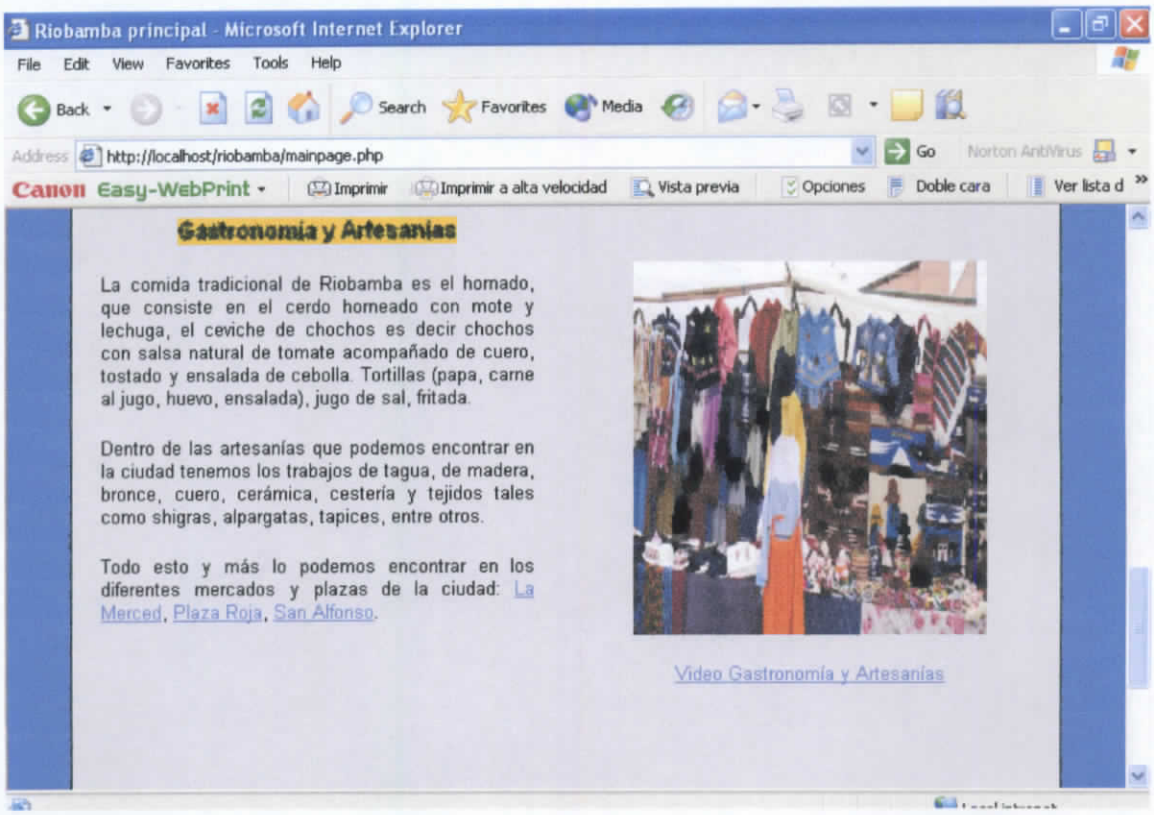
Link: Video de Riobamba: Video de Riobamba en la antigüedad.

Galería de Fotos: Álbum de fotos de las principales calles de la ciudad.

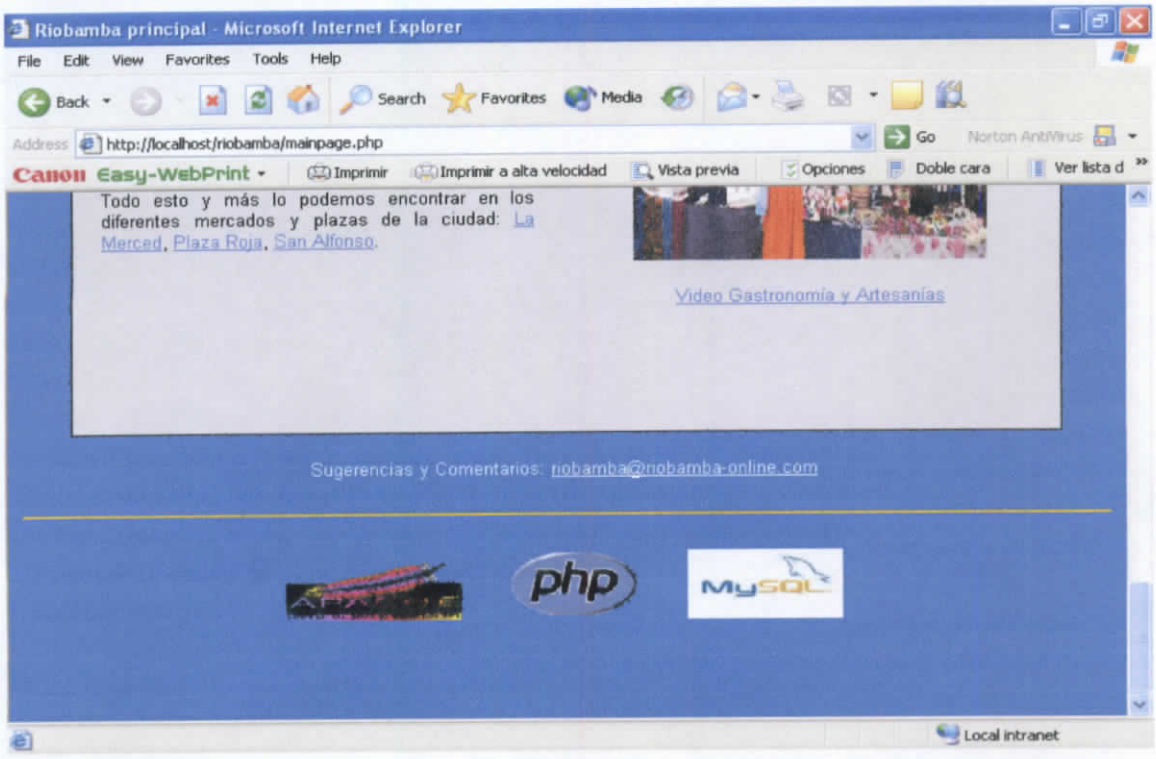

Riobamba principal - Microsoft Internet Explorer
File Edit View Favorites Tools Help
Back Search Favorites Media
Address http://localhost/riobamba/mainpage.php
Go
Canon Easy-WebPrint
Imprimir
Imprimir a alta velocidad
Vista previa
Opciones
Doble cara
Ver lista d
Geográficamente se ubica en el centro del territorio continental ecuatoriano a 2.754 mts de altura sobre el nivel del mar.
Video de la ciudad de Riobamba
Riobamba en el Presente
A la ciudad también se le conoce como Sultana de los Andes. Riobamba es una ciudad de primicias debido a que aquí se llevó a cabo la firma de la Primera Carta Constitucional el 14 de agosto de 1830, dando así nacimiento a la República.
La emancipación política de Riobamba tuvo lugar el 11 de noviembre de 1820. Dos años más tarde, el 21 de abril de 1822, tiene lugar la batalla de Tapi, siendo esta la antesala de la batalla final del 24 de mayo del mismo año.
Estas dos fechas se constituyen como las más
Local intranet



Link: Video Gastronomía y Artesanías: Video de las comidas típicas y diferentes tipos de artesanías que se realizan en la ciudad.



Finalmente el mail para sugerencias y comentarios:


Riobamba principal - Microsoft Internet Explorer
File Edit View Favorites Tools Help
Back Search Favorites Media
Address http://localhost/riobamba/mainpage.php
Go Norton AntiVirus
Canon Easy-WebPrint Imprimir Imprimir a alta velocidad Vista previa Opciones Doble cara Ver lista d
Todo esto y más lo podemos encontrar en los diferentes mercados y plazas de la ciudad: La Merced, Plaza Roja, San Alfonso.
Video Gastronomía y Artesanías
Sugerencias y Comentarios: riobamba@riobamba-online.com
php
MySQL
Local intranet

BIBLIOGRAFÍA

AVILÉS Marco.- Guía Turística Ministerio de Turismo: Ecuador La vida en estado puro.- Imp Centro de impresión digital.- Riobamba – Ecuador.

Riobamba Capital Nacional del Andinismo.- Ministerio de Turismo.

PC World.- No. 117.- 1993.- Pp 25

CORRALES DÍAZ Carlos.- LA TECNOLOGÍA MULTIMEDIA:Una Nueva Tecnología de Comunicación e Información. Características, concepciones y aplicaciones.- ITESO.- Tlaquepaque, Jalisco.- 1994.

- **Páginas Web**

www.disenovisual.com/interficies/VR_02.htm.- Definición de VRML.

http://www.oas.org/TOURISM/docnet/nuevtec.htm.- Internet y Turismo

www.sin.itesm.mx/~biblio/tutor/tito/Uso_web_tipos1.htm.- Tipos de Sitios Web.

www.alzado.org/articulo.php?id_art=215.- Turismo e Internet hasta que la muerte os separe.

www.microsoft.com/spain/enterprise/casestudies/CS_Turismo01.asp. - Un nuevo concepto de portal turístico para un nuevo perfil.

www.naya.org.ar/turismo_cultural/salta/claudia_coceres.htm.- Turismo en Internet: Análisis y Posibilidades comunicacionales.

http://www.sc.ehu.es/ccwgamoa/docencia/global/TrabajosAlumnos/VRML/indice.htm.- Tutorial de la versión 1.0

http://www.disenovisual.com/interficies/VR_03.htm.- Evolución de VRML

www.horizonteweb.com/jie99/andrada.htm.- Multimedia e Internet.

www.terra.es/tecnologia/mundopc.- Tipos de codificación y formatos de video.

www.odci.gov/cia/publications/factbook/print/ec.html.- The World Factbook Ecuador

www.odci.gov/cia/publications/factbook/fields/2116.html.- Field Listing - Economy – Overview

www.wttc.org/frameset3.htm.- Ecuador Travel &Tourism

ANEXOS

➢ ANEXO 1. ENCUESTA EN ESPAÑOL

ENCUESTA

Edad:.....

Sexo: Masculino (.....) Femenino (.....)

País o ciudad de residencia:.....

1. ¿Por qué decidió visitar la ciudad de Riobamba?

Recomendaciones (.....) Negocios (.....)

Parte del tour (.....) Cultura (.....)

Curiosidad (.....)

2. ¿Cómo obtuvo información de la ciudad?

Agencia de viajes (.....) Revistas / Periódicos (.....)

TV (.....) Internet (.....)

Amigos/familiares (.....)

3. ¿Cuánto tiempo permanecerá en la ciudad?

1 día (.....)

Menos de 1 día (.....)

Más de 1 día (.....)

4. ¿Cuáles son los meses en los que usted prefiere viajar?

Enero		Julio	
Febrero		Agosto	
Marzo		Septiembre	
Abril		Octubre	
Mayo		Noviembre	
Junio		Diciembre	

5. Cuando llegó a la ciudad, ¿Cómo obtuvo información de los lugares turísticos a visitar?

Mapa (.....) Agencia de Viajes (.....)

Información de la gente (.....)

Policías de Turismo (.....)

6. Califique a los siguientes lugares turísticos: (1: Mala 5: Muy buena)

	1	2	3	4	5
Museos					
Iglesias					
Edificios Coloniales					
Parques					

Viaje en Ferrocarril					
Tour al Chimborazo					

7. ¿Qué le gustó de la ciudad?

Gente (.....) Lugares Turísticos (.....)

Alojamiento (.....) Comida (.....)

Clima (.....) Otros (.....)

8. ¿Piensa que el turismo es una fuente de ingresos importante para la ciudad?

Si (.....) No (.....)

9. ¿La ciudad de Riobamba tiene una buena promoción a nivel nacional e internacional?

Si (.....) No (.....)

10. ¿Cuál es la mejor forma de promocionar el turismo en la ciudad de Riobamba?

Revistas (.....) Periódicos (.....)

Internet (.....) Folletos (.....)

Televisión (.....)

11. ¿Cree usted que todos los lugares turísticos de la ciudad se encuentran ampliamente difundidos?

Si (.....) No (.....)

Por qué?.....

.....

12. ¿Se puede incentivar a los turistas nacionales y extranjeros, para que visiten la ciudad de Riobamba por medio de la creación de una página Web turística?

Si (.....) No (.....)

Por qué?.....

.....

13. ¿Volvería a visitar la ciudad de Riobamba?

Si (.....) No (.....)

Porqué?.....

.....

14. ¿Recomendaría la ciudad para que la visiten?

Si (.....) No (.....)

Por qué?.....

.....

➢ ANEXO 2. ENCUESTA EN INGLÉS

SURVEY

Age:.....

Gender: Male (.....) Female (.....)

Country or city of residence:.....

1. Why did you decide to visit Riobamba?

Recommendations (.....) Business (.....)

Tour passenger (.....) Culture (.....)

Curiosity (.....)

2. How did you get information about the city?

Travel agency (.....) Magazines/ Newspapers (.....)

TV (.....) Internet (.....)

Friends/Relatives (.....)

3. How long will you stay in the city?

1 day (.....)

Less than 1 day (.....)

More than 1 day (.....)

4. Which months do you think are the best for your vacation trip?

January		July	
February		August	
March		September	
April		October	
May		November	
June		December	

5. When did you arrive in the city. How did you get information about the touristic places?

Map (.....) Travel agency (.....)

From people (.....)

Tourism Police (.....)

6. Grade the following touristic places: (1: Bad 5: Very good)

	1	2	3	4	5
Museums					
Churches					
Colonial Buildings					

Parks					
Train Tour					
Tour to the Chimborazo					

7. What do you like most in the city?

People (.....) Tourist Places (.....)

Lodging (.....) Food (.....)

Weather (.....) Others (.....)

8. Do you think that tourism is an important income source for the city?

Yes (.....) No (.....)

9. Is the city of Riobamba promoted enough inside and outside the country?

Yes (.....) No (.....)

10. What is the best way to promote tourism in the Riobamba's city?

Magazines (.....) Newspapers (.....)

Internet (.....) Leaflet (.....)

Television (.....)

11. Do you think that all the touristic places of Riobamba are widely well-know?

Yes (.....) No (.....)

Why?.....

.....

12. Do you think that a web page is a good way to attract or motivate domestic and foreign tourists to visit Riobamba?

Yes (.....) No (.....)

Why?.....

.....

13. Would you visit the Riobamba again?

Yes (.....) No (.....)

Why?.....

.....

14. Would you recommend your friends to visit Riobamba?

Yes (.....) No (.....)

Why?.....

.....

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR
PROGRAMAS ACADEMICOS AMBATO
BIBLIOTECA