



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
CARRERA DE GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

**TEMA:**

**Diseño de portal web informativo turístico para Manabí.**

**AUTOR:**

**Jérvez Pineda Mayra Alejandra**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE LICENCIADA EN GESTIÓN GRÁFICA  
PUBLICITARIA**

**TUTOR:**

**Lcdo. Quintana Morales Washington David, Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**2016**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
CARRERA DE GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por Jérvez Pineda Mayra Alejandra, como requerimiento para la obtención del Título de Licenciada en Gestión Gráfica Publicitaria

**TUTOR (A)**

f. \_\_\_\_\_

Lcdo. Washington David Quintana Morales, Mgs.

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_

Lcdo. Billy Gustavo Soto Chávez, Ms.

**Guayaquil, a los 14 del mes de septiembre del año 2016**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
CARRERA DE GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Jérvéz Pineda Mayra Alejandra**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación, “**Diseño de portal web informativo turístico para Manabí**”, previo a la obtención del **Título de Licenciada en Gestión Gráfica Publicitaria**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 14 del mes de septiembre del año 2016**

**EL AUTOR (A)**

f. \_\_\_\_\_

**Jérvéz Pineda Mayra Alejandra**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
CARRERA DE GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Jérvéz Pineda Mayra Alejandra**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución el Trabajo de Titulación, “**Diseño de portal web informativo turístico para Manabí**”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 14 del mes de septiembre del año 2016**

**LA AUTORA:**

f. \_\_\_\_\_

**Mayra Alejandra Jérvéz Pineda**

## Reporte URKUND

**URKUND**

Washington Quintana Morales (washington.quintana)

**Lista de fuentes** Bloques

| Lista de fuentes | Bloques   | Enlace/nombre de archivo   |
|------------------|-----------|--|
| +                | Categoría |  |
| +                |           | <a href="#">Tatiana Riofrio Campoverde tesis.docx</a>  |
| +                |           | <a href="#">VELIZ tesis.docx</a>   |
| +                |           | <a href="http://dspace.uceuena.edu.ec/bitstream/123456789/22450/">http://dspace.uceuena.edu.ec/bitstream/123456789/22450/...</a>     |
| +                |           | <a href="#">TESIS PATRICIO ELIZALDE - URKUND.docx</a>  |
| +                |           | <a href="http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/">http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/...</a> |

**Documento** [tesis mayra jervez final.docx \(D21488763\)](#)

**Presentado** 2016-08-24 10:02 (-05:00)

**Recibido** washington.quintana.ucsg@analysis.orkund.com

**Mensaje** [TESIS MAYRA JERVEZ](#) [Mostrar el mensaje completo](#)

2% de esta aprox. 25 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 8 fuentes.

0 Advertencias. Reiniciar Exportar Compartir

1. Problemática 1.1. Planteamiento del problema El 16 de Abril del 2016 a las 18:58 se registró un terremoto de 7,8 de magnitud que según el Instituto Geofísico del Ecuador afectó varias provincias de la zona norte costera del Ecuador, este desastre natural tuvo epicentro el cantón de Pedernales en la provincia de Manabí. El 20 de Abril del 2016 de la Secretaría de la Gestión de Riesgos emitió un informe donde se indicó que los cantones más afectados fueron Pedernales sufrió un 60% de daños en infraestructuras, Portoviejo un 55%, Sucre 30% y Manta un 35% todos pertenecientes a la provincia de Manabí. A partir del terremoto las necesidades de promocionar el turismo se incrementaron, y según Lucía Fernández Presidenta de la Cámara de Comercio de Manabí, el turismo es una alternativa para lograr una reactivación económica inmediata, pero ha sido aún más fragmentado por el fenómeno natural del 16 de abril. El sector turístico se encuentra disperso, no existe una promoción turística adecuada, los medios de soporte publicitario no han integrado la información generando la fragmentación de la información turística y debilitando el poder promocional que es necesario al momento de generar campañas para la difusión turística de la zona. También se evidencia que no existe una plataforma digital informativa que permita integrar todos los servicios turísticos operativos, zonas y

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco en primer lugar a Dios, por permitirme alcanzar esta meta en mi vida.

Mis eternas loas a mis padres: Lcda. Celina Pineda y Dr. Julio Jérvez por ser mi apoyo incondicional, mis grandes ejemplos a seguir; por su tiempo, cariño y por siempre confiar en mí.

De igual forma agradezco a cada miembro de mi familia que de una forma u otra me han brindado su ayuda, pero en especial a mis hermanos Gabriela y Julio, por estar junto a mí, dándome aliento y ánimos. De la misma manera agradezco a mi tía Editha Pineda y mi prima Sandra Campaña, quienes me aconsejaron y me dieron fortaleza para seguir.

Asimismo, a mi novio Carlos Hurtado, con quien he compartido grandes momentos, por sus ánimos y apoyo para continuar.

Doy gracias también a la Dirección de Comunicación del G.A.D. Provincial de Manabí, por su apoyo y respaldo durante el desarrollo del proyecto.

Finalmente mis complacencias para mis docentes quienes me brindaron sus conocimientos para poder crecer académicamente.

## **DEDICATORIA**

Este trabajo se lo dedico principalmente a Dios, porque supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban y a mi abuelito Felipe Jérvez por ser quien me cuida y bendice desde el cielo.

Dedico de manera especial a mis padres Celina y Julio, mis hermanos Gabriela y Julio, quienes son mi base de valores, cariño y amor y porque me han brindado su apoyo incondicional en cada meta propuesta de mi vida.

Con mucho amor y gratitud para ustedes.

# **REPRESENTANTE DE LA INSTITUCIÓN**

**Lcdo. Javier Romero Moreno**

**Jefe del Departamento de Relaciones Públicas del  
Gobierno Provincial de Manabí**

**0968567346**

[javierromeromoreno@gmail.com](mailto:javierromeromoreno@gmail.com)





**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
CARRERA DE GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

**LCDA. ANDREA YULIANA CORRAL RUIZ, MSC.**

EVALUADOR 1

f. \_\_\_\_\_

**LCDO. WILL ALBERTO VERGARA MACIAS, MSC.**

EVALUADOR 2

f. \_\_\_\_\_

**ING. FÉLIX ENRIQUE JARAMILLO, MGS.**

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
CARRERA DE GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

**CALIFICACIÓN**

---

Lcdo. Quintana Morales Washington David, Mgs.

## ÍNDICE GENERAL

|  |      |
|--|------|
| AGRADECIMIENTO.....  | v    |
| DEDICATORIA .....  | vi   |
| TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN .....                                       | viii |
| CALIFICACIÓN.....  | ix   |
| RESUMEN.....   | xiv  |
| INTRODUCCIÓN .....   | 1    |
| DESARROLLO .....   | 3    |
| 1. Problemática .....  | 3    |
| 1.1. Planteamiento del problema .....                                | 3    |
| 1.2. Objetivos del proyecto.....                                     | 4    |
| 1.2.1. Objetivo general .....  | 4    |
| 1.2.2. Objetivos específicos .....                                   | 4    |
| 2. Metodología de Investigación.....                                 | 4    |
| 2.1. Descripción del proceso seguido en la eta de investigación..... | 4    |
| 2.2. Análisis de proyectos similares. ....                           | 32   |
| 3. Proyecto. ....  | 37   |
| 3.1. Criterios de diseño.....  | 37   |
| 3.2. Desarrollo de bocetos. ....                                     | 53   |
| 3.3. Evaluación de artes iniciales. ....                             | 59   |
| 3.4. Desarrollo de propuesta gráfica inicial.....                    | 64   |
| 3.5. Desarrollo de línea gráfica definitiva. ....                    | 71   |
| 3.6. Arte final de las piezas gráficas.....                          | 85   |
| 3.7. Implementación y verificación de las piezas gráficas. ....      | 91   |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....                                  | 92   |
| Conclusiones .....   | 92   |
| Recomendaciones.....   | 93   |
| BIBLIOGRAFÍA.....  | 94   |
| GLOSARIO.....  | 97   |
| ANEXOS.....  | 101  |

## ÍNDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| Tabla 1. Población urbana y rural de las playas de cantones de Manabí, 2010 ..... | 5  |
| Tabla 2. ¿Usted es de la provincia de Manabí? .....                               | 10 |
| Tabla 3. Ciudades de encuestados .....  | 11 |
| Tabla 4. Lugares turísticos de Manabí más visitados .....                         | 12 |
| Tabla 5. Razones por que visitan Manabí .....                                     | 13 |
| Tabla 6. Promedio de duración de viaje .....                                      | 14 |
| Tabla 7. Promedio de duración de viaje .....                                      | 15 |
| Tabla 8. Presupuesto para viaje .....   | 16 |
| Tabla 9. Información para planificación de un viaje .....                         | 17 |
| Tabla 10. Portal Web informativo .....  | 18 |
| Tabla 11. Conocimientos de las zonas turísticas afectadas .....                   | 19 |
| Tabla 12. Personas que posiblemente visitarían Manabí .....                       | 20 |
| Tabla 13. Recomendaciones para reactivación .....                                 | 21 |
| Tabla 14. Conoce alguna campaña turística .....                                   | 22 |
| Tabla 15. Nombre de Campañas turísticas .....                                     | 23 |
| Tabla 16. Personas que posiblemente visitarían Manabí .....                       | 24 |
| Tabla 17. Lugares que si visitaría .....  | 25 |
| Tabla 18. Listado actividades recreativas .....                                   | 26 |
| Tabla 19. Apreciación del logotipo del portal web .....                           | 60 |
| Tabla 20. Imágenes dentro del portal .....  | 61 |
| Tabla 21. Legibilidad de textos .....   | 61 |
| Tabla 22. Combinación tipográfica .....   | 62 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|   |    |
|---|----|
| Figura 1. Fórmula para encontrar el tamaño máximo de una muestra .....                        | 5  |
| Figura 2. Página web del Gobierno Provincial de Manabí, 2016 .....                            | 6  |
| Figura 3. Gráfico con información turística de los principales cantones de Manabí, 2016 ..... | 7  |
| Figura 4. Gráfico de la clasificación por zonas de las playas de Manabí, 2016 .....           | 8  |
| Figura 5. Gráfico de la Campaña Turística “Ven a Manabí... te espero”, 2016 .....             | 9  |
| Figura 6. Resultados pregunta 1, encuesta .....   | 11 |
| Figura 7. Resultados pregunta 1, encuesta .....   | 11 |
| Figura 8. Resultados pregunta 2, encuesta .....   | 12 |
| Figura 9. Resultados pregunta 3, encuesta .....   | 13 |
| Figura 10. Resultados pregunta 4, encuesta .....  | 14 |
| Figura 11. Resultados pregunta 5, encuesta .....  | 15 |
| Figura 12. Resultados pregunta 6, encuesta .....  | 17 |
| Figura 13. Resultados pregunta 7, encuesta .....  | 18 |
| Figura 14. Resultados pregunta 8, encuesta .....  | 19 |
| Figura 15. Resultados pregunta 9, encuesta .....  | 20 |
| Figura 16. Resultados pregunta 10, encuesta .....   | 21 |
| Figura 17. Resultados pregunta 11, encuesta .....   | 22 |
| Figura 18. Resultados pregunta 12, encuesta .....   | 23 |
| Figura 19. Resultados pregunta 12, encuesta .....   | 23 |
| Figura 20. Resultados pregunta 13, encuesta .....   | 24 |
| Figura 21. Resultados pregunta 14, encuesta .....   | 25 |

|  |    |
|--|----|
| Figura 22. Resultados pregunta 15, encuesta. ....  | 27 |
| Figura 23. Gráfico del turismo interno en el Ecuador, 2014 .....                                     | 28 |
| Figura 24. Gráfico del turismo receptor en el Ecuador, 2014.....                                     | 29 |
| Figura 25. Gráfico del perfil del nuevo turista. ....  | 30 |
| Figura 26. Gráfico con información de internautas en Ecuador, 2013.....                              | 31 |
| Figura 27. Gráfico de personas que utilizaron Internet el 2013 en Ecuador, 2013.....                 | 31 |
| Figura 28. Gráfico de porcentajes de personas con celular y redes sociales en Ecuador, 2013 .....    | 32 |
| Figura 29. Portada de página web de Campaña “¿Japón es Cool?”, 2016 .....                            | 33 |
| Figura 30. Gráfico de Estadísticas Turísticas de Japón en los últimos años. (2014) .....             | 34 |
| Figura 31. Gráfico de portada del portal web de Campaña Turística Chile es tuyo. (2016) .....        | 34 |
| Figura 32. Gráfico del contenido del portal web de Campaña Turística Chile es tuyo. (2016).....      | 35 |
| Figura 33. Gráfico de cobertura en medios digitales que tuvo la Campaña Turística Chile es tuyo. ... | 35 |
| Figura 34. Pieza gráfica Campaña Turística “Chile es tuyo”. (2016) .....                             | 36 |
| Figura 35. Pieza gráfica Campaña Turística “Chile es tuyo”. (2016) .....                             | 36 |
| Figura 36. Estructura interna del portal web.....  | 39 |
| Figura 37. Cromática Identificador gráfico Campaña “Ven a Manabí .te espero.” .....                  | 51 |
| Figura 38. Tipografía Roboto.....  | 52 |
| Figura 39. Identificador campaña “Ven a Manabí .te espero” .....                                     | 52 |
| Figura 40. Boceto para flujo de Navegación del portal web.....                                       | 54 |
| Figura 41. Arte inicial de flujo de navegación del portal web .....                                  | 54 |
| Figura 42. Boceto de retícula para primera propuesta,.....   | 55 |
| Figura 43. Boceto de retícula para primera propuesta,.....   | 56 |
| Figura 44. Boceto de retícula para segunda propuesta, .....  | 56 |
| Figura 45. Boceto de retícula para segunda propuesta, .....  | 57 |
| Figura 46. Digitalización de retícula para primera propuesta,.....                                   | 57 |
| Figura 47. Digitalización de retícula para primera propuesta, .....                                  | 58 |
| Figura 48. Primera propuesta de la pantalla inicial .....  | 58 |
| Figura 49. Segunda propuesta de la pantalla inicial .....  | 59 |
| Figura 50. Análisis de primera pregunta de evaluación de artes iniciales .....                       | 60 |
| Figura 51. Análisis de segunda pregunta de evaluación de artes iniciales .....                       | 61 |
| Figura 52. Análisis de tercera pregunta de evaluación de artes iniciales .....                       | 62 |
| Figura 53. Análisis de cuarta pregunta de evaluación de artes iniciales .....                        | 62 |
| Figura 54. Propuesta final para Home Page del Portal Web,.....                                       | 63 |
| Figura 55. Retícula inicial de la página principal y de las internas. ....                           | 65 |
| Figura 56. Flujo de navegación inicial del portal web. ....  | 65 |
| Figura 57. Flujo de navegación inicial de sección Conoce Manabí. ....                                | 66 |
| Figura 58. Flujo de navegación inicial de la sección Donde ir .....                                  | 66 |
| Figura 59. Flujo de navegación inicial de la sección Actividades .....                               | 67 |
| Figura 60. Flujo de navegación inicial de la sección Planifica tu viaje.....                         | 67 |
| Figura 61. Tipografía inicial para Encabezados.....  | 68 |
| Figura 62. Tipografía inicial para el portal. ....   | 68 |
| Figura 63. Cromática inicial para el portal. ....  | 69 |
| Figura 64. Página principal del portal .....   | 70 |
| Figura 65. Sección Conoce Manabí.....  | 70 |
| Figura 66. Sección interna de cada cantón.....   | 71 |
| Figura 67. Retículas finales.....  | 73 |
| Figura 68. Flujo de navegación definitivo .....  | 74 |
| Figura 69. Tipografía definitiva para el contenido del portal. ....                                  | 75 |
| Figura 70. Tipografía definitiva para encabezados en el portal. ....                                 | 75 |
| Figura 71. Cromática final .....   | 76 |

|   |    |
|---|----|
| Figura 72. Cromática final valor hexadecimal.....           | 76 |
| Figura 73. Dimensiones de fotografías para portal web. .... | 77 |
| Figura 74. Encabezado definitivo del portal web.....        | 78 |
| Figura 75. Encabezado definitivo del portal web.....        | 78 |
| Figura 76. Cuerpo de página definitivo del portal web ..... | 79 |
| Figura 77. Footer definitivo del portal web .....           | 79 |
| Figura 78. Sección Conoce Manabí.....                       | 80 |
| Figura 79. Sección ¿Dónde ir? .....                         | 81 |
| Figura 80. Sección Actividades.....                         | 82 |
| Figura 81. Sección Planifica tu viaje .....                 | 83 |
| Figura 82. Sección Noticias .....                           | 84 |
| Figura 83. Portada final .....                              | 85 |
| Figura 84. Sección Conoce Manabí.....                       | 86 |
| Figura 85. Sección ¿Dónde ir? .....                         | 87 |
| Figura 86. Sección Cantón Pernales .....                    | 88 |
| Figura 87. Sección Planifica tu Viaje .....                 | 89 |
| Figura 88. Mockup diseño responsive. ....                   | 90 |
| Figura 89. Portal web en Diseño Responsive .....            | 90 |

## RESUMEN

El presente trabajo consideró como objetivo de investigación la provincia de Manabí, para el cual se desarrolló un portal web informativo turístico como una herramienta de promoción para la reactivación turística de la provincia, mediante el uso de la campaña del Gobierno Provincial de “Manabí Ven a Manabí..te espero”. En la metodología se realizaron investigaciones de campo, documental y aplicación de encuestas y entrevistas con el fin de recolectar, analizar y llegar a diagnosticar la situación actual de la afluencia turística en la provincia. El objetivo de este proyecto, es promocionar las tradicionales playas de la provincia por medio del portal web, esto porque actualmente el turista opta por la búsqueda de información turística en el Internet. Se aplica conceptos de diseño tanto gráfico como web, técnicas y metodologías que permitan promocionar de manera adecuada a la provincia de Manabí. Como resultado del proyecto se obtiene un portal web turístico operativo, que integra todos los servicios turísticos que ofrece Manabí a sus turistas.

**Palabras claves:** Manabí, portal, web, responsive, turismo

## ABSTRAC

This paper considered research objective Manabí province, for which a tourist information web portal as a promotional tool for tourism revival of the province was developed by using the campaign of the Provincial Government of Manabí “Ven a Manabí..te espero”. In the field research methodology, documentation and implementation of surveys and interviews to collect performed, analyze and get to diagnose the current situation in tourism in the province. The objective of this project is to promote the traditional beaches of the province through the web portal, this because currently tourists opt for finding tourist information on the Internet. Graphic design concepts both as web, techniques and methodologies to adequately promote the province of Manabí way apply. As a result of the project a tourist web portal operating that integrates all tourist services Manabí offers its tourists.

**Keywords:** Manabí, portal, web, responsive, tourism

## INTRODUCCIÓN

En este proyecto es necesario empezar hablando acerca de la provincia de Manabí y de lo maravillosa que es, tanto en gastronomía, cultura y turismo. Esta provincia cuenta con un terreno grandiosamente diverso que comprende playas, bosques, reservas naturales, y centros históricos lo que la hace merecedora de un vasto atractivo turístico para visitantes nacionales y extranjeros.

La provincia de Manabí está constituida por los siguientes cantones: Jama, Flavio Alfaro, El Carmen, San Vicente, Chone, Sucre, Bolívar, Tosagua, Junín, Pichincha, Jaramijó, Manta, Montecristi, Portoviejo, Santa Ana, Rocafuerte, 24 de Mayo, Olmedo, Paján, Puerto López, Jipijapa y Pedernales El Ministerio de Turismo del Ecuador divide a esta provincia por zonas: norte, centro y sur.

Dentro de la provincia existe un gran número de lugares turísticos, tanto naturales como culturales que según el Ministerio de Turismo del Ecuador aproximadamente son 369 sitios a los que las personas concurren para divertirse y disfrutar del hermoso paisaje que Manabí les ofrece, además de esto Manabí se caracteriza por ser la provincia de los deportes extremos, exótica gastronomía, artesanías tradicionales y emblemáticas.

A pesar de ser la tercera provincia turística más visitada en el Ecuador, actualmente Manabí transita por una disminución en la afluencia turística y esto es porque el 16 de abril del presente año Ecuador se vio seriamente afectado por un terremoto de gran magnitud, que además de la pérdida de turistas provocó inmensurables daños en infraestructuras particulares y públicas, así como pérdida de vidas humanas.

Actualmente todos los organismos gubernamentales ya han realizado evaluaciones a los servicios turísticos para poder precautelar la seguridad de las personas y con el afán de devolver la tranquilidad en los turistas, de esto se exponen que existen más de 150 lugares, turísticos y más de 1.244 habitaciones dentro de hoteles operativos y en la categoría de gastronomía se indicó que existen 1.571 mesas listas para recibir a los turistas.

Tomando en cuenta todas estas particularidades de la provincia, se puede apreciar que Manabí ya se encuentra lista para reactivar su turismo y contribuir a la economía de la provincia. Por ello el motivo de este proyecto es promocionar los lugares turísticos de



Manabí. Todo este proceso se lo realiza mediante una investigación exhaustiva y mediante los conocimientos obtenidos como gestor gráfico a lo largo de los años universitarios, este proyecto se desarrolla bajo la categoría de diseño web que nos permitirá reactivar y promocionar el turismo en la provincia de Manabí.

Dentro del proyecto se considera utilizar técnicas y criterios que permitan sintetizar la información, y dar protagonismo a cada lugar turístico de la provincia de Manabí, además se recurre a técnicas de fotografía publicitaria ideal para el desarrollo de este proyecto, se usa el flat design como estilo principal y diseño responsive para poder otorgarle al portal web la capacidad de adaptarse a cualquier dispositivo.

Para poder llegar a todo lo ya mencionado se tiene en cuenta todos los parámetros de diseño gráfico y diseño web, y así tener un prototipo web exitoso, que cumpla las funciones esenciales como usabilidad, funcionalidad, navegabilidad y adaptabilidad.

# **DESARROLLO**

## **1. Problemática**

### **1.1. Planteamiento del problema**

El 16 de abril del 2016 a las 18:58 se registró un terremoto de 7,8 de magnitud, que según el Instituto Geofísico del Ecuador afectó varias provincias de la zona norte costera del Ecuador, este desastre natural tuvo epicentro el cantón de Pedernales en la provincia de Manabí.

El 20 de abril del 2016 de la Secretaria de la Gestión de Riesgos emitió un informe, donde se indicó que los cantones más afectados fueron Pedernales con un 60%, Portoviejo un 55%, Sucre 30% y Manta un 35% de daños en infraestructuras todos pertenecientes a la provincia de Manabí.

A partir del terremoto las necesidades de promocionar el turismo se incrementaron, y según Lucía Fernández, Presidenta de la Cámara de Comercio de Manabí, el turismo es una alternativa para lograr una reactivación económica inmediata, pero ha sido aún más fragmentado por el fenómeno natural del 16 de abril.

El sector turístico se encuentra disperso, no existe una promoción turística adecuada, los medios de soporte publicitario no han integrado la información, generando la fragmentación de la información turística y debilitando el poder promocional, que es necesario al momento de generar campañas para la difusión turística de la zona.

También se evidencia que no existe una plataforma digital informativa que permita integrar todos los servicios turísticos operativos, zonas y actividades que tiene la provincia de Manabí dificultando la búsqueda y obtención de información por parte de los turistas.

A esto se le puede sumar la ausencia de recopilación de información sobre los planes emergentes de reactivación que se están desarrollando para reactivar el turismo, esto perjudica a Manabí que requiere reactivar y fortalecer el turismo en estas zonas costeras.

## **1.2. Objetivos del proyecto**

### **1.2.1. Objetivo general**

Diseñar un portal web Informativo para la reactivación del sector turístico de la Provincia de Manabí afectado por el terremoto.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Determinar la información sobre zonas turísticas costeras más afectadas de Manabí y sus planes emergentes para la reactivación turística.
- Estructurar la información de las zonas o lugares turísticos operativos.
- Desarrollar un prototipo para el portal web como plataforma virtual informativa.

## **2. Metodología de Investigación**

### **2.1. Descripción del proceso seguido en la eta de investigación.**

El presente proyecto de titulación se desarrolló bajo una investigación de tipo descriptiva porque en este proceso de investigación se detallan características y partes estructurales de un portal web. (Gómez, 2014)

Este proyecto se desarrolla bajo un paradigma Cuanti-Cualitativo de investigación, cuantitativa para recopilar datos estadísticos sobre los servicios turísticos, lugares operativos y generar el contenido idóneo para el portal web Manabí, y cualitativa para determinar la situación actual de los lugares turísticos de los cantones afectados, y obtener datos del turismo interno y receptor en la provincia.

### **Población y Muestra.**

Según la Secretaria de Gestión de Riesgos en Manabí, existe un alto grado de afectación en la provincia, siendo los cantones de Pedernales, Manta, Portoviejo y Sucre, los más afectados.

De acuerdo a esta entidad se define que formarán parte de la población el principal atractivo turístico de las parroquias urbanas y rurales respectivamente, de los cantones más afectados. Esto da un total de 286.320 habitantes, según información oficial del último Censo de Población y Vivienda en el 2010. (Ver tabla 1).

Tabla 1

*Población urbana y rural de las playas de cantones de Manabí, 2010*

| <b>Provincia:</b> Manabí, principales playas.   |                           |
|---|---------------------------|
| <b>Cantón:</b> Portoviejo<br><b>Playa Crucita</b><br>Parroquia Rural Crucita              | 11.068 habitantes         |
| <b>Cantón:</b> Sucre<br><b>Playa Punta Bellaca</b><br>Parroquia Urbana Bahía de Caráquez. | 24.711 habitantes         |
| <b>Cantón:</b> Pedernales<br><b>Playa Pedernales</b><br>Parroquia Urbana Pedernales.      | 26.745 habitantes         |
| <b>Cantón:</b> Manta<br><b>Playa Murciélago</b><br>Parroquia Urbana Manta.                | 222.122 habitantes        |
| <b>Cantón:</b> Manta<br><b>Playa Tarqui</b><br>Parroquia Urbana Tarqui                    | 2.647 habitantes          |
| <b>TOTAL</b>  | <b>286.320 habitantes</b> |

*Fuente:* Tomada Ecuador en cifras, 2010.

En el caso de que el universo de estudio es superior o igual a 10000, la muestra equivale a 384, como valor predeterminado. Este se obtiene de la expresión del tamaño de muestra como una función cuya variable es N y se calcula el límite de esa función cuando N tiende a infinito. (Bernal, 2010). (Ver figura 1).

$$\lim_{N \rightarrow \infty} \frac{N \cdot (1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,0025 \cdot (N-1) + (1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5} = 384,16...$$

*Figura 1.* Fórmula para encontrar el tamaño máximo de una muestra.

Fuente: <http://gaussianos.com>, 2013.

Con esto se define una muestra de 384 personas, estableciendo el nivel de confianza en un 95% y el margen de error en 5%.

### 2.1.1. Recolección de información sobre el cliente.

El Gobierno Provincial de Manabí cuenta con un portal web, donde informa de las actividades que se realizan para beneficio de la provincia, este portal tiene 6 secciones, donde la principal es la de noticias, además de esto se integran las redes sociales del GAD y entidades con las que trabajan en conjunto.

La página principal del portal contiene en el encabezado el logotipo del GPM, existe un menú no fijo donde están las seis secciones del portal, la página web sí está bajo un diseño responsive, aunque su menú no contiene la pestaña, y el menú solo se reorganiza y crea dificultad para el usuario cuando requiere el uso del menú principal.

La estructura principal del portal está dada bajo una retícula de tres columnas lo que permite adaptar el contenido al ancho de pantalla y se pueda ver de forma correcta en cualquier dispositivo.

Para el desarrollo del proyecto nos enfocaremos en el análisis de la sección de Turismo, que contiene sub secciones que son: Campaña Turística “Ven a Manabí...¡te espero!”, Sitios de preferencia, turismo de diversidad, nuestros balnearios, cultura y gastronomía, lugares de interés religiosos, fechas conmemorativas. (Ver figura 2)

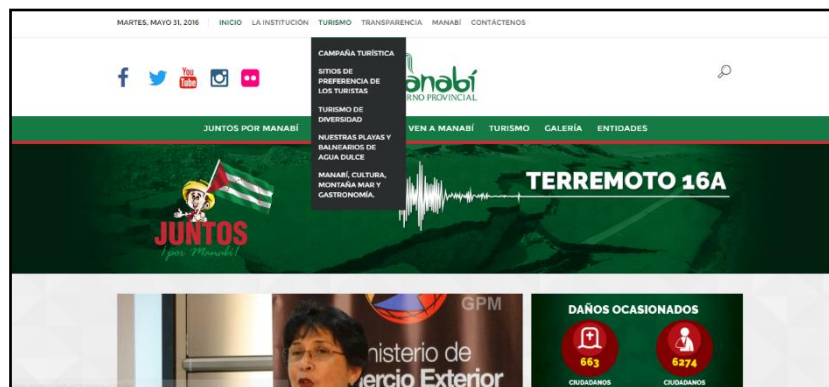


Figura 2. Página web del Gobierno Provincial de Manabí, 2016

Fuente: Página Web del Gobierno Provincial de Manabí.

Esta sección lleva el estilo de la página principal que es el uso de colores del logotipo y la estructura de tres columnas, que beneficia en la visualización del portal web en dispositivos móviles.

Dentro de la página web se promociona el Parque Nacional Machalilla, Bahía de Caráquez, Montecristi y Portoviejo indica su respectiva ubicación, límites geográficos, descripción del lugar y sus atractivos, pero dicha información se encuentra desactualizada. (Ver figura 3)

Dentro de la misma sección en el apartado de Turismo de diversidad se resalta las playas más visitadas clasificándolas por zonas: norte, centro y sur, y ofrece otros lugares turísticos de Montecristi, Rocafuerte, Olmedo. Las secciones de Turismo de Diversidad, Sitio de preferencia. Nuestros balnearios usan una diagramación de dos columnas para el texto y una para las imágenes, esto le resta dinamismo a la página y el usuario pierde interés. (GAD Manabí, 2016).



Figura 3. Gráfico con información turística de los principales cantones de Manabí, 2016

Fuente: Página Web del Gobierno Provincial de Manabí.

f t YouTube Instagram

**Manabí**  
GOBIERNO PROVINCIAL

JUNTOS POR MANABÍ MANGA DEL CURA VEN A MANABÍ TURISMO GALERÍA ENTIDADES

## Turismo de diversidad

La provincia de Manabí es la más privilegiada en desembocaduras, estuarios, islotes, islas, lajas y rocas que muestran bellos paisajes a lo largo de nuestra geografía costera, que es el principal atractivo turístico de nuestra provincia región.

**Playas.-** Las playas manabitas son las más apreciadas por los turistas nacionales y extranjeros, las cuales podemos mencionar en el siguiente "recorrido virtual" desde el norte, en el cantón Pedernales donde están las playas más hermosas de la costa ecuatoriana. Son propicias para la práctica de deportes acuáticos. Continuamos hacia el sur en Jama, donde está ubicado "El Mirador del Pacífico" o Punta Prieta, que es una formación de roca maciza donde hay un lugar para hospedarse, apreciar la flora y fauna de la zona.

Además está "El Arco del Amor", que es una formación rocosa situada en la población de Tasaste, que fue erosionado por el agua de mar y el viento, cuenta además con las bellas y quietas playas de San Juan y El Matal.

Seguimos en San Vicente, con las extensas y placenteras playas de Canoa.

En el cantón sucre, en su cabecera cantonal, Bahía de Caráquez, hay muchos lugares importantes de atractivos turísticos como el estuario del río Chone, playas de Chirje y Punta Bellaca.

Un punto a parte se dedica a las playas de San Jacinto, San Clemente y la Punta de Charapotó, que cuenta con una importante reserva de manglar, playas extensas y que se conectan con La Boca o la desembocadura del Río Portoviejo, de allí a la parroquia balneario Crucita, principal interés turístico en la parte central de la costa manabita.

Continuamos con Manta, y en su influencia están las playas de El Murciélagos, San Mateo, San Lorenzo y Punta Blanca, que con muy visitadas por los turistas.

Seguimos en la zona sur encontramos las localidades de Puerto Cayo, Puerto López, Puerto Rico, Los Frailes, Machalilla, y el sureño Ayampe, y las excursiones a las islas Salango y de La Plata, dentro del Parque Nacional Machalilla, son los puntos atractivos en esta parte de la provincia

Otros atractivos turísticos.- Manabí, no es sólo playas, también las bondades naturales dan a nuestra provincia muchas cosas importantes que apreciar y disfrutar como:

**Extensas vegetaciones** en las zonas de Jama y Pedernales, donde puede observarse la flora y la fauna nativa del sector.

En esa zona se encuentra la reserva ecológica Mache-Chindul, el estuario de Cojimies con los últimos remanentes de manglares, que contienen varias especies de crustáceos y aves marinas. Cerro "Pata de Pájaro" es otro atractivo turístico que visitar.

San Vicente, comparte el estuario del río Chone y otras maravillas más con Bahía de Caráquez, allí se pueden observar manglares y aves marinas;

Río Muchacho, es una hacienda que se encuentra al norte en la jurisdicción del cantón, pasando el balneario Canoa. En este lugar está ubicada una zona de bosque seco-tropical.

Río Muchacho es una buena elección para el turismo ecológico y de aventura, con cabañas en los árboles y para realizar actividades propias del campo manabita.

En Bahía de Caráquez, se puede realizar turismo ecológico y alternativa como la visita a senderos en la isla Corazón, observación de especies animales en los manglares en el estuario.

En Chone, en el sitio Chaguallú, se puede iniciar una caminata para observar los petroglifos de La Dibujada y restos fósiles.

"Carrapatilla", ubicado en la vía Chone-Quito en el sitio Garrapata; también el balneario "Dos Bocas", en la confluencia de los ríos Mosquito y Grande- ubicado en la vía Chone-Quito, en el sitio San Andrés. En todos estos balnearios se puede realizar camping y pesca.

También está el Centro Recreacional "Café color tierra La Rumelia", ubicado en el sitio San Andrés. Cuenta con piscinas a lo natural, juegos para niños, campamento.

También en San Andrés se encuentra la cascada de La Guabina, en la vía Alianza-La Guabina, que es una muy buena opción que visitaren esta temporada vacacional.

Mientras que en el sitio El Bejuco, ubicado en la vía Chone-Quito, se encuentra Puerto Bejuco, donde se puede pasar muy bien con servicios de bar, salas de baile y comidas.

Para observar la flora y fauna de la zona están "Los humedales de la Segua", declarados patrimonio de la humanidad en el 2000. Están ubicados en la parroquia San Antonio y se pueden realizar paseos en canoa.

**Mucho más**

Hay más alternativas donde disfrutar en la provincia, como en los cantones como Montecristi, Rocafuerte, Santa Ana, Olmedo y Portoviejo.

En Montecristi se centra todo lo relacionado a la artesanía en barro y paja toquilla. Esta población es conocida internacionalmente por ser el principal lugar de fabricación de los conocidos sombreros de paja Toquilla, erróneamente llamados "Sombreros Panamá" (Panama Hat). Ubicada al pie del cerro Montecristi, la población tiene otros atractivos como la casa de Eloy Alfaro (ex presidente del país), el museo de las Hermanas Largacha y el Santuario de Monserrate, que tradicionalmente congrega a miles de peregrinos ecuatorianos y extranjeros, sobre todo los fines de semana.

Otro sitio es La Pila, lugar donde los artesanos trabajan esculturas con diversas temáticas y réplicas de cerámica precolombina. Sus centros artesanales muestran, además de los sombreros, otros objetos elaborados con mocora, hierro y paja toquilla.

Figura 4. Gráfico de la clasificación por zonas de las playas de Manabí, 2016

Fuente: Página Web del Gobierno Provincial de Manabí.

Como última sub sección se encuentra la Campaña Ven a Manabí... ¡te espero!, donde existen documentales de las playas, recorridos de los atractivos turísticos de la provincia, dentro de todo el portal solo en esta página se evidencia presencia de la campaña turística, esto sin duda crea un problema de posicionamiento y promoción, además de esto es que el diseño de la página no es atractivo ni dinámico para el usuario. (Ver figura 5).

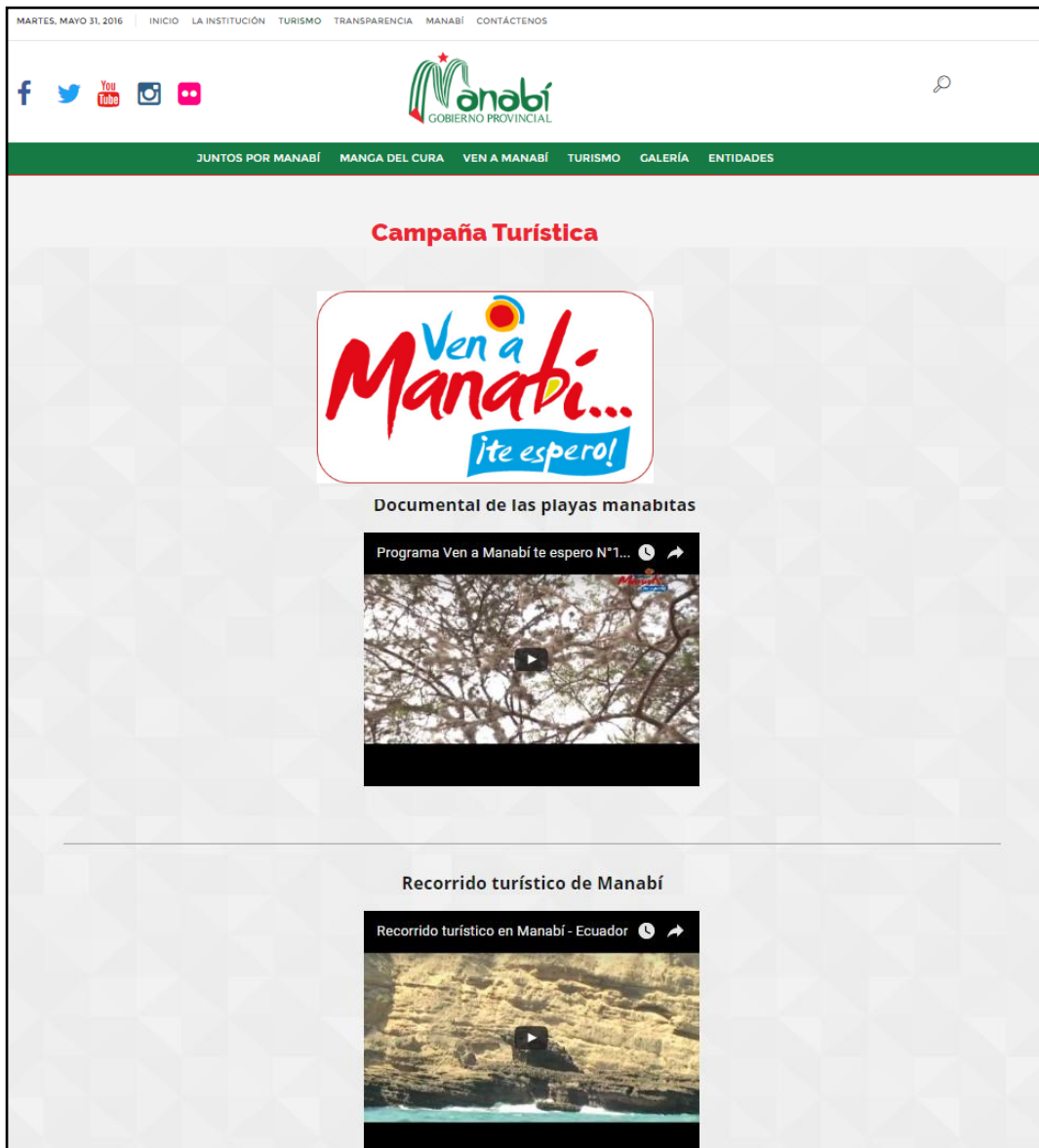


Figura 5 Gráfico de la Campaña Turística “Ven a Manabí... te espero”, 2016

Fuente: Página Web del Gobierno Provincial de Manabí.

## 2.1.2. Análisis, interpretación y organización de la información.

### Análisis de observación.

En la observación que se realizó el día viernes 28 de mayo del 2016 en la Playa Murciélago, (Ver anexo 1), se examinó el estado de edificaciones hoteleras que según el informe de la Secretaria de Gestión de Riesgo están listos para recibir a los turistas, la afluencia turística y los servicios turísticos que se ofrecen en las diferentes playas.



De esta observación se obtuvo lo siguiente:

- Se pudo constatar que a pesar de que gran número de hoteles están colapsados, si existen hoteles que ya fueron evaluados por el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda y están aptos para admitir turistas.
- Se evidenció la poca afluencia de turistas a las diferentes playas en los cantones afectados por el terremoto, a pesar de que se desarrollaron eventos en dichas playas.
- También se pudo comprobar que si existe un gran número de personal de la Policía Nacional, miembros del Ejército Ecuatoriano, y Armada del Ecuador que están prestos a salvaguardar la seguridad de los turistas.

### **Entrevista**

Esta entrevista se realizó el día sábado 28 de mayo del 2016, (Ver anexo 2) a Nelly María Cevallos Barberán, Comisaria de Turismo de la Zona Costera de Manabí, donde se pudo corroborar la problemática del proyecto, que la afluencia de turistas si bajo considerablemente en las playas de Manabí a pesar de que se han desarrollado actividades y eventos para reactivar el turismo, además de que se corroboró que actualmente dentro del portal web del Gobierno Provincial de Manabí no se ha actualizado la sección de Turismo lo que no permite conocer que lugares ya están listos para recibir turistas.

### **Encuesta**

Para la encuesta se tomó en cuenta la muestra que se definió anteriormente que son 384 habitantes de las parroquias urbanas y rurales respectivamente, donde se encuentre los principales atractivos turísticos de cada catón afectado por el terremoto. Se desarrolló un modelo de cuestionario con 15 preguntas de respuestas mixtas, (Ver anexo 3).

#### **1. ¿Usted es de la provincia de Manabí? Indique de qué provincia es.**

Tabla 2  
*¿Usted es de la provincia de Manabí?*

| <b>Alternativa</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| SÍ                 | 289               | 75%               |
| NO                 | 95                | 25%               |
| <b>Total</b>       | <b>384</b>        | <b>100%</b>       |

*Fuente:* Elaboración propia

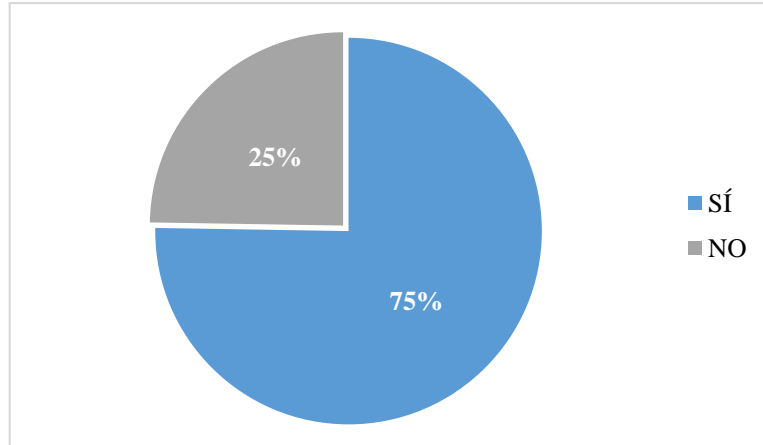


Figura 6. Resultados pregunta 1, encuesta.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3  
Ciudades de encuestados.

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Pichincha    | 33         | 35%         |
| Guayas       | 23         | 24%         |
| Loja         | 21         | 22%         |
| Azuay        | 16         | 17%         |
| El Oro       | 2          | 2%          |
| <b>Total</b> | <b>95</b>  | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración propia

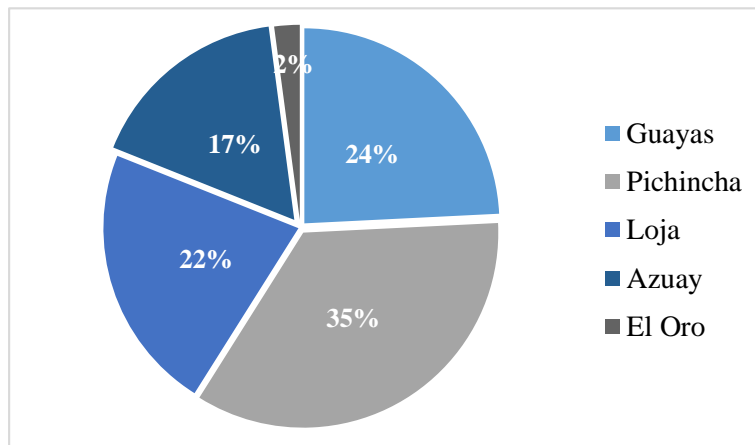


Figura 7. Resultados pregunta 1, encuesta.

Fuente: Elaboración propia.

El 75% de los encuestados sí son de la provincia oriundos de Manabí, mientras que el 25% son de otras provincias en su gran mayoría son de Pichincha, seguido de Guayas, Loja, Azuay y El Oro, que se encuentran en Manabí por razones de visita y ayuda a familiares damnificados por el terremoto.

**2. ¿Conoce o ha visitado alguno de los siguientes lugares turísticos de la provincia de Manabí? Indique cuáles.**

Tabla 4  
Lugares turísticos de Manabí más visitados.

| Alternativa         | Frecuencia | Porcentaje  |
|---------------------|------------|-------------|
| Playa Pedernales    | 18         | 19%         |
| Playa Murciélagos   | 28         | 29%         |
| Playa Tarqui        | 21         | 22%         |
| Playa Crucita       | 16         | 17%         |
| Playa Punta Bellaca | 12         | 13%         |
| <b>Total</b>        | <b>95</b>  | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración propia

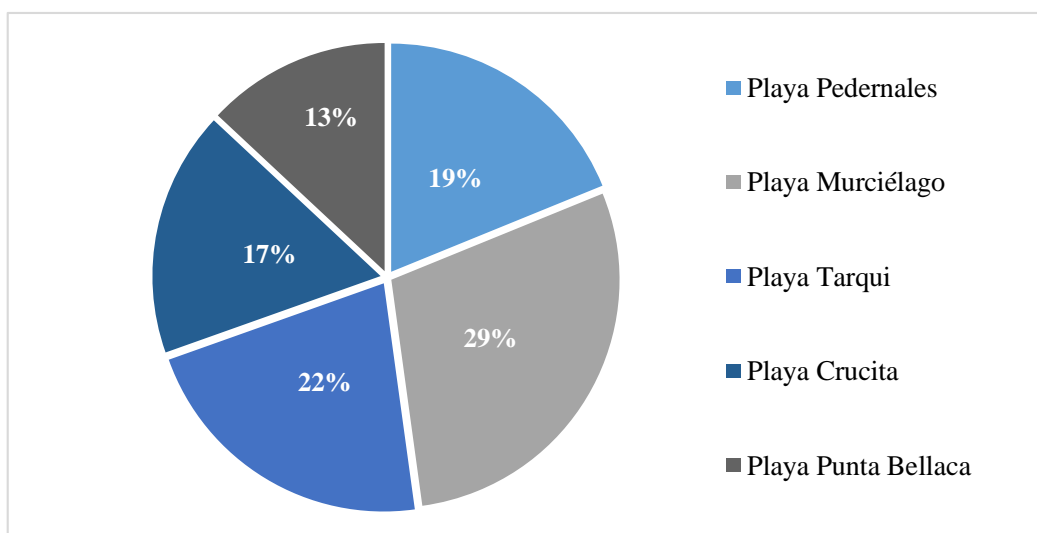


Figura 8. Resultados pregunta 2, encuesta.

Fuente: Elaboración propia.

El 29% de encuestados conocen la Playa Murciélagos es la más conocida, seguida de la Playa Tarqui que un 22% de los encuestados dijeron que sí conocen esta playa. Un 19% de

ellos dijo que sí conoce o ha visitado la Playa Pedernales, el 17% indico que si conoce la playa Crucita de Portoviejo, y con 13% Playa Punta Bellaca de Bahía de Caráquez. Lo que refleja que las tres playas más visitadas y conocidas por los habitantes son Murciélago y Tarqui de Manta, y Pedernales.

### 3. ¿Por qué sigue visitando estos lugares turísticos de Manabí?

Tabla 5  
Razones por que visitan Manabí.

| Alternativa                   | Frecuencia | Porcentaje  |
|-------------------------------|------------|-------------|
| Por exquisita gastronomía     | 50         | 13%         |
| Por Playa y sol               | 75         | 20%         |
| Por sus artesanías            | 20         | 5%          |
| Por su comodidad hotelera     | 35         | 9%          |
| Por la amabilidad de su gente | 82         | 21%         |
| Por deportes acuáticos        | 65         | 17%         |
| Por costos accesibles         | 37         | 5%          |
| Por sus paisajes              | 37         | 10%         |
| <b>Total</b>                  | <b>384</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración propia

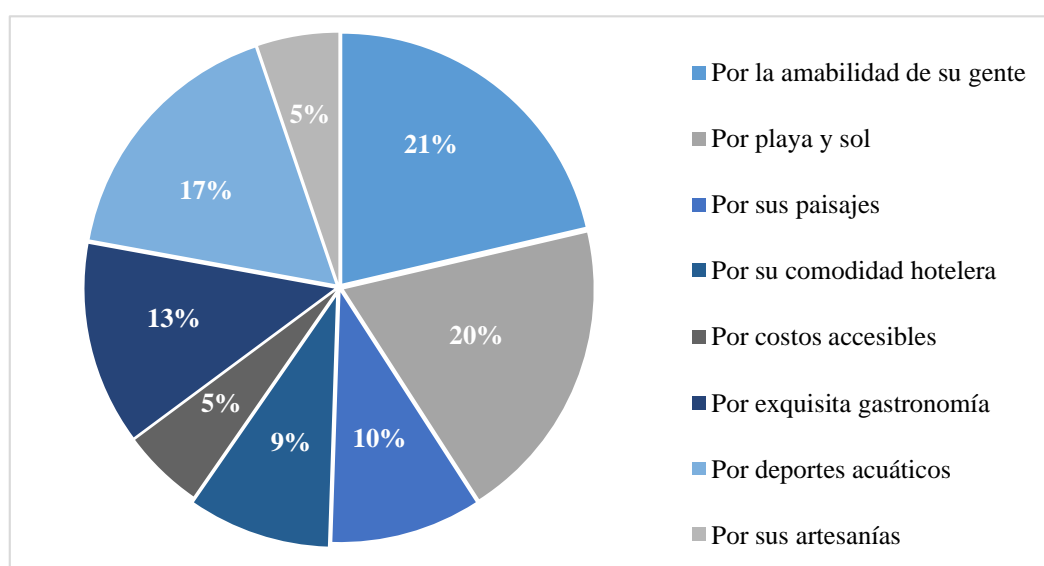


Figura 9. Resultados pregunta 3, encuesta.

Fuente: Elaboración propia.

Un 22% de los encuestados respondió que continúan visitando las playas de Manabí, debido a la amabilidad de las personas en esta provincia, seguido está un 19% que aún visitan estos destinos por sus playas y el clima que les ofrece. El 13% opinó que es por sus paisajes que persiste en viajar a estas playas. La comodidad hotelera y los costos accesibles reciben el 12% en cuanto al porqué los encuestados siguen visitando Manabí, la exquisita gastronomía manabita tiene un 10%, y en menor porcentaje están los deportes y artesanías con 7% y 5% respectivamente. Estos resultados se usaran como criterio al momento de general contenido para el portal web.

#### 4. En promedio, ¿Cuántos días promedio dura sus viajes?

Tabla 6  
Promedio de duración de viaje.

| Alternativa            | Frecuencia | Porcentaje  |
|------------------------|------------|-------------|
| Entre 2 y 3 días.      | 289        | 75%         |
| Entre 4 y 7 días.      | 51         | 13%         |
| Entre 1 y dos semanas. | 32         | 9%          |
| Más de dos semanas.    | 12         | 3%          |
| <b>Total</b>           | <b>384</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración propia

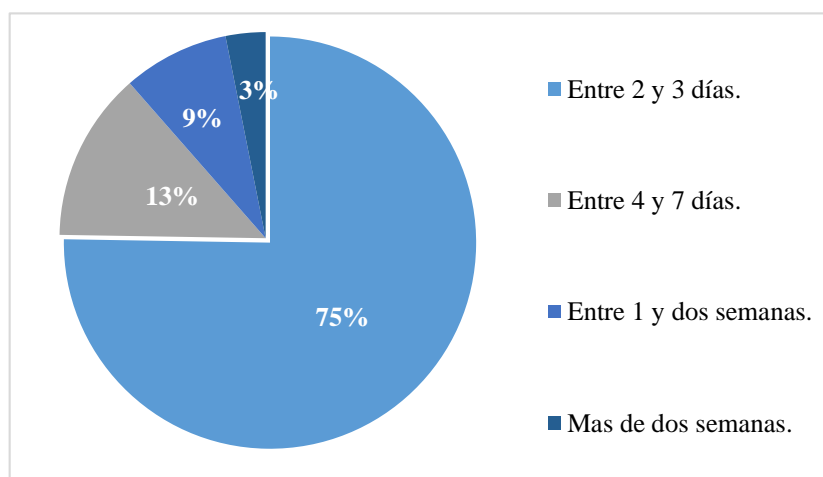


Figura 10. Resultados pregunta 4, encuesta.

Fuente: Elaboración propia.

Un porcentaje de 75% de los encuestados indica que los días promedio que dedica es de 2 a 3 días como máximo, exponiendo que lo hacen de preferencia cuando existe un feriado que inicia un día viernes, o sino cualquier fin de semana.

Mientras que el 13% de ellos opina que espera sus vacaciones laborales o escolares para disfrutar de más días de viaje, de igual forma un 9% prefiriere disfrutar de más días de sus viajes haciendo que estos duren de 4 a 7 días, solo un 3% contestó que otorga para sus viajes más de dos semanas. Esta información es clave al momento de crear contenido dentro del portal web, ya que se puede crear recomendaciones de servicios hoteleros, o actividades recreativas que se ajusten a los diferentes tiempos que las personas dediquen a sus viajes.

### 5. Durante las vacaciones, ¿qué tipo de alojamiento prefiere para su estancia?

Tabla 7  
Promedio de duración de viaje.

| Alternativa                        | Frecuencia | Porcentaje  |
|------------------------------------|------------|-------------|
| Hoteles de cadenas internacionales | 50         | 13%         |
| Hostales                           | 132        | 35%         |
| Departamentos                      | 85         | 22%         |
| Camping                            | 36         | 9%          |
| Suites                             | 36         | 9%          |
| Casa de un amigo o familiar        | 45         | 12%         |
| <b>Total</b>                       | <b>384</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración propia

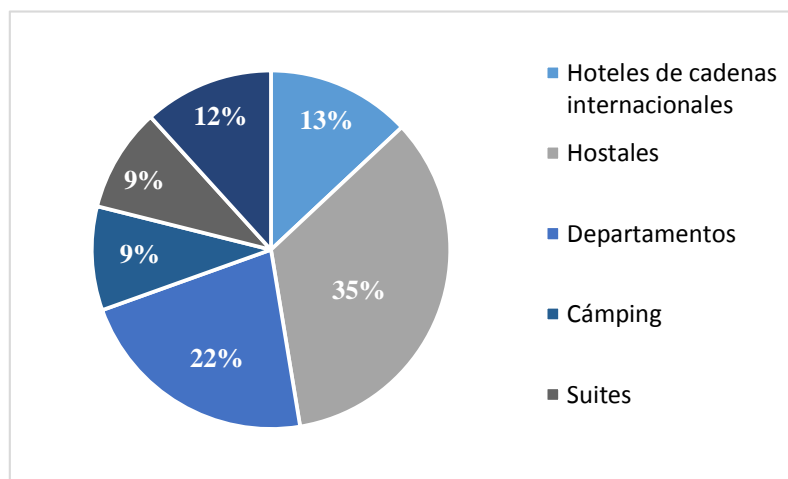


Figura 11. Resultados pregunta 5, encuesta.

Fuente: Elaboración propia.

Del 100% de encuestados el 78% de ellos durante sus viajes prefiere acudir a hostales, ya sea por precios accesibles o por el ambiente que les ofrece, seguido de está el 10% de encuestados que optan por ir a casa de una familiar o un amigo para evitar gastos que genera alquilar un sitio de hospedaje, a diferencia de esto el 6% de encuestados respondió que buscan hospedarse en grandes cadenas hoteleras esto por los servicios, instalaciones y demás prestaciones que pueden ofrecer a sus huéspedes, un 5% de encuestados prefieren acampar esto con el afán de vivir más de cerca la belleza de los paisajes, indicaron que su lugar preferido es la playa.

Con menor porcentajes tenemos el alquiler de un departamento, esto por las ubicaciones en que generalmente están los departamentos que es son en la parte central de la ciudad o urbanizaciones en las vías y lo que buscan los encuestados es estar muy cerca del lugar turístico escogido.

Esta información permite resaltar la importancia poder clasificar el servicio turístico de alojamiento dentro del portal web, para que el turista pueda elegir el tipo de hospedaje que más se ajuste a sus necesidades.

## 6. ¿Qué presupuesto otorga a sus viajes?

Tabla 8  
*Presupuesto para viaje.*

| <b>Alternativa</b>  | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|---------------------|-------------------|-------------------|
| Menos de \$200      | 82                | 21%               |
| Entre \$300 y \$400 | 280               | 73%               |
| Entre \$500 y \$600 | 17                | 4%                |
| Más de \$800        | 5                 | 1%                |
| <b>Total</b>        | <b>384</b>        | <b>100%</b>       |

*Fuente:* Elaboración propia

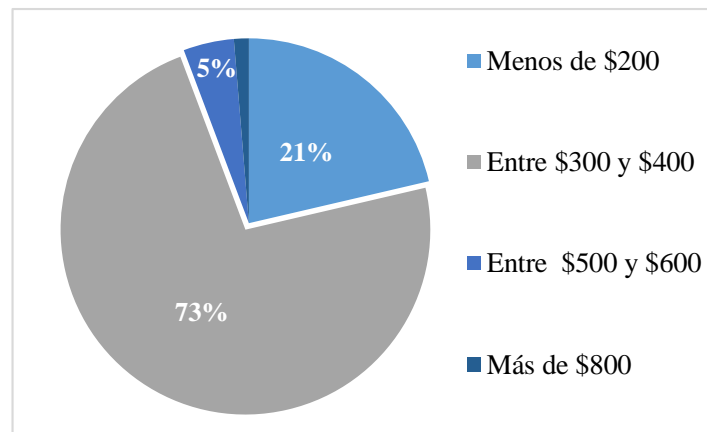


Figura 12. Resultados pregunta 6, encuesta.

Fuente: Elaboración propia.

Estos resultados van de la mano con el tiempo que otorgan a sus viajes, así el 73% de los encuestados indicaron que durante sus viajes gastan entre \$300 y \$400 para conceptos de hotel, comida, transporte, y actividades recreativas, 21% de encuestados otorga \$200 a sus viajes, solo un 5% de encuestados otorga entre \$500 y \$600 esto porque buscan hoteles y restaurantes de mediana clase, y solo un 1% gasta más de \$800 en los viajes que realiza, esto debido a que optan ya sea por hoteles de gran prestigio, restaurantes y actividades de lujo o primera clase.

Estos datos aportan criterios para conocer cuánto los turistas gastan en sus viajes y así categorizarlos por sus servicios, también influye al momento de general el contenido pues se ve la necesidad de que dentro del portal el turista pueda encontrar información de costos de actividades o servicios y así planificar su viaje.

## 7. De dónde saca la información respecto los posibles lugares turísticos que le gustaría visitar? (Marque como máximo dos casillas)

Tabla 9  
Información para planificación de un viaje.

| Alternativa       | Frecuencia | Porcentaje  |
|-------------------|------------|-------------|
| Agencias de Viaje | 12         | 3%          |
| Internet          | 306        | 80%         |
| Amigos o familia  | 48         | 13%         |
| Revistas          | 18         | 5%          |
| <b>Total</b>      | <b>384</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración propia



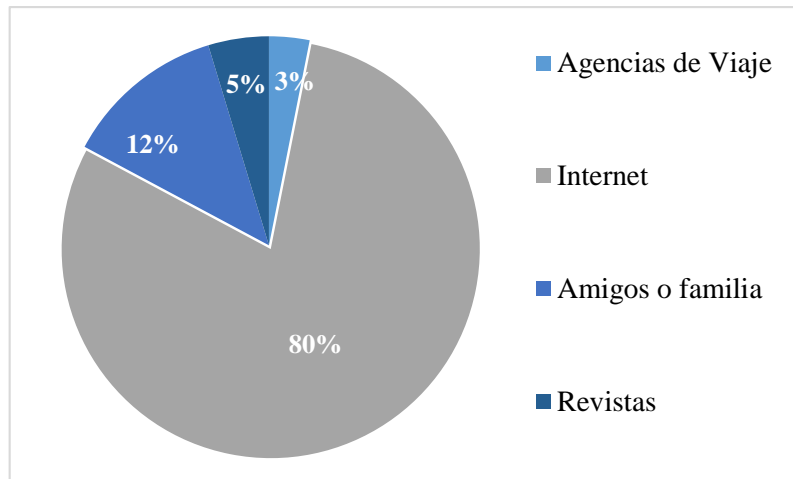


Figura 13. Resultados pregunta 7, encuesta.

Fuente: Elaboración propia.

El 80% se dirige al internet en busca de información sobre hospedajes, rutas, restaurantes y eventos del lugar que desean visitar, comparan precios, ofertas y eligen los servicios que más se ajustan a sus necesidades, un 12% prefiere preguntar a sus amigos o familiares por recomendaciones de qué lugar visitar y sobre los servicios turísticos que se pueden encontrar ahí. Luego están el 5% de los encuestados que buscan información en revistas de diferentes índoles. Según los encuestados solo un 3% acude a agencias de viajes para que sean ellos quien les informen sobre los destinos turísticos, ofertas y los servicios con los que cuentan.

Estos resultados permiten justificar el desarrollo del portal web informativo porque un gran porcentaje acude directamente al internet por información turística.

## 8. ¿Conoce algún portal web informativo sobre los lugares turísticos de Manabí?

Tabla 10  
Portal Web informativo.

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| SI           | 58         | 15%         |
| NO           | 326        | 85%         |
| <b>Total</b> | <b>384</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración propia

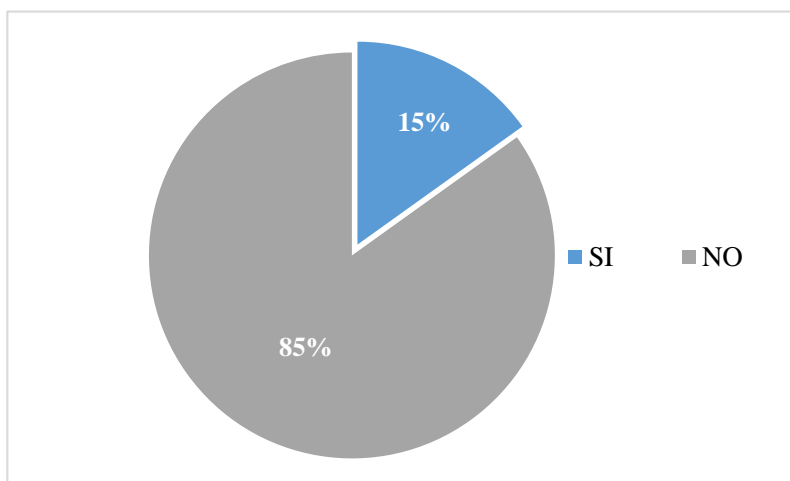


Figura 14. Resultados pregunta 8, encuesta.

Fuente: Elaboración propia.

Del 100% de encuestados el 85% expresó que no conoce algún portal web sobre los lugares turísticos de Manabí, y el 15% indicó que sí ha visto portales web con información sobre lugares turísticos de la provincia, estos lugares fueron de agencias de viajes. Esto corrobora la problemática del proyecto que se basa en la no existencia de un portal web específico, para dar a conocer los lugares turísticos que se encuentran activos después del terremoto que afectó a Manabí.

## 9. ¿Conoce usted qué zonas turísticas de Manabí fueron afectadas por el terremoto?

Tabla 11

Conocimientos de las zonas turísticas afectadas.

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| SÍ           | 165        | 43%         |
| NO           | 219        | 57%         |
| <b>Total</b> | <b>384</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración propia

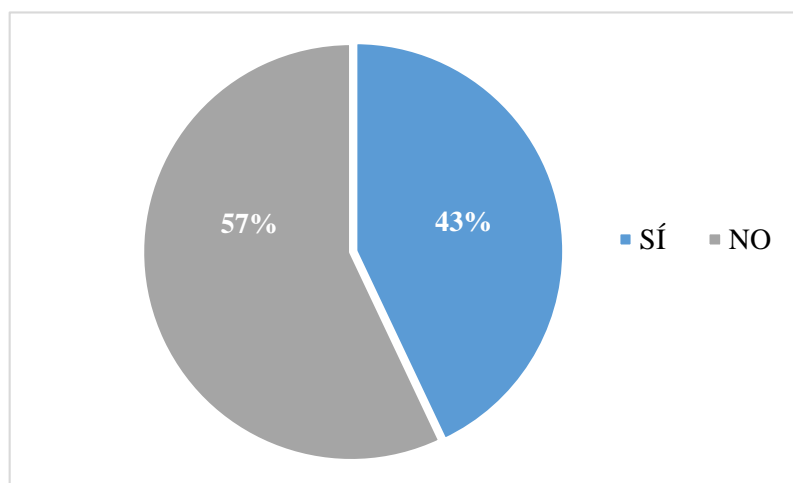


Figura 15. Resultados pregunta 9, encuesta.

Fuente: Elaboración propia.

Aunque el 57% de los encuestados dijo que sí conoce que zonas turísticas fueron afectadas por el terremoto, un considerable porcentaje manifestó que no conocía estas zonas, lo que crea un vacío informativo en estas personas que pueden intentar visitar estas zonas que hoy forman parte de las zonas cero de cada cantón afectado del terremoto. Esta información contribuye para los temas de mayor relevancia para el contenido del portal web, ya que es imprescindible que las personas estén bien informadas de las zonas que tienen seriamente comprometidas su infraestructura y no se puede acceder a ellas.

#### 10. ¿Considera visitar los sectores turísticos de Manabí a pesar del terremoto?

Tabla 12  
Personas que posiblemente visitarían Manabí.

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| SÍ           | 364        | 95%         |
| NO           | 20         | 5%          |
| <b>Total</b> | <b>384</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración propia

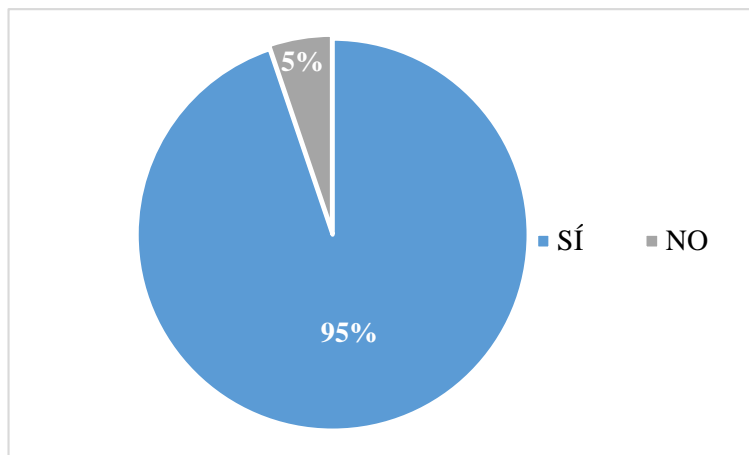


Figura 16. Resultados pregunta 10, encuesta.

Fuente: Elaboración propia.

El 95% de encuestas sí considera visitar los atractivos turísticos de Manabí a pesar del terremoto que devastó a la provincia, estos resultados muestran la importancia de reactivar el sector turístico, ya que a pesar del desastre aún las personas buscan viajar y disfrutar de las hermosas playas de Manabí. Mientras que solo un 5% de personas dijeron que no seguirían visitando sectores turísticos esto por miedo a réplicas.

## 11. ¿Qué recomendaciones daría para reactivar estas zonas turísticas afectadas?

Tabla 13  
Recomendaciones para reactivación.

| Alternativa                                    | Frecuencia | Porcentaje  |
|--|------------|-------------|
| Mingas de limpieza en playas                   | 46         | 12%         |
| Conciertos                                     | 56         | 15%         |
| Ferias gastronómicas y de artesanías           | 77         | 20%         |
| Realizar Eventos de deportes playeros.         | 59         | 15%         |
| Promocionar Campañas turísticas                | 110        | 29%         |
| Ofertas y promociones en servicios turísticos. | 36         | 9%          |
| <b>Total</b>                                   | <b>384</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración propia

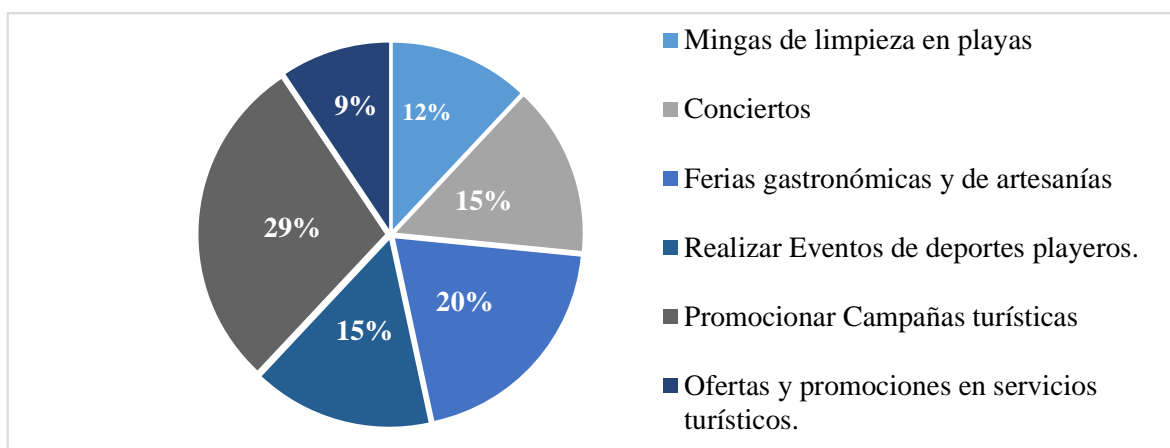


Figura 17. Resultados pregunta 11, encuesta.

Fuente: Elaboración propia.

En esta preguntas el 29% de los encuestados indicaron que el realizar y promocionar campañas turísticas, es la mejor forma de reactivar las zonas turísticas afectadas, seguido esta el 20% de encuestado que respondió que ferias gastronómicas y de artesanías podrían impulsar el turismo. En un igual porcentaje el 15% los encuestados dijeron que realizar conciertos musicales y eventos deportivos playeros podrían atraer turistas a estas zonas. El 12% cree que las mingas de limpieza en las playas puede también ser una actividad que reactive el turismo, el 9% de encuestados considera que el promocionar y hacer ofertas en costos de los servicios turísticos puede atraer más turistas que buscan precios asequibles.

De estas respuestas puedo enfocar que el desarrollar la campaña de reactivación turística es bien vista por los habitantes, ya que fue el ítem mejor puntuado, también se consideran las otras medidas que indicaron los encuestados para crear el contenido en el portal web porque el Ministerio de Turismo del Ecuador se encuentra realizando semanalmente actividades, pero no son promocionadas y no hay afluencia de turistas a estos eventos.

## 12. ¿Ha visto o escuchado campañas de reactivación turística en los sectores afectados de Manabí? Indique cuales

Tabla 14  
Conoce alguna campaña turística.

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| SÍ           | 57         | 15%         |
| NO           | 327        | 85%         |
| <b>Total</b> | <b>384</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración propia

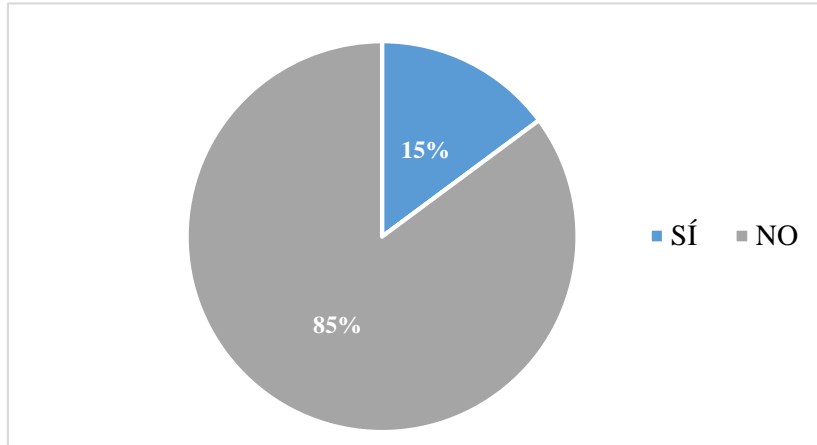


Figura 18. Resultados pregunta 12, encuesta.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 15  
Nombre de Campañas turísticas

| Alternativa                   | Frecuencia | Porcentaje  |
|-------------------------------|------------|-------------|
| Campaña “Tour Solidario”      | 15         | 26%         |
| Campaña Viaja Primero Ecuador | 21         | 37%         |
| Campaña “Manabí es todo”      | 21         | 37%         |
| <b>Total</b>                  | <b>57</b>  | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración propia

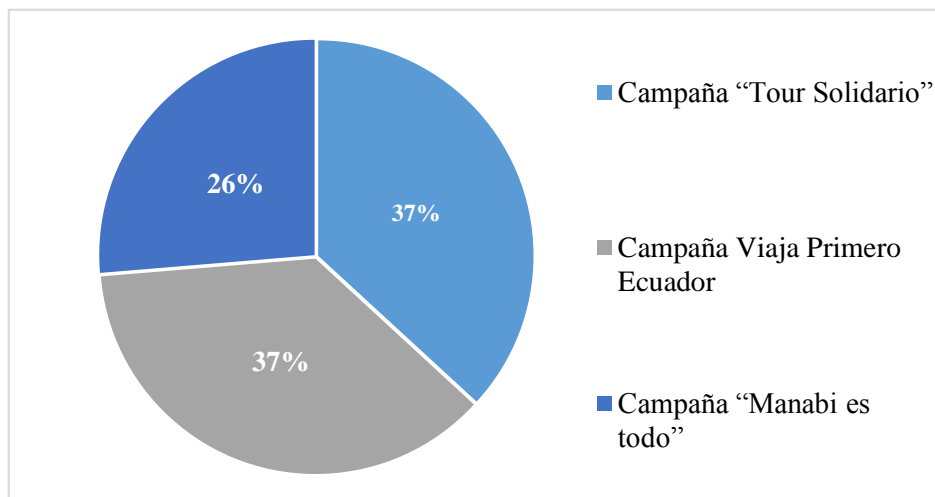


Figura 19. Resultados pregunta 12, encuesta.

Fuente: Elaboración propia.

El 85% de encuestados no conoce si actualmente se están realizando campañas de reactivación turística de las playas de Manabí, y un 15% de ellos indica que sí, de este bajo porcentaje la mayoría conoce la Campaña “Viaja Primero Ecuador” que se reactivó tras el terremoto en Manabí.

De los encuestados el 37% expone que han escuchado sobre la campaña que emprendió el Ministerio de Turismo Ecuatoriano denominada “Tour Solidario”, un 37% conoce la campaña anterior que se dio para impulsar Manabí que se enfoca en todos los lugares turísticos, tanto urbanos como rurales.

El 26% indica que conoce la campaña la Campaña “Manabí es todo”, estos resultados de igual forma me permiten, crear contenido para el portal web, ya que el Ministerio de Turismo del Ecuador reactiva estas campañas en primera instancia para atraer a turistas, pero los habitantes tienen acceso a muy poca información sobre lo que ofrece dichas campañas, lugares y eventos que se han planificado.

### 13. ¿Recomendaría a otras personas que visiten las playas de Manabí y por qué?

Tabla 16  
Personas que posiblemente visitarían Manabí.

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| SÍ           | 57         | 15%         |
| NO           | 327        | 85%         |
| <b>Total</b> | <b>384</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración propia

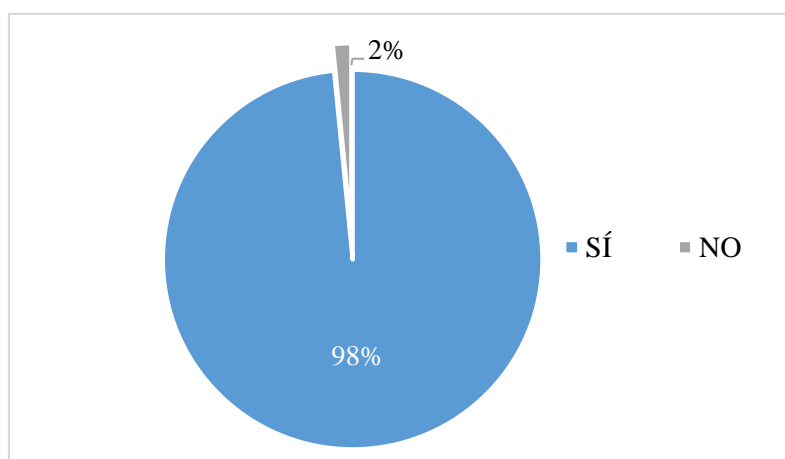


Figura 20. Resultados pregunta 13, encuesta.

Fuente: Elaboración propia.

En esta pregunta los encuestados no dudaron en decir que sí recomendarían a amigos o conocidos que visten Manabí, esto como medida de reactivación socioeconómica, ya que se generan ingresos en el sector turístico. Solo un 2% opinó que no recomendaría esto, por el miedo que tienen frente a réplicas sísmicas.

Este resultado de 98% permite apoyar la propuesta del desarrollo del portal web, ya que estas personas que si recomendaría a sus conocidos que visiten Manabí podrían compartir a estas personas que visiten el portal, donde pueden encontrar todo tipo de información sobre los lugares y servicios turísticos de Manabí.

#### 14. ¿Del siguiente listado qué lugares les recomendaría visitar?

Tabla 17  
Lugares que si visitaría.

| Alternativa                          | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------------------------------|------------|-------------|
| Playa Pedernales                     | 86         | 22%         |
| Playa Murciélago                     | 128        | 33%         |
| Playa Tarqui                         | 87         | 23%         |
| Playa Crucita                        | 57         | 15%         |
| Playa Punta Bellaca (Bahía Caráquez) | 26         | 7%          |
| <b>Total</b>                         | <b>384</b> | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración propia

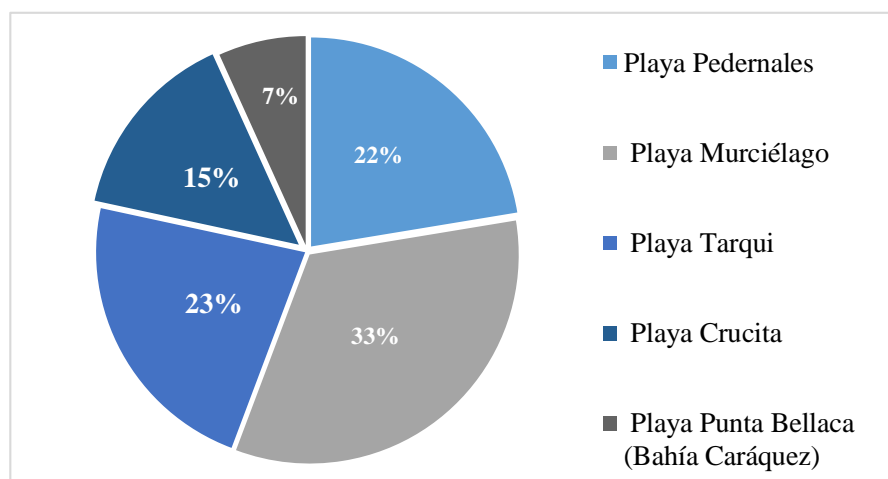


Figura 21. Resultados pregunta 14, encuesta.

Fuente: Elaboración propia.



Los mayores porcentajes los tiene Playa Murciélago con 33% y Playa Tarqui con 23% debido a que son las más conocidas para los habitantes tal y como se evidenció en la pregunta 2 (Ver gráfico 16), la siguiente playa más recomendada es Pedernales que a pesar de ser la más afectada en su infraestructura hotelera, sigue siendo muy frecuentada por habitantes, Playa Crucita por los encuestados es recomendada en un 15% pero es Playa Punta Bellaca quien tiene el menor porcentaje de recomendaciones por los encuestados, debido a que las edificaciones hoteles que están frente a la playa están colapsadas en su mayoría lo que provoca incertidumbre en las personas que quieren visitar esta playa.

Con estos resultados puedo ver que playas necesitan mayor enfoque dentro del portal web y crear el contenido adecuado, para que nuevamente sea de las primeras recomendaciones en las opciones de viajes de los turistas.

#### 15. De estas actividades de recreación cuales le gusta más.

Tabla 18  
*Listado actividades recreativas*

| <b>Alternativa</b>    | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|-----------------------|-------------------|-------------------|
| Surf                  | 87                | 23%               |
| Pesca                 | 17                | 4%                |
| Futbol playero        | 89                | 23%               |
| Deportes acuáticos    | 67                | 17%               |
| Buceo                 | 35                | 9%                |
| Museos                | 15                | 4%                |
| Diversión nocturna    | 24                | 6%                |
| Caminata por la playa | 25                | 7%                |
| Natación              | 5                 | 7%                |
| <b>Total</b>          | <b>384</b>        | <b>100%</b>       |

*Fuente:* Elaboración propia

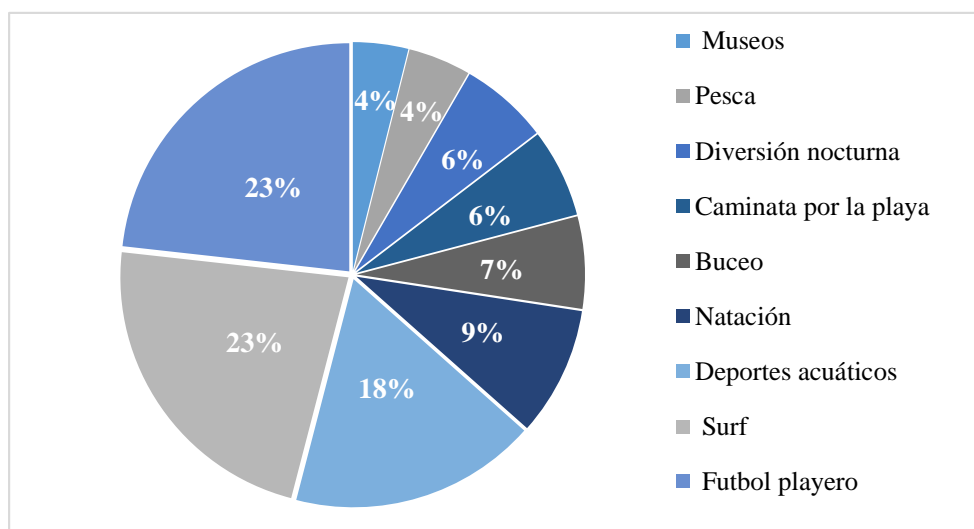


Figura 22. Resultados pregunta 15, encuesta.

Fuente: Elaboración propia.

Se realizó esta pregunta con el afán de conocer qué actividad es más preferida por los turistas, el surf y fútbol playero con el 23%, un 18% realizan deportes acuáticos, el 9% de los encuestados prefiere la natación, 7% opta por realizar buceo, en igual porcentaje esta las caminatas por la playa y diversión nocturna. Y el 4% restante prefiere visitar museos de la localidad.

Esta información es clave al momento de general contenido ya que se contemplarán las necesidades de los turistas, en cuanto a las actividades de recreación que se pueden realizar en las playas de Manabí.

### Conclusiones:

Después del análisis y tabulación se puede concluir que:

- Los turistas prefieren visitar las playas de los cantones de: Manta, Pedernales, Portoviejo y Sucre.
- Los turistas en su mayoría a la región centro Sierra del país.
- Las actividades que más se realizan en la provincia son los deporte extremos.
- Se identifican que hay una preferencia por los hostales.
- Muchos de los encuestados si conocen la campaña “Ven a Manabí...te espero”.
- Toda la información recolectada sirve para generar el contenido adecuado y pertinente que irá en el portal web informativo.

## Investigación documental.

### Turismo interno en el Ecuador

Con el fin de conocer el desarrollo del turismo interno en el Ecuador se investiga datos estadísticos del Ministerio de Turismo (2016), donde indica que el 45% de los habitantes ecuatorianos viajan anualmente y disfrutan de la gran variedad de destinos turísticos que tiene el país (ver figura 23), dejando una activación económica de alrededor de los seis mil millones de dólares. Este porcentaje de personas hacen turismo interno entre diciembre de 2013 y febrero 2014 (OPTUR, 2016).

Según el estudio, las personas prefieren visitar diversos destinos, entre los más destacados: Salinas con el 5%, Quito con el 9%, Guayaquil con el 8% y Manabí con el 7%.

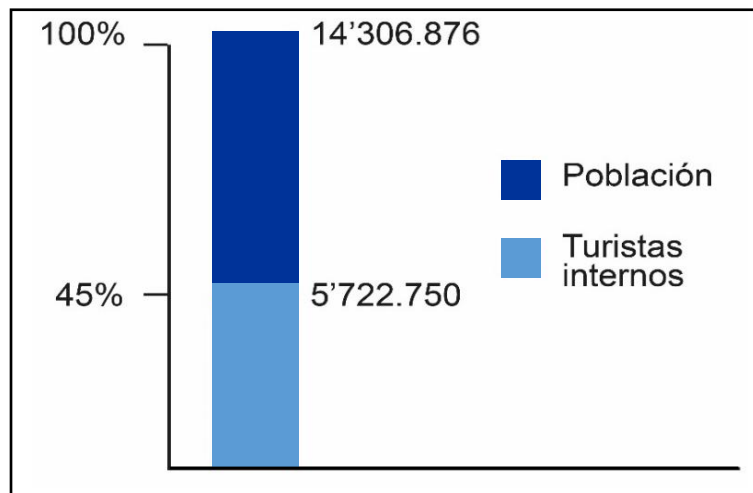


Figura 23. Gráfico del turismo interno en el Ecuador, 2014

Fuente: Página Web del Gobierno Provincial de Manabí.

Según los datos registrados en los años 2013 y 2014 se demuestra que alrededor de cuatro a cinco millones de personas se congregaron durante los feriados. En el 2014 se evidencia un aumento en el número de habitantes que visitaron la Costa, Sierra, Amazonía y Galápagos, se calcula algo más de 113.393 de viajes lo que representa un 9% de incremento en relación al 2013, que generó ganancias de \$88.807 millones.

## Turismo receptor en el Ecuador

Significativamente, han sido las compañías de viajes y operadoras turísticas, quienes permitieron el progreso y crecimiento del sector turístico en el país. El turismo dentro del Ecuador según (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014) se ubica en el tercer puesto dentro de la economía de nuestro país, contribuye al adelante sostenible de las comunidades locales e intercambio de experiencias y costumbres.

Para el 2013 la afluencia de turistas fue de 136'400.057, pero para diciembre del 2014 fueron 1'500.000 turistas visitaron el país lo que indica que incrementó sostenido del 14%. Según el Ministerio de Turismo (2014), Ecuador colabora con una cuota de mercado regional de 0.7% en llegada de turistas internacionales. Los turistas extranjeros que visitan el país en su mayoría son de Colombia 30%, Estados Unidos 37%, Perú 20% y Otros 23%, que a su vez el 21% de estos turistas prefirió visitar Quito 30%, Cuenca 16%, Guayaquil 16%, Manabí 13%, Amazonía un 5%, Galápagos 8% y otros 12%. (Ver gráfico 24) (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014)

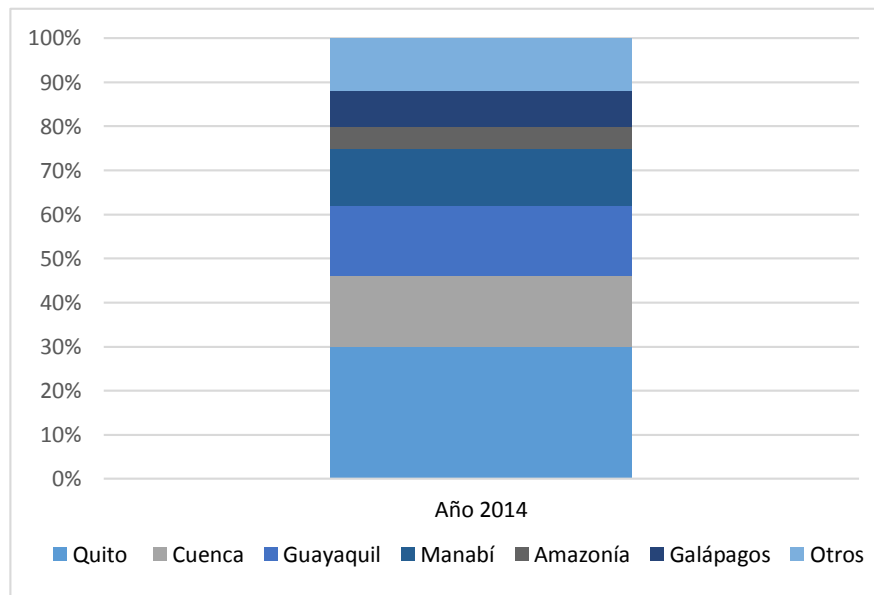


Figura 24. Gráfico del turismo receptor en el Ecuador, 2014

Fuente: Página Web del Ministerio del Turismo del Ecuador.

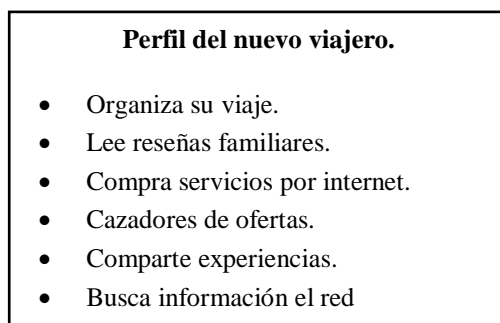
En cuanto al modo de visita el Ministerio de Turismo (2014), el 65% de los turistas extranjeros que ingresan al Ecuador con el fin de disfrutar del sol, playa, naturaleza y

ecología. Un 19% lo hace por visitar a familiares y amigos, lo que evidencia en gran porcentaje de inversión en el sector turístico. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014)

Otro dato estadístico que aporta el Ministerio del Turismo es que el 88,7% de los habitantes del país que viajan no usan paquetes turísticos de agencias, pues expresan que hoy en día la información sobre lugares recreativos se encuentra fácilmente en el internet.

### **Perfil del nuevo turista.**

Según expone (Villa, 2014) el turista se ha transformado dando espacio al viajero del siglo XXI, que posee un comportamiento y perfil diferente. El nuevo turista deja atrás lo que lo motivaba a adquirir los servicios que promocionan las agencias de viajes, que había prevalecido este tipo de turista que era la principal industria que movía el turismo, luego de esta época se dio paso a la era de la tecnología por lo que el turista da lugar a una nueva forma de comprender los viajes.



*Figura 25.* Gráfico del perfil del nuevo turista.

Fuente: E-marketing turístico. (2012).

### **Promoción y difusión turística en la web.**

Según Proaño (2013), ARCOTEL expresa que, en el 31 de marzo de 2013 en el país tenía cinco millones doscientos noventa mil ciento doce cuentas de acceso a la red (5'290.112), distribuidos en un millón ochenta y cuatro mil quinientos treinta y cinco con cuentas de internet fijo (1'084.535) y cuatro millones doscientos cinco mil quinientos setenta y siete con cuentas de internet móvil (4'205.577) (ver figura 26), de acuerdo a la encuesta Nacional de Empleo y Desempleo y Subempleo 2013 equivale al 28,3% de ecuatorianos que utilizan el internet desde cualquier lugar 16,5 puntos más que en el 2010. (Ver gráfico 27)

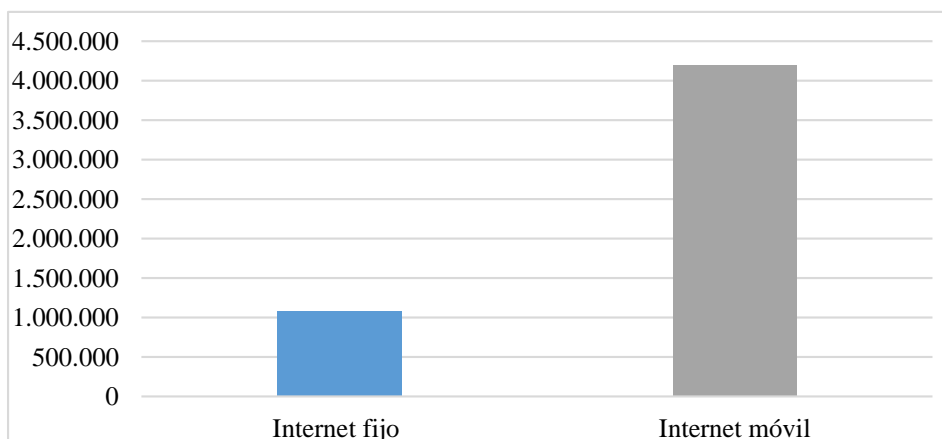


Figura 26. Gráfico con información de internautas en Ecuador, 2013

Fuente: Página Web Agencia de Regulación y Control de Telecomunicaciones

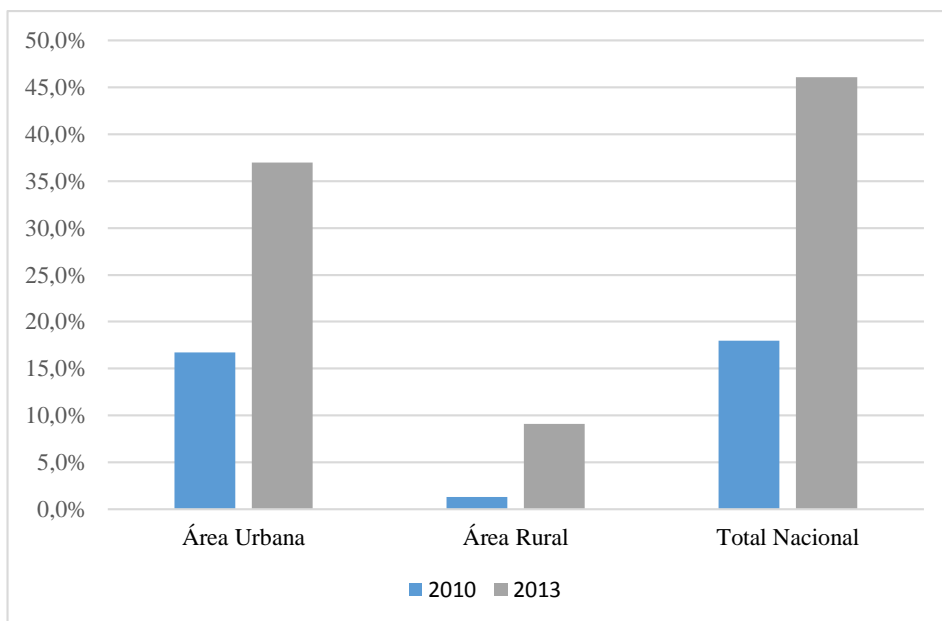


Figura 27. Gráfico de personas que utilizaron Internet el 2013 en Ecuador, 2013

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU (2010 - 2013).

El 46,1% de la población Ecuatoriana utiliza internet en los últimos 12 meses, en el área urbana un 37,0% frente a un 9,1% del área rural.

Según (Dvojak, 2015) “El turismo y la tecnología van de la mano, el constante y acelerado aumento de las nuevas tecnologías, impulsan a las actividad turística a presentar nuevas herramientas para mejorar el progreso turístico.”

Se menciona que estas nuevas tendencias cambian el mundo de los viajes, los actuales turistas pertenecen a la nueva era digital, quieren estar más informados, son más rigurosos y negociadores. También Alabern (2012), menciona que el internet ha logrado evolucionar las reglas del marketing tradicional, en la actualidad muchos destinos turísticos han utilizado las redes sociales como medio de difusión y promoción, esto se lo llama como “marketing social”.

Estos medios permiten estar en contacto con los clientes, colaboren con la comunicación, y poder también fidelizarlos. Con lo investigado se constata la evolución del marketing tradicional, que brinda muchas ventajas. El internet permite difundir las riquezas de los sectores turísticos, de manera eficiente y adecuada para los turistas.

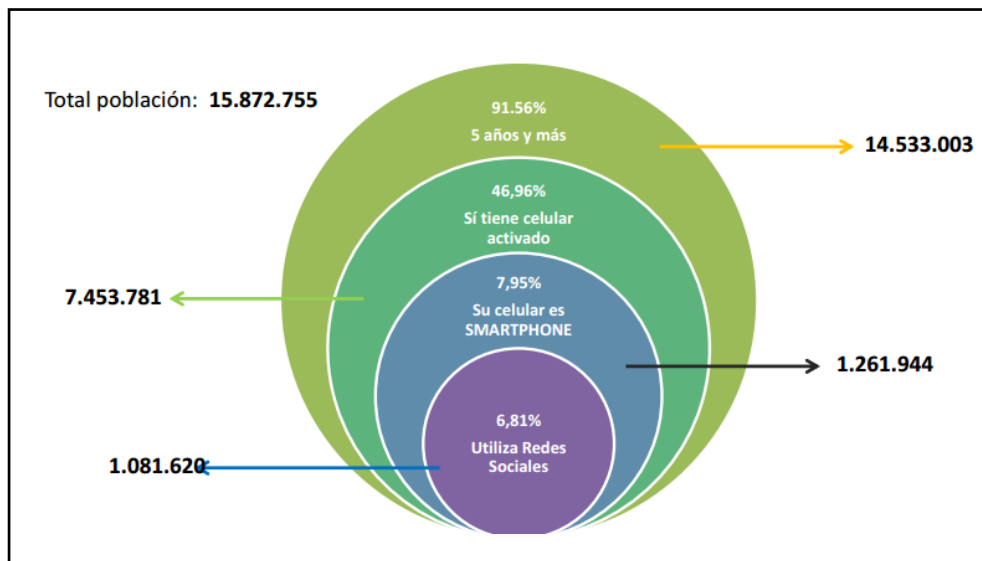


Figura 28. Gráfico de porcentajes de personas con celular y redes sociales en Ecuador, 2013

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU (2010 - 2013).

## 2.2. Análisis de proyectos similares.

### Campaña “¿Es Japón Cool?”.

Es una campaña para reanimar el turismo de Japón tras el terremoto en Fukushima. Para esta campaña se desarrolló una página web, donde se muestran pequeños videos de la sociedad japonesa, su cultura, tecnología.



Figura 29. Portada de página web de Campaña “¿Japón es Cool?”, 2016

Fuente: Página Web Campaña “¿Japón es Cool?”

Según (Espinosa, 2012) Japón se ha concentrado en proyectar una imagen agradable o ‘divertida’, bajo el concepto ‘Cool Japan’, busca reactivar los atractivos de la cultura popular del país, plasmados en la animación, las novelas gráficas, los disfraces costume play, la moda, la música. Esta página web permite entre un listado de 30 cosas punteras de Japón votar si es “cool” o “no cool” y llegar a posicionarlo en el ránking principal. Dentro de este Rankin se puede encontrar: la hospitalidad de la gente, Monte Fuji, Spas al aire libre, bares de Sushi, peleas de Sumo.

Según Aikawa (2016), esta campaña logró abatir todas las barreras culturales e idiomáticas usando un lenguaje familiar que sea llamativo e interesante para volverse viral en las redes, en donde se pudo ver distintas situaciones más allá de lo que se suele ver día a día en occidente.

De acuerdo a las estadísticas de la Oficina Nacional del Turismo Japonés (2014), en 2003 viajaron a Japón 5,2 millones de personas. Desde entonces el número de turistas ha mostrado un gran aumento.

De este caso se va a tomar la redacción del contenido, la parte visual el uso de la tendencia de imágenes a toda pantalla dentro de la página principal del portal, otro recurso es el uso de un menú fijó que según (Rodríguez, 2016) está dentro de las tendencias 2016 para el diseño de portales web.



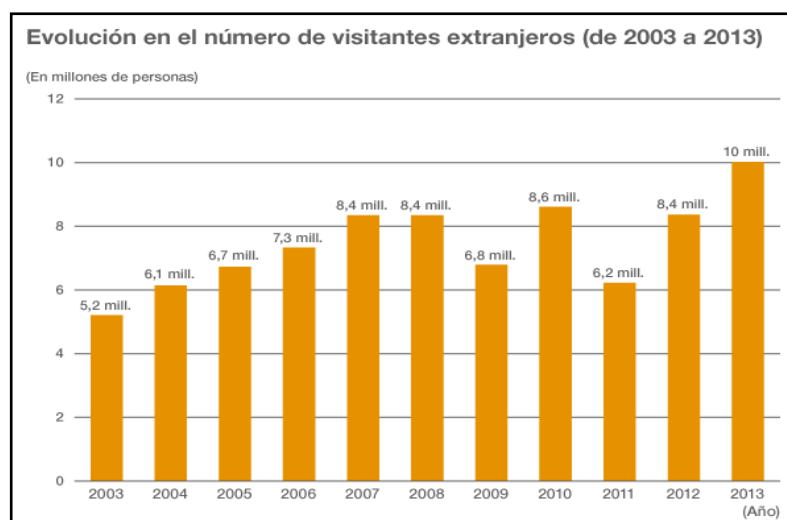


Figura 30. Gráfico de Estadísticas Turísticas de Japón en los últimos años. (2014)

Fuente: Oficina Nacional del Turismo Japonés.

### Campaña “Chile es tuyo”.

El Servicio Nacional de Turismo lanzó en 2012 una nueva campaña de promoción y reactivación turística de Chile en el extranjero que se centró en enseñar la diversidad geográfica, cultural y étnica del país. Plass J. (2013), subsecretaria de Turismo de Chile expone que se las jugarán por su identidad, costumbres y atractivos turísticos. En el 2012 3,5 millones de personas visitaron Chile y para el 2014 se proyectó que sean 4 millones.



Figura 31. Gráfico de portada del portal web de Campaña Turística Chile es tuyo. (2016)

Fuente: Servicio Nacional de Turismo Chile.

El portal web busca promocionar la experiencia del viajero en el paisaje Chileno, además propone mensajes con humor e ironía para cautivar el público más diverso, transmitiendo la esencia de la cultura local.

Dentro del portal se contemplan un variado contenido que permite al público conocer todo lo que Chile tiene para ofrecer, ubica los mejores destinos, gastronomía de cada localidad, que hacer en cada zona, rutas y novedades de eventos. (Ver figura 32)

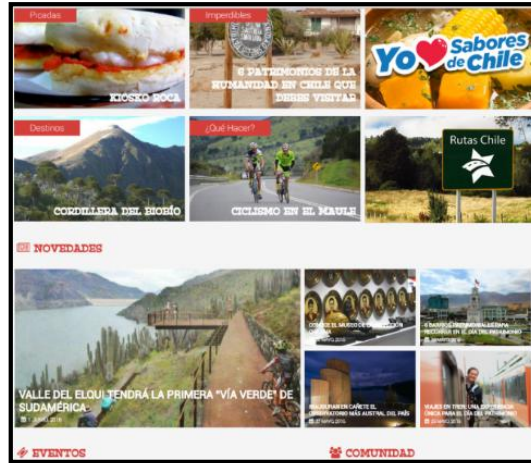


Figura 32. Gráfico del contenido del portal web de Campaña Turística Chile es tuyo. (2016)

Fuente: Servicio Nacional de Turismo Chile.

La gran acogida que tuvo la campaña se ve reflejada en los datos de seguidores, visitas, y fans que llegó a tener la campaña en las diferentes plataformas sociales.

“Durante el 2012 recibimos a 3.468.475 turistas extranjeros, lo que es un aumento de 13% respecto al 2011. Se trata del crecimiento más alto de los últimos siete años” precisó Pardo D. (2013), Director Nacional de Turismo.

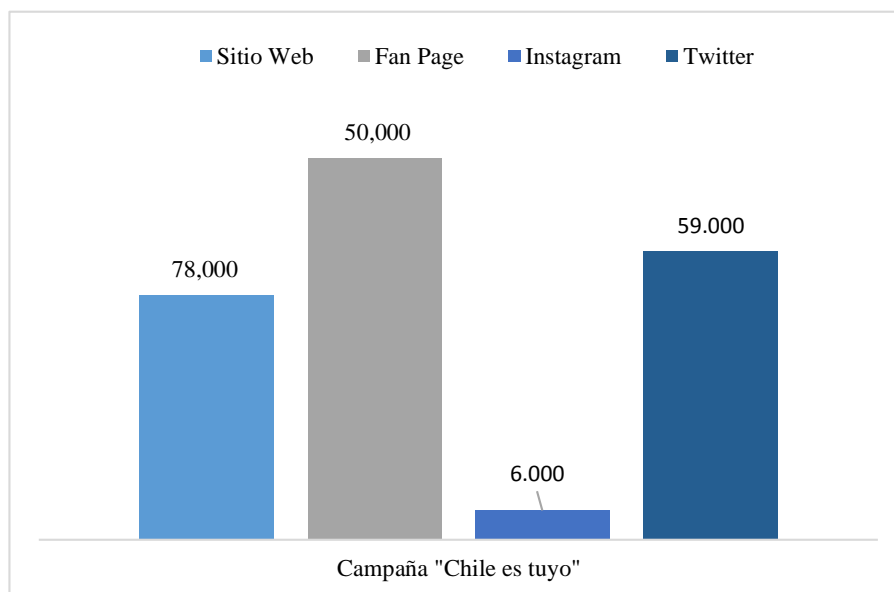


Figura 33. Gráfico de cobertura en medios digitales que tuvo la Campaña Turística Chile es tuyo.

Fuente: Servicio Nacional de Turismo Chile.



Figura 34. Pieza gráfica Campaña Turística “Chile es tuyo”. (2016)

Fuente: Servicio Nacional de Turismo Chile.



Figura 35. Pieza gráfica Campaña Turística “Chile es tuyo”. (2016)

Fuente: Servicio Nacional de Turismo Chile.

De este proyecto se considera el la redacción para las diferentes secciones del portal web, ya que usan un lenguaje atractivo e interactivo para el usuario. En este proyecto también se usa una de las tendencias 2016 que señala (Rodríguez, 2016) que es el uso de imágenes a toda pantalla. También se considera la forma en como distribuyen el contenido de lugares turísticos, pues permite que el usuario identifique los lugares por regiones lo que hace más fácil la búsqueda.

### 3. Proyecto.

Luego de haber terminado el proceso de investigación que incluía el planteamiento de la problemática, objetivos generales y específicos, recolección y análisis de información sobre el turismo interno y receptor en la Provincia de Manabí y, gracias a la aplicación de las técnicas de recopilación de información, se procede a continuar con el anteproyecto.

#### 3.1. Criterios de diseño

##### Usabilidad

*“Usabilidad como la disciplina que estudia la forma de diseñar sitios web para que los usuarios puedan interactuar con ellos de la forma más fácil.”* (Hassan & Martín, 2004) Es decir que el sitio web debe estar basado en un diseño centrado en el usuario, diseñado para y por el usuario, además indica que se debe tener en cuenta aspectos como funcionalidad, accesibilidad y adaptabilidad.

De acuerdo a Hassan (Hassan & Martín, 2004) abordar la Usabilidad también implica dos principios básicos que son el diseño pensado en el contenido y el diseño orientado al formato visual, que ayudan a potenciar la comunicación efectiva del mensaje.

La importancia del criterio de Usabilidad basada en los principios del diseño pensado en el contenido y el diseño orientado al formato visual, hacen relación a tres componentes fundamentales.

- **Funcionalidad**, que enfocado en el diseño pensado en el contenido comprende aspectos de asociación, claridad, entendimiento y eficiencia. Para el diseño orientado al formato visual hay que tener una ubicación y organización adecuada de los elementos dentro de la diagramación. (Hassan & Martín, 2004)

- **Accesibilidad**, refiriéndonos a los dos principios estos deben ser fáciles de encontrar, es decir que sean visibles.

- **Adaptabilidad**, hace referencia al Diseño Responsive que está dentro del principio del diseño orientado al formato visual y que implica que el diseño del portal web se acople a cualquier dispositivo.

Estos componentes fundamentales se aplicarán para el desarrollo del portal web Informativo Turístico de Manabí, teniendo en cuenta siempre el diseño pensado en el contenido y el diseño orientado al formato visual.

### **Diseño pensado en el contenido:**

Según (Hassan & Martín, 2004) en este criterio se debe considerar los siguientes aspectos:

#### **Público objetivo.**

*“Si no te diriges hacia un tarjet o público objetivo claro, al final será como si nunca hubieras hablado con nadie”*. (Facchin J. 2015).

De acuerdo a la Cámara de Turismo de Manabí, 600 mil turistas llegan cada año a Manabí, lo que la coloca como la cuarta provincia más visitada del Ecuador.

De estos turistas el 80% corresponde a turismo interno, que proceden de las ciudades de Guayaquil, Cuenca, Quito, Riobamba, y otras zonas de la Sierra centro, el 20% restante corresponde a el turismo receptor, es decir al turismo extranjero que corresponden de Colombia, Estados Unidos, Perú y otros.

De estos 600 mil turistas se destacan los siguientes aspectos, la mayoría de visitantes son personas adultas, cuyas edades están comprendidas entre los 25 y 50 años, de clase social media alta, que gustan de la aventura, conocer y aprender de otras culturas, artesanías, gastronomía y gente, que buscan realizar actividades diversas, y tener experiencias nuevas.

**Lenguaje interesante que invite al usuario** para esto se usó la información que se analizó en los portales como: [www.orellanaturistica.gob.ec](http://www.orellanaturistica.gob.ec), <http://www.chileestuyo.cl/> y [www.turismo.lagoagrio.gob.ec](http://www.turismo.lagoagrio.gob.ec), de acuerdo a este análisis se redacta los nombres para las 5 secciones del portal web turístico de Manabí.

- Home
- Conoce Manabí
- ¿Dónde ir?
- Actividades.
- Planifica tu viaje
- Noticias

### **Jerarquización de la información.**

Una vez que se definió el nombre de las secciones del portal se toma en cuenta el criterio de que expone, que es necesario que la información sea jerarquizada de acuerdo al nivel de importancia, con el fin de facilitar la lectura y comprensión, por lo que se ordena la información de acuerdo a los casos similares y las respuestas mejores puntuadas de las encuestas. (Hassan & Martín, 2004)

| <b>Conoce Manabí</b> | <b>¿Dónde ir?</b> | <b>Actividades</b> | <b>Planifica tu viaje.</b> | <b>Noticias</b> |
|----------------------|-------------------|--------------------|----------------------------|-----------------|
| -Datos geográficos   | - Zona Norte      | -Sol y Playa       | - Rutas                    |                 |
| -Historia            | -Zona Centro      | -Ecoturismo        | -Hospedaje                 |                 |
| - Cantones           | - Zona Sur        |                    | Gastronomía                |                 |
|                      |                   |                    | -Transporte                |                 |

*Figura 36.* Estructura interna del portal web

Fuente: Elaboración propia

### **Información útil y relevante para el público.**

(Hassan & Martín, 2004) Expone que es necesario que el contenido sea atractivo para el público. Para este punto se consideran los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas en las zonas costeras de Manabí.

Esta información permitió conocer lo que el público realmente quiere ver en el portal como:

- Listado actualizado de hoteles, gastronomía, actividades turísticas de la provincia.

- Lugares turísticos aptos para recibir turistas
- Noticias sobre informes o tareas que el gobierno promueva para la reactivación socioeconómica de Manabí.

### **Diseño orientado al formato visual.**

Para este grupo considera los siguientes criterios que él cataloga como tendencias en criterios para el diseño web para el 2016. (Rodríguez, 2016)

### **Responsive design**

Responsive design, *“Aquello tiene la capacidad de reaccionar automáticamente frente a lo que le rodea, dando una respuesta ajustada a la situación.”* (Busquets, 2015). Es decir que se basa en los diseños adaptativos, que se puedan visualizar de forma correcta en cualquier dispositivos que usemos para navegar.

Las tendencias que (Rodríguez, 2016) admite el uso del HTML5 y CSS para cambiar color, alternar tamaños, mover, ampliar o reducir el contenido para que sea visible en cualquier dispositivo. HTML5 es una versión actualizada para la compatibilidad y navegación de todos los dispositivos, permitiendo adelantarse a las necesidades del usuario.

Dentro de los parámetros de usabilidad que define (Hassan & Martín, 2004) indica que la medida estándar de un portal web es de 1024 x 768px, pero por el criterio de responsive design de (Rodríguez, 2016) indica que podemos desarrollar un sitio web sin una medida estándar sino que por medio de esta nueva tecnología el portal web automáticamente se adaptará a la resolución del dispositivo en el que visualice el portal.

### **Componentes estructurales.**

La estructura de un portal web se constituye en tres partes que define la colocación de elementos, que llevan un orden para facilitar la comprensión y el uso. La estructura más común en el diseño web comprende las siguientes partes: header (cabecera), donde generalmente se encuentran los elementos de identidad, nombre y menú; body (cuerpo), que ocupa los elementos del contenido y footer (pie de página), en el que se describe el copyright, enlaces o redes sociales. Cabe recalcar que no necesariamente se sigue la misma composición en el diseño, pero se caracteriza por componer lo antes indicado. (Sansó, 2013).

Para el diseño de este portal toma la estructura común de tres partes, la parte del Header se conformara por el logotipo del portal web que será el de la campaña turística “Ven a Manabí...te espero”, también se integrará un menú fijo que según (Rodríguez, 2016) plantea que el uso de otra tendencia que es el Menú fijo que se refiere al menú superior que siempre se debe mantener visible para facilitar la navegación y hacerlo más accesible dentro del portal el menú usará los colores definidos por la cromática del logotipo.

Un Slider de imágenes, que es una forma de transiciones de imágenes (Rodríguez, 2016) Esto permite mostrar el contenido destacado de la página de forma rápida, logrando captación visual eficaz del usuario. Además se indica que se debe hacer uso de texto descriptivo y atractivo para incentivar al usuario hacer clic en las flechas para ver el contenido de las imágenes.

Para el portal se usará fotografías de los principales lugares turísticos, resaltando la belleza da cada sitio, serán fotografías de gran tamaño para que el usuario pueda apreciar cada detalle de la fotografía.

### **Retícula**

El uso de retículas no es exclusivo de las publicaciones editoriales, ya que las ventajas una retícula de base son evidentes. La grilla permite una disposición natural y segura de los elementos; al momento de diseñar. Por otro lado, además de facilitar y sugerir la disposición y jerarquía de los elementos, la grilla garantiza la consistencia visual en todo el sitio.

Para el desarrollo de este proyecto se toma como base la retícula 960 Grid System, que es la que según Ruíz, (2014), es la más estándar para el diseño web y ofrece mayores posibilidades para la organización del contenido. Se usarán 12 columnas, con un espacio total de 960 pixeles que se divide en porciones que son de 60 píxeles de ancho.

A partir de la retícula base considera que es necesario utilizar una retícula que se adapte a los criterios que se han considerado para el diseño el portal, por lo que Bouchereau, (2015) indica que para el diseño de un portal web de contenido fotográfico se debe usar una retícula secundaria de 3 columnas para poder organizar mejor el contenido, además que cumplen principios de usabilidad, jerarquía y funcionalidad.



## **Flat design**

Es una tendencia actual de la web, un diseño minimalista, es un estilo que carece de efectos degradados, sombras o diseños tridimensionales. El contenido se presenta de forma rápida, directa y entendible, algunas características se basan en el uso de formas geométricas, elementos en vectores, una sola presentación, imágenes y fotos grandes. (Meyer, 2015).

Es importante recalcar la importancia del Flat Design, ya que se hará uso de contenido fotográfico de los lugares turísticos y el portal web se esquematiza mayormente por uso de formas geométricas, imágenes y fotos grandes.

## **Fotografía**

Actualmente la fotografía es inseparable del turismo Una fotografía bien concebida es capaz de mostrar referencialmente el clima, el relieve, vegetación y todo lo que tiene que ver con la geografía turística de un lugar específico. (Luqués, 2014).

Las fotografías son capaces de dar mensajes concretos en un contexto definido, y que al momento de elaborar un fotografía publicitaria turística están presentes diversas técnicas, entre ella la fotografía paisajista que muestra diversos ambientes del lugares turístico. (Hostia, 2013) Otra técnica es la fotografía de vida cotidiana, que es una de las formas fotográficas, donde se da a conocer a la gente que forma parte del lugar turístico acompañada de sus costumbres, tradiciones o actividades recreativas características del lugar.

Normalmente la fotografía publicitaria turística busca recrear escenarios que asimilen un paraíso, de acuerdo con Hostia, (2013) “este ideal de paraíso es comúnmente usado en los anuncios turísticos donde se muestran imágenes de territorios paradisiacos y en los que se evocan imágenes de felicidad”.

Estas dos técnicas se enfocan en el uso de dos tipos de planos, plano general o panorámico, que es una toma abierta que recoge un campo visual y cuya finalidad estética principal es describir el espacio físico y geográfico; el otro plano es el conjunto en el que los personajes están cerca por lo tanto se los puede distinguir como un grupo de personas determinados.

Las fotografías serán tomadas con una cámara profesional Nikon D3100, además se retocarán las fotografías en Adobe Photoshop CC para mejorar la calidad de las imágenes en cuanto a brillo, contraste, tonos, saturación, luminosidad y balances de color.

## Cromática

Se usarán colores del identificador gráfico de la Campaña “Ven a Manabí..te espero.”

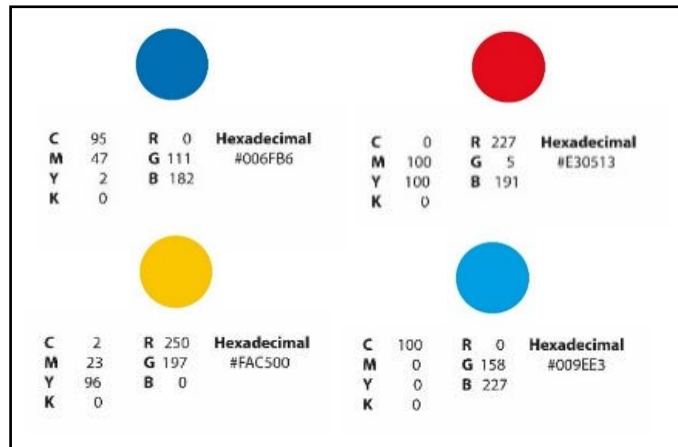


Figura 37. Cromática Identificador gráfico Campaña “Ven a Manabí..te espero.”

Fuente: Elaboración propia

## Tipografía

La legibilidad, es un factor importante en el diseño del portal, por ello es recomendable que el tamaño de la fuente sea de 14px mínimo. Es necesario también tomar en cuenta el color de la letra para crear un contraste con el fondo, los textos alineados a la derecha, es la forma recomendada en la web; además la tipografía debe diferenciarse entre títulos y textos, deben ir acorde con el estilo para no romper la armonía en el diseño. (Benavente, 2015).

Buscando que el diseño sea atractivo y legible para el usuario, se determina que se usará la tipografía Roboto con sus variantes, para el menú principal y el texto de los contenidos de cada sección. Esta tipografía San Serif es óptima para la web e interfaces móviles, y tiene una excelente legibilidad. Esta tipografía está disponible a través de Google Fonts esto para optimizar la velocidad de carga de la página.

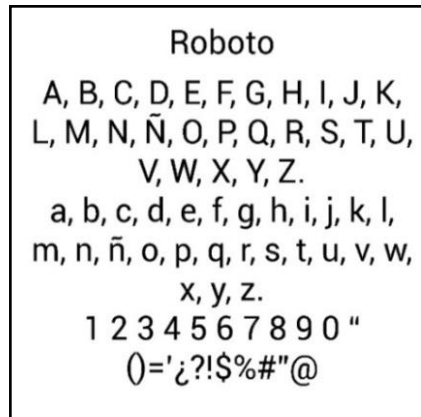


Figura 38. Tipografía Roboto.

Fuente: Elaboración propia

### Identificador Gráfico.

El identificador gráfico de la campaña turística “Ven a Manabí...primero” se desarrolló por parte del departamento de Comunicación del Gobierno Provincial de Manabí en el año 2005, esta promoción turística busca que la provincia sea atractiva a nivel nacional e internacional a la hora de escoger un destino turístico para visitar, mostraba sus balnearios, costumbres y la facilidad que brinda para algunos deportes extremos.

Esta campaña ha tenido una gran acogida por lo que anualmente se sigue lanzando esta campaña para la temporada playera.



Figura 39. Identificador campaña “Ven a Manabí...te espero”.

Fuente: GAD Provincial de Manabí.

Lcdo. Javier Romero Director del departamento de Comunicación del GAD Provincial de Manabí, otorgó el permiso para el uso del logotipo para el Portal Web Turístico para Manabí, manifestando que no se permiten modificaciones de ningún tipo al logotipo que incluye colores, dimensiones ni símbolos. (Ver anexo 4)

### **Técnicas de posicionamiento:**

Todas las páginas web comparten una meta común que es posicionarse en los primeros resultados de cualquier motor de búsqueda. Esta herramienta es conocida como SEO, es decir Ingeniería de Optimización para la búsqueda que es una técnica de marketing virtual. (Teca, 2014).

Es importante lograr la optimización del sitio web según el área de interés en este caso el sector turístico, y así generar el posicionamiento entre los principales directorios, motores de búsqueda y navegadores.

A continuación se redactan las técnicas que se consideran para el posicionamiento:

- Anclar al portal del Gobierno Provincial de Manabí. (<http://www.manabi.gob.ec/>)
- Link a páginas de interés, como organismos oficiales o empresas relacionadas.

Ministerio de Turismo: <http://www.turismo.gob.ec/>

Visita Ecuador: <http://www.visitaecuador.com/>

Servicios Turísticos Ecuador: <http://servicios.turismo.gob.ec/>

- Promoción del portal web en las redes sociales del GAD de Manabí.
- Uso de palabras claves para permitir al usuario entender de qué trata el portal web y a quien se dirige el servicio. Para general las palabras claves dentro del portal se utilizaron la herramienta de GoogleAdWords para elegir las palabras claves dentro del portal y contrastar que sean palabras de mayor uso dentro de las búsquedas en páginas con el mismo contexto:

### **Turismo - Manabí - Ecoturismo- Playas**

## **3.2. Desarrollo de bocetos.**

### **Bocetos para el mapa de contenidos del portal Web.**

Este diagrama muestra la estructura de exploración del portal Web Turístico de Manabí, se desarrolla el siguiente mapa bajo los criterios pensados en el contenido de (Rodríguez, B. 2015).

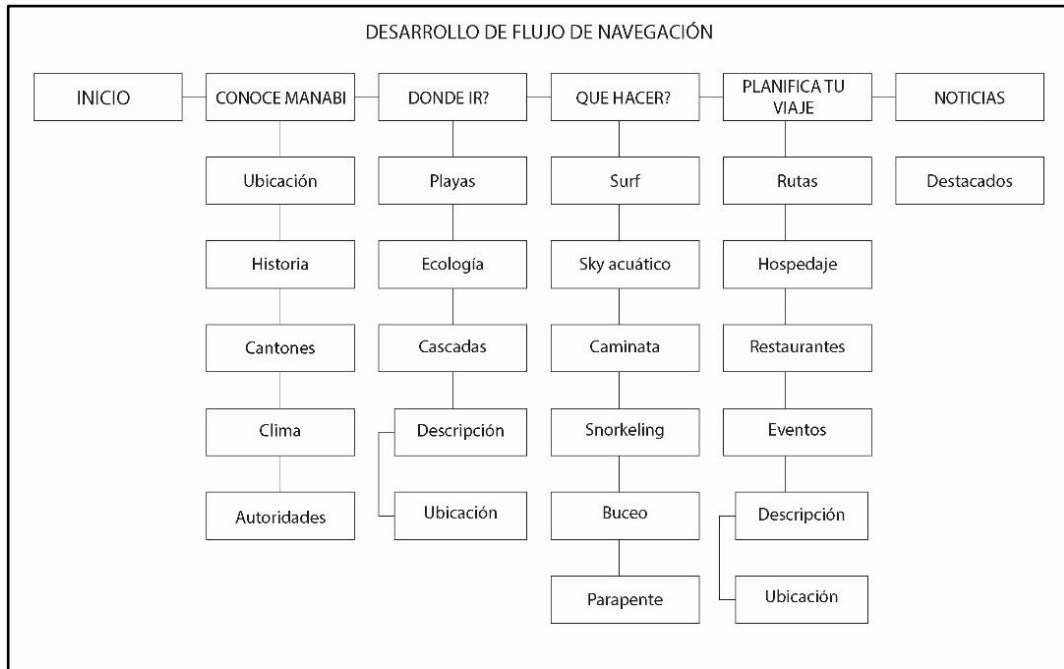


Figura 40. Boceto para flujo de Navegación del portal web

Fuente: Elaboración propia.

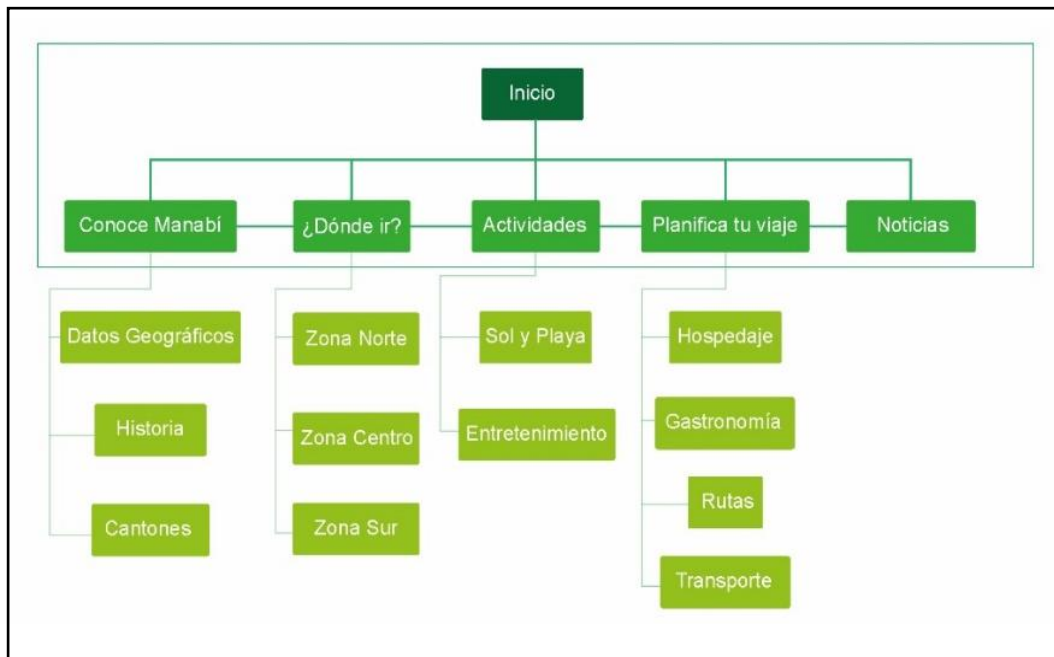


Figura 41. Arte inicial de flujo de navegación del portal web

Fuente: Elaboración propia.

## Bocetos de retículas para el diseño del portal Web.

Una vez definidos los criterios pensado en el contenido y los orientados al formato visual se procede realizar los bocetos de las retículas que se usarán para el portal web, siempre teniendo en cuenta cada uno de los criterios estudiados y la investigación que se realizó.

Para el desarrollo de la retícula base se toma a 960 Grid System, que posee 12 columnas, con un espacio total de 960 píxeles que se divide en porciones de 60 píxeles de ancho.

Teniendo como base primordial la retícula 960 Grid System de 12 columnas indica que para el diseño de un portal web de contenido fotográfico, es necesario usar una retícula secundaria de 3 columnas para poder organizar mejor el contenido, además que cumple principios de usabilidad, jerarquía y funcionalidad. (Bouchereau, R 2015)

### Propuesta 1.

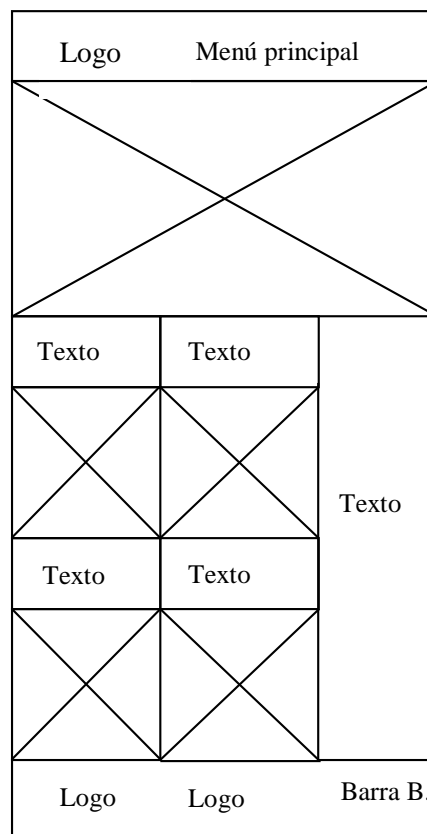


Figura 42. Boceto de retícula para primera propuesta,

Fuente: Elaboración propia.

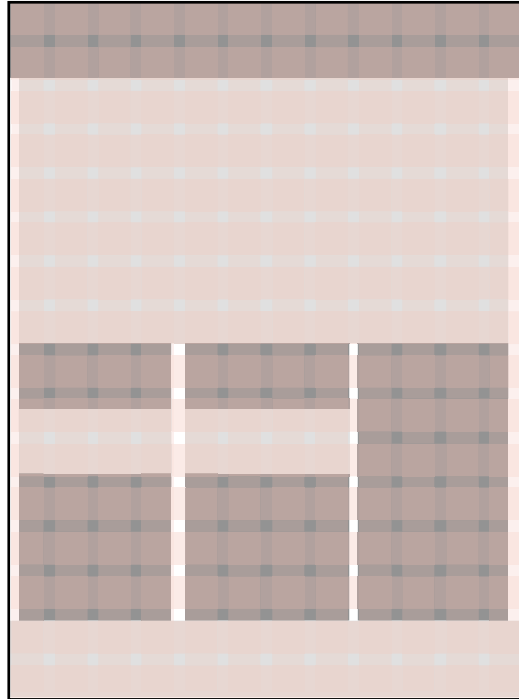


Figura 43. Boceto de retícula para primera propuesta,  
Fuente: Elaboración propia.

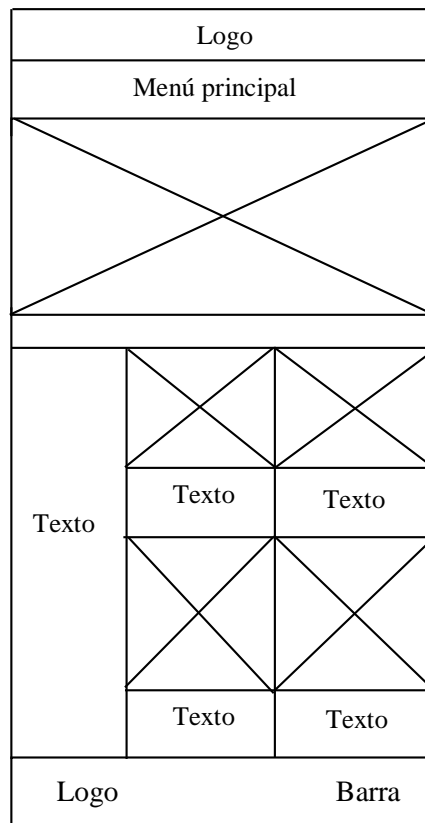


Figura 44. Boceto de retícula para segunda propuesta,  
Fuente: Elaboración propia.

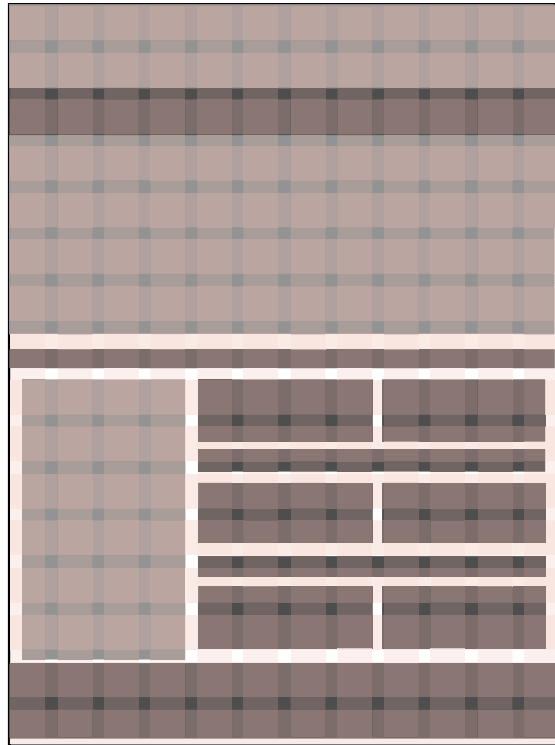


Figura 45. Boceto de retícula para segunda propuesta,

Fuente: Elaboración propia.

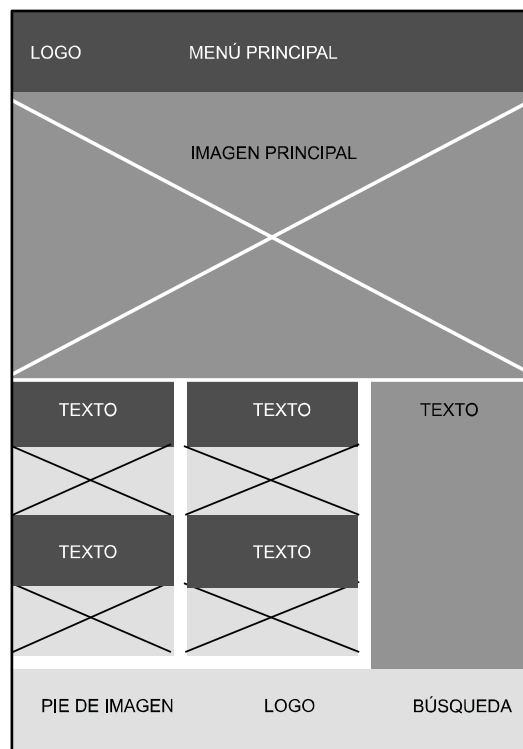


Figura 46. Digitalización de retícula para primera propuesta,

Fuente: Elaboración propia.



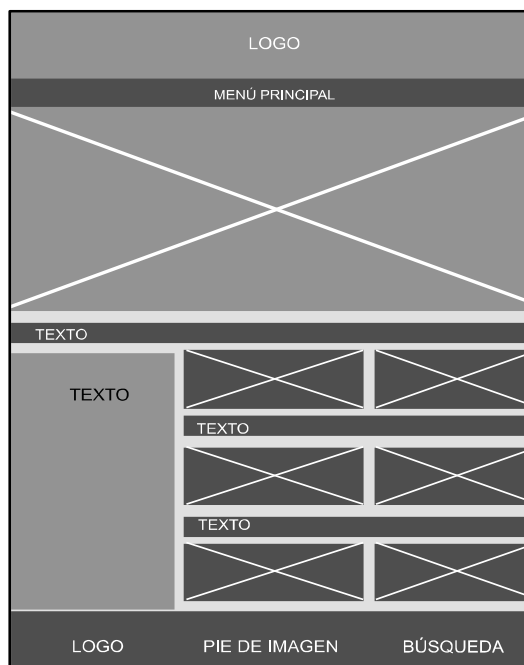


Figura 47. Digitalización de retícula para primera propuesta,

Fuente: Elaboración propia.

### Bocetos de pantalla inicial para el portal Web.

Esta pantalla, es una página en la que se destaca el logotipo de la Campaña Turística Ven a Manabí..te espero, el slider de las imágenes de las principales playas Manabitas.



Figura 48. Primera propuesta de la pantalla inicial

Fuente: Elaboración propia.



Figura 49. Segunda propuesta de la pantalla inicial

Fuente: Elaboración propia.

### 3.3.Evaluación de artes iniciales.

La evaluación a las propuestas, es una técnica que permite medir el principio de usabilidad y valorar los criterios de contenido y parte gráfica mediante la evaluación de los aspectos de identidad, contenidos y gráficos. (Zambrano, 2016)

#### Identidad

Las preguntas se enfocan especialmente en determinar si el usuario entiende a que entidad o campaña pertenece el portal web.

#### Contenidos

Están preguntas son para conocer si la tipografía es legible para el usuario, si entiende el contenido que podría encontrarse en cada sección y la forma de navegar dentro del portal.

#### Gráfica Web

Las preguntas de esta sección buscan establecer si el usuario le ayuda la información gráfica, que se le ofrece a través de las pantallas del sitio web. Si la diagramación es adecuada y si las imágenes están dentro del contexto.

Para elegir la pantalla inicial adecuada para el portal se aplica la encuesta a dos grupos de personas, 10 personas con el perfil del público objetivo del portal web.

Una vez establecida la manera de evaluación se obtiene los siguientes resultados.

## Encuesta

1. De las dos propuestas en cuál se aprecia mejor el logotipo “Ven a Manabí...te espero” y en cuál es posible identificar algún elemento que representa a la institución que pertenece el sitio?.

Tabla 19  
Apreciación del logotipo del portal web.

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Propuesta 1  | 2          | 20%         |
| Propuesta2   | 8          | 80%         |
| <b>Total</b> | <b>10</b>  | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración propia

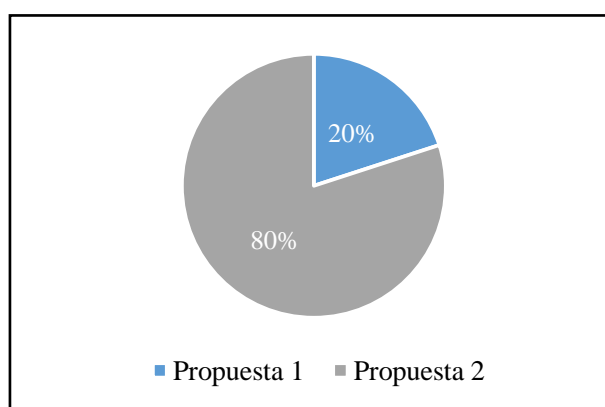


Figura 50. Análisis de primera pregunta de evaluación de artes iniciales

Fuente: Elaboración propia.

Se puede evidenciar que para el público objetivo, es en la segunda propuesta donde se aprecia mejor el logotipo del portal web, y donde pueden identificar a que institución pertenece la campaña “Ven a Manabí...te espero”.

2. **¿Al ver la portada puede distinguir cuál es el contenido más relevante del portal y le parece adecuadas las imágenes?**

Tabla 20  
*Imágenes dentro del portal.*

| <b>Alternativa</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Propuesta 1        | 3                 | 25%               |
| Propuesta2         | 7                 | 75%               |
| <b>Total</b>       | <b>10</b>         | <b>100%</b>       |

*Fuente:* Elaboración propia

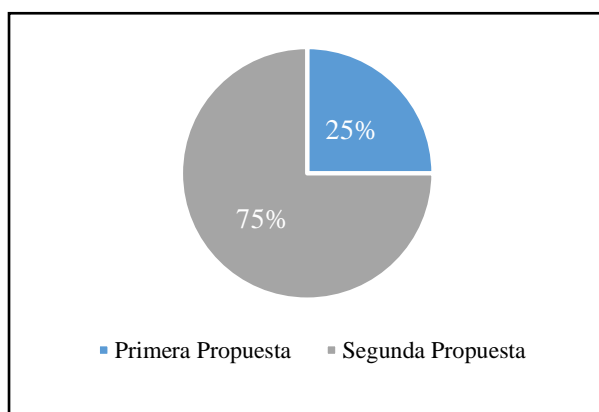


Figura 51. Análisis de segunda pregunta de evaluación de artes iniciales

Fuente: Elaboración propia.

De las encuestas aplicadas la segunda propuesta obtuvo el 75% de aceptación en cuanto al uso de la portada y pudo identificar que el portal estaba orientado al turismo.

3. **¿En qué propuesta los textos son más legibles y si tiene relación el contenido con la fotografía que se usa?**

Tabla 21  
*Legibilidad de textos*

| <b>Alternativa</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Propuesta 1        | 3                 | 25%               |
| Propuesta2         | 7                 | 75%               |
| <b>Total</b>       | <b>10</b>         | <b>100%</b>       |

*Fuente:* Elaboración propia

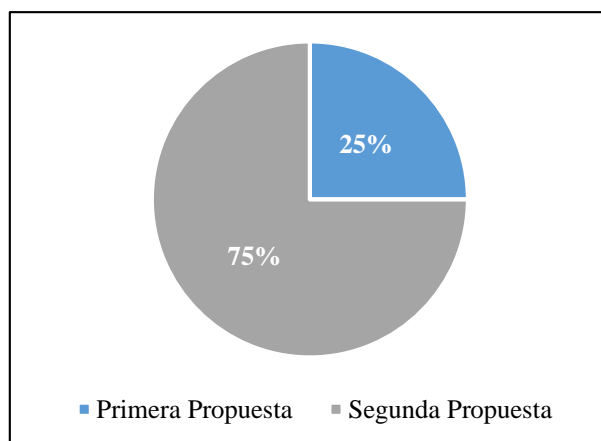


Figura 52. Análisis de tercera pregunta de evaluación de artes iniciales

Fuente: Elaboración propia.

Para las personas encuestadas es la segunda propuesta la que permite mayor legibilidad del texto, y también indicaron que en esta propuesta existe mayor relación entre las imágenes y el texto que las mismas contiene.

#### 4. ¿Qué diagramación y tipografía le parece más adecuada?

Tabla 22  
Combinación tipográfica

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Propuesta 1  | 1          | 10%         |
| Propuesta2   | 9          | 90%         |
| <b>Total</b> | <b>10</b>  | <b>100%</b> |

Fuente: Elaboración propia

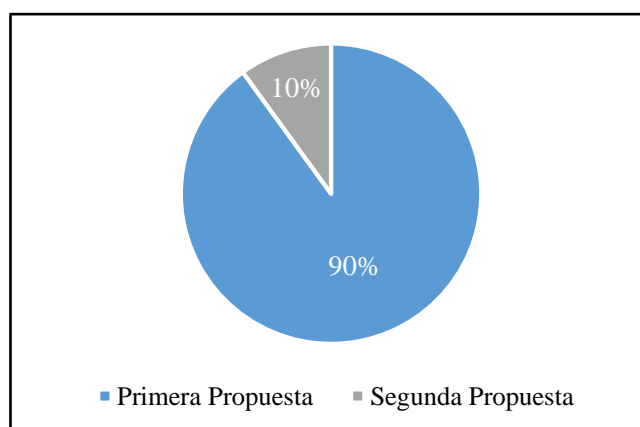


Figura 53. Análisis de cuarta pregunta de evaluación de artes iniciales

Fuente: Elaboración propia.

Esta pregunta evalúa el aspecto del portal web, y la segunda propuesta es la idónea según las respuestas de las personas, ya que esta diagramación le permite al usuario una mejor navegación que se complementa con el uso del contraste y la tipografía que es legible.

De acuerdo a la aplicación de la encuesta se obtiene como la segunda propuesta la mejor opción del home page del portal web turístico, esto permitirá definir la línea gráfica para las demás secciones del portal web.



Figura 54. Propuesta final para Home Page del Portal Web,

Fuente: Elaboración propia.

### **3.4.Desarrollo de propuesta gráfica inicial.**

#### **Estilo**

El estilo que se definirá para el diseño del portal web se basará en el Flat Design. Es una tendencia actual de la web, un diseño minimalista, es un estilo que carece de efectos degradados, sombras o diseños tridimensionales. El contenido se presenta de forma rápida, directa y entendible, algunas características se basan en el uso de formas geométricas, elementos en vectores, una sola presentación, imágenes y fotos grandes. (Meyer, 2015).

Tiendo en cuenta que el objetivo del portal web es integrar información turística bajo la mínima representación y aglomeración gráfica, se recurre a esta tendencia que apuesta por un diseño mucho más limpio, con tipografías nítidas y colores sólidos como base principal. (Bolívar, 2015)

Es importante recalcar la importancia del *Flat Design*, ya que dentro del portal se usará una composición limpia, libre de distracciones, con formas geométricas dentro de la estructura donde se colocarán fotografías y textos. Además se usara iconos y botones sencillos de colores sólidos para obtener una gran legibilidad.

#### **Dimensiones del portal web**

Luego de analizar los diferentes criterios de diseño web se concluye que la medida para el portal web es de 1024px x 768px, ya que es la resolución estándar para portales web (Eslava, 2012). Además de esto se recurre criterio responsive design que permite crear interfaces adaptadas al dispositivo que el usuario sin dar problemas en cuanto a la estructura y tanto las imágenes como el contenido fluyan de manera adecuada.

#### **Retícula**

La retícula usada para la diagramación del portal web es la Grid System, que según Ruíz, (2014) es la más estándar para el diseño web permite mejor organización del contenido. Se definen 12 columnas en un espacio total de 960 pixeles.

A partir de la retícula base se considera que se usarán dos retículas, una para la página principal y la otra para las secciones internas todas con tres columnas para poder organizar mejor el contenido, lograr cumplir el objetivo de jerarquía y funcionalidad.

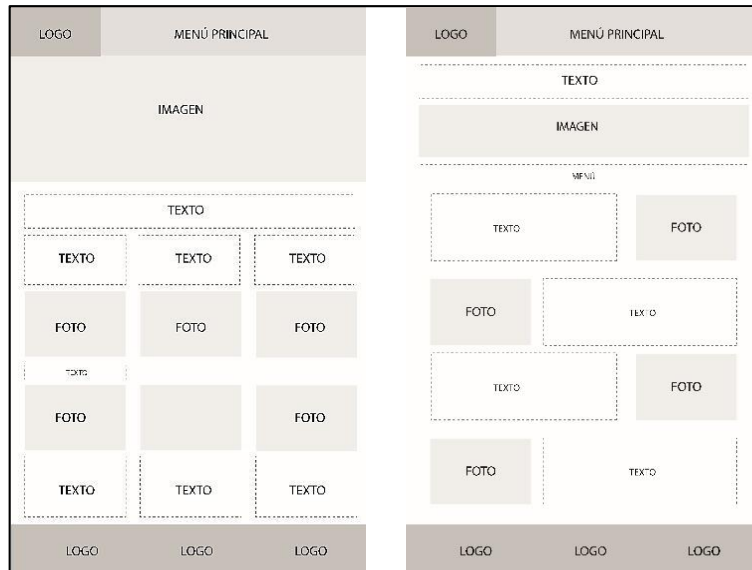


Figura 55. Retícula inicial de la página principal y de las internas.

Fuente: Elaboración propia.

### Flujo de navegación del portal web.

El flujo de navegación permite la navegación dentro de las diferentes secciones y páginas que lo componen, son parte fundamental para que el usuario encuentre lo que busca y obtenga una experiencia óptima de navegación. (Vega, 2014)

Se desarrollaron los siguientes flujos de navegación del portal web.

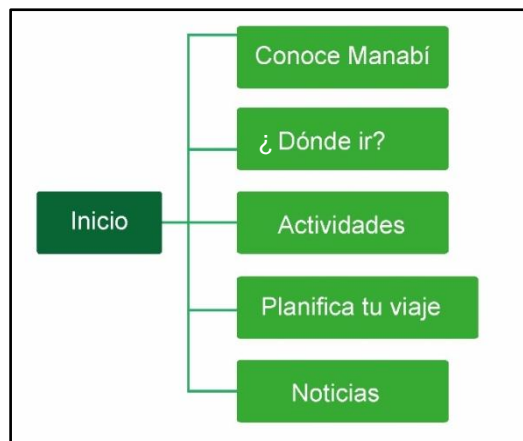


Figura 56 .Flujo de navegación inicial del portal web.

Fuente: Elaboración propia.



## Flujo de navegación de las secciones.

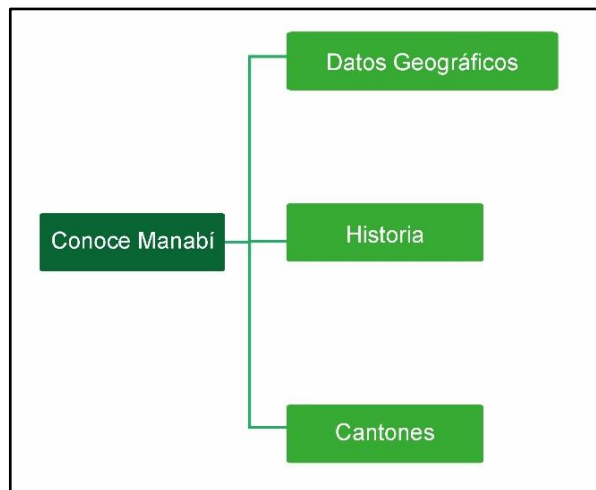


Figura 57. Flujo de navegación inicial de sección Conoce Manabí.

Fuente: Elaboración propia.

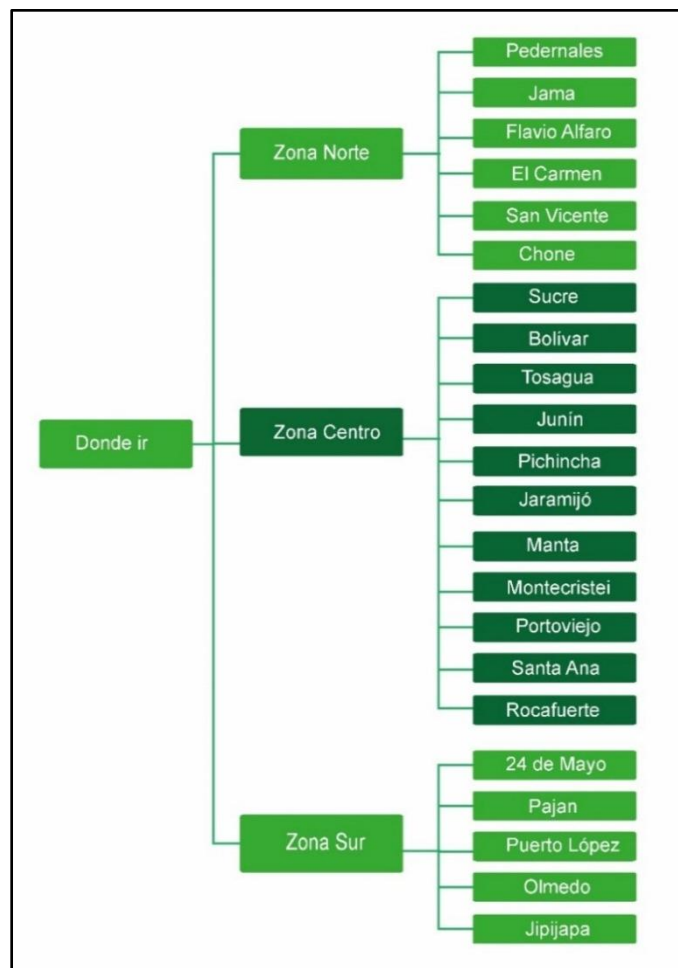


Figura 58. Flujo de navegación inicial de la sección Donde ir

Fuente: Elaboración propia

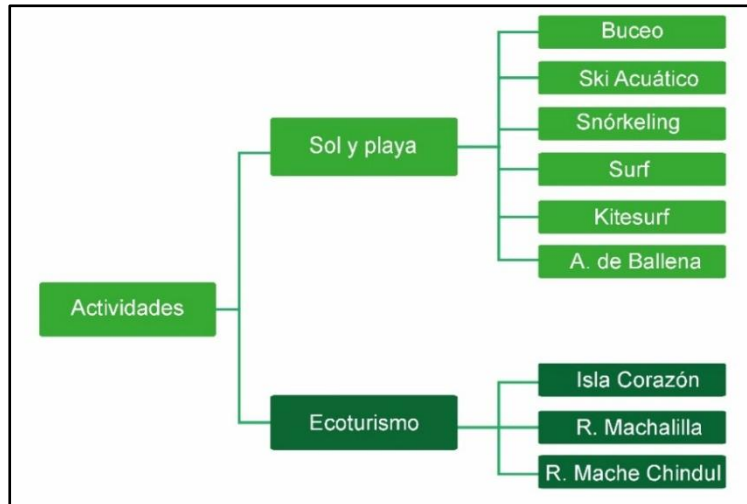


Figura 59. Flujo de navegación inicial de la sección Actividades

Fuente: Elaboración propia.

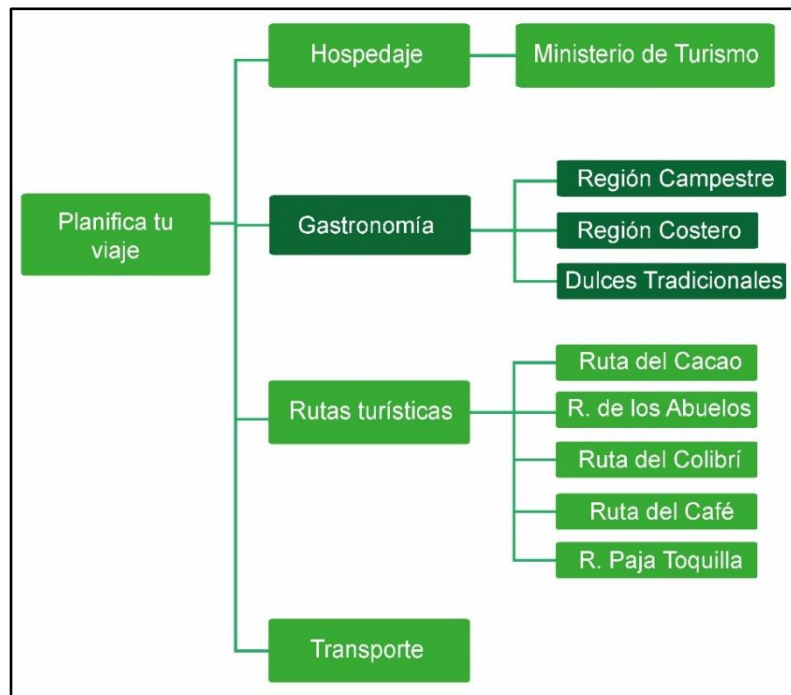


Figura 60. Flujo de navegación inicial de la sección Planifica tu viaje

Fuente: Elaboración propia.

## Tipografía

La tipografía utilizada para los encabezados de cada página es “Courgette” que según (Villegas, 2012) esta tipografía es ideal para acentuar títulos y que está dentro de las tendencias tipográficas 2016, es de tipo manuscrita lo que muestra personalización y dinamismo.

Sin olvidar la legibilidad, se usa 16px para el tamaño de la fuente en el contenido, y se considera el color de la letra para así crear un contraste con el fondo, la tipografía para las variables del menú y el texto de los contenidos de cada sección es “Roboto” que es óptima para la web e interfaces móviles, y tiene una excelente legibilidad. Está disponible para su descarga a través de Google Fonts. De tal forma que permite optimizar la velocidad de carga de la página.

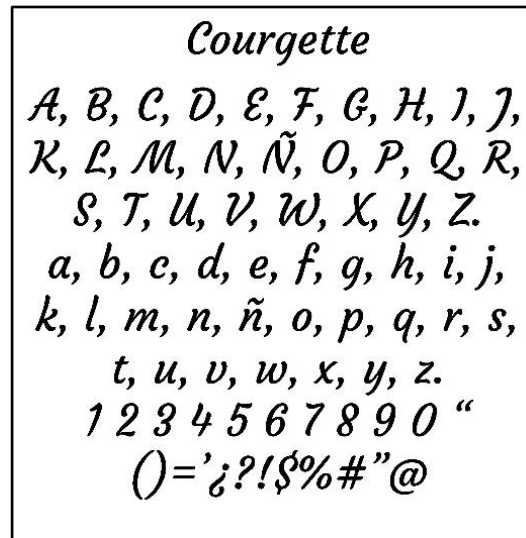


Figura 61. Tipografía inicial para Encabezados

Fuente: Elaboración propia.

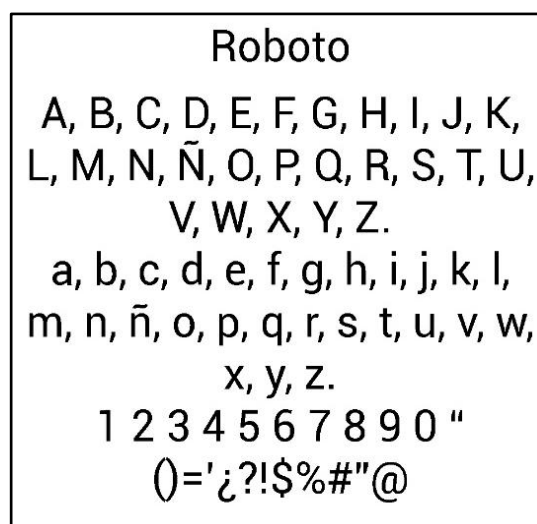
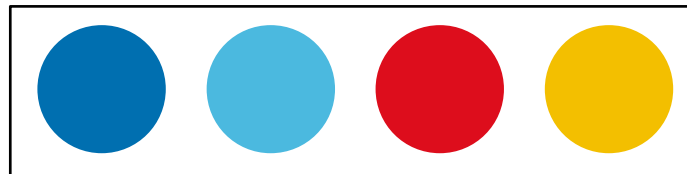


Figura 62. Tipografía inicial para el portal.

Fuente: Elaboración propia.

## Colores

La paleta de colores utilizada para elaborar las artes iniciales fueron los colores del logotipo “Ven a Manabí...te espero”, donde el color principal del portal es el color cyan que según (Dupont, 2004) evoca el mar, agua y está relacionado con la actividad de viajar, inspira relajación y fantasía.



*Figura 63.* Cromática inicial para el portal.

Fuente: Elaboración propia.

## Fotografía

Actualmente la fotografía es inseparable del turismo. Una fotografía bien concebida es capaz de mostrar referencialmente el clima, el relieve, vegetación y todo lo que tiene que ver con la geografía turística de un lugar específico. (Marinus, 2010)

Se consideran dos la fotografía paisajista y la de vida cotidiana que se enfocan en el uso de dos tipos de planos, plano general o panorámico, que es una toma abierta que recoge un campo visual y cuya finalidad estética principal es describir el espacio físico y geográfico; el otro plano es el conjunto en el que los personajes están cerca por lo tanto se los puede distinguir como un grupo de personas determinados. (Patiño C. , 2015)

Las fotografías serán tomadas con una cámara profesional Nikon D3100, además se retocarán las fotografías en Adobe Photoshop CC para mejorar la calidad de las imágenes en cuanto a brillo, contraste, tonos, saturación, luminosidad y balances de color.

## Posibles Interfaces Del Portal Web



Figura 64. Página principal del portal

Fuente: Elaboración propia.

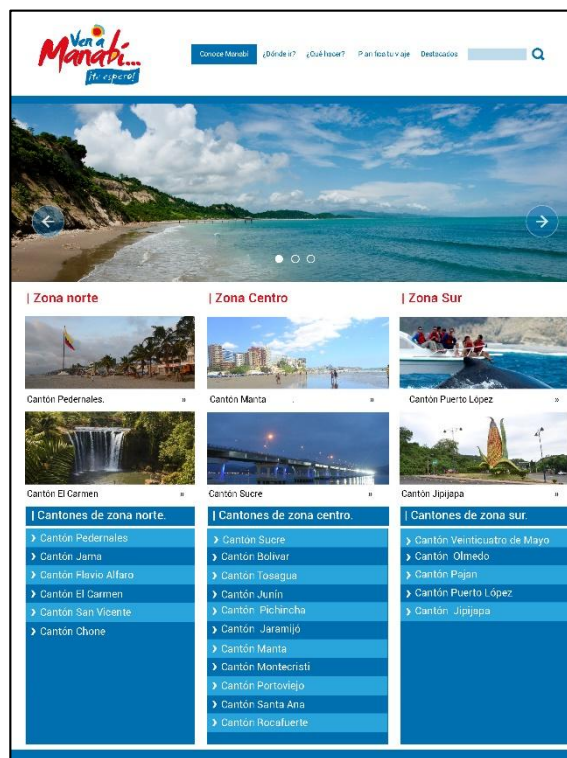


Figura 65. Sección Conoce Manabí.

Fuente: Elaboración propia.

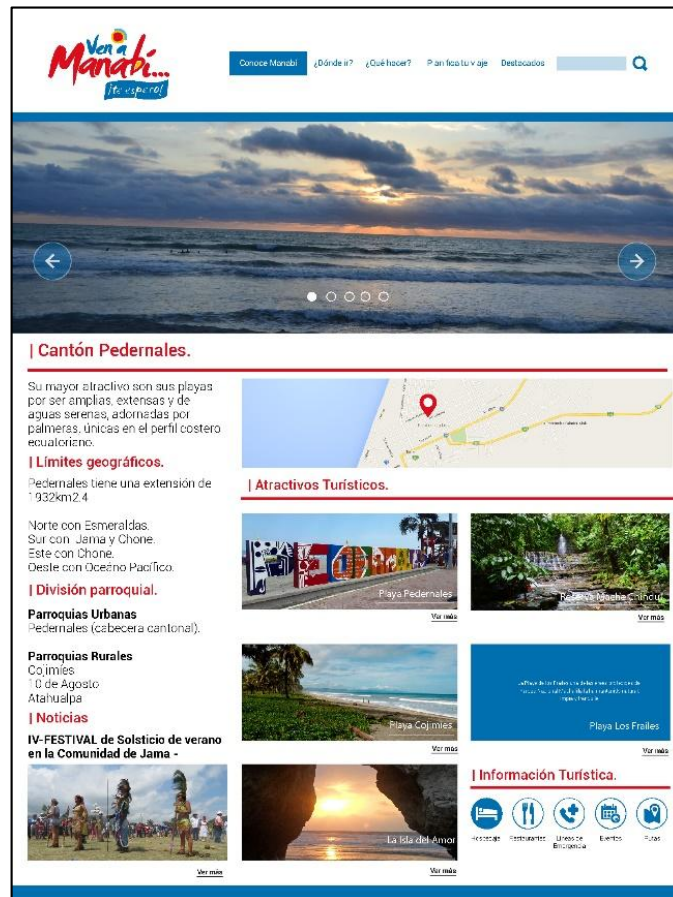


Figura 66. Sección interna de cada cantón.

Fuente: Elaboración propia.

### 3.5. Desarrollo de línea gráfica definitiva.

#### Descripción del Portal Web.

Este portal web es de carácter informativo turístico, y se incluyó información relevante de lugares o zonas turísticas activas de la provincia de Manabí, lugares turísticos más sobresalientes de cada cantón distribuidos por zonas; también se integró las actividades deportivas y recreativas que se pueden realizar dentro de la provincia además de una sección con información sobre los hoteles operativos y gastronomía propia de Manabí.

Dentro del portal web se incorporó la sección de noticias que permitirá al usuario estar informado sobre actos, eventos o actividades de cualquier índole que el GAD Provincial se encuentre realizando.

### **Objetivo del portal web.**

El objetivo del portal web es integrar la información y así promover la reactivación turística de la Provincia de Manabí, particularmente de las zonas turísticas afectadas por el terremoto.

### **Público objetivo del portal web.**

De acuerdo a la Cámara de Turismo de Manabí, 600 mil turistas llegan cada año a la provincia de Manabí, lo que la coloca como la cuarta provincia más visitada del Ecuador.

De estos 600 turistas se destacan los siguientes aspectos, la mayoría de visitantes son personas adultas, cuyas edades están comprendidas entre los 25 y 50 años, de clase social media alta, que gustan de la aventura, conocer y aprender de otras culturas, artesanías, gastronomía y gente, que buscan realizar actividades diversas, y tener experiencias nuevas.

### **Nombre del dominio**

Un dominio es un nombre único en la web, y es la dirección que se escribe en los navegadores cuando queremos acceder a algún sitio en internet. (Camazón, 2010)

El nombre del dominio para el portal web se lo determinó bajo la Campaña “*Ven a Manabí...te espero*”, para así generar facilidad de búsqueda dentro de los navegadores. La forma de dominio que se eligió para el portal web es **.com** y de acuerdo a esto el portal queda definido como: [www.venamanabi.com](http://www.venamanabi.com)

### **Dimensiones del portal web.**

Las dimensiones finales del portal web en otorgar al sitio la resolución correcta, para ellos se fija en una resolución maximizada en 1024 pixeles por 768 pixeles que en la actualidad es el más usado y es la resolución mínima de un monitor. (Eslava, 2012)

## Retícula.

En la diagramación final del portal web se utilizarán cuatro retículas jerárquicas para las diferentes secciones del portal web, esto nos permite organizar los elementos, otorgarles más frescura y dinamismo a la página.

De igual forma las retículas base están dadas bajo la retícula 960 Grid System, que según Ruíz, (2014), es la más estándar para el diseño web y ofrece mayores posibilidades para la organización del contenido. Cada propuesta de retícula está diseñada en tres columnas para poder organizar mejor el contenido, además que cumplen principios de usabilidad, jerarquía y funcionalidad. Bouchereau, (2015)



*Figura 67.* Retículas finales

Fuente: Elaboración propia.

## Flujo de navegación del portal web.

El flujo de navegación definitivo del portal web se basa en que todos los elementos permitan la navegación dentro de las diferentes secciones y páginas que lo componen, son parte fundamental para que el usuario encuentre lo que busca y obtenga una experiencia óptima de navegación. (Vega, 2014)



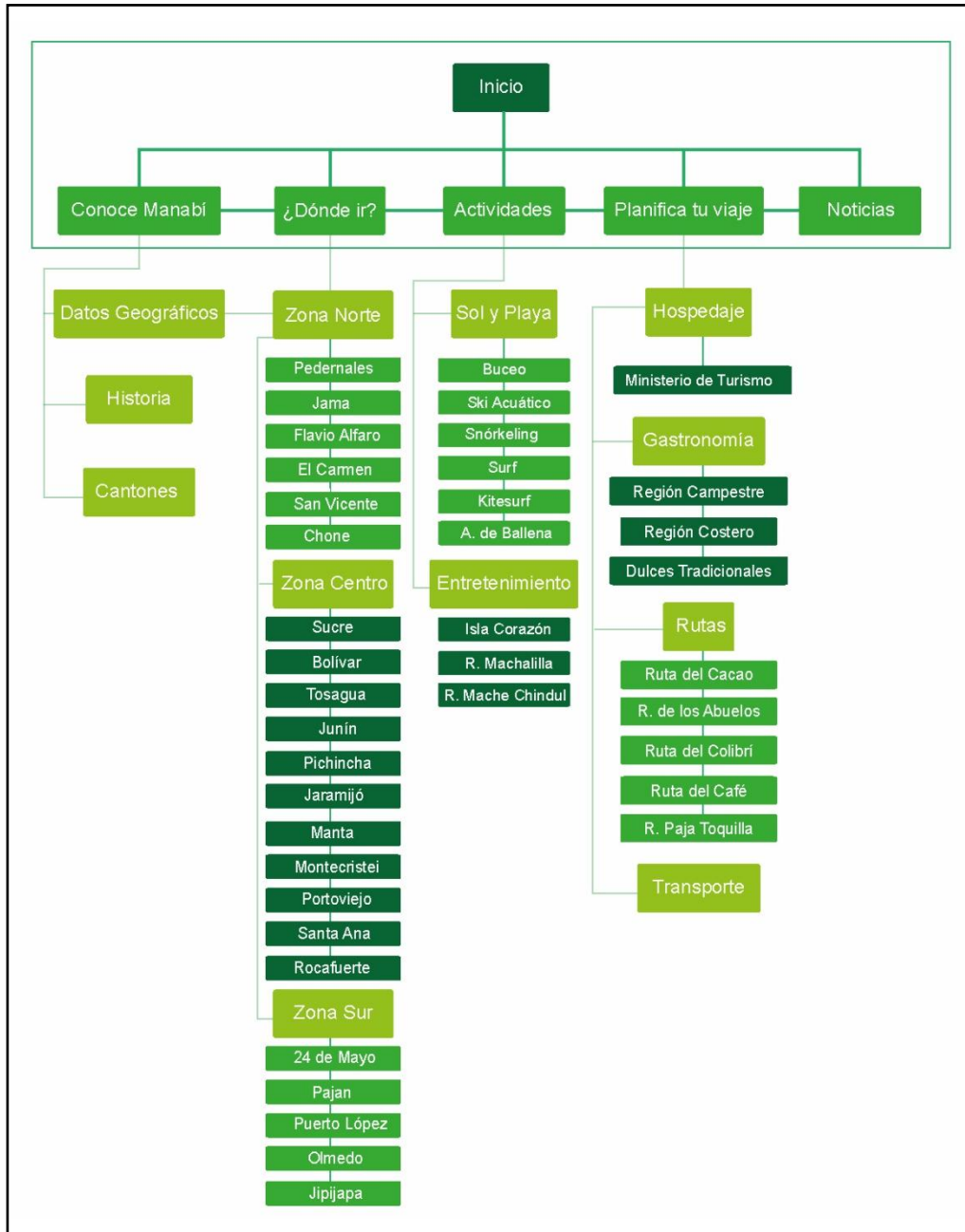


Figura 68. Flujo de navegación definitivo

Fuente: Elaboración propia

### Tipografía.

La tipografía definitiva para el contenido del portal web es “Roboto”, esto para las variables del menú y el texto de los contenidos de cada sección. Esta tipografía San Serif es óptima para la web e interfaces móviles, y tiene una excelente legibilidad y está disponible para su descarga a través de Google Fonts. El tamaño definido para el contenido del portal web es de 14 pixeles.

Para los encabezados de cada página la tipografía definitiva es “Courgette” que según (Villegas, 2012) esta tipografía es ideal para acentuar títulos que tiene tamaño de 45 pixeles.

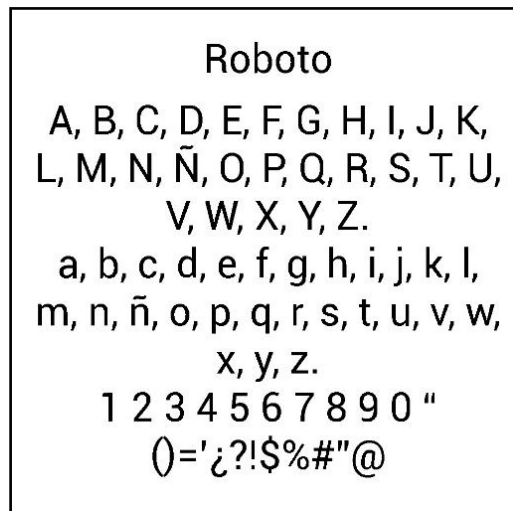


Figura 69. Tipografía definitiva para el contenido del portal.

Fuente: Elaboración propia.

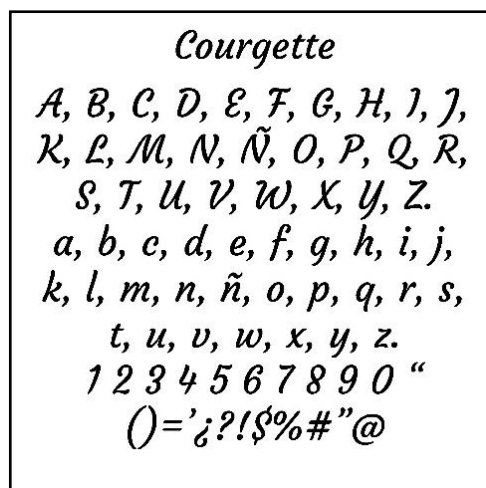


Figura 70. Tipografía definitiva para encabezados en el portal.

Fuente: Elaboración propia.

## Colores

La paleta de colores finales utilizados en el portal web son los siguientes: cyan, amarillo, rojo y gris.

Cyan: Representa el azul de los mares en la zona costera de la provincia de Manabí.

Amarillo: Entusiasmo y juventud; se relaciona con el sol y la luz.

Rojo: Representa la sangre generosa derramada en las gestas libertarias y reformistas del General Eloy Alfaro.

Gris: En las fuentes ya que no tiene tanto impacto como el color negro, por lo que es más legible.

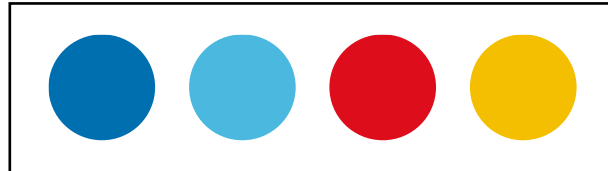


Figura 71. Cromática final

Fuente: Elaboración propia.

### Valores de color hexadecimal





|   |  |  |                               |
|---|--|--|-------------------------------|
|  | <b>C</b> 0<br><b>M</b> 100<br><b>Y</b> 100<br><b>K</b> 0 | <b>R</b> 227<br><b>G</b> 5<br><b>B</b> 191 | <b>Hexadecimal</b><br>#E30513 |
|  | <b>C</b> 95<br><b>M</b> 47<br><b>Y</b> 2<br><b>K</b> 0   | <b>R</b> 0<br><b>G</b> 111<br><b>B</b> 182 | <b>Hexadecimal</b><br>#006FB6 |
|  | <b>C</b> 2<br><b>M</b> 23<br><b>Y</b> 96<br><b>K</b> 0   | <b>R</b> 250<br><b>G</b> 197<br><b>B</b> 0 | <b>Hexadecimal</b><br>#FAC500 |
|  | <b>C</b> 100<br><b>M</b> 0<br><b>Y</b> 0<br><b>K</b> 0   | <b>R</b> 0<br><b>G</b> 158<br><b>B</b> 227 | <b>Hexadecimal</b><br>#009EE3 |

Figura 72 Cromática final valor hexadecimal

Fuente: Elaboración propia.

### Fotografía.

Cuando se diseña un portal web es importante tener en cuenta el tamaño del sitio para poder determinar el tamaño correcto de las imágenes.

El tamaño definido para las fotografías del slider es de 1900 x 592 pixeles. Esto con el afán de utilizar la técnica de imágenes tipo paisajista que usa un plano panorámico, ya que una toma abierta que recoge un campo visual más amplio y cuya finalidad estética principal es describir el espacio físico y geográfico.

Para las imágenes de las paginas internas del portal se defina una medida estándar de 300x150 pixeles y para los banners internos se define una medida de 1140x250 pixeles.

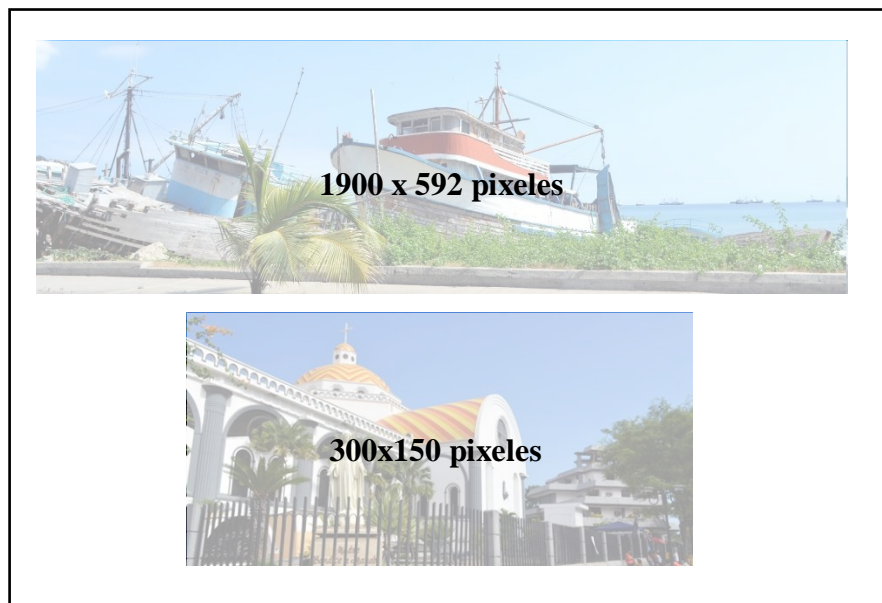


Figura 73 Dimensiones de fotografías para portal web.

Fuente: Elaboración propia.

### **Estructura definitiva del portal web.**

**Encabezado** que contiene la barra de navegación de menú principal que establece la entrada al prototipo de servicios dinámicos e informativos del portal web, es menú dinámico que a su vez contiene cinco botones visibles que conecta a las secciones de sitio, este menú es desarrollado bajo el criterio de diseño de menú fijo, que está dentro de las tendencias para el diseño web del 2016.

También contiene la barra de búsqueda que permite al usuario encontrar contenidos específicos de una forma más orgánica, y el menú principal se encuentra en la parte superior del portal web. Además de estos elementos, en la parte superior derecha también se colocó el logotipo del portal web que corresponde a la campaña turística “Ven a Manabí..te espero”.



Figura 74. Encabezado definitivo del portal web

Fuente: Elaboración propia.

**El Slider** de imágenes representativas sobre turismo. Un Slider es una forma de transición efectiva en las imágenes de un sitio web; esta tendencia muestra el contenido destacado de la página de forma rápida al usuario, provocando una captación visual eficaz del visitante y enganche del usuario en el portal. (Aubry, 2015)

Dentro del Slider es importante hacer uso de etiquetas de texto descriptivo y significativo para la navegación, ya que esto incentiva a que el usuario haga clic en las flechas para ver el siguiente contenido de imágenes. (Aubry, 2015)



Figura 75. Encabezado definitivo del portal web

Fuente: Elaboración propia.

**Cuerpo de la página principal** contiene la información más destacada del portal, contiene las tres secciones con el fin de que el usuario se interese y continúe la navegación. También contiene las noticias relevantes sobre la provincia, eventos, programas o reseñas.

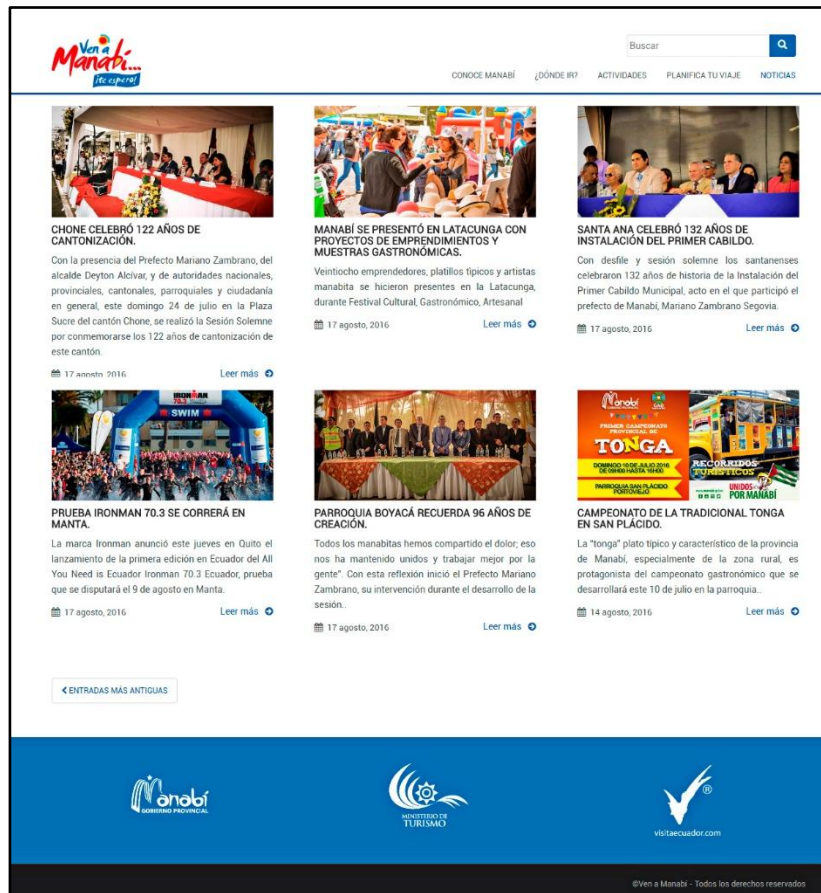


Figura 76. Cuerpo de página definitivo del portal web

Fuente: Elaboración propia.

**Footer o pie de página:** Dentro del footer se colocaron tres logotipos y el copyright, uno de los logotipos corresponde al Gobierno Provincial de Manabí, y los otros son logos de entidades relacionadas con el sector turísticos que son el Ministerio de Turismo del Ecuador y Visita Ecuador.



Figura 77. Footer definitivo del portal web

Fuente: Elaboración propia.

## Sección Conoce Manabí

Se consideró una nueva distribución de los elementos dentro la sección porque se quería ofrecer al usuario un diseño simple, y en el que los protagonistas sean las fotografías y el texto informativo turístico.

Esta sección permite al usuario encontrar en primera instancia información sobre los datos geográficos, clima e hidrografía de la provincia. Además de esto puede encontrarla historia, creación formal de la provincia, culturas precolombinas que habitaban la provincia hace 4.00 a.C. y una reseña sobre la conquista española. Un punto clave dentro de esta sección es los cantones, que se los divide por zonas y ofrece al usuario el poder redirigirse al GAD Cantonal de listados de cantones. Además se incorpora un mapa de la provincia de Manabí.

**Conoce Manabí**

Manabí, tierra de encanto, llena de pasión y belleza. Sus hermosas playas, infraestructura hotelera e inmobiliaria no solo son el imán de los turistas nacionales, también son de los extranjeros que llegan en importantes buques cruceros. Su fama viene por la amabilidad de su gente.

Las áreas más atractivas se localizan en Manta, y sus playas, el Murciélagos y Tarquí; Crucita; más al norte están: San Vicente, San Clemente, Canoa, Pedernales, Cojimies, y al sur Puerto Cayo, Puerto López, el Parque Nacional Machalilla y la famosa Isla de la Plata.

**DATOS GEOGRÁFICOS**    **HISTORIA**    **CANTONES**

La provincia de Manabí limita al norte con la provincia de Esmeraldas, al sur con las provincias de Santa Elena y Guayas, al este con las provincias de Guayas, Los Ríos y Santo Domingo de los Tsáchilas, y al oeste con el Océano Pacífico.

Manabí tiene aproximadamente 350 km de costa marítima, con importantes accidentes geográficos como la bahía de Cojimies, punta Jama, el cabo Pasado, la bahía de Caráquez, la bahía de Manta, punta de Jaramijó, el cabo de San José, el cabo San Lorenzo, la ensenada de Cayo y las islas de La Plata y Salango.

Importantes descubrimientos arqueológicos ubican en la zona de Por la belleza de sus playas éstas son muy visitadas por turistas de todas partes del país, y los balnearios de Pedernales, Bahía de Caráquez, San Jacinto, Crucita y Manta se han convertido en centros vacacionales, en los que existen cómodas y amplias instalaciones hoteleras.

**Clima**

El Clima oscila subtropical seco a tropical húmedo. La estación invernal que se inicia a principios de diciembre y concluye en mayo es calurosa debido a la influencia de la corriente cálida del Niño.

El verano que va de junio a diciembre es menos caluroso y está influenciado por la corriente fría de Humboldt. La temperatura no es uniforme en toda la provincia, la temperatura media en Portoviejo, la capital, es de 25°C y en la ciudad puerto, Manta, de 23.80

Es bastante equilibrado, con temperaturas que alcanzan 25°C, aunque tienen máximas relativas que pueden llegar a 36°C. Existe una zona con clima tropical sabana hacia la costa y otra de tropical monzón.

**Hidrografía**

Las regiones del norte que comprende los cantones Sucre, Chone y Bolívar, están bañadas por un sistema fluvial importante que fertiliza estas tierras. El río Quinde que pertenece a la vertiente del río Esmeraldas nace al noroeste del cantón Chone, continúa hacia el oriente y el norte y recibe las aguas de varios ríos, los más importantes son el Píojo y el Mongoya. El río más importante por su caudal es el río Chone que nace en las faldas occidentales de la cordillera de Balzar y desemboca en Bahía de Caráquez. Sus principales afluentes son: por la margen derecha los ríos Mosquito, Garrapata, San Lorenzo y por la margen izquierda: el Tosagua, con sus afluentes: Canuto y Calceta. La cuenca que riegan estos ríos es una de las más importantes y fértiles de la provincia. Otros ríos importantes son: Jama, que nace en los cerros de su nombre y su principal tributario, el río Mariano.

©Ven a Manabí - Todos los derechos reservados

Figura 78. Sección Conoce Manabí

Fuente: Elaboración propia.

## Sección ¿Dónde ir?

En esta unidad se usa la división de los cantones por zonas. Se utilizó una retícula diferente a otra sección para dar protagonismo a la fotografía del principal atractivo turístico de cada cantón, cuando el usuario desee conocer más sobre un cantón mediante el nombre puede dirigirse a una página, donde se describen las características geográficas propias del cantón, su división parroquial y atractivos turísticos más representativos, también se incorpora un mapa para que el usuario pueda navegar en él y conocer carreteras o lugares de servicio que se encuentren dentro de ese cantón.

The screenshot shows the '¿Dónde ir?' section of the 'Ven a Manabi' website. At the top left is the logo 'Ven a Manabi... ¡te esperamos!'. To the right is a search bar with the text 'Buscar' and a magnifying glass icon. Below the search bar are navigation links: 'CONOCE MANABÍ', '¿DÓNDE IR?', 'ACTIVIDADES', 'PLANIFICA TU VIAJE', and 'NOTICIAS'. The main title '¿Dónde ir?' is centered in a blue, stylized font. Below the title is a paragraph of text: 'En Manabi existen hermosos sitios llenos de encantos paradisíacos, cada cantón posee diversos lugares turísticos, en donde convergen la belleza de los paisajes y la hospitalidad de la gente que brindan a los turistas las mejores experiencias. Descubre que lugares visitar en Manabi, y disfruta de la provincia más privilegiada de la costa del Ecuador, donde podrás respirar aire puro y adentrarse en la naturaleza.' Below this text is a large landscape photograph showing a road winding through a coastal area with a beach and waves. Underneath the photo are three tabs: 'ZONA NORTE', 'ZONA CENTRO', and 'ZONA SUR'. Below the tabs is a grid of six cantón cards, each with a representative image and the cantón name: 'Cantón Pedernales', 'Cantón El Carmen', 'Cantón Jama', 'Cantón Flavio Alfaro', 'Cantón San Vicente', and 'Cantón Chone'. The footer of the page is a blue bar containing three logos: 'Manabi GOBIERNO PROVINCIAL', 'MINISTERIO DE TURISMO', and 'visitecuador.com'. At the bottom right of the footer is the text '©Ven a Manabi - Todos los derechos reservados'.

Figura 79 Sección ¿Dónde ir?

Fuente: Elaboración propia.



## Sección Actividades.

Esta sección está dividida en secciones en dos partes que son: sol y playa, ecoturismo. Cada subsección contiene la descripción de las principales actividades, dentro de la sección sol y playa se encuentran 6 actividades que son: buceo, ski acuático, snorkeling, surf, kitesurf y avistamiento de ballenas. En ecoturismo encontramos el recorrido en Isla Corazón, Visita a la Reserva Nacional Machalilla y Mache Chindul. El contenido que se ofrece es una breve reseña de las actividades que se ofertan dentro de la provincia de Manabí.

**Actividades**

Manabí ofrece al turista nacional y extranjero diversas actividades como la práctica de deportes acuáticos extremos y recreacionales, ecoturismo, bares, mercados de artesanías y dulces. En Manabí puedes vivir emociones inolvidables realizando muchos deportes acuáticos extremos, camping, caminata, parapente, surf.

En Manabí puedes vivir emociones inolvidables realizando muchos deportes acuáticos extremos, camping, caminata, parapente, surf.

SOL Y PLAYA ▾ ECOTURISMO ▾

**Recorrido en Isla Corazón**

El refugio de vida silvestre Isla Corazón y Fragatas es una reserva natural que protege dos islas la Isla Corazón y la Isla del Sol. Está ubicado en el estuario del río Chone cercano a las ciudades de San Vicente y Bahía de Caráquez. El turismo en esta área es dirigido por agencias de turismo acreditadas permiten el desarrollo del ecoturismo y creando gran beneficio a los anfitriones y visitantes.

La manera de conocer la isla es por vía acuática en lanchas rápidas de motor y una parte en canoa.

El clima de la Isla oscila entre los 25°C – 30°C durante todo el año, su precipitación anual es menor a 500 mm.

**Reserva Nacional Machalilla**

El Parque es un verdadero museo natural de la historia precolombina del Ecuador y Sudamérica. Para varios investigadores los bosques secos son de mayor importancia del mundo por su alto grado de endemismo.

Es un área de reserva ecológica y arqueológica de gran importancia. Su encanto está en la combinación de desierto, las áreas bajas del parque son secas y semidesérticas, presentan hermosos paisajes, playas, bahías y acantilados. Cuenta con una infinita gama de especies marinas y terrestres.

Está ubicado al suroeste de la provincia de Manabí, en los cantones de Jipijapa, Puerto López y Montecristi.

**Reserva Mache Chindul**

La Reserva Ecológica Mache-Chindul contiene uno de los últimos remanentes de bosque muy húmedo tropical de la Costa ecuatoriana, caracterizado por su altísima biodiversidad y sorprendentes niveles de endemismo. Es el hogar de las etnias ancestrales como Chachis, como la de San Salvador y negras como en El Gallo, Tigriño, Agua Clara y Tigua. Se encuentra ubicada en la Provincia de Manabí (Cojimies) compartida con Esmeraldas.

El territorio de la Reserva, ha sido ancestralmente el hogar de las etnias Chachis, como la de San Salvador y negras como en El Gallo, Tigriño, Agua Clara y Tigua.

anabí GOBIERNO PROVINCIAL

MINISTERIO DE TURISMO

visitaecuador.com

© Ven a Manabí - Todos los derechos reservados

Figura 80. Sección Actividades

Fuente: Elaboración propia.

## Sección Planifica tu viaje.

Esta es una de las secciones primordiales del portal web, ya que contiene información de los hoteles operativos dentro de la provincia, esta información es tomada de la página web oficial del Ministerio del turismo. También dentro de la sección se encuentra un apartado de gastronomía que se subdivide en platos típicos costeros, campestres y dulces tradicionales. Además del servicio hotelero y la gastronomía Manabí se caracteriza por las rutas turísticas que ofrece, las principales son: ruta del cacao, de los abuelos, colibrí, café y paja toquilla.

The screenshot shows the 'Planifica tu viaje' section of the 'Ven a Manabí' website. At the top, there is a search bar and a navigation menu with links for 'CONOCE MANABÍ', '¿DÓNDE IR?', 'ACTIVIDADES', 'PLANIFICA TU VIAJE', and 'NOTICIAS'. The main heading is 'Planifica tu viaje'. Below this, there is a paragraph of text and a large image of a coastal resort. A navigation menu below the image highlights 'GASTRONOMIA'. The section is titled 'Platos típicos del perfil costero' and displays a grid of nine dishes: Camarones al ajillo, Camotillo frito, Espagueti marinero, Arroz marinero, Encebollado de pescado, Viche manaba, Bollo de chancho, Menestra de habichuela, and Picante de atún con yuca. At the bottom, there are logos for 'Manabí GOBIERNO PROVINCIAL', 'MINISTERIO DE TURISMO', and 'visitaecuador.com', along with a copyright notice: '©Ven a Manabí - Todos los derechos reservados'.

Figura 81. Sección Planifica tu viaje

Fuente: Elaboración propia.

## Sección Noticias.

Esta sección pretende que el usuario conozca las últimas novedades, eventos o actividades que se han realizado o están próximas a efectuarse en la provincia. Esta unidad contiene el titular de la noticia que a su vez es un enlace que permite acceder a la información completa además contiene una fotografía destacada.

**CHONE CELEBRÓ 122 AÑOS DE CANTONIZACIÓN.**  
Con la presencia del Prefecto Mariano Zambrano, del alcalde Deyton Alcívar, y de autoridades nacionales, provinciales, cantonales, parroquiales y ciudadanía en general, este domingo 24 de julio en la Plaza Sucre del cantón Chone, se realizó la Sesión Solemne por conmemorarse los 122 años de cantonización de este cantón.  
17 agosto, 2016 Leer más

**MANABÍ SE PRESENTÓ EN LATACUNGA CON PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTOS Y MUESTRAS GASTRONÓMICAS.**  
Veintiocho emprendedores, platillos típicos y artistas manabita se hicieron presentes en la Latacunga, durante Festival Cultural, Gastronómico, Artesanal  
17 agosto, 2016 Leer más

**SANTA ANA CELEBRÓ 132 AÑOS DE INSTALACIÓN DEL PRIMER CABILDO.**  
Con desfile y sesión solemne los santanenses celebraron 132 años de historia de la Instalación del Primer Cabildo Municipal, acto en el que participó el prefecto de Manabí, Mariano Zambrano Segovia.  
17 agosto, 2016 Leer más

**PRUEBA IRONMAN 70.3 SE CORRERÁ EN MANTA.**  
La marca Ironman anunció este jueves en Quito el lanzamiento de la primera edición en Ecuador del All You Need is Ecuador Ironman 70.3 Ecuador, prueba que se disputará el 9 de agosto en Manta.  
17 agosto, 2016 Leer más

**PARROQUIA BOYACÁ RECUERDA 96 AÑOS DE CREACIÓN.**  
Todos los manabitas hemos compartido el dolor, eso nos ha mantenido unidos y trabajar mejor por la gente". Con esta reflexión inició el Prefecto Mariano Zambrano, su intervención durante el desarrollo de la sesión..  
17 agosto, 2016 Leer más

**CAMPEONATO DE LA TRADICIONAL TONGA EN SAN PLÁCIDO.**  
La "tonga" plato típico y característico de la provincia de Manabí, especialmente de la zona rural, es protagonista del campeonato gastronómico que se desarrollará este 10 de julio en la parroquia..  
14 agosto, 2016 Leer más

ENTRADAS MÁS ANTIGUAS

Manabí GOBIERNO PROVINCIAL  
MINISTERIO DE TURISMO  
visitaecuador.com  
© Ven a Manabí - Todos los derechos reservados

Figura 82. Sección Noticias

Fuente: Elaboración propia.

### 3.6. Arte final de las piezas gráficas

**Manabi**  
¡te esperamos!

CONOCE MANABÍ ¿DÓNDE IR? ACTIVIDADES PLANIFICA TU VIAJE NOTICIAS

Buscar

## Ven y conoce Manabi

Ven y conoce Manabi la provincia que lo tiene todo. Conoce sus hermosas playas y cascadas. Disfruta su sabrosa gastronomía, deportes extremos y los mejores dulces de Rocafuerte.

conoce más

### Conoce Manabi

Manabi posee grandes atractivos turisticos únicos en la costa ecuatoriana, es la provincia preferida por turistas nacionales y extranjeros para degustar platos únicos, y practicar diversas actividades deportivas y recreativas.



Leer más

### ¿Dónde ir?

En Manabi existen hermosos sitios llenos de encantos paradisiacos en donde convergen la belleza de los paisajes y la hospitalidad de la gente que bridan a los turistas las mejores experiencias.



Leer más

### Actividades

Manabi ofrece al turista nacional y extranjero diversas actividades como la práctica de deportes acuáticos extremos y recreacionales, ecoturismo, bares, mercados de artesanías y dulces.



Leer más

### Últimas noticias

#### FESTIVAL "UNIDOS POR MANABI" SE PRESENTA A MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE COTOPAXI

Manabi se promocionará este domingo 31 de julio en Latacunga, capital de la provincia de Cotopaxi, a través del festival "Unidos por Manabi" en el que se exhibirán muestras de la capacidad productiva, turistica y cultural de la provincia.

27 Julio - 2016 Leer más

#### PARROQUIA BOYACÁ RECUERDA 96 AÑOS DE CREACIÓN

Todos los manabitas hemos compartido el dolor; eso nos ha mantenido unidos y trabajar mejor por la gente". Con esta reflexión inició el Prefecto Mariano Zambrano, su intervención durante el desarrollo de la sesión solemne conmemorativa de los 96 años de creación de la parroquia Boyacá del cantón Chone.

27 Julio - 2016 Leer más

#### PRUEBA IRONMAN 70.3 SE CORRERÁ EN MANTA

La marca Ironman anunció este jueves en Quito el lanzamiento de la primera edición en Ecuador del All You Need is Ecuador Ironman 70.3 Ecuador, prueba que se disputará el 9 de agosto en Manta. Esta será la primera competencia de esta categoría que se desarrolla en el país.

27 Julio - 2016 Leer más

anabi GOBIERNO PROVINCIAL

MINISTERIO DE TURISMO

visitaecuador.com

Figura 83. Portada final

Fuente: Elaboración propia



CONOCE MANABÍ
¿DÓNDE IR?
ACTIVIDADES
PLANIFICA TU VIAJE
NOTICIAS

## Conoce Manabí

Manabí, tierra de encanto, llena de pasión y belleza. Sus hermosas playas, infraestructura hotelera e inmobiliaria no solo son el imán de los turistas nacionales, también son de los extranjeros que llegan en importantes buques cruceros. Su fama viene por la amabilidad de su gente.

Las áreas más atractivas se localizan en Manta, y sus playas, el Murciélago y Tarqui; Crucita; más al norte están: San Vicente, San Clemente, Canoa, Pedernales, Cojimies; y al sur Puerto Cayo, Puerto López, el Parque Nacional Machalilla y la famosa Isla de la Plata.



DATOS GEOGRÁFICOS
HISTORIA
CANTONES

---

La provincia de Manabí limita al norte con la provincia de Esmeraldas, al sur con las provincias de Santa Elena y Guayas, al este con las provincias de Guayas, Los Ríos y Santo Domingo de los Tsáchilas, y al oeste con el Océano Pacífico.

Manabí tiene aproximadamente 350 km de costa marítima, con importantes accidentes geográficos como la bahía de Cojimies, punta Jama, el cabo Pasado, la bahía de Caráquez, la bahía de Manta, punta de Jaramijó, el cabo de San José, el cabo San Lorenzo, la ensenada de Cayo y las islas de La Plata y Salango.

Importantes descubrimientos arqueológicos ubican en la zona de Por la belleza de sus playas éstas son muy visitadas por turistas de todas partes del país, y los balnearios de Pedernales, Bahía de Caráquez, San Jacinto, Crucita y Manta se han convertido en centros vacacionales, en los que existen cómodas y amplias instalaciones hoteleras.

### Clima

El Clima oscila subtropical seco a tropical húmedo. La estación invernal que ce inicia a principios de diciembre y concluye en mayo es calurosa debido a la influencia de la corriente cálida del Niño.

El verano que va de junio a diciembre es menos caluroso y está influenciado por la corriente fría de Humboldt. La temperatura no es uniforme en toda la provincia, la temperatura media en Portoviejo, la capital, es de 25°C y en la ciudad puerto, Manta, de 23,80

Es bastante equilibrado, con temperaturas que alcanzan 25°C, aunque tienen máximas relativas que pueden llegar a 36°C. Existe una zona con clima tropical sabana hacia la costa y otra de tropical monzón.



### Hidrografía



Las regiones del norte que comprende los cantones Sucre, Chone y Bolívar, están bañadas por un sistema fluvial importante que fertiliza estas tierras. El río Quininde que pertenece a la vertiente del río Esmeraldas nace al noroeste del cantón Chone, continúa hacia el oriente y el norte y recibe las aguas de varios ríos; los más importantes son el Piojito y el Mongoya. El río más importante por su caudal es el río Chone que nace en las faldas occidentales de la cordillera de Balzar y desemboca en Bahía de Caráquez. Sus principales afluentes son: por la margen derecha los ríos Mosquito, Garrapata, San Lorenzo y por la margen izquierda: el Tosagua, con sus afluentes: Canuto y Calceta. La cuenca que riegan estos ríos es una de las más importantes y fértiles de la provincia. Otros ríos importantes son: Jama, que nace en los cerros de su nombre y su principal tributario, el río Mariano.





©Ven a Manabí - Todos los derechos reservados

Figura 84. Sección Conoce Manabí

Fuente: Elaboración propia

[CONOCE MANABÍ](#)
[¿DÓNDE IR?](#)
[ACTIVIDADES](#)
[PLANIFICA TU VIAJE](#)
[NOTICIAS](#)

## ¿Dónde ir?

En Manabí existen hermosos sitios llenos de encantos paradisíacos, cada cantón posee diversos lugares turísticos, en donde convergen la belleza de los paisajes y la hospitalidad de la gente que brindan a los turistas las mejores experiencias.

Descubre que lugares visitar en Manabí, y disfruta de la provincia más privilegiada de la costa del Ecuador, donde podrás respirar aire puro y adentrarse en la naturaleza.

[ZONA NORTE](#)
[ZONA CENTRO](#)
[ZONA SUR](#)

**Cantón Pedernales** ↗

**Cantón El Carmen** ↗

**Cantón Jama** ↗

**Cantón Flavio Alfaro** ↗


**Cantón San Vicente** ↗

**Cantón Chone** ↗

©Ven a Manabí - Todos los derechos reservados


Figura 85. Sección ¿Dónde ir?

Fuente: Elaboración propia



[CONOCE MANABÍ](#)
[¿DÓNDE IR?](#)
[ACTIVIDADES](#)
[PLANIFICA TU VIAJE](#)
[NOTICIAS](#)

## Manta




Es el primer puerto turístico, marítimo y pesquero del Ecuador, donde cada año llegan decenas de cruceros. Tiene gran actividad de exportación e importación. Cuenta con un aeropuerto internacional. En las playas de Santa Marianita y San Mateo se practican deportes extremos. Su actividad nocturna es intensa. La ciudad de Manta está comunicada con todo el país por vía aérea, terrestre y marítima. Su aeropuerto internacional Eloy Alfaro, facilita el flujo constante de turistas y visitantes; por otro lado, las carreteras que la comunican con las más importantes ciudades del país y la provincia dan las debidas facilidades a la transportación.

**División Parroquial**

- Manta
- Los Esteros
- Tarqui
- San Lorenzo
- Santa Marianita


**Datos Geográficos**

Ampliar el mapa



### Atractivos Turísticos


**Playa El Murciélago**



Es una de las más visitadas de Manta, cuenta con el malecón escénico, compuesto por restaurantes, áreas para deportes recreacionales, mercados de artesanías, bares y otros lugares para la diversión y relajación. Cerca de esta playa están ubicados los principales bancos, hoteles y el área comercial de la ciudad.

Su nombre se debe a su forma parecida a un murciélago, con las alas desplegadas, es una playa muy concurrida, en el puerto de Manta, está adornada con el malecón escénico, los turistas la prefieren todo el año, y en épocas de fiestas carnavales.


**Playa San Mateo**



La Playa de San Mateo está ubicado a 20 minutos de la ciudad de Manta en la provincia de Manabí. Es una playa amplia de forma ligeramente curva, dando lugar a la formación de la bahía donde se encuentra el puerto marítimo. San Mateo es una aventura con sabor a mar, que ofrece cada año a los turistas nacionales y extranjeros la oportunidad de disfrutar unas vacaciones de playa diferentes.

Actualmente es uno de los rincones preferidos de quienes gustan de la tranquilidad y el sol a pleno.


**Playa San Lorenzo**



Ubicada a 32 kilómetros de la ciudad de Manta, pertenece a la parroquia rural de San Lorenzo, en la provincia de Manabí. San Lorenzo es reconocido por turistas nacionales y extranjeros por su tranquilidad y clima que lo han transformado en una opción para el turista que busca disfrutar de un lugar apartado de la ciudad. Posee temperatura media que oscila entre los 25° y los 29° C.

San Lorenzo es un lugar con un encanto natural, donde el visitante puede escuchar el murmullo del mar, rodeado de la singular belleza.


**Playa Piedra Larga**



Playa de Piedra Larga está ubicada a pocos minutos de la parroquia de San Mateo, en la provincia de Manabí. Tiene una extensión de 3 kilómetros y está rodeada de montañas con una vegetación seca. Es una hermosa y tranquila playa muy visitada por los lugareños, donde podrá descansar y relajarse.

Para los amantes de la naturaleza todo esto rodeado de un bosque tropical con exuberante flora como, palmeras y muchas otras maravillas más.


**Playa Los Esteros**



Se encuentra ubicada en el centro Norte de la ciudad, forjada de una gran historia evidenciada por sus valientes y trabajadores "Hombres del mar" o "Cholo pescador" ícono de la ciudad, se encuentran las Playas de Tarqui y Los Esteros la misma que se abre hacia el norte completamente despejado.




En esta playa podrá visitar el "Astillero" y poder observar la construcción de grandes embarcaciones para la pesca artesanal.

**Playa Santa Marianita**



Es una playa abierta, con el horizonte marítimo completamente despejado. En Playa Santa Marianita se puede disfrutar de sus cálidas aguas con la tranquilidad propia del sector aislado del bullicio de la urbe.

La playa de Santa Marianita tiene una extensión aproximada de 4 km. desde Punta Cangrejo a Punta Tarima. La temperatura media que oscila entre los 25° y los 29° C

©Ven a Manabí - Todos los derechos reservados

Figura 86. Sección Cantón Pernales

Fuente: Elaboración propia

## Planifica tu viaje

Tienes pensado visitar Manabí, entonces debes conocer todo lo que Manabí tiene para ofrecerte desde el listado de hoteles operativos, las mejores rutas turísticas con sus respectivos mapas y la exquisita gastronomía de cada región manabita.

Encuentra todo lo que necesitas para poder disfrutar de los mejores paisajes en la zona costera y la región campestre de la provincia, toda la información actualizada está aquí.

[HOSPEDAJE](#)[TRANSPORTE](#)[GASTRONOMÍA](#)[RUTAS](#)

### Ruta del Cacao:

#### Paseo con aroma típico

Oferta el agroturismo, turismo rural y de la naturaleza en los cantones Junín, Bolívar, Chone y Flavio Alfaro. El circuito del cacao muestra la cadena productiva desde la siembra, la cosecha hasta la transformación artesanal del chocolate que se hace en la Corporación Fortaleza del Valle, que también exporta el cacao fino y de aroma a Europa.

Aprender el proceso del cacao fino de aroma de A a Z, uno de los mejores del mundo. Descubrir el proceso de elaboración de la cerveza artesanal y degustar los diferentes tipos de cervezas. Saborear los platos típicos de Manabí.

Es una actividad deportiva sana, diferente y divertida. Esta actividad permite al turista ver la riqueza de biodiversidad en el mar, pueden observarse corales, distintas especies de animales, entre otros.



### Ruta de los Abuelos

#### Un recorrido tradicional.



Se puede disfrutar de la tradición oral y el ecoturismo. Abarca desde Santa Ana, las Guaijas, Río Caña, La Poza, La Finca hasta la represa de Poza Honda.

La Ruta ofrece un recorrido turístico ideal para los amantes de la naturaleza. El paseo inicia con un recorrido de 20 kilómetros en bicicleta, desde Santa Ana hasta Río Caña, donde se encuentra la Casa de los Abuelos, un impresionante caserón que perteneció a Ramón Antonio Pico, y que ha sido restaurado por el Instituto de Patrimonio Cultural.

### Ruta del Colibrí

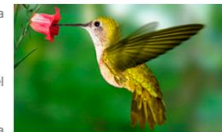
#### El pequeño vuelo del color

El circuito del colibrí en Puerto López se inicia en el bosque protector Ayampe, hasta la comuna El Pital. Es el hábitat de la Estrellita Esmeraldeña, que mide entre cinco y seis centímetros, de la cual se estima hay entre 500 y 1.000 individuos.

Se puede hacer el recorrido en bicicleta, para lo cual está abierta una trocha.

Este circuito nace en el cantón Puerto López, con 12 kilómetros de extensión desde el bosque protector de Ayampe para luego atravesar el recinto Quebrada Honda y desde allí ingresar al interior del Parque Nacional Machalilla.

Este recorrido permite conocer la variada flora y fauna en este bosque protector, con especies únicas como el colibrí denominado Estrellita Esmeraldeña, considerada la segunda ave más pequeña en el mundo.



### Ruta del Café

#### Con el olor de la mañana



La zona sur de Manabí se caracteriza por su producción de café, teniendo como eje de tal actividad el cantón Jipijapa.

El mayor atractivo de este cantón, conocido como la Sultana del Café, es su encanto natural e histórico, escondido tras sus montañas altas y bajas, a las que en tiempos prehispánicos llegaron los mayas dejando un legado cultural que se mantiene hasta la actualidad.

La primera fase de este circuito involucra la vía de 9 kilómetros desde Chade hasta Naranjal y Pisloy, camino en el cual se busca unir a las fincas productoras para motivar una mayor oferta turística.

Figura 87. Sección Planifica tu Viaje

Fuente: Elaboración propia



## Arte final de las piezas gráficas en diseño responsive.

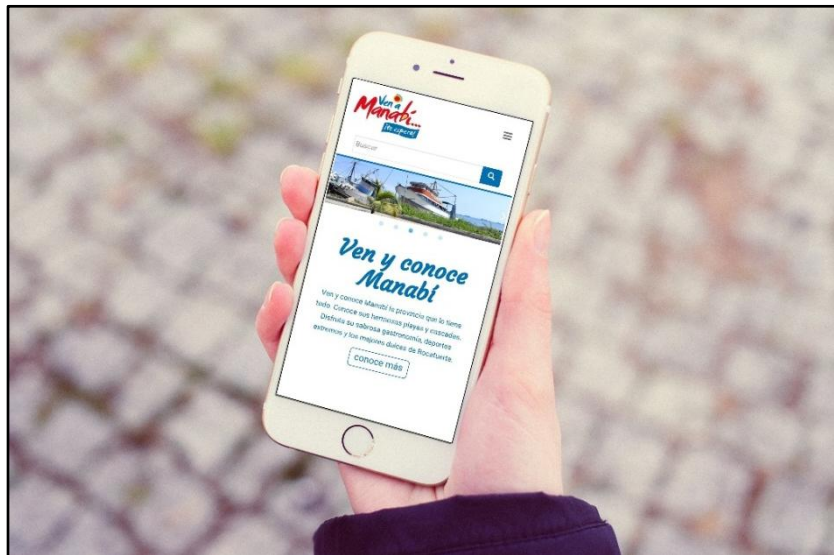


Figura 88. Mockup diseño responsive.

Fuente: Elaboración propia

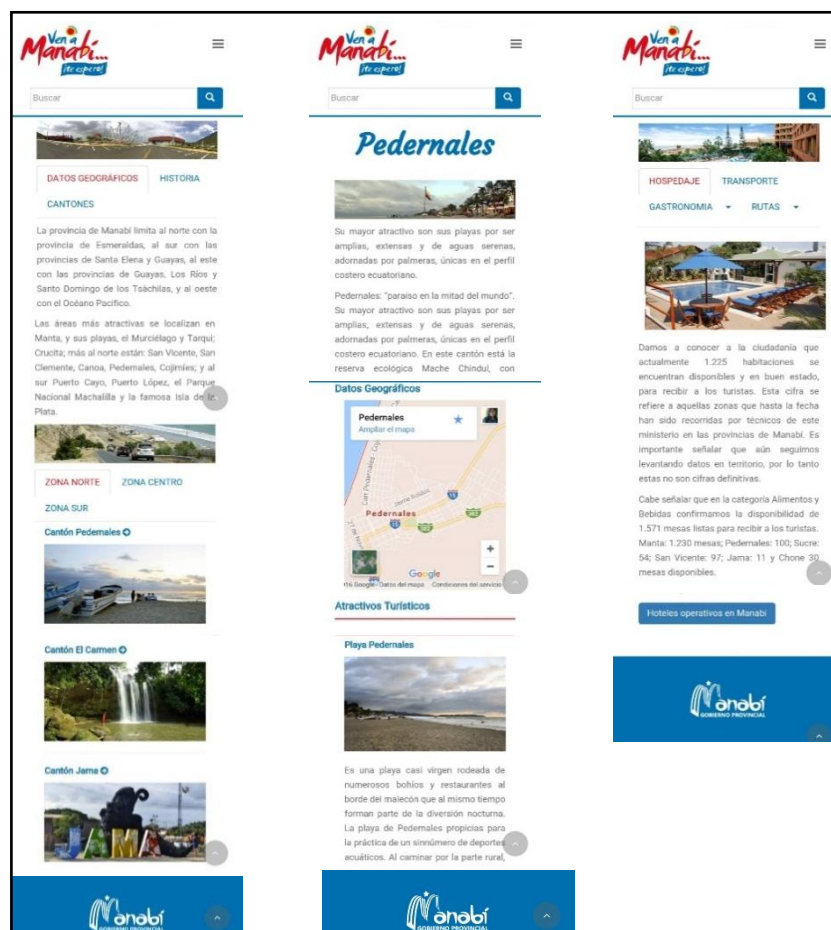


Figura 89. Portal web en Diseño Responsive

Fuente: Elaboración propia

### **3.7. Implementación y verificación de las piezas gráficas.**

Para la evaluación del arte final de las piezas gráficas se tomó en cuenta el criterio que indica (Torrente, 2011) que es necesario conocer la opinión de los posibles usuarios del sitio web y así conocer el grado de satisfacción que tienen y sus valoraciones sobre la parte gráfica.

De acuerdo a esto se desarrolló un cuestionario con seis preguntas, enfocadas en evaluar y establecer si al usuario le ayuda la información gráfica que se presenta en el portal y los parámetros de carga de la página en el navegador. La aplicación de este cuestionario fue a un grupo de diez personas que están dentro del perfil de usuario ya definido para el portal web.

Como resultados de las encuestas se obtuvo que la página si se carga de forma rápida lo que provee una mayor respuesta al sitio por parte de los usuarios. Dentro del segundo parámetro de evaluación se pide que el usuario navegue en el portal y califique el funcionamiento de los vínculos que existen, tabs, y links a sitios relacionados, de esto se pudo obtener que todo funcione de manera correcta y permite al usuario una navegación ininterrumpida.

Otro criterio fue el uso del menú fijo, para lo que se pidió que se dirijan a una página específica y luego se redirijan a la página principal, y todos los usuarios identificaron el menú principal en la parte superior y recurrieron a hacer clic en el logotipo que los llevaría a la página principal.

Dentro del parámetro de la parte gráfica se preguntó sobre los colores y fotografías usadas, donde los usuarios indicaron que si son muy adecuados ya que contrastan con el fondo blanco y las fotografías, además que son colores muy representativos para ellos por la asociación que tienen con la campaña Ven a Manabí..te espero que ellos ya conocen.

De manera general el diseño del portal fue muy bien recibido por los usuarios, y les parece dinámico y acorde al contexto del mismo.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez desarrollada la investigación se describen las siguientes conclusiones y recomendaciones como aportación final de este proyecto investigativo.

### Conclusiones

- El turismo en la provincia de Manabí, es un recurso que no se promociona de forma adecuada dentro de los medios digitales como el Internet.
- El realizar una promoción turística mediante el internet permite ampliar el universo, dar a conocer todos los lugares turísticos que Manabí ofrece y lograr una reactivación económica inmediata.
- El uso de la técnica de responsive design permite que la página tenga más oportunidades de posicionamiento, ya que abarca todo los dispositivos, tanto de escritorio como móvil o tablet. Además de que crea una experiencia diferente en el usuario.
- El estilo Flat design es el más adecuado dentro de este tipo de portales web, porque permite dar protagonismo a fotografías y contenidos.
- Dentro del sector turístico Manabita se concluye que las playas de la zona costera, son las que más deberían promocionarse, ya que la afluencia disminuyo debido al terremoto.

## Recomendaciones

- Se recomienda realizar una promoción del portal web en las redes sociales que posee el Gobierno Provincial de Manabí, acompañados de otras piezas gráficas de la campaña.
- Capacitar al personal del departamento de comunicaciones para que puedan actualizar constantemente el portal y así mantener contenido actualizado.
- A pesar que existe un perfil del turista definido en la provincia de Manabí, se recomienda realizar festivales o exposiciones en las provincias del Guayas, El Oro, Azuay para promociones el turismo y lograr una reactivación turística inmediata.
- Se recomienda utilizar una herramienta para analizar el tráfico del sitio web y poder conocer número de visitas, datos demográficos de los visitantes, y temas que más le interesaron todo con el fin de mejorar el posicionamiento del portal.
- Se recomienda que las técnicas usadas para el desarrollo del portal se mantenga y se implementen nuevas, para así lograr posicionarse entre las primeras búsquedas de los navegadores.

## BIBLIOGRAFÍA

- Arévalo, K. (2013). Investigación y análisis de la percepción de la imagen del Ecuador como destino turístico en los adultos jóvenes de Suiza. Cuenca, Azuay, Ecuador.
- Aubry, C. (2015). *WordPress, Diseño y personalización de temas*. España: Ediciones ENI.
- Bernal, C. (2010). Obtenido de [http://biblioteca.uccvirtual.edu.ni/index.php?option=com\\_docman&task=doc\\_download&gid=245&Itemid=1](http://biblioteca.uccvirtual.edu.ni/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=245&Itemid=1)
- Bolívar, Á. (2015). *Heuristica desing*. Obtenido de <https://heuristicadesing.wordpress.com/2015/06/14/el-diseno-plano-flat-design-tendencia-en-el-diseno/>
- Borbor, P. (2014). Plan Estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en la Comuna Ayangue, parroquia Colonche del cantón Santa Elena. . La Libertad, Ecuador.
- Busquets, C. (2015). *UI Designer&developer*. Obtenido de <http://www.cbusquets.com/9-principios-del-diseno-web-responsive/>
- Bustamante, D. d. (2013). Diseño de una página web para la comunidad Agua Blanca del cantón Puerto López, provincia de Manabí. Quito, Ecuador.
- Cagua, Y., & Vargas, K. (2011). Diseño e Implementación de un sitio web para el Complejo Milagro.
- Camazón, J. (2010). *Aplicaciones Web*. Editorial Editex.
- Carrillo, P. (2016). Indentidad gráfica y normativa de uso de la marca Fundación Protectora de Animales e implementación de un sistema de comunicación y posicionamiento en redes sociales. Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Diario La Hora. (22 de enero de 2010). Obtenido de [http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/986707/-1/%E2%80%9CVen\\_a\\_Manab%C3%AD...Te\\_espero%E2%80%9D.html#.V70SGpjhDIU](http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/986707/-1/%E2%80%9CVen_a_Manab%C3%AD...Te_espero%E2%80%9D.html#.V70SGpjhDIU)
- Dupont, L. (2004). *1001 trucos publicitarios*.
- Dvojak, I. (2015). *Tecnología y turismo*. Obtenido de <http://www.tecnologiayturismo.com/#!/home/>
- Elizalde, P. (2015). Diseño de producto editorial de platos típicos de la provincia. Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Eslava, V. (2012). *Google books*. Obtenido de HTML, presente y futuro de la web: <https://books.google.com/books?isbn=8468617172>

- Espinosa, A. (2012). La proyección de imagen a partir del Soft Power, mediante nation branding y diplomacia pública en el caso de Japón, durante el periodo 2002 - 2010. Bogotá. Obtenido de <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/4380/1094900655%20-%202012.pdf?sequence=1>
- Estip, E. (2012). El sitio web y su incidencia en la promoción turística de la provincia de Pastaza. Ambato.
- GAD Manabí, D. d. (2016). *Portal Web Provincial de Manabí*.
- Garay, M. (2014). *Consultoría de Marketing Digital*. Obtenido de <http://www.webdigitalanalytics.com.ar/glossary/flujo-de-navegacion>
- Gómez, H. (2014). *Software libre como herramienta alternativa en el desarrollo de actividades de emprendimiento de los estudiantes de Carrera de Diseño Gráfico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil*. Guayaquil.
- Hassan, M., & Martín, F. G. (2004). *Hipertext.net*. Obtenido de Diseño Web Centrado en el Usuario: Usabilidad y Arquitectura de la Información: [https://www.upf.edu/hipertextnet/numero-2/disenio\\_web.html](https://www.upf.edu/hipertextnet/numero-2/disenio_web.html)
- Mantilla, D. (2009). Creación de un portal web de turismo ecológico con un tour virtual en 360° para el cantón Pastaza. Ambato, Ecuador.
- Marinus, C. (2010). *Turismo en teoría*. Obtenido de <http://www.tourismtheories.org/?p=798&lang=es>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2014). Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/resumen-2014-turismo-ecuatoriano-en-su-mejor-momento/>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2014). *Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador*.
- OPTUR. (2016). Obtenido de Asociación Nacional de Operadoras de Turismo Receptivo del Ecuador: <http://www.optur.org/estadisticas/Diciembre-2013.xlsm>
- Panza, M. (2012). Diseño de un website sobre los lugares turísticos de la provincia del Cañar. Cuenca, Azuay, Ecuador.
- Patiño, A. (2015). Análisis de la Fotografía Publicitaria en la Promoción Turística de la Fundación Municipal "Turisma para Cuenca". Cuenca, Ecuador.
- Patiño, C. (2015). *Repositorio Digital de la Universidad de Cuenca*. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/22450/1/TESIS.pdf>
- Rodríguez, C. (2016). *40 de Fiebre*. Obtenido de <https://www.40defiebre.com/tendencias-diseno-web-2016/>

- Secretaria de Gestión de Riesgo. (20 de abril de 2016). Obtenido de <http://www.gestionderiesgos.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/04/Informe-de-Situaci%C3%B3n-28.-20-04-2016-0830.pdf>
- Teca, A. (2014). *Google Books*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=ccCXAwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es>
- Torrente, S. (2011). Sistema de evaluación de la usabilidad Web orientado al usuario y basado en la determinación de tareas críticas. Oviedo. Obtenido de <http://www.acimed.sld.cu/index.php/acimed/article/view/405/306>
- Vega, Z. (2014). *Neopixel*. Obtenido de <http://www.neopixel.com.mx/articulos-neopixel/articulos-internet/1867-tipos-de-navegaci%C3%B3n-para-un-sitio-web.html>
- Véliz, C. (2015). Diseño de una campaña publicitaria en redes sociales para promocionar turísticamente los balnearios de agua dulce del cantón Santa Rosa, provincia El Oro. Guayaquil, Guayas, Ecuador.
- Villa, A. M. (2014). *Turismo 2.0: iniciando el despliegue*. Septem Ediciones.
- Villegas, M. (2012). *Instituto Universitario Tecnológico "Antonio José de Sucre"*. Obtenido de [http://es.slideshare.net/Marianna\\_Villegas/tipografia-15021473](http://es.slideshare.net/Marianna_Villegas/tipografia-15021473)
- Zambrano, M. G. (2016). Estudio sobre la usabilidad web dentro de los medios de comunicación ecuatorianos. *Tesis*. Quito.

## **GLOSARIO**

### **A.**

Adaptabilidad: Hace referencia al Diseño Responsive que está dentro del principio del diseño orientado al formato visual y que implica que el diseño del portal web se acople a cualquier dispositivo. (Hassan & Martín, 2004)

Afluencia turística: Es un gran número de personas que acuden a un lugar específico, con el propósito de disfrutar las prácticas del turismo sin necesidad de tomar altos recursos económicos. (Chávez & Martínez, 2009)

Artesanías: Arte u obra de los artesanos. (Real Academia Española, 2016)

### **B.**

Boceto: Proyecto previo a la ejecución de una obra artística. (Real Academia Española, 2016)

### **C.**

Cabecera: Parte superior o principal de un sitio en que se juntan varias personas, y en la cual se sientan las más dignas y autorizadas. (Real Academia Española, 2016)

Copyright: Derecho de autor (Real Academia Española, 2016)

### **D.**

Deportes extremos: Los deportes extremos son actividades que se pueden realizar al aire libre y se necesita de una gran destreza especialmente física y mental. (Real Academia Española, 2016)

Diseño responsive: Aquello tiene la capacidad de reaccionar automáticamente frente a lo que le rodea, dando una respuesta ajustada a la situación. (Busquets, 2015)

Dominio web: Un dominio es un nombre único en la web, y es la dirección que se escribe en los navegadores cuando queremos acceder a algún sitio en internet. (Camazón, 2010)



## **E.**

Ecoturismo: Turismo con el que se pretende hacer compatible el disfrute de la naturaleza y el respecto al equilibrio del medio ambiente. (Chávez & Martínez, 2009)

## **F.**

Flat Design: Es una tendencia actual de la web, un diseño minimalista, es un estilo que carece de efectos degradados, sombras o diseños tridimensionales. (Meyer, 2015)

Fotografía publicitaria: La fotografía publicitaria es aquella que nace con el fin de anunciar, dar a conocer y vender un producto. Nació con la única intención de mostrar lo que el anunciante quería vender y hacer saber a la gente de su existencia y ha ido transformándose en la baza más importante de las campañas de publicidad. (Fotonostra, 2016)

Funcionalidad: Diseñada u organizada atendiendo, sobre todo, a la facilidad, utilidad. (Real Academia Española, 2016)

## **G.**

Gastronomía: Conjunto de los platos y usos culinarios propios de undeterminado lugar. (Real Academia Española, 2016)

## **H.**

HTML5: (HyperText Markup Language, versión 5) es la quinta revisión importante del lenguaje básico de la World Wide Web, HTML. (Fotonostra, 2016)

## **L.**

Legibilidad: Cualidad de lo que es legible. (Real Academia Española, 2016)

## **M.**

Marketing: Conjunto de principios que buscan el aumento del comercio, especialmente de la demanda. (Real Academia Española, 2016)

## **N.**

Navegabilidad: Apto para navegar. (Real Academia Española, 2016)

Navegadores: Aplicación que, mediante enlaces de hipertexto, permite navegar por una red informática. (Real Academia Española, 2016)

## **P.**

Plano general: En este tipo de imágenes la figura humana queda muy reducida dentro del encuadre. Aquí lo que adquiere importancia es el escenario. (Fotonostra, 2016)

Plano panorámico: Permite ver una parte de la escena mucho más amplia. Es usado con más frecuencia en fotografía de paisajes. (Fotonostra, 2016)

Portal web: Se conoce con el nombre de "portal" a cualquier sitio web que se convierte en el punto de entrada primario de acceso a Internet. (Fotonostra, 2016)

Posicionamiento: Tomar posición respecto de algo. (Real Academia Española, 2016)

## **R.**

Reactivación: Hacer que un proceso sea o parezca más vivo. (Real Academia Española, 2016)

Redes sociales: Un método de estudio en ciencias como la antropología o la sociología. Internet y las nuevas tecnologías favorecen el desarrollo y ampliación de las redes sociales. (Fotonostra, 2016)

Retícula: La retícula proporciona mayor exactitud de posicionamiento a los elementos que forman un documento. (Fotonostra, 2016)

## **S.**

Servicios turísticos: son prestaciones que una persona contrata cuando desea realizar turismo. (Definición ABC, 2016)

Slider: Un Slider es una forma de transición efectiva en las imágenes de un sitio web; esta tendencia muestra el contenido destacado de la página de forma rápida al usuario, provocando una captación visual eficaz del visitante y enganche del usuario en el portal. (Aubry, 2015)

## **T.**

Turismo interno: El turismo interno incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor. (Definición ABC, 2016)

Turismo receptor: Engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2014)

Turismo: Es una actividad humana cuya esencia son el ocio y el tiempo libre, y que además de involucrar desplazamientos y la recepción de quienes se trasladan, se sustenta en el uso de los recursos y en la prestación de servicios generando repercusiones diversas. (Chávez & Martínez, 2009)

Turista: Persona que visita y permanece por lo menos un día y una noche en un lugar de alojamiento ya sea colectivo o privado. (Chávez & Martínez, 2009)

Turístico: Es el acto de desplazarse de un lugar a otro por diversión, religión, cultura por placer o simplemente obtener nuevas experiencias. (Chávez & Martínez, 2009)

## **W.**

Web: Conjunto de informaciones de un sitio web que semuestran en una pantalla y que puede incluir textos, contenidos audiovisuales y enlaces con otras páginas. (Real Academia Española, 2016)

# ANEXOS

## Anexo 1.



**UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
CARRERA DE GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

### FICHA TÉCNICA

**Tema:** *Diseño de portal web informativo sobre Manabí*

Investigación Cualitativa

**Método:** Observación participante

**Objetivo:**

- Observar la afluencia de turistas en las playas de los Cantones Manabitas afectados por el terremoto.
- Cómo se encuentra la infraestructura de restaurantes, hoteles, malecones en las zonas afectas.

**Procedimiento:**

Luego de una previa investigación en los portales de instituciones gubernamentales, se procedió a realizar un viaje a las diferentes playas donde se evidenciaba mayores daños.

**Día:** Viernes 27 de mayo, 2016

**Horas de Observación:** 2 horas, en la playa Murciélagos, Cantón Manta.

**Notas:**

- Se observó la infraestructura de edificaciones hoteleras que según el informe de la Secretaría de Gestión de Riesgo están listos para recibir a los turistas.
- También se visualizó que hubo poca afluencia de turistas en esta playa, que normalmente es de masiva concurrencia, esto a pesar de que una feria de dulces se desarrollaba en el malecón de Manta.
- Se pudo constatar que a pesar de que gran número de hoteles están colapsados, sí existen hoteles que ya fueron evaluados por el Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda y están aptos para admitir turistas.
- Se evidenció la poca afluencia de turistas a las diferentes playas en los cantones afectados por el terremoto, a pesar de que se desarrollaron eventos en dichas playas.
- También se pudo comprobar que sí existe un gran número de personal de la Policía Nacional, miembros del Ejército Ecuatoriano, y Armada del Ecuador que están prestos a salvaguardar la seguridad de los turistas.

## Anexo 2.



**UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO**  
**CARRERA DE GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

### FICHA TÉCNICA

**Tema:** *Diseño de portal web informativo sobre Manabí*

Investigación Cualitativa

**Método:** Encuesta

#### **Sexo**

Hombre ( )

Mujer ( )

#### **Edad**

15 – 20 Años ( )

41 – 50 Años ( )

21 – 30 Años ( )

51 – en adelante ( )

31 – 40 Años ( )

**1. ¿Usted es de la provincia de Manabí?** Si su respuesta es no indique de qué lugar es.

Sí ( ) No ( ).....

**2. ¿Conoce o ha visitado estos lugares turísticos de la provincia de Manabí?**

- a) Playa Cojimies ( )
- b) Playa Pedernales ( )
- c) Playa Murciélago ( )
- d) Playa Tarqui ( )
- e) Playa Crucita ( )
- f) Playa Punta Bellaca (Bahía Caráquez) ( )

**3. ¿Por qué sigue visitando estos lugares turísticos de Manabí?**

- a) Por exquisita gastronomía ( )
- b) Por sus artesanías ( )
- c) Por su comodidad hotelera ( )
- d) Por la amabilidad de su gente ( )
- e) Por deportes acuáticos ( )
- f) Por costos accesibles ( )
- g) Por sus paisajes ( )
- h) Por Playa y sol ( )

**4. En promedio, ¿Cuántos días promedio dura sus viajes?**

- a) Entre 2 y 3 días. ( )
- b) Entre 4 y 7 días. ( )
- c) Entre 1 y dos semanas. ( )
- d) Más de dos semanas. ( )

**5. Durante las vacaciones, ¿qué tipo de alojamiento prefiere para su estancia?**

- a) Hoteles de cadenas internacionales ( )
- b) Hostales ( )
- c) Departamentos ( )
- d) Cámping ( )
- e) Suites ( )
- f) Casa de un amigo o familiar ( )

**6. ¿Qué presupuesto otorga a sus viajes?**

- a) Menos de \$200 ( )
- b) Entre \$300 y \$400 ( )
- c) Entre \$500 y \$600 ( )
- d) Más de \$800 ( )

**7. ¿De dónde saca la información respecto los posibles lugares turísticos que le gustaría visitar?**

(Marque como máximo dos casillas)

- a) Agencias de Viaje ( )
- b) Internet ( )
- c) Amigos o familia ( )
- d) Revistas ( )
- e) Anuncios ( )

**8. ¿Conoce algún portal web informativo sobre los lugares turísticos de Manabí?**

Sí ( ) No ( )

**9. ¿Conoce usted que zonas turísticas de Manabí fueron afectadas por el terremoto?**

Sí ( ) No ( )

**10. ¿Considera visitar los sectores turísticos de Manabí a pesar del terremoto?**

Sí ( ) No ( )

**11. ¿Qué recomendaciones daría para reactivar estas zonas turísticas afectadas?**

- a) Mingas de limpieza en playas
- b) Conciertos
- c) Ferias gastronómicas y de artesanías
- d) Realizar Eventos de deportes playeros.
- e) Promocionar Campañas turísticas
- f) Ofertas y promociones en servicios turísticos.

**12. ¿Ha visto o escuchado campañas de reactivación turística en los sectores afectados de Manabí?**

Indique cuales.

Sí ( ) No ( )

- a) Campaña "Tour Solidario" ( )
- b) Campaña Viaja Primero Ecuador ( )
- c) Campaña "Manabí es todo" ( )

**13. ¿Recomendaría a otras personas que visiten las playas de Manabí y por qué?**

Sí ( ) No ( )

.....  
.....

**14. ¿Del siguiente listado qué lugares les recomendaría visitar?**

- a) Playa Pedernales ( )
- b) Playa Murciélago ( )
- d) Playa Tarqui ( )
- e) Playa Crucita ( )
- f) Playa Punta Bellaca (Bahía Caráquez) ( )

**15. De estas actividades de recreación cuales le gusta más. Escoja 3 opciones.**

- a) Surf ( )
- b) Pesca ( )
- c) Fútbol playero ( )
- d) Deportes acuáticos ( )
- e) Buceo ( )
- f) Museos ( )
- g) Diversión nocturna ( )
- h) Caminata por la playa ( )
- i) Natación ( )

### Anexo 3.



**UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
CARRERA DE GESTIÓN GRÁFICA PUBLICITARIA**

#### **FICHA TÉCNICA**

**Tema:** *Diseño de portal web informativo sobre Manabí*

**Método:** Entrevista

**Fecha:** Sábado 28 de Mayo del 2016. Manta. Manabí

**Entrevistado:** Nelly María Cevallos Barberán, **Comisaria de Turismo de la Zona Costera de Manabí.**

**1. ¿Qué lugares turísticos de Manabí son más visitados?**

De acuerdo a los datos las playas más visitadas en el último feriado fueron Playa Murciélago, Playa de Bahía de Caráquez, Canoa, Cojimies, Tarqui y Pedernales.

**2. ¿Qué actividades se realizan más en estos lugares?**

En estos lugares los turistas de preferencia tiene el disfrutar del mar y arena, alquilan carpas y toman el sol durante la mayoría de su estancia, también buscan realizar viajes en lachas a playas cercanas o disfrutar de actividades acuáticas como banana o motos, algunas de las playas son aptas para realizar surf, wáter bold, de acuerdo a la temporada también se realizan tours para el avistamiento de ballenas en Puerto López. Otras actividades que también se pueden realizar en futbol y voleibol playero, incluso se realizan campeonatos nacionales e internacionales.

**3. Luego del terremoto, ¿Qué medidas de seguridad se tomaron en las zonas turísticas afectadas?**

De acuerdo a lo que nos indicaron las autoridades navales se procedió a restringir el acceso a las playas, hasta que se levante totalmente la alarma de tsunami por el terremoto, luego de esto se evaluó cada sector y verificar si estaba en condiciones de recibir turistas, también se verificó si existían alarmas sobre la interacción del mar en cuanto a tamaño de olas y agujajes que podrían darse durante los primeros días después del terremoto.

**4. ¿Existe un informe gubernamental sobre las zonas costeras turísticas perjudicadas por el terremoto?**

Sí, lo que es la comisaria de turismo envió un boletín de prensa para así despejar las dudas sobre si el terremoto causo daños en la zona de la playa y malecón de cada cantón, luego de esto se socializó con los comerciantes de la playa y se dio indicaciones sobre prevenciones frente a réplicas. También se difundió en las redes sociales el levantamiento de la restricción de acercarse a las playas.

**5. ¿Se difundió información sobre estas zonas afectadas?**

Sí, pero esto se enviaba por parte de cada cantón a l COE que se había levantado y ellos llevaban esta información a la Secretaría de Gestión de Riesgo.

**6. ¿Considera que los lugares turísticos de Manabí están listos para recibir turistas?**

Sí, claro pues la previa inspección ya se dio, y se verificó que las playas no se vieron afectadas, y que ciertos restaurantes que están frente a la playa que sufrieron daños ya se encuentran buscando medidas para reconstruir su negocio, de ahí todas las actividades recreativas están listas para los turistas.

**7. ¿En qué forma se ha ayudado a los prestadores de servicios turísticos para que retomen sus actividades?**

Para los prestadores de servicios turísticos ya sea personas que alquilan carpas, venden artesanías, hacen trenzas, o comida en la playa se les ha ofrecido una prórroga en sus pagos de derecho a uso de playa hasta de 3 meses, para que el dinero que ganen durante estos meses bajos sea todo para solventar daños causados por el terremoto o adecuar las condiciones de sus negocios.

**8. ¿Considera usted que el turismo disminuyo desde el terremoto?**

Claro que sí, durante casi dos fines de semana estuvo restringido el ingreso a la playa lo que generó más temor dentro de los habitantes de Manta, el tercer fin de semana fue mínima la afluencia de turistas, y esperábamos que este feriado haya muchas personas, pero a pesar de las invitaciones de parte del gobierno aún persiste el miedo el miedo en las personas ante las réplicas.

**9. ¿Se ha realizado alguna actividad recreativa para reactivar estas zonas turísticas?**

Sí, para este feriado se realizaron diferentes eventos, una feria de dulces de Rocafuerte, un concierto con artistas locales, y un campeonato de Kitesurf.

**10. ¿Actualmente las plataformas virtuales de cada cantón se actualizan con información sobre las zonas turísticas afectadas?**

Realmente la única plataforma que se actualiza son las redes sociales, porque la página web, no cuenta con una sección especial para la circunstancia que está atravesando la ciudad.



**Anexo 4.**

**Carta de autorización de uso de logotipo de Campaña “Ven a Manabí...te espero**



Portoviejo, Junio 29 de 2016

Señorita  
Mayra Jervez Pineda  
ESTUDIANTE DE LA UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
Guayaquil.-

De mis consideraciones:

En respuesta a su solicitud para la utilización del logo “VEN A MANABI... TE ESPERO” del Gobierno Provincial de Manabí, para la elaboración del proyecto del Portal Web debo informarle, que después de haber dialogado con mis superiores sobre la importancia de este gran proyecto en el que ustedes como estudiantes han querido que nuestra provincia sea la beneficiada, constituye para nosotros como entidad provincial un gran honor por el cual les agradecemos.

En relación a lo anterior AUTORIZAMOS la utilización de logo antes mencionado, esperando que el proyecto a ejecutarse alcance el éxito deseado.

Sin otro particular me suscribo de usted.

Atentamente

Lcdo. Javier Romero Moreno  
JEFE DE RELACIONES PUBLICAS DEL GPM



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



**SENESCYT**

Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Jérvez Pineda Mayra Alejandra**, con C.C: # **0706298759** autora del trabajo de titulación: **Diseño de portal web informativo turístico para Manabí** previo a la obtención del título de **Licenciada en Gestión Gráfica Publicitaria** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

**Guayaquil, 28 de septiembre de 2016**

f. \_\_\_\_\_

Nombre: **Jérvez Pineda Mayra Alejandra**

C.C: **0706298759**

## **REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN**

|                                       |  |                        |     |
|---------------------------------------|--|------------------------|-----|
| <b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>            | Diseño de portal web informativo turístico para Manabí |                        |     |
| <b>AUTOR(ES)</b>                      | Jérvez Pineda, Mayra Alejandra                         |                        |     |
| <b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>          | Lcdo. Quintana Morales, Washington David, Mgs.         |                        |     |
| <b>INSTITUCIÓN:</b>                   | Universidad Católica de Santiago de Guayaquil          |                        |     |
| <b>FACULTAD:</b>                      | Facultad de Arquitectura y Diseño                      |                        |     |
| <b>CARRERA:</b>                       | Gestión Gráfica Publicitaria                           |                        |     |
| <b>TITULO OBTENIDO:</b>               | Licenciado En Gestión Gráfica Publicitaria             |                        |     |
| <b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>          | 28 de septiembre de 2016                               | <b>No. DE PÁGINAS:</b> | 113 |
| <b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>               | Diseño web, Diseño Gráfico, Reactivación Turística     |                        |     |
| <b>PALABRAS CLAVES/<br/>KEYWORDS:</b> | PORTAL, WEB, RESPONSIVE, TURISMO, MANABÍ               |                        |     |

El presente trabajo consideró como objetivo de investigación la provincia de Manabí, para el cual se desarrolló un portal web informativo turístico como una herramienta de promoción para la reactivación turística de la provincia mediante el uso de la campaña del Gobierno Provincial de “Manabí Ven a Manabí..te espero”. En la metodología se realizaron investigaciones de campo, documental y aplicación de encuestas y entrevistas con el fin de recolectar, analizar y llegar a diagnosticar la situación actual de la afluencia turística en la provincia. El objetivo de este proyecto, es promocionar las tradicionales playas de la provincia por medio del portal web, esto porque actualmente el turista opta por la búsqueda de información turística en el Internet. Se aplican conceptos de diseño tanto gráfico como web, técnicas y metodologías que permitan promocionar de manera adecuada a la provincia de Manabí. Como resultado del proyecto se obtiene un portal web turístico operativo, que integra todos los servicios turísticos que ofrece Manabí a sus turistas.

|  |   |  |
|--|---|--|
| <b>ADJUNTO PDF:</b>  | <input checked="" type="checkbox"/>   | NO <input type="checkbox"/>  |
| <b>CONTACTO CON AUTOR:</b>   | <b>Teléfono:</b> +593-9-(96630232)  | <b>E-mail:</b><br><a href="mailto:alejandritajervez@gmail.com">alejandritajervez@gmail.com</a> |
| <b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::</b> | <b>Nombre:</b> Lcdo. Quintana Morales, Washington David, Mgs.               |  |
|  | <b>Teléfono:</b> +593-9-4665153   |  |
|  | <b>E-mail:</b> <a href="mailto:wdavid7@hotmail.com">wdavid7@hotmail.com</a> |  |

#### **SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA**

|   |  |
|---|--|
| <b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b> |  |
| <b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>              |  |
| <b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>   |  |